

**ANALISA BAURAN PEMASARAN DAN FORMULASI
STRATEGI PEMASARAN KERUPUK KULIT PADA USAHA
INDUSTRI KECIL**

(Studi Kasus Pada Usaha Kerupuk Kulit Citra Mandiri di Kota Padang)

SKRIPSI

Oleh :

Dian Permata Yani
02164005



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS**

2007

**ANALISA BAURAN PEMASARAN DAN FORMULASI STRATEGI
PEMASARAN KERUPUK KULIT PADA USAHA INDUSTRI KECIL**
(Studi Kasus Pada Usaha Kerupuk Kulit Citra Mandiri di Kota Padang)

DIAN PERMATA YANI, dibawah bimbingan
Ir. Andri, MS dan Ir. Boyon, MP
Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Jurusan Produksi ternak
Fakultas Peternakan Universitas Andalas 2007

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada usaha industri kecil Citra Mandiri di Jalan Gunung Semeru III Gunung Pangilun, Padang dari tanggal 15 April sampai dengan 15 Mei 2007. Tujuan penelitian adalah : untuk mengetahui bauran pemasaran yang telah dilakukan pada usaha industri kecil kerupuk kulit Citra Mandiri dan memformulasikan strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh usaha industri kecil kerupuk kulit Citra Mandiri.

Metode yang digunakan adalah studi kasus dan melakukan pengamatan secara langsung kelokasi penelitian serta mengadakan wawancara terhadap informan dengan menggunakan daftar pertanyaan.

Analisa data yang digunakan adalah analisa deskriptif untuk mengungkapkan kondisi perusahaan dalam menetapkan kebijakan pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi, dan promosi. Analisa juga menggunakan analisis SWOT untuk menyusun strategi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran pada usaha industri kecil Citra Mandiri meliputi produk yang dihasilkan yaitu kerupuk mentah (kulit kering), kerupuk latua, dan kerupuk siap konsumsi. Harga yang ditetapkan untuk masing-masing produk adalah Rp. 30.000/Kg, Rp. 70.000/Kg, Rp. 10.000/pack (Rp. 400/Bungkus). Distribusi yang digunakan melalui distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Promosi yang dilakukan adalah personal selling, promosi penjualan, dan publisitas. strategi prioritas yang dapat dilakukan yaitu perusahaan mengintensifkan pemasaran ke pelanggan yang ada, pengembangan atribut produk serta tetap mempertahankan strategi promosi yang telah dilakukan.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Strategi, Kerupuk Kulit

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Program pengembangan industri dan perdagangan di Sumatera Barat diarahkan untuk mendorong pertumbuhan agroindustri dan agribisnis berskala kecil dan menengah dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang tersedia, sehingga berdampak positif terhadap penyerapan tenaga kerja yang pada nantinya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Di kota Padang terdapat sebanyak 4.212 unit usaha industri kecil diantaranya terdapat berbagai unit usaha kerupuk dan sejenisnya sebanyak 178 unit usaha dengan kapasitas produksi tahun 2005 sebanyak 905.241 kg dengan nilai produksi sebesar Rp. 9.441.204.000 dan nilai investasi Rp. 525 780.000 (Deperindag, 2005).

Usaha agroindustri yang berkembang saat ini adalah usaha industri kerupuk kulit. Usaha ini mengolah bahan baku dari ternak berupa kulit menjadi produk yang dapat dikonsumsi dan bernilai ekonomis. Di Sumatera Barat kerupuk kulit ini dikenal dengan "kerupuk Jangek".

Kerupuk kulit Citra Mandiri merupakan salah satu usaha kerupuk kulit yang ada di Kota Padang. Usaha kerupuk kulit Citra Mandiri ini terletak di jalan Gunung Semeru III, Gunung Pangilun. Usaha yang dimiliki oleh bapak Abu Zanar ini telah berkembang sejak tahun 1978. disamping itu usaha industri kecil ini menghasilkan tiga jenis produk yaitunya kerupuk mentah (kulit kering), kerupuk latua, dan kerupuk siap konsumsi. Dari tenaga kerjanya usaha ini telah menyerap sebanyak 10 orang termasuk pengusaha. Berdasarkan besar kecilnya industri, usaha kerupuk kulit ini merupakan usaha industri kecil (BPS, 1999).

Bahan baku yang biasanya berupa kulit basah biasanya didapat dari rumah potong yang ada di kota padang seperti rumah potong Lubuk Buaya dan Bandar Buat. Usaha kerupuk kulit ini juga telah memasarkan produknya ke berbagai daerah selain kota Padang seperti Pariaman, Pesisir Selatan, dan mulai memasuki daerah Dhamasraya dan Gunung Medan. Walaupun usaha kerupuk kulit Citra Mandiri ini cukup berkembang namun ini merupakan tantangan bagi usahawan dalam menghadapi pelanggan dan pesaingnya pada saat ini yang semakin banyak. Untuk itu diperlukan suatu penguasaan pasar yang kuat untuk menghadapinya.

Keberhasilan usaha industri kerupuk kulit bukan saja harus ditunjang oleh aspek teknis, namun juga aspek ekonomis diantaranya aspek pasar dan pemasaran. Pemasaran sebagai salah satu mata rantai usaha dan mempunyai peranan yang penting bagi pengembangan usaha tersebut. Pemasaran merupakan proses lanjutan dari produksi dimana pemasaran sangat penting bagi pengusaha dalam rangka menyampaikan hasil produksinya kepada konsumen. Selain itu pemasaran juga berperan penting dalam meningkatkan volume penjualan sehingga dengan meningkatnya volume penjualan akan memberi keuntungan bagi pengusaha.

Menetapkan strategi pemasaran yang baik dan tepat dengan berorientasi pasar serta mengantisipasi persaingan antar usaha sejenis merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan kegiatan pemasaran. Perusahaan juga harus mampu mengenali lingkungannya baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.

Suatu perusahaan (usaha) yang efisien dalam mengelola produksinya mungkin saja gagal karena strategi utamanya tidak tepat. Perumusan strategi yang tepat bagi suatu usaha dapat dilakukan dengan memantau lingkungan melalui teknik-teknik analisa lingkungan yang dapat menentukan dimana posisi usaha

berada apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan tersebut sehingga dapat mengantisipasi persaingan.

Menurut Swastha (1995), salah satu alat untuk menentukan keberhasilan pemasaran adalah marketing mix yaitu kombinasi empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi. Dengan kombinasi empat variabel diatas maka diharapkan dapat berfungsi secara terpadu sehingga usaha dapat berjalan terus dengan baik dan dapat mengatasi persaingan dari usaha industri kecil lainnya yang semakin meningkat.

Dari permasalahan tersebut diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul "**Analisa Bauran Pemasaran dan Formulasi Strategi Pemasaran Kerupuk Kulit Pada Usaha Industri Kecil (Studi Kasus Pada Usaha Kerupuk Kulit Citra Mandiri di Kota Padang)**".

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bauran pemasaran (marketing mix) yang telah dilakukan oleh usaha kerupuk kulit Citra Mandiri
2. Strategi pemasaran apa yang sebaiknya dilakukan oleh usaha kerupuk kulit Citra Mandiri

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran (4p) yang telah dilakukan pada usaha kerupuk kulit Citra Mandiri

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh dari penelitian ini didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. salah satu perangkat yang menentukan keberhasilan usaha adalah marketing mix. Aktivitas pemasaran marketing mix yang dilakukan oleh usaha kerupuk kulit Citra Mandiri antara lain : a. produk meliputi : kulit kering, kerupuk latua dan kerupuk siap konsumsi, b. Harga, yang ditetapkan untuk masing-masing produk yaitu kerupuk mentah atau kerupuk kering Rp. 30.000/kg, kerupuk latua Rp. 70.000/Kg dan kerupuk siap konsumsi Rp. 400/bungkus, c. Distribusi yaitu melalui distribusi langsung dan distribusi tidak langsung, d. Promosi, yang meliputi personal selling, promosi penjualan dan publisitas.
2. Strategi prioritas yang dapat dilakukan oleh industri kecil Citra Mandiri adalah perusahaan mengintensifkan pemasaran kepelanggan yang telah ada dan memperluas pemasarannya serta pengembangan atribut produk diantaranya yaitu mengembangkan model dan ukuran produk.

B. Saran

1. Agar mendapatkan kepercayaan dari konsumen terhadap produk kerupuk kulit sebaiknya usaha kerupuk kulit Citra Mandiri mencantumkan legalitas perizinannya

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwilaga. 1982. Ilmu Usaha Tani. Universitas Padjajaran, Bandung
- Arief, Yuliar S, Wiludjeng R, Elli R, dan Eliza N. Efesiensi Ekonomi Agroindustri Kulit di Sumatera Barat.1996.Laporan Penelitian. Universitas Andalas. Padang
- Assauri, S. 2002. Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi).PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Betri, E. 2005. Analisa usaha kerupuk kulit. Skripsi Fakultas Peternakan. Universitas Andalas.
- BPS. 1999. Statistik Industri Kecil dan Rumah Tangga Sumatera Barat. Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, Padang
- Departemen Perindustrian dan Perdagangan. 2005. Laporan Tahunan Departemen Perindustrian dan Perdagangan 2004/2005. Deperindag, Padang
- Djalil, M., I Made Sughita, dan Lukman Ibrahim. 1982. Teknologi Kulit. Diktat Fakultas Peternakan, Universitas Andalas, Padang.
- Downey, D.W dan S.P. Ericsson. 1992. Manajemen Agribisnis. Erlangga, Jakarta.
- Haryati, R. 2001. Analisa usaha dan bauran pemasaran kerupuk kulit studi kasus industri kerupuk kulit sejati didesa Tigo Tumpuak Kec. Lima Kaum Kab. Tanah Datar. Skripsi Fakultas Pertanian. Universitas Andalas, Padang
- Hurriyati, Ratih. 2005. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Alfabeta, Bandung
- Judoamidjojo R.M. 1981.Teknik Penyamakan Kulit Untuk Pedesaan. Penerbit Angkasa Bandung, Bandung
- Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran. Terjemahan : Hendra Teguh, dan Rhonny A. Rusli. Edisi Milenium. Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Alih Bahasa: Alexander Sindoro. PT. Prehallindo. Jakarta.
- _____. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan Jilid 2. Prehallindo, Jakarta.
- Mursid, M. 1993. Manajemen Pemasaran. Bumi Aksara, Jakarta.