

Kajian Strategi Bauran Pemasaran UMKM Keripik Singkong di Desa Banjarejo Kabupaten Gunung Kidul

Rifqy Dede Kurniawan^{*)}, Istiti Purwandari, Resna Trimerani
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, INSTIPER Yogyakarta
Email Korespondensi: rifqydede11@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Untuk mengetahui profil UMKM Keripik singkong di Desa Banjarejo, Kabupaten Gunung Kidul. dan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran 4P (product,price,Place,Promotion) pada UMKM keripik singkong. Metode dasar pada penelitian ini menggunakan penelitian studi kasus. Metode yang dilakukan untuk menentukan lokasi penelitian secara sengaja (purposive sampling) yang dilaksanakan pada bulan Mei 2023. Metode penentuan sampel menggunakan metode sensus, dengan responden sebanyak 8 UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profil UMKM keripik singkong di Desa Banjarejo Kabupaten Gunung Kidul, Strategi Bauran pemasaran yang diterapkan pemilik UMKM yaitu strategi dengan memadukan unsur produk, harga, promosi dan tempat. Startegi produk dilakukan dengan menjaga kualitas produk dengan cara memilih bahan baku berkualitas, varian rasa dan kemasan. Strategi harga diperhitungkan atas harga bahan baku, varian rasa dan kemasan. Strategi promosi melalui offline dan online. Promosi offline mulut ke mulut yang dilakukan tanpa sadar oleh para pelanggan. Penjualan online menggunakan media sosial Whatsapp. Strategi tempat dengan memilih tempat yang strategi sehingga memudahkan distribusi secara langsung dan tidak langsung.

Kata kunci: Bauran Pemasaran,Keripik Singkong,UMKM.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan penting untuk perekonomian di Indonesia. peran penting atau inti dari UMKM bagi perekonomian yaitu untuk meratakan perekonomian karena dengan adanya UMKM dapat menjangkau hingga ke pelosok sehingga kebutuhan sehari-hari masyarakat dapat terpenuhi, lalu dapat mengurangi kemiskinan karena dapat membuka lapangan pekerjaan baru sehingga mengurangi tingkat pengangguran yang ada, dan peran (Salman Al Farisi, 2022) .

Singkong (Manihot Utilissima) merupakan salah satu sumber bahan pangan lokal alternatif yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia selain beras dan jagung. Meskipun sering dibudidayakan di daerah tropis dan memiliki umur yang panjang, singkong rentan terhadap suhu dingin. Oleh karena itu, singkong dapat ditanam kapan saja dan di mana saja sepanjang tahun dengan resiko gagal panen yang kecil. Singkong merupakan umbi atau biasa disebut akar panjang, dengan diameter fisik rata-rata 2-3 cm dan panjang 50-80 cm. Daging umbi yang berwarna putih atau keemasan inilah yang membuat singkong menjadi unik. Ada berbagai elemen dari singkong yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari. Sementara daunnya yang dapat dikonsumsi sebagai sayuran atau bumbu dapur merupakan sumber protein yang kaya dan juga mengandung vitamin dan mineral, umbinya dapat digunakan sebagai sumber karbohidrat (Salman Al Farisi, 2022).

Singkong ini dapat diolah menjadi berbagai macam aneka olahan makanan, salah satunya olahan dan juga memiliki permintaan pasar yang tinggi adalah keripik singkong. Keripik singkong merupakan sejenis makanan ringan berupa irisan tipis yang terbuat dari umbi umbian. Ubi kayu atau singkong yang memiliki rasa yang gurih dan renyah yang banyak disukai oleh konsumen. Cemilan keripik singkong ini sudah tidak asing dimasyarakat Indonesia dan membuat peluang bisnis yang menguntungkan. Seiring dengan banyaknya dengan meningkatnya permintaan, produsen mulai berinovasi menambahkan beberapa varian rasa dalam produk makanan tersebut. Prospek pengembangan usaha makanan ringan sangat berpeluang besar untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, apalagi peluang bisnis pembuatan keripik dimana usaha pembuatan keripik ini sangat membantu pendapatan masyarakat. Kapasitas produksi yang terdapat di Sleman sangat besar. Hal ini menjadi potensi kuat dalam meningkatkan ekonomi masyarakat setempat (Tamburaka et al., 2022)

Keripik singkong adalah salah satu panganan merakyat yang ada di Indonesia, yang telah menjadi tren dari dulu sampai sekarang. Tidak sulit untuk menemukan keripik singkong dari yang dibuat kemasan oleh pabrik besar hingga yang di pasarkan di warung-warung kecil. Keripik singkong biasa dijual dalam berbagai varian rasa, rasanya gurih dan lezat. Keripik singkong merupakan camilan yang sangat digemari oleh segala umur, baik bahan bakunya maupun bahan pendamping lainnya sangat muda diperoleh di pasar, para peserta menyadari akan manfaat olahan keripik singkong yang bernilai tinggi, bahwa keripik singkong dengan berbagai varian rasa yang memiliki desain ringan dan aman bagi kesehatan. (Ridwan et al., 2023)

UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang mampu bertahan dalam goncangan krisis ekonomi. Pengembangan UMKM saat ini dapat memanfaatkan kemajuan teknologi informasi melalui e-commerce dan media sosial. Pemerintah perlu meningkatkan infrastruktur agar kecepatan akses internet merata di seluruh Indonesia. UMKM juga merupakan salah satu sektor usaha yang mampu bertahan melalui krisis ekonomi. Selain itu, UMKM juga merupakan sektor usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Shell, 2016). UMKM juga merupakan salah satu sektor usaha yang mampu bertahan melalui krisis ekonomi. Selain itu, UMKM juga merupakan sektor usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (khoerul ummah, 2022)

Penggunaan strategi bauran pemasaran akan mempengaruhi persepsi konsumen tersebut dengan sedemikian rupa, sehingga hasil akhir yang diharapkan adalah membawa konsumen kearah pembelian dan sikap konsisten dan kesetiaan. Penerapan strategi bauran pemasaran secara baik dan tepat akan efektif mampu menciptakan dan meningkatkan loyalitas dari konsumen (Salazar, 2012).

Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan suatu kegiatan di pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Hal ini berarti bahwa kegiatan ini dilakukan secara bersamaan antara elemen-elemen yang ada dalam bauran pemasaran (marketing mix) itu sendiri-sendiri tanpa adanya dukungan dari elemen lain (Nurhadi, 2019). Adapun elemen-elemen yang ada dalam bauran pemasaran (marketing mix) terdiri atas produk (product), harga (price), lokasi (place), promosi (promotion), sehingga setiap elemen membutuhkan suatu strategi tersendiri. Namun tetap elemen tersebut tetap akan terkait dengan strategi pada elemen lainnya, (Lay et al., 2021)

METODE PENELITIAN

Penelitian di lakukan di Desa banjarejo Kabupaten Gunung Kidul. Lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian ditentukan secara sengaja (purposive sampling) (Halim, 2020). Penelitian dilakukan pada bulan Mei 2023. Penentuan jumlah sampel dengan sistem Sensus sebanyak 8 UMKM Keripik Singkong di Desa Banjarejo. Pengumpulan data menggunakan metode observasi melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian di analisis menggunakan analisis deskriptif (Area, 2020). Metode analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis Profil UMKM dan strategi bauran UMKM Keripik Singkong. Sementara itu, strategi Bauran Pemasaran Keripik Singkong.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden pemilik UMKM

1. Klasifikasi UMKM Berdasarkan Usia

Dari hasil penelitian sebanyak 8 responden pemilik UMKM di Desa Banjarejo, Kabupaten Gunung Kidul yang menjadi responden. Terdapat usia responden cukup

Tabel 1 Identitas pemilik UMKM keripik singkong berdasarkan umur di Desa Banjarejo Kabupaten Gunung Kidul

Usia Responden			
No.	Usia	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	35 - 40	4	50
2	41 - 45	3	37,5
3	46 - 50	1	12,5
TOTAL		8	100
Rata - Rata Usia		41,75	

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan tabel 1 diatas paling banyak di umur 35-40 tahun sebanyak 4 orang total rata rata usia 42 tahun secara umum usia masih dalam produktif.

2. Identitas UMKM Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan salah satu faktor yang bisa mempengaruhi produktivitas tenaga kerja itu sendiri. Makin tingginya pendidikan maka pola pikir semakin maju untuk melakukan kegiatan yang menunjang meningkatkan pendapatan. Pendidikan tenaga kerja dikategorikan dari Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA). Berikut ini tabel persentase pendidikan pekerja Umkm Keripik singkong.

Tabel 2 Pendidikan pemilik UMKM Di Desa Banjarejo Kab.Gunung Kidul

Pendidikan Responden			
No.	Pendidikan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	3	37,5
3	SMA	5	62,5
TOTAL		8	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahui bahwasanya di dominasi oleh tingkat SMA, mayoritas UMKM sudah menempuh pendidikan tingkat dasar selama 12 tahun secara pengetahuan sudah bisa menjalankan suatu usaha.

3. Identitas pemilik UMKM berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin sangat berpengaruh terhadap kemampuan seseorang menyelesaikan pekerjaan lebih cepat dan akurat dengan target yang ditentukan. Jenis kelamin Pemilik UMKM rata-rata yang paling dominan adalah perempuan yang dimana jenis kelamin perempuan memiliki kemampuan untuk pengelolaan lebih bagus dari pada laki-laki.

Tabel 3 Identitas pemilik UMKM berdasarkan jenis kelamin keripik singkong di Desa Banjarejo Kabupaten Gunung Kidul.

Jenis Kelamin Responden			
No.	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Laki - Laki	1	12,5
2	Perempuan	7	87,5
TOTAL		8	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Dapat di lihat tabel 3 diatas menunjukkan bahwasanya mayoritas didominasi oleh perempuan. di karenakan industri pengolahan identic profil perempuan.

B. Profil Usaha

Dalam Usaha keripik singkong pemilik UMKM memiliki beberapa yang digunakan dalam profil usaha yaitu: Tenaga kerja, Frekuensi Produksi, Jenis Bahan Baku, Varian Rasa dan varian kemasan. setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan suatu hasil produksi serta jasa baik untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri maupun Masyarakat.

Dari Tabel 5.4 dibawah pemilik UMKM rata rata memiliki 2 orang karyawan dengan frekuensi produksi rata rata 17,5 kali produksi dalam satu bulan. Selain itu varian rasa yang di produksi UMKM keripik singkong ada 3: gurih, pedas manis, balado. kemasan yang digunakan pemilik UMKM keripik singkong untuk varian kemasan yang digunakan adalah 1kg, 1/2kg, 1/4kg.

Bahan baku yang digunakan ada 2 jenis singkong ketan dan singkong mentega bahan baku tersebut berasal dari beberapa tempat yaitu: Temanggung, Wonosobo, Wonosari. Bahan Baku rata-rata berasal dari Wonosobo dan Temanggung di karenakan harga bahan baku lebih murah dari pada Wonosari.

Tabel 4 Profil pemilik UMKM Di Desa Banjarejo Kab.Gunung Kidul

UMKM	Jumlah Karyawan (Orang)	Frekuensi Produksi/bulan(Hari)	Jenis Bahan Baku	Variasi Rasa	Varian Ukuran Kemasan
Bu Endang	2	15	Wonosobo	Gurih, Pedas Manis	1 kg; 1/2 kg; 1/4 kg
Bu Sulastri	2	15	Wonosobo	Gurih, Pedas Manis	1 kg; 1/2 kg; 1/4 kg
Pak Slamaet	2	10	Wonosari	Gurih	1 kg; 1/2 kg; 1/4 kg
Bu ayu	2	10	Temanggung	Gurih	1 kg; 1/2 kg; 1/4 kg
Bu yanti	2	30	Wonosari	Balado	1 kg; 1/2 kg; 1/4 kg
Bu Tietik	2	15	Temanggung	Gurih, Balado	1 kg; 1/2 kg; 1/4 kg
Bu Aramita	2	30	Wonosobo	Pedas Manis, Balado	1 kg; 1/2 kg; 1/4 kg
Bu Fitri	3	15	Temanggung	Gurih, Balado	1 kg; 1/2 kg; 1/4 kg
tertinggi	3	30			
terendah	2	10			
rata rata	2	17,5			

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

C. Rician Kebutuhan dalam proses Pembuatan

Adapun bahan yang digunakan dalam proses pembuatan keripik singkong yang dibutuhkan oleh pemilik UMKM adalah; Singkong, Minyak Goreng, Cabai, Gula.

Tabel 5 Rician Kebutuhan dalam proses pembuatan keripik singkong di Desa Banjarejo, Kabupaten Gunung Kidul.

UMKM	Bahan Baku Keripik Singkong			
	Singkong (kg)	Minyak Goreng (Liter)	Cabai (kg)	Gula
Bu Endang	50	6	0,60	0,75
Bu Sulastri	50	6	0,60	0,75
Pak Slamaet	40	4	-	-
Bu ayu	25	2	-	-
Bu yanti	30	2,5	-	-
Bu Tietik	35	3	-	-
Bu Aramita	40	5	0,45	0,55
Bu Fitri	35	3	-	-
Tertinggi	50	6	0,60	0,75
Terendah	25	2	0,45	0,55
rata rata	38,12	3.93	0,55	0,68

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan Tabel 5 diatas rata rata pemakain UMKM keripik singkong sebesar 38,125 Kg. rata rata pemakaian minyak goreng sebesar 3,9375 litter. untuk penggunaan cabai dan gula tidak semua menggunakan cabai dan gula di karenakan tidak semua pemilik UMKM memiliki rasa pedas manis hal itu dikarenakan varian rasa UMKM di dominasi rasa gurih.

1. Biaya Dalam Produksi

a. Bahan Baku Utama

Tabel 6 pengeluaran bahan baku utama UMKM keripik singkong di Desa Banjarejo, Kab.Gunung Kidul

UMKM	Singkong			Total Biaya (Rp)
	Berat (kg)	Harga (Rp)	Total Biaya (Rp)	
Bu Endang	50	2.500	Rp. 125.000	Rp 125.000
Bu Sulastri	50	2.500	Rp. 125.000	Rp 125.000
Pak Slamaet	40	4.000	Rp. 160.000	Rp 160.000
Bu ayu	25	2.500	Rp. 62.500	Rp 62.500
Bu yanti	30	4.000	Rp. 120.000	Rp 120.000
Bu Tietik	35	2.500	Rp. 87.500	Rp 87.500
Bu Aramita	40	4.000	Rp. 160.000	Rp 160.000
Bu Fitri	35	2.500	Rp. 87.500	Rp 87.500
Tertinggi	50	4.000		
Terendah	25	2.500		
Rata-Rata	38,12	3.06		

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan Tabel 6 diatas rata rata pengeluaran bahan utama UMKM keripik singkong sebesar 38,125 Kg. rata rata harga bahan baku singkong sebesar 3,063 litter.

b. Bahan baku pendukung

Adapun bahan pendukung dalam pengeluaran biaya pembuatan keripik singkong yang dilakukan pemilik UMKM Keripik Singkong minyak goreng, gula, kayu.

Tabel 7 Pengeluaran Biaya bahan baku pendukung Di Desa Banjarejo Kab.Gungung Kidul.

UMKM	Minyak Goreng			Gula			Kayu			
	Berat (liter)	Harga (Rp)	Total Biaya (Rp)	Berat (kg)	Harga (Rp)	Total Biaya (Rp)	Berat (kubik)	Harga (Rp)	Pemakaian Produksi	Total Biaya (Rp)
Bu Endang	6	17.000	Rp. 102.000	0,75	14500	Rp. 10.875	1	50000	5	Rp. 10.000
Bu Sulastri	6		Rp.102.000	0,75		Rp. 10.875		40000	5	Rp. 8.000
Pak Slamaet	4		Rp. 68.000	-		-		50000	7	Rp. 7.143
Bu ayu	2		Rp. 34.000	-		-		40000	8	Rp. 5.000
Bu yanti	2,5		Rp. 42.500	-		-		40000	8	Rp. 5.000
Bu Tietik	3		Rp. 51.000	-		-		40000	7	Rp. 5.714
Bu Aramita	5		Rp. 85.000	0,55		Rp. 7.975		40000	7	Rp. 5.714
Bu Fitri	3		Rp.51.000	-		-		40000	7	Rp. 5.714
Tertinggi	6			0		0,75				
Terendah	2			0,55				5		
Rata-Rata	3,93			0,68				6,75		

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan Tabel 5.7 dapat dilihat bahwa pengeluaran biaya bahan baku pendukung pemilik UMKM sangat berbeda beda. Rata-rata pemakaian minyak goreng sebesar 3,9375 Litter dan Pengeluaran Biaya gula dengan berat Rata-rata sebesar 0,68 Kg. Untuk pengeluaran biaya pemakain kayu dalam proses pembuatan Keripik singkong Rata-rata sebanyak 6,75 pemakaian.

c. Bahan Tambahan

Adapun bahan tambahan dalam pengeluaran biaya pembuatan keripik singkong yang dilakukan pemilik UMKM Keripik Singkong cabai dan bubuk balado.

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa pengeluaran biaya bahan tambahan pemilik UMKM Untuk pemakain cabai rata rata sebesar 0,55 kg. Dan pemakaian Bubuk balado rata-rata sebesar 0,44 Kg. untuk penggunaan cabai dan bubuk balado tidak semua menggunakan cabai dan bubuk balado di karenakan tidak semua pemilik UMKM memiliki rasa pedas manis dan rasa pedas manis hal itu dikarenakan varian rasa UMKM di dominasi rasa gurih.

Tabel 8 Pengeluaran bahan tambahan di Desa Banjarejo Kab,Gunung Kidul

UMKM	Cabai			Bubuk Balado		
	Berat (kg)	Harga (Rp)	Total Biaya (Rp)	Berat (kg)	Harga (Rp)	Total Biaya (Rp)
Bu Endang	0,60	80.500	Rp. 48.300	-	50.000	-
Bu Sulastri	0,60		Rp. 48.300			
Pak Slamaet	-		-			
Bu ayu						
Bu yanti				0,70		Rp. 35.000
Bu Tietik				0,35		Rp.17.500
Bu Aramita	0,45		Rp. 36.225	0,50		Rp. 25.000
Bu Fitri	-		-	0,20		Rp. 10.000
Tertinggi	0,60			0,70	-	
Terendah	0,45			0,20		
Rata-rata	0,55			0,44		

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

2. Pendapatan Penjualan

Pendapatan penjualan merupakan sesuatu hasil yang di dapatkan dari pemilik UMKM di Desa Banjarejo untuk melihat untug dan ruginya suatu usaha yang dilakukan selama perieode tertentu.pendapatan pemjualan dapat dilihat pada tabel 5.9

Tabel 9 Pendapatan Pada Pemilik UMKM Keripik Singkong Di Dusun Banjarejo
Kab.Gunung Kidul

UMKM	Kemasan Produk	Harga Satuan Produk per Kemasan	Harga Total Produk Kemasan	Total per produksi
Bu Endang	Gurih			Rp 672.000,00
	1	40000	80000	
	1,2	25000	150000	
	1,4	15000	60000	
	Pedas Manis			
	1	50000	100000	
	1,2	35000	210000	
Bu Sulastri	Gurih			Rp 688.000,00
	1	40000	80000	
	1,2	25000	150000	
	1,4	17000	68000	
	Pedas Manis			
	1	50000	100000	
	1,2	35000	210000	
Pak Slamet	Gurih			Rp 494.000,00
	1	38000	190000	
	1,2	25000	100000	
	1,4	17000	204000	
Bu Ayu	Gurih			Rp 374.000,00
	1	38000	152000	
	1,2	26000	78000	
	1,4	18000	144000	
Bu Yanti	Gurih			Rp 481.000,00
	1	35000	35000	
	1,2	25000	75000	
	1,4	16000	128000	
	Balado			
	1	40000	40000	
	1,2	25000	75000	
Bu Tietik	Gurih			Rp 481.000,00
	1	40000	40000	
	1,2	25000	75000	
	1,4	15000	120000	
	Balado			
	1	40000	40000	
	1,2	26000	78000	
Bu Aramita	Pedas Manis			Rp 698.000,00
	1	50000	100000	
	1,2	35000	140000	
	1,4	20000	160000	
	Balado			
	1	35000	70000	
	1,2	25000	100000	
Bu Fitri	Pedas Manis			Rp 458.000,00
	1	40000	160000	
	Balado			
	1	35000	70000	
	1,2	25000	100000	
1,4	16000	128000		

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan Tabel 9 pendapatan penjualan yang tertinggi ada di UMKM Bu Aramita dengan pendapatan 698.000 Untuk varian rasa yang di jual ada 2 rasa yaitu; Pedas manis dan Balado. Untuk pendapatan penjualan yang terendah ada di UMKM Bu Ayu dengan pendapatan 374.000 untuk varian rasa yang di jual hanya 1 rasa saja yaitu; rasa gurih.

3. Pendapatan Bersih Penjualan

Pemilik usaha keripik singkong merupakan pengusaha yang mengolah singkong mentah menjadi keripik singkong dan menjual kepada konsumen.

Tabel 10 Pendapatan Bersih Penjualan Pemilik UMKM Keripik Singkong Di Desa Banjarejo Kab.Gunung Kidul

UMKM	Total Pendapatan (Produksi)	Total Pengeluaran per Produksi	Pendapatan bersih
Bu Endang	Rp 672.000,00	Rp 296.175,00	Rp 375.825,00
Bu Sulastri	Rp 688.000,00	Rp 294.175,00	Rp 393.825,00
Pak Slamet	Rp 494.000,00	Rp 235.142,86	Rp 258.857,14
Bu Ayu Lestari	Rp 374.000,00	Rp 101.500,00	Rp 272.500,00
Bu Yanti	Rp 481.000,00	Rp 202.500,00	Rp 278.500,00
Bu Tietik	Rp 481.000,00	Rp 161.714,29	Rp 319.285,71
Bu Aramita	Rp 698.000,00	Rp 319.914,29	Rp 378.085,71
Bu Fitri	Rp 458.000,00	Rp 154.214,29	Rp 303.785,71

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Dari tabel 10 diatas pendapatan bersih penjualan pemilik usaha kecil Menengah Mikro(UMKM) Memiliki pendapatan penjualan dari hasil produksi keripik singkong untuk yang tertinggi dalam pendapatan bersih ada di UMKM Bu Sulastri dengan pendapatan bersih sebesar 393.825,00 dan yang terendah pendapatan bersih ada di UMKM Pak Slamet dengan pendapatan sebesar 258.857,14.

D. Metode Pemasaran Pemilik Usaha UMKM

Metode pemasaran yang digunakan pemilik usaha UMKM Keripik Singkong yakni menggunakan 2 metode pemasaran, antara lain: metode pemasaran offline dan online.

1. Pemasaran Offline

Metode pemasaran offline pada pemilik usaha UMKM Keripik Singkong yakni menjual di pasar, warung serta ada yang tidak menjul produk secara offline atau dengan kata lain hanya menjual produk melalui whatsapp (online). Berikut merupakan tabel frekuensi pada metode pemasaran offline.

Tabel 11 Pemasaran Offline Pada Pemilik UMKM Keripik Singkong Di Desa Banjarejo Kab. Gunung Kidul

Metode Pemasaran Offline		Jumlah Responden	Presentase (%)
Offline	Pasar	3	37,5
	Warung	4	50
	Tidak ada	1	12,5
Total		8	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Untuk offline Pemilik UMKM melakukan penjualan atas permintaan Pasar dikarenakan banyak konsumen pasar yang membeli produk singkong, menjual ke warung dan word of mounth marketing yang dilakukan tanpa sadar oleh para pelanggan

2. Pemasaran Online

Selain dengan metode pemasaran offline pada pemilik usaha UMKM Keripik Singkong juga menggunakan metode pemasaran online yakni dengan menggunakan Whatsapp. Berikut merupakan tabel frekuensi pada metode pemasaran online.

Tabel 12 Metode Pemasaran Online pada Pemilik UMKM Keripik Singkong Di Desa Banjarejo Kab. Gunung Kidul

Metode Pemasaran Online		Jumlah Responden	Presentase (%)
Online	Whatsapp	8	100
Total		8	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

E. Strategi Bauran Pemasaran

Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh Pemilik UMKM Keripik Singkong Di Desa Banjarejo Kabupaten Gunung Kidul. Pemilik UMKM menggunakan strategi bauran pemasaran atau lebih dikenal dengan istilah Marketing Mix. Bauran pemasaran ini dengan mempertimbangkan gabungan 4 unsur, seperti produk, harga, promosi, dan tempat. Adapun strategi yang digunakan oleh Pemilik UMKM Keripik Singkong diantaranya sebagai berikut:

1. Produk

Produk yang dihasilkan UMKM keripik Singkong di Desa Banjarejo Kab. Gunung Kidul menggunakan bahan produk yang berkualitas. Konsumen lebih Banyak membeli kemasan dengan Ukuran $\frac{1}{2}$ kg dan $\frac{1}{4}$ kg. UMKM keripik singkong selalu menjaga kualitas produk dari segi rasa dan kemasan. Pemilik UMKM juga memproduksi Kemasan dari Ukuran 1 kg, $\frac{1}{2}$ kg dan $\frac{1}{4}$ kg. Dan setiap pemilik Umkm memiliki varian rasa yang berbeda beda ada rasa Gurih, pedas manis, balado. Setiap pemilik umkm memiliki citra rasa yang ciri khas dan berbeda beda dengan umkm satu sama lain

2. Harga

Pemilik UMKM Keripik Singkong menetapkan harga produk dengan melihat penggunaan bahan baku yang digunakan dalam produksi, mengingat singkong, minyak goreng, cabai, gula garam dan bubuk balado yang digunakan mempunyai harga yang berbeda beda. Singkong yang digunakan dalam pembuatan keripik singkong memiliki varian harga berbeda. Harga perkemasan ukuran dari ukuran 1 kg, 1/2 kg, 1/4 kg antar pemilik satu sama lain juga. Penentuan profit yang ditentukan oleh pemilik UMKM dapat berubah sesuai dengan harga bahan produk. Penentuan harga yang dilakukan pemilik UMKM diharapkan mampu menarik minat dan mempertahankan kepercayaan konsumen kepada pemilik UMKM.

3. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh pemilik UMKM Keripik Singkong yaitu dengan melalui offline dan online. Untuk offline Pemilik UMKM melakukan penjualan atas permintaan Pasar di karenakan banyak konsumen pasar yang membeli produk singkong dan konsumen mengambil dari langsung ke rumah, menjual ke warung dan mulut ke mulut yang dilakukan tanpa sadar oleh para pelanggan. Untuk penjualan online menggunakan media sosial Whatsapp para pelanggan tetap menghubungi langsung ke pemilik UMKM.

4. Tempat

Strategi tempat umkm keripik memilih tempat yang strategi sehingga memudahkan distribusi secara langsung dan tidak langsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Saran Profil usaha keripik singkong di Desa Banjarejo Kecamatan Tanjung Sari Kabupaten Gunung Kidul merupakan usaha rumah tangga dengan jumlah tenaga kerja rata rata sebanyak 2 orang, frekuensi produksi rata rata produksi 2 hari sekali, rata rata bahan baku sebanyak 25-50 kg/ produksi, dengan produksi 6-12 Kg/sekali produksi .
2. Strategi Bauran pemasaran yang diterapkan pemilik UMKM yaitu strategi bauran pemasaran .strategi dengan memadukan unsur produk harga ,promosi dan tempat .strategi produk pengusaha keripik ini dengan menggunakan bahan produk yang berkualitas.UMKM keripik singkong selalu menjaga kualitas produk dengan memilih bahan baku berkualitas,varian rasa dan kemasan. Strategi harga diperhitungkan atas harga bahan baku varian rasa dan kemasan. strategi promosi melalui offline dan online. Untuk offline Pemilik UMKM melakukan penjualan atas permintaan konsumen dikarenakan banyak konsumen pasar yang membeli produk singkong, menjual ke warung dan word of mounth marketing yang dilakukan tanpa sadar oleh para pelanggan. Untuk penjualan online menggunakan media sosial Whatsapp para pelanggan tetap menghubungi langsung ke pemilik UMKM. strategi tempat umkm keripik menggunakan distribusi secara langsung dan tidak langsung yang langsung mengambil dari rumah pemiliki usaha umkm tidak langsung produk diambil oleh seseorang dan dijual kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Area, U. M. (2020). *analisi Deskriptif(Studi Kasus : Industri Rumah Tangga Cap Kelinci Di Tanjung Morawa* SKRIPSI OLEH: SUPRIADI HARAHAP PROGRAM STUDI AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN (*Studi Kasus : Industri Rumah Tangga Cap Kelinci Di Tanjung Mor.*
- Halim, A. (2020). Metode Penelitian Mengunggulkan Purposive. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamaju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- khoerul ummah. (2022). UMKM Berperan Penting dalam Perekonomian. 8.5.2017, *הארץ*, 2003–2005.
- Lay, C., Pratikno, Dwipayana, A. A., Santoso, P., Haryanto, Mas'udi, W., Purwoko, B., Kaho, J. R., Erawan, I. K. P., Gunanto, M. P., Sandi, A., Indrawati, S. R. I. M., Wirahadikusumah, R., Rasjid, A., Kurniadi, B. D., Keagamaan, K., Timur, J., Susantono, B., Alisjahbana, A. S., ... Toumbourou, T. (2021). Buaran pemasaran strategi. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 1(1), 105–112. https://www.ksi-indonesia.org/assets/uploads/original/2020/03/ksi-1585501090.pdf%0Ahttps://www.unhi.ac.id/id/berita/detail-berita/UNHI-Launching-Sistem-Sruti%0Ahttps://kepuustakaan-presiden.perpusnas.go.id/uploaded_files/pdf/article_clipping/normal/BUNG_KARNO_
- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 142–157.
- Ridwan, M., Citra, A., Sari, A., Maya, A., & Hayati, U. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Ngilo-ilo Melalui Inovasi Olahan Singkong. *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 9–18. <https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/amaluna/article/view/2165>
- Salazar. (2012). Pemasaran Yang Dilakukan. *Strategi Buaran Pemasaran*, 66(3), 37–39.
- Salman Al Farisi. (2022). Dalam Meningkatkan Kesejahteraan. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Shell, A. (2016). *Pengaruh Restrukturisasi KUR, Efektivitas Penggunaan Dana KUR Dan Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Pengguna KUR di Kabupaten Buleleng ditengah Pandemi COVID-19*. 1–23.
- Tamburaka, I. P., Edwin, R. S., Rumbia, W. A., Fatmawati, F., & Rizal, R. (2022). Edukasi Pengolahan Keripik Singkong Dengan Berbagai Varian Rasa Di Pondok Pesantren Darul Mukhlisin Kota Kendari. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 366–372. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i2.484>