ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA INDUSTRI KECIL KERUPUK KULIT SARI JANGEK DI KAMPUNG KALAWI KELURAHAN LUBUK LINTAH KECAMATAN KURANJI PADANG

Oleh:

POPPY PUSPITASARI

03 914 005

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL UNIVERSITAS ANDALAS UPT PERPUSTAKAAN

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2008

ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA INDUSTRI KECIL KERUPUK KULIT SARI JANGEK DI KAMPUNG KALAWI KELURAHAN LUBUK LINTAH KECAMATAN KURANJI PADANG

Oleh:

POPPY PUSPITASARI

03 914 005

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL UNIVERSITAS ANDALAS UPT PERPUSTAKAAN

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2008

SKRIPSI

ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA INDUSTRI KECIL KERUPUK KULIT SARI JANGEK DI KAMPUNG KALAWI KELURAHAN LUBUK LINTAH KECAMATAN KURANJI PADANG

Oleh :

POPPY PUSPITASARI

03 914 005

Menyetujui :

Pembimbing I	Pembimbing II
Prof. Dr. Ir. Muchlis Muchtar, MS	**Ir. Syahyana Raesi, MSc**
NIP. 130 318 502	**NIP. 131 873 986**

Dekan Fakultas Pertanian Universitas Andalas	Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Univ.Andalas
Dr. Ir. Masrul Djalal, MS	**Dr. Ir. Endry Martius, MSc**
NIP. 130 539 625	**NIP. 131 642 013**

ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA INDUSTRI KECIL KERUPUK KULIT SARI JANGEK DI KAMPUNG KALAWI KELURAHAN LUBUK LINTAH KECAMATAN KURANJI PADANG

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan pada Industri Kerupuk Kulit Sari Jangek yang beralamat di Kampung Kalawi Kelurahan Lubuk Lintah Kecamatan Kuranji Padang mulai bulan April sampai Juni 2008. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis aktivitas pada industri Sari Jangek dan menganalisis bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh industri.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, dimana pihak industri Sari Jangek dijadikan sumber data terutama data primer, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sumatera Barat, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang dan BPS Sumatera Barat. Analisis data yang digunakan yaitu analisa kuantitatif dan kualitatif. Analisa kuantitatif digunakan untuk menganalisis aktivitas usaha seperti keuntungan, sedangkan analisa kualitatif digunakan untuk menganalisis bauran pemasaran yang telah dilakukan sesuai dengan teori-teori yang ada. Data yang digunakan adalah data pada periode Januari sampai Desember 2007 dengan alasan agar data yang akan dianalisis lebih menggambarkan kondisi yang sebenarnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode Januari – Desember 2007 Industri Sari Jangek memperoleh keuntungan bersih sebesar Rp 206.557.665,- dengan harga jual untuk kerupuk *latua* Kumango dan Padang Panjang sebesar Rp 110.000,-, *latua* Padang sebesar Rp 95.000,- dan *latua* Lempeng sebesar Rp 80.000,- per kg, sedangkan untuk kerupuk siap konsumsi dijual dengan harga Rp 500,- dan Rp 1000,- per bungkus.

Dari hasil analisis bauran pemasaran diketahui bahwa produk yang dihasilkan oleh industri Sari Jangek termasuk kedalam produk konsumsi. Produk dikemas dalam plastik dengan merek 'Sari Jangek' sedangkan produk pesaing dengan merek 'Metro Jaya ' . Harga ditetapkan dengan metoda *cost plus pricing* (metode penetapan harga biaya tambahan) oleh pemilik dengan tetap memperhatikan harga yang berlaku dipasaran. Dan harga yang ditetapkan oleh industri Sari Jangek lebih mahal dari harga pesaing. Dalam pendistribusiannya, produk ini hanya dipasarkan pada satu toko saja yang terdapat di wilayah kota Padang, sedangkan diluar kota Padang sudah sampai Pesisir Selatan, Pasaman, Payakumbuh. Sedangkan pada industri pesaing memasarkan produknya hanya di kota Padang dan Pariaman. Industri Sari Jangek dan industri pesaing menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Promosi yang telah dilakukan adalah *Personal Selling*. Namun, pada industri pesaing sudah melakukan iklan melalui sarana khusus yaitu media kalender, sedangkan pada industri Sari Jangek tidak melakukan iklan dalam bentuk apapun.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program pembangunan industri dan perdagangan di Sumatera Barat diarahkan untuk mendorong pertumbuhan agroindustri dan agribisnis berskala kecil dan menengah. Agroindustri merupakan bidang industri yang erat kaitannya dengan sektor pertanian, karena itu agroindustri dipandang sebagai jembatan strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian yang seimbang antara sektor pertanian dan sektor industri, baik dari segi nilai tambah maupun segi penyerapan tenaga kerja (Diperindag,1999).

Pemberdayaan ekonomi kerakyatan itu menjadi penting dalam rangka pembangunan ekonomi daerah, mengingat potensi sektor skala usaha kecil dan menengah cukup besar, yang termasuk didalamnya adalah usaha industri. Usaha industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku dan barang setengah jadi atau barang jadi atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya untuk penggunaannya. Usaha industri tersebut terdiri dari empat skala usaha, yaitu industri besar, industri sedang, industri kecil dan industri rumah tangga (Departemen Perindustrian dan Perdagangan, 2005). Menurut Wibowo (1986), Industri adalah jenis usaha yang terutama bergerak dalam kegiatan proses perubahan suatu bahan lain yang berbeda bentuk atau sifatnya yang mempunyai nilai tambah. Kegiatan ini dapat berupa produksi atau industri pangan, pakaian, peralatan rumah tangga, kerajinan, bahan bangunan, dan sebagainya.

Potensi yang dimiliki oleh usaha kecil cukup besar. Seperti halnya Industri kecil sudah mampu memainkan peran yang strategis dalam perekonomian nasional. Sumbangannya dalam berbagai sektor pembangunan tidak perlu disangsikan lagi, serta dalam penyerapan tenaga kerja dan perluasan lapangan usaha serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Disamping itu usaha kecil mempunyai kelebihan yang tidak dimiliki oleh usaha menengah atau besar, seperti biaya organisasi yang rendah, kebebasan bergerak serta rendahnya biaya investasi (Susilobroto,2001).

Industri kecil yang merupakan bagian integral dunia usaha nasional mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dan sangat strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan tujuan pembangunan ekonomi pada khususnya. Usaha kecil merupakan kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil yang mampu memperluas lapangan kerja, dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi (Dinas Perdagangan dan Perindustrian,2003).

Menurut BPS (2003), industri kecil adalah industri yang melakukan kegiatan mengolah barang dasar menjadi barang jadi/setengah jadi, barang setengah jadi menjadi barang jadi, atau dari yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dengan maksud untuk dijual, dimana jumlah pekerja paling sedikit 5 orang dan paling banyak 19 orang termasuk pengusaha. Sedangkan industri menengah adalah industri pengolahan yang memiliki jumlah tenaga kerja 20-99 orang.

Menurut Said (1991), bahwa kelemahan industri kecil adalah masyarakat belum melaksanakan perencanaan dengan baik, mengakibatkan produk kurang mampu bersaing, harga pokok tinggi akibat biaya produksi tinggi, belum memiliki cara-cara penyaluran produk dan pemilihan saluran distribusi produk yang lebih menguntungkan, kekurangan modal untuk membiayai usaha yang menyebabkan industri lambat dalam perkembangannya.

Bila ditinjau dari aspek perkembangan jumlah unit usaha dan tenaga kerja, bahwa perkembangan industri kecil dan tenaga kerja yang dapat terserap di kota Padang secara keseluruhan terus meningkat dari tahun ke tahun. Jumlah usaha atau industri kecil terus mengalami peningkatan dari 3.834 unit pada tahun 2002 menjadi 4.381 unit pada tahun 2006, dengan peningkatan jumlah tenaga kerja yang dapat diserap sebanyak 18.995 orang, pada tahun 2002 menjadi 22.992 orang pada tahun 2006 (Lampiran 1).

1.2 Perumusan Masalah

Di Sumatera Barat telah banyak kita lihat industri kecil yang menghasilkan berbagai macam kerupuk, salah satunya adalah Industri Kerupuk Kulit Sari Jangek. Industri kerupuk kulit Sari Jangek ini mulai berproduksi pada tahun 1975 di daerah Parak Gadang. Untuk pengembangan sejak tahun 1984, seluruh kegiatan dipindahkan di Kampung Kalawi Timur No. 33 Padang. Usaha kerupuk kulit Sari Jangek saat ini memanfaatkan 17 orang tenaga kerja. Mengacu pada statistik industri kecil dan rumah tangga propinsi Sumatera Barat (2007), industri tergolong kedalam kategori industri kecil (Lampiran 2).

Dalam proses produksinya, industri kerupuk kulit Sari Jangek ini menghasilkan 2 jenis produk yaitu; kerupuk "*latua*" (Kerupuk setengah jadi), dan kerupuk siap konsumsi. Bahan bakunya berupa kulit hewan kerbau dan sapi. Dengan berkembangnya usaha kerupuk kulit Sari Jangek ini maka pimpinan melakukan diversifikasi produknya menjadi 4 jenis kerupuk kulit *latua* yaitu Kumango, Padang, Padang Panjang, dan Lempeng dan kerupuk kulit siap konsumsi terbagi atas 2 jenis yaitu; Kumango dan Padang. Hal ini dilakukan industri agar usahanya semakin banyak pelanggan dan dapat menambah pendapatan dari industri tersebut serta tidak kalah dalam persaingan produk. Jumlah produksi rata-rata pada tahun 2007 sekitar 360 kg kerupuk latua dan 1000 kg kerupuk siap konsumsi per bulan (Lampiran 3a).

Untuk kegiatan produksi, industri kerupuk kulit Sari Jangek membutuhkan bahan baku berupa kulit sapi/kerbau segar sebanyak 4000 kg/bulan. Kulit segar diperoleh dari rumah potong hewan Bandar Buat, melalui pemasok dengan sistem kontrak dengan pembayaran di muka untuk jangka waktu sekitar tiga bulan. Setelah masa kontrak berakhir, biasanya pimpinan memperpanjang dengan kontrak baru untuk jangka waktu tiga bulan berikutnya. Dengan sistem ini industri kerupuk kulit Sari Jangek tidak menghadapi persoalan kekurangan bahan baku. Bahkan pada waktu-waktu tertentu, industri Sari Jangek mendapatkan kulit segar dalam jumlah sangat banyak, namun pimpinan telah mampu melaksanakan pengawetan kulit dengan menggunakan garam. Selain kulit, bahan-bahan lain yang diperlukan diperoleh dari pasar lokal dan pemasok langganan. Pada saat ini, kegiatan produksi dilaksanakan setiap hari termasuk hari Minggu.

Volume produksi yang terjadi pada industri Sari Jangek berfluktuasi dan cenderung tetap dengan ketersediaan bahan baku yang cukup (Lampiran 3a). Serta industri ini pencatatan keuangannya masih sederhana, baik dari segi produksi dan penjualannya.

Untuk menentukan apakah suatu industri mengalami keuntungan atau kerugian maka diperlukan pembukuan yang baik dan benar. Berdasarkan hasil survey pendahuluan, diketahui bahwa industri ini menjalankan usahanya hanya berdasarkan pengalaman. Dengan menjalankan usaha industri kecil kerupuk kulit Sari Jangek belum memperhatikan kajian terhadap kegiatan usahanya. Untuk itu, agar tetap eksis dalam perdagangan yang semakin bersaing, maka diperlukan kajian terhadap kegiatan usaha yang memberikan keuntungan. Selain itu, industri ini belum melakukan analisis keuntungan terhadap penjualan yang harus dilakukan agar tidak mengalami kerugian.

Untuk menjamin kelangsungan hidup suatu industri atau perusahaan, aspek pemasaran sangatlah penting. Bila mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Oleh karena itu, peranan lembaga pemasaran menjadi amat penting (Soekartawi,1999). Menurut Kotler dan Armstrong (1997), Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Falsafah konsep pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen sasarannya, maka sebuah produk harus dirancang sedemikian rupa dengan mencampurkan semua elemen bauran pemasaran untuk mencapai sasaran pemasaran.

Ditambahkan oleh Stanton (1991), bahwa adanya persaingan dengan perusahaan lain yang sejenis, baik dalam pengelolaan produksi maupun pemasaran produk akan mempengaruhi penerimaan laba yang akhirnya mempengaruhi perkembangan usaha. Dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan bidang pemasaran produknya, karena pemasaran merupakan faktor penentu bagi besarnya volume penjualan produk yang dapat mempengaruhi perolehan keuntungan perusahaan. Hal ini juga dialami oleh industri Kerupuk Kulit Sari Jangek, jika dilihat pada tahun 2007 adanya variasi dalam volume

penjualan, dimana kondisi penjualan mengalami peningkatan pada awal tahun dan mengalami penurunan sejak bulan Mei sampai Agustus (Lampiran 3b). Hal ini dikarenakan adanya produk-produk pesaing yang lebih menguasai pasar dan juga pihak industri belum bisa memaksimalkan variabel-variabel dari bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi dan promosi. Dalam pendistribusiannya, produk ini hanya dipasarkan pada satu toko dan rumah makan saja yang terdapat diwilayah kota Padang sedangkan diluar kota Padang sudah sampai Pesisir Selatan, Pasaman, Payakumbuh, dengan harga yang lebih mahal dari harga produk pesaingnya, sejauh ini harga yang ditetapkan pihak industri dapat diterima oleh pelanggan. Namun, jika dilihat jangka panjang hal ini bisa menjadi ancaman bagi industri Sari Jangek maka mengenai penetapan harga ini sebaiknya lebih dipertimbangkan lagi agar industri ini dapat terus bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama, selain itu juga kurangnya kegiatan promosi produk secara khusus oleh pemilik, sehingga konsumen tidak begitu mengenal produk industri kerupuk kulit Sari Jangek. Maka industri kerupuk kulit Sari Jangek harus memilih dan menetapkan sistem pemasaran yang berkaitan erat dengan jalannya usaha agar upaya perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan dapat tercapai.

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan penelitian pada industri kerupuk kulit Sari Jangek, bagaimanakah aktivitas pada industri Kerupuk Kulit Sari Jangek dan sejauh manakah industri Sari Jangek ini menerapkan sistem bauran pemasaran kerupuk kulit yang dihasilkan.

Dari permasalahan yang ada tersebut, maka Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Bauran Pemasaran Pada Industri Kecil Kerupuk Kulit Sari Jangek di Kampung Kalawi Kelurahan Lubuk Lintah Kecamatan Kuranji Padang".**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan permasalahan diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis aktivitas pada Industri kecil kerupuk kulit Sari Jangek.
2. Menganalisis sistem bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh industri kecil kerupuk kulit Sari Jangek.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi industri kecil Kerupuk Kulit Sari Jangek dalam pengembangan usahanya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak pemerintah dalam menyusun kebijaksanaan untuk pengembangan industri kecil.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Industri

Industri kecil kerupuk kulit Sari Jangek yang dimiliki oleh Bapak H. Jasirun mulai dirintis sejak tahun 1975 dengan nilai investasi sebesar Rp 350.000,-. Pada mulanya usaha pengolahan kulit kerbau ini berlokasi di daerah Air Camar Kelurahan Parak Gadang Kecamatan Padang Timur. Kegiatan pengolahan kulit kerbau ini berawal dari keinginan pemilik untuk memiliki usaha sendiri sesuai dengan keahlian yang dimilikinya. Pada saat itu usaha kerupuk kulit dijalankan secara kecil-kecilan yang hanya mengolah bahan baku kering 8-12 kilogram per hari. Kegiatan produksi dan pemasaran pun tidak setiap hari dilakukan. Produk yang dihasilkan dikemas dalam bungkus-bungkus kecil yang dijual Rp 25,- per bungkus dan dipasarkan di warung-warung yang ada disekitar lokasi usaha.

Melihat kelangsungan usaha berjalan dengan baik, akhirnya pemilik berkeinginan untuk mengembangkan usahanya dengan menambah volume produksi dan juga meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Sifat produk yang tahan lama serta pemasaran yang tidak begitu sulit merupakan salah satu alasan untuk mengembangkan usaha ini.

Seiring dengan semakin berkembangnya usaha ini baik dari segi modal perusahaan maupun dari segi volume dan nilai penjualannya, upaya untuk mengembangkan usaha tersebut dimulai pada tahun 1986 yakni dengan memindahkan lokasi usaha ke Kampung Kalawi Timur no 33 Padang. Pemindahan ini disebabkan oleh luas lokasi usaha sebelumnya kurang memadai untuk meningkatkan jumlah produksi. Salah satu konsekuensi dari pengembangan usaha ini maka pada tahun 2002 pemilik usaha mendaftarkan usahanya pada Departemen Kesehatan RI dengan No. SP. 31/03.01/2002 dan pada tahun 2004 usaha industri ini juga telah didaftarkan pada Depperindag Kota Padang dengan nomor TDI. No. 5/IND.DPP/322.PDG/VI/2004.

Industri kerupuk kulit Sari Jangek ini merupakan usaha perseorangan yang dipimpin oleh seorang pimpinan yang bertanggung jawab atas semua kegiatan usaha, pimpinan usaha ini merangkap sebagai pemilik industri. Sampai saat ini, pengendalian perusahaan masih sangat tergantung kepada Bapak H. Jasirun selaku pimpinan.

Dalam kegiatan operasional perusahaan, pimpinan perusahaan mengendalikan seluruh kegiatan produksi dan pemasaran, dan dalam menjalankan kegiatan usahanya pimpinan dibantu oleh tiga bagian pekerja, yaitu:

1. Bagian Administrasi dan Keuangan, bertugas dan bertanggung jawab untuk mencatat semua administrasi dan transaksi keuangan yang terjadi sehubungan dengan jalannya kegiatan industri. Pada industri kerupuk kulit Sari Jangek ini yang menjadi tenaga administrasi dan keuangan adalah istri dari pimpinan perusahaan.
2. Bagian Produksi, bertugas dan bertanggung jawab dalam memproses bahan baku menjadi produk jadi sampai pada tahap produk kerupuk kulit siap untuk dipasarkan.
3. Bagian Pemasaran, bertugas dan bertanggung jawab untuk memasarkan produk dari perusahaan ke daerah-daerah pemasaran.

Industri kerupuk kulit Sari Jangek dikelola secara kekeluargaan, dan memiliki catatan adminstrasi maupun keuangan perusahaan yang masih sederhana dan tidak memiliki struktur organisasi yang tertulis. Akan tetapi pada saat ini struktur organisasi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

V. KESIMPULAN DAN SARAN

MILIK
UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS ANDALAS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Bauran Pemasaran Pada Industri Kecil Kerupuk Kulit Sari Jangek di Kampung Kalawi Kelurahan Lubuk Lintah Kecamatan Kuranji Padang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Industri kerupuk kulit Sari Jangek menghasilkan produknya baik kerupuk *latua* dan kerupuk kulit siap konsumsi dengan menggunakan bahan baku kulit kerbau memperoleh keuntungan dari penjualan kerupuk *latua* selama tahun 2007 adalah sebesar Rp 43.500.872,- atau dengan kata lain rata-rata laba bersih per bulannya adalah Rp 3.625.072,-. Sedangkan keuntungan yang diperoleh dari penjualan kerupuk kulit siap konsumsi adalah Rp 163.052.792,- dengan laba bersih rata-rata Rp 13.587.732,- per bulannya.
2) Bauran pemasaran yang dilakukan oleh industri kerupuk kulit Sari Jangek mencakup 4P, yaitu:
   a. Produk (*Product*) yang dihasilkan oleh industri kerupuk kulit Sari Jangek terdiri dari dua jenis yaitu kerupuk *latua* dan kerupuk kulit siap konsumsi yang tergolong kedalam produk konsumsi jenis konvenien. Kerupuk kulit yang dihasilkan memiliki rasa yang renyah dan gurih. Dan industri tersebut telah melakukan diversifikasi produknya menjadi 4 jenis, sedangkan produk pesaing yakni industri Metro Jaya hanya memproduksi satu jenis kerupuk *latua* yaitu *latua* Padang. Produk pesaing kerupuk *latua* hasil produksi industri Metro Jaya memiliki ukuran lebih besar dari produk sejenis yaitu jenis *latua* Padang dan juga mempunyai warna lebih gelap jika dibandingkan dengan kerupuk *latua* yang dijual oleh industri Sari Jangek. Mutu produk yang dihasilkan industri Sari Jangek lebih tahan lama dibandingkan dengan produk pesaing Dari segi merek, pada kedua industri tersebut mempunyai ciri khas masing-masing dalam pembuatan merek tersebut, sehingga konsumen dapat mengenali produk yang dihasilkan oleh kedua usaha tersebut dengan mudah. Dan dari segi pengemasan, kerupuk kulit yang dilakukan oleh industri kerupuk kulit Sari Jangek untuk kerupuk "*latua*" padang lebih ringan berat isinya

dibandingkan yang dijual oleh pesaing, dan untuk kerupuk kulit siap konsumsi ukuran plastik tersebut lebih kecil dibandingkan dengan pesaing.

b. Harga (*Price*), Harga jual yang ditetapkan oleh industri kerupuk kulit Sari Jangek untuk jenis kerupuk *latua* Padang lebih mahal dibandingkan dengan pesaingnya, sejauh ini harga yang ditetapkan pihak industri dapat diterima oleh pelanggan. Namun, jika dilihat dalam jangka waktu yang cukup lama hal ini bisa menjadi ancaman bagi industri Sari Jangek untuk dapat terus bertahan. Dan harga kerupuk kulit siap konsumsi yang dijual sama dengan harga jual pesaing. Harga produk ditetapkan dengan metode penetapan harga biaya tambahan dengan tetap memperhatikan harga pasar.

c. Distribusi (*Place*), saluran distribusi yang digunakan oleh industri Sari Jangek dengan pesaingnya sama yaitu menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Namun, pada saluran distribusi tidak langsung yang dilakukan oleh pesaing menjual produknya melalui pedagang besar (grosir) dan pedagang pengecer, sedangkan pada induatri Sari Jangek hanya melalui pedagang pengecer saja baik itu dalam wilayah kota Padang ataupun luar kota Padang.

d. Promosi (*Promotion*), untuk kegiatan promosi yang dilakukan industri kerupuk kulit Sari Jangek secara *personal selling* sama seperti yang dilakukan pesaing. Namun, dalam hal iklan pesaing melakukan promosi melalui sarana khusus yaitu media kalender yang diberikan menjelang tahun baru secara cuma-cuma. Dikarenakan kurangnya kegiatan promosi produk secara khusus oleh pemilik tersebut, sehingga konsumen tidak begitu mengenal produk industri kerupuk kulit Sari Jangek.

5.2 Saran

Sehubungan dengan analisa bauran pemasaran pada industri kerupuk kulit Sari Jangek yang telah dilakukan, maka disarankan kepada pihak industri sebagai berikut:

1) Disarankan kepada pimpinan industri kerupuk kulit Sari Jangek untuk tetap mempertahankan mutu produk agar konsumen tetap mengkonsumsi produk yang dihasilkannya.
2) Disarankan kepada pihak industri agar memberikan potongan harga bagi pelanggan yang membeli produk dalam jumlah tertentu.
3) Pada label kemasan, disarankan agar mencantumkan batas kadaluarsa produk, agar konsumen tahu apakah produk yang mereka beli masih bagus untuk dikonsumsi atau tidak.
4) Agar menambah media periklanan produk untuk meningkatkan volume penjualan, yang dilaksanakan secara intensif pada bulan ramadhan dan masa liburan karena dalam waktu-waktu ini jumlah konsumen potensial meningkat.
5) Bagi pemerintah diharapkan untuk dapat mengadakan pembinaan bagi industri kecil baik berupa pelatihan perbaikan mutu produk maupun pembinaan keuangan, agar industri dapat bertahan dan menghasilkan produk yang bermutu.

DAFTAR PUSTAKA

[BPS]. Badan Pusat Statistik. 2003. *Statistik Industri Kecil dan Rumah tangga Sumatera Barat*. BPS. Sumbar. Padang.

Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. ANDI Yogyakarta. 258 hal.

[Depperindag]. Departemen Perindustrian Dan Perdagangan Propinsi Sumatera Barat. 2005. *Industri Perdagangan Sumatera Barat Dalam Angka*. Padang.

[Diperindag] Dinas Perdagangan dan Perindustrian Propinsi Sumatera Barat. 1999. *Kriteria Industri Dan Perdagangan Sumatera Barat*.

_____. 2003. *Kriteria Industri dan Perdagangan Sumatera Barat*. Padang.

Febria, E.P.V. 2004. *Analisis Usaha Industri Kerupuk Kulit Metro Jaya di Kecamatan Nanggalo Kota Padang*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.

Hadibroto. 1980. *Dasar-dasar Akuntansi*. LP3S. Jakarta.

Haryati, Rosi. 2000. *Analisis Usaha dan Bauran Pemasaran Kerupuk Kulit, studi kasus Industri Kecil Kerupuk Kulit Sejati di Desa Tigo Tumpuak Kecamatan Limo Kaum, Kabupaten Tanah Datar*. Fakultas Pertanian Unand. Padang.

Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo. Jakarta.

Kotler dan Amstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Prenhalindo. Jakarta.

Mubyarto. 1994. *Politik Pertanian dan Pembangunan Pedesaan*. Penerbit Sinar Harapan. Jakarta.

Mulyadi. 2000. *Akuntansi Biaya*. Aditya media. Yogyakarta. 562 hal.

Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat. Yogyakarta.

Munawir, S. 1988. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta.

Nasir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Restuti , Yessi. 2000. Prospek Pengembangan Industri Kerupuk Kulit di Kabupaten Tanah Datar. [Skripsi]. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas. Padang.