

Analisis Bauran Pemasaran Produk Kerupuk Unyil Di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen

Marketing Mix Analysis Of Unyil Cracker Products In Padang Kasab Village, Peulimbang Sub-District Bireuen Regency

Raihan Miski^{1✉}

Diterima: 2 Januari 2024. Disetujui: 24 January 2024. Dipublikasi: 02 February 2024

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan dan implementasi bauran pemasaran (*marketing mix*) produk kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada usaha kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen diperoleh hasil bahwa harga produk yang ditawarkan pada usaha kerupuk unyil bervariasi tergantung pesanan dengan minimal pembelian Rp. 5.000 dan harga tersebut terjangkau bagi semua kalangan. Produk kerupuk unyil dikemas dengan sederhana hanya menggunakan plastik transparan dan produk kerupuk unyil berpotensi rusak pada musim hujan. Kegiatan promosi kerupuk unyil dilakukan dari mulut ke mulut dan juga menggunakan media sosial. Tempat pemasaran yang dipilih untuk memasarkan produk kerupuk unyil sangat strategis dekat dengan jalan utama sehingga mudah diakses oleh konsumen. Tenaga kerja yang digunakan pada usaha kerupuk unyil sangat bertanggung jawab terhadap tugasnya masing-masing dan mampu bersikap ramah terhadap konsumen sehingga berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Proses produksi dan pemasaran kerupuk unyil sangat fleksibel sehingga usaha tersebut mampu beradaptasi dengan perubahan pasar. Usaha kerupuk unyil memiliki fasilitas fisik berupa toko tempat pemasaran yang memiliki lahan yang luas dan bersih memungkinkan konsumen memarkirkan kendaraannya.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Kerupuk Unyil

ABSTRACT. The aim of this research is to determine the application and implementation of the marketing mix for Unyil Cracker products in Padang Kasab Village, Peulimbang Sub-district, Bireuen Regency. Based on the research conducted on the Unyil Cracker business in Padang Kasab Village, Peulimbang Sub-district, Bireuen Regency, it was found that the offered product prices vary depending on the order, with a minimum purchase of Rp. 5,000, making it affordable for all groups. The Unyil Cracker products are simply packaged using transparent plastic, and they have the potential to be damaged during the rainy season. Promotion activities for Unyil Crackers are conducted through word of mouth and also using social media. The chosen marketing location for Unyil Cracker products is strategically located near the main road, making it easily accessible to consumers. The workforce employed in the Unyil Cracker business is highly responsible for their respective tasks and can interact friendly with consumers, influencing consumer buying interest. The production and marketing processes of Unyil Crackers are highly flexible, allowing the business to adapt to market changes. The Unyil Cracker business has physical facilities in the form of a store for marketing with a spacious and clean area that allows consumers to park their vehicles.

Keyword: Marketing Mix, Unyil Crackers

Pendahuluan

Agroindustri sebagai salah satu subsistem dari agribisnis merupakan kegiatan yang mampu untuk meningkatkan nilai tambah komoditi, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha serta meningkatkan tingkat pendapatan dan kesejahteraan pengrajin (Saragih, 2018). Industri pengolahan produk pertanian sangat penting mengingat spesifikasi dari produk pertanian yang mudah rusak dan memiliki nilai rendah. Adanya industri pengolahan yang memperhatikan mekanisme pemasaran tentunya akan mampu meningkatkan nilai tambah dan kualitas dari produk pertanian tersebut.

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap *image* suatu produk. Oleh karena itu bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk (Syamil, 2019). Begitu halnya dalam mengelola suatu industri rumah tangga, perlu adanya manajemen yang baik agar dapat mempercepat laju pemasaran produk yang telah diproduksi. Meskipun industri rumah tangga masih tergolong industri yang berskala kecil hingga menengah, namun manajemen yang baik sangat diperlukan agar mampu mempercepat tercapainya tujuan.

Kerupuk merupakan makanan ringan yang bertekstur garing dan sering disajikan sebagai pelengkap untuk berbagai makanan (Koswara,

✉ Safira Rizqi

raihanmiski1@gmail.com

Mahasiswa Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Almuslim

2017). Pada umumnya kerupuk merupakan makanan ciri khas di setiap daerah atau makanan pendamping di setiap kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa. Produk kerupuk yang ditawarkan di pasaran mulai beragam dari varian rasa hingga bentuk. Kerupuk terbuat dari berbagai olahan tepung tapioka, tepung beras, bawang, beserta campuran lainnya. Kerupuk merupakan makanan ciri khas orang Indonesia banyak di temui di berbagai toko atau warung-warung terdekat. Karena kerupuk sangat populer dan banyak digemari di kalangan masyarakat, maka tidak heran jika kerupuk, juga diolah guna menambah nilai ekonomis melalui serangkaian proses produksi. Salah satu kegiatan agroindustri kerupuk yang ada di Provinsi Aceh adalah usaha kerupuk Unyil yang berada di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen yang dikelola oleh bapak Mustafa. Bapak Mustafa adalah seorang pengusaha yang berusia 40 tahun, usahanya sudah berjalan selama lebih dari 10 tahun. Awalnya, usahanya tersebut memproduksi kerupuk unyil dalam bentuk mentah, yang kemudian semakin berkembang dan memasarkan produk kerupuk siap dikonsumsi. Produk kerupuk tersebut diolah melalui proses menggoreng dan dikemas kemudian dipasarkan.

Harga yang ditawarkan memang tergolong cukup terjangkau sehingga berpotensi besar industri ini dapat berkembang. Dari segi promosi yang dilakukan masih kurang efektif karena tanpa menggunakan media promosi, hanya berupa informasi dari mulut ke mulut saja. Tempat yang dipilih untuk memasarkan produknya masih di toko depan rumah, ada juga pengecer yang datang langsung ke tempat produksi olahan kerupuk unyil tersebut.

Berubah-ubahnya kebutuhan konsumen pada kondisi tertentu menjadikan berfluktuasinya permintaan kerupuk unyil. Adanya permintaan konsumen yang berfluktuatif disebabkan oleh munculnya pesaing-pesaing baru yang memasarkan produk sejenis dipasaran. Kondisi yang dihadapi oleh agroindustri tersebut tentunya sangat tidak menguntungkan bagi pihak agroindustri ini sendiri yang menginginkan tingkat penjualan yang meningkat sebagai profit yang di peroleh dapat pula meningkat. Keadaan yang dihadapi oleh agroindustri kerupuk unyil ini sangat berkaitan erat dengan efektifitas dan efisiensi strategi pemasaran yang telah dijalankan oleh agroindustri tersebut yakni strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang mencakup aspek produk, harga, distribusi dan promosi.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, usaha kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen melakukan pemasaran produk dengan harga yang tetap dan tidak ada variasi harga. Komponen harga memiliki peran yang sangat penting dalam proses pemasaran produk. Dengan adanya variasi harga, konsumen akan memiliki banyak pilihan dalam membuat keputusan pembelian produk kerupuk unyil. Dari segi tempat, pemasaran produk kerupuk unyil belum dipasarkan ke luar daerah, padahal secara kualitas produk kerupuk unyil sangat potensial untuk dikembangkan. Hal ini dikarenakan jika pangsa pasar meningkat, maka tentu permintaan akan meningkat, jumlah produk yang dihasilkan juga harus meningkat, termasuk juga tenaga produksi akan meningkat yang berpengaruh terhadap pendapatan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi bauran pemasaran (*marketing mix*) produk kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen.

Metode

Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode jenis penelitian Kualitatif. Metode Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang juga disebut pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat Penelitian. Penelitian kualitatif mencari makna, pemahaman, pengertian, tentang suatu fenomena, kejadian maupun kehidupan manusia dengan terlibat langsung dan atau tidak langsung dalam setting yang diteliti, kontekstual dan menyeluruh sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian dimana ia tidak menggunakan rumus statistik dalam menyelesaikan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Bauran Pemasaran Kerupuk Unyil

Bauran pemasaran pada usaha kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen meliputi 7 aspek. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, diketahui aspek bauran pemasaran tersebut dapat dilihat pada uraian berikut.

Harga (*Price*)

Penentuan harga sangat menentukan posisi sebuah usaha, apabila menawarkan produk dengan harga yang tinggi dengan mutu produk yang rendah maka unit bisnis akan gulung tikar, sebaliknya apabila penentuan harga sangat rendah maka unit bisnis akan mengalami kerugian. Demikian juga pada usaha kerupuk unyil di Desa Padang Kasab

Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen, penentuan harga harus memperhitungkan berapa besarnya pengeluaran dan riset lapangan. Hal ini penting, karena harga akan menentukan produk yang di tawarkan laku atau tidak di pasaran.

Usaha kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen menetapkan harga dengan cara memperhitungkan biaya pengeluaran operasional, biaya produksi, keuntungan dan melakukan riset lapangan. Harga yang ditawarkan bervariasi dengan minimal harga yang ditawarkan Rp.5.000/ 100 gr dan harga produk mentah Rp.20.000/kg. Harga produk kerupuk unyil tersebut sangat terjangkau bagi semua kalangan masyarakat. Demikian juga harga yang ditawarkan kepada agen dan pedagang pengecer juga bervariasi. Hal ini dikarenakan perbedaan antara harga agen dan harga pengecer adalah bagian dari rantai distribusi dan strategi pemasaran dalam bisnis. Agen mungkin memiliki biaya distribusi tambahan yang terkait dengan penyimpanan, transportasi, dan manajemen stok. Biaya-biaya ini dapat mempengaruhi harga yang dikenakan kepada pengecer.

Pengecer kerupuk unyil, di sisi lain, mungkin memiliki biaya distribusi yang lebih rendah karena mereka mungkin hanya mengambil produk dari agen dan mengirimkannya langsung ke konsumen. Agen dan pengecer mungkin memiliki strategi pemasaran dan tujuan laba yang berbeda. Beberapa agen mungkin fokus pada margin keuntungan yang lebih kecil per unit, tetapi dengan volume penjualan yang tinggi, sementara pengecer mungkin berusaha untuk mendapatkan keuntungan lebih besar per unit dengan menargetkan segmen pasar yang lebih spesifik.

Produk (Product)

Produk merupakan suatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen merupakan jenis makanan ringan yang terbuat dari beberapa bahan baku sederhana. Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan kerupuk unyil yaitu tepung terigu, tepung tapioka, dan beberapa bahan campuran lainnya seperti kemiri, pala, bawang putih, dan lain-lainnya. Dalam mengolah produk kerupuk unyil, pelaku usaha selalu menjaga kualitas produk dengan baik. Namun, terdapat faktor yang dapat mengurangi kualitas produk tersebut seperti kondisi cuaca yang tidak kondusif. Pada musim hujan produk kerupuk unyil berpotensi rusak apabila tidak dilakukan penanganan yang tepat.

Produk kerupuk unyil tersebut dapat berjamur sehingga mempengaruhi kualitas produk. Untuk penanganan masalah tersebut, produk diangin-anginkan.

Pengemasan produk adalah proses merancang dan melaksanakan kemasan untuk produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk produk, tetapi juga memainkan peranan penting dalam pemasaran, perlindungan produk, dan kenyamanan konsumen. Kemasan produk adalah elemen penting dalam strategi pemasaran produk kerupuk unyil. Kemasan dapat membantu menciptakan identitas, menarik perhatian konsumen, dan menyampaikan informasi produk kerupuk unyil. Namun, berdasarkan hasil pengamatan di lapangan diperoleh bahwa kemasan yang digunakan pada produk kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen sangat sederhana, hanya menggunakan plastik transparan seperti plastik Polypropylene dan tidak menggunakan label. Padahal label memiliki peran yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk. Label menyediakan informasi rinci tentang produk, termasuk bahan baku, instruksi penggunaan, petunjuk penyimpanan, tanggal kedaluwarsa, dan informasi lainnya. Ini membantu konsumen untuk membuat keputusan yang lebih informasional dan bijak saat membeli dan menggunakan produk.

Dalam industri makanan dan minuman, variasi produk dapat muncul sebagai respons terhadap perubahan selera konsumen, atau permintaan pasar untuk pilihan makanan yang lebih sehat. Perubahan budaya dan kebiasaan makan juga dapat mendorong inovasi dalam menciptakan variasi produk baru. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan diperoleh bahwa jenis produk kerupuk unyil pada usaha milik bapak Mustafa tidak terdapat variasi. Produk hanya diolah dalam 1 variasi saja. Padahal variasi produk sangat berpengaruh bagi pemasaran produk kerupuk unyil. Variasi produk memungkinkan usaha kerupuk unyil dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi yang beragam dari konsumen. Setiap orang memiliki selera dan kebutuhan yang berbeda, sehingga memiliki berbagai pilihan produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan kerupuk unyil. Produk kerupuk unyil yang dijual di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen dalam bentuk mentah dan siap saji. Hal tersebut tergantung dari permintaan konsumen.

Daya tahan produk merujuk pada kemampuan suatu produk untuk tetap berfungsi atau mempertahankan kualitasnya selama periode waktu tertentu di bawah penggunaan yang normal.

Daya tahan produk menjadi faktor penting baik dari perspektif konsumen maupun produsen. Daya tahan produk kerupuk unyil yang sudah digoreng hanya 1 minggu. Produk kerupuk unyil yang sudah lebih 1 minggu akan berbau tidak sedap dan teksturnya menjadi alot. Sementara produk kerupuk unyil mentah dapat bertahan dalam waktu yang sangat lama. Daya tahan produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen, mengurangi biaya penggantian, dan membangun reputasi positif bagi produsen. Oleh karena itu, daya tahan produk menjadi faktor penting dalam keseluruhan pengalaman produk kerupuk unyil.

Promosi (*Promotion*)

Dalam era digital yang semakin maju, media sosial telah menjadi platform yang sangat efektif untuk mempromosikan produk dan jasa. Salah satu produk yang dapat diuntungkan dari promosi melalui media sosial adalah kerupuk. Berdasarkan hasil pengamatan diketahui bahwa usaha kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook dan Tik Tok dan juga menyebarkan informasi dari mulut ke mulut dengan menemui konsumen dengan bertatap langsung.

Media sosial memberikan akses yang luas kepada pengguna. Dengan jutaan pengguna aktif setiap hari, platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter dapat mencapai audiens yang sangat besar. Dalam hal promosi kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen., ini berarti dapat menjangkau konsumen lebih luas. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti iklan berbayar dan postingan yang dapat dibagikan, promosi kerupuk dapat dengan mudah menyebar dan mencapai target pasar yang lebih luas.

Selain itu, media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara produsen dan konsumen. Dalam konteks promosi kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen, ini berarti produsen dapat berkomunikasi langsung dengan konsumen potensial untuk menjawab pertanyaan mereka, dan memberikan informasi lebih lanjut tentang produk kerupuk unyil. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memungkinkan produsen untuk mendapatkan umpan balik langsung tentang produk mereka. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti komentar dan pesan pribadi, produsen dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dan meningkatkan loyalitas merek.

Promosi kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen melalui media sosial facebook dan whatsapp adalah strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Dengan akses yang luas, interaksi langsung, dan fitur-fitur kreatif, media sosial dapat membantu produsen kerupuk mencapai target pasar yang lebih luas, membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, dan meningkatkan kesadaran merek. Oleh karena itu, produsen kerupuk harus memanfaatkan potensi media sosial dalam upaya promosi mereka. Dalam era digital yang semakin maju, media sosial telah menjadi platform yang sangat efektif untuk mempromosikan produk dan jasa. Salah satu produk yang dapat diuntungkan dari promosi melalui media sosial adalah kerupuk. Berdasarkan hasil pengamatan diketahui bahwa usaha kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook dan Tik Tok dan juga menyebarkan informasi dari mulut ke mulut dengan menemui konsumen dengan bertatap langsung.

Media sosial memberikan akses yang luas kepada pengguna. Dengan jutaan pengguna aktif setiap hari, platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter dapat mencapai audiens yang sangat besar. Dalam hal promosi kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen, ini berarti dapat menjangkau konsumen lebih luas. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti iklan berbayar dan postingan yang dapat dibagikan, promosi kerupuk dapat dengan mudah menyebar dan mencapai target pasar yang lebih luas.

Selain itu, media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara produsen dan konsumen. Dalam konteks promosi kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen, ini berarti produsen dapat berkomunikasi langsung dengan konsumen potensial untuk menjawab pertanyaan mereka, dan memberikan informasi lebih lanjut tentang produk kerupuk unyil. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memungkinkan produsen untuk mendapatkan umpan balik langsung tentang produk mereka. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti komentar dan pesan pribadi, produsen dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dan meningkatkan loyalitas merek.

Promosi kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen melalui media sosial facebook dan whatsapp adalah

strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Dengan akses yang luas, interaksi langsung, dan fitur-fitur kreatif, media sosial dapat membantu produsen kerupuk mencapai target

Tempat (*Place*)

Dalam dunia bisnis, keberhasilan produk tidak hanya bergantung pada kualitas dan keunggulan produk itu sendiri, tetapi juga pada lokasi tempat produk tersebut dipasarkan. Hal ini tidak terkecuali untuk produk kerupuk unyil, yang merupakan camilan yang sangat disukai di berbagai kalangan masyarakat. Pemilihan tempat pemasaran memiliki peran penting dalam keberhasilan bisnis kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen. Lokasi tempat pemasaran tidak hanya memengaruhi tingkat visibilitas dan aksesibilitas produk kerupuk unyil, tetapi juga berdampak pada berbagai aspek lainnya yang dapat mempengaruhi performa dan pertumbuhan usaha kerupuk tersebut. Sejauh ini produk kerupuk unyil sangat mudah didapatkan karena lokasi pemasaran yang dipilih sangat strategis. Lokasi pemasaran kerupuk yaitu Toko yang terletak di depan rumah dan dekat dengan jalan raya. Selain produk kerupuk jadi, usaha kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen juga memasarkan produk kerupuk unyil mentah dipasarkan ke Takengon, Banda Aceh, dan Idi. Namun produk kerupuk unyil belum di pasarkan ke luar provinsi.

Salah satu faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam memilih lokasi pemasaran untuk produk kerupuk adalah demografi dan preferensi konsumen di daerah tersebut. Jika produk kerupuk unyil lebih ditujukan untuk konsumen muda, maka memilih lokasi di sekitar kampus atau pusat hiburan dapat meningkatkan daya tarik produk kerupuk unyil. Lokasi yang terlihat dan mudah diakses oleh konsumen potensial adalah kunci kesuksesan pemasaran produk kerupuk. Tempat yang dipilih merupakan tempat yang strategis, di mana pelanggan dapat dengan mudah menemukan dan mengakses produk kerupuk unyil

Dalam bisnis kerupuk yang kompetitif, pemilihan lokasi pemasaran yang tepat adalah langkah strategis untuk meningkatkan keberhasilan produk kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen. Melibatkan pemahaman mendalam tentang demografi lokal, persaingan pasar, dan budaya konsumen dapat membantu menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan memberikan dampak positif pada pertumbuhan usaha kerupuk tersebut. Oleh karena itu, sebelum produk kerupuk

didistribusikan ke wilayah pemasaran, pelaku usaha harus melakukan analisis pasar yang teliti dan memilih lokasi yang mendukung visi dan tujuan dari usaha kerupuk unyil tersebut.

Orang (*Participant*)

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa orang yang terlibat dalam pemasaran dan produksi produk kerupuk unyil yaitu beberapa warga desa setempat. Tenaga kerja yang digunakan pada usaha kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen tersebut memiliki keahlian di bidang masing-masing. Masing-masing tenaga kerja memiliki tanggung jawab untuk melakukan pkegiatan produksi dan juga kegiatan pemasaran produk kerupuk unyil. Selain itu, tenaga kerja tersebut mampu memberikan pelayanan yang sangat baik kepada konsumen yang membeli produk kerupuk unyil. Pelayanan tersebut seperti bersikap ramah dan membantu konsumen terkait informasi produk. Hal ini dapat menimbulkan kenyamanan bagi konsumen dan berpotensi untuk mempertahankan minat konsumen untuk membeli kembali produk kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen.

Elemen *Partisipant* (Orang) memperhatikan peran penting dari semua individu yang terlibat dalam menyediakan produk kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen. Ini mencakup karyawan, staf, manajemen, dan bahkan pelanggan. Karyawan merupakan aset berharga dalam pemasaran, terutama dalam layanan. Pelatihan, motivasi, dan keterlibatan karyawan dapat memengaruhi cara produk kerupuk unyil atau layanan disajikan kepada pelanggan. Elemen *Partisipant* menekankan bahwa kesuksesan pemasaran tidak hanya tergantung pada produk kerupuk unyil atau layanan itu sendiri, tetapi juga pada orang yang terlibat di balik produksi dan pemasaran produk kerupuk unyil tersebut. Dalam dunia yang semakin terhubung dan berkompetisi, memahami dan mengelola elemen *Partisipant* dengan baik dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan bagi produk kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen.

Elemen *Partisipant* (Orang) dalam pemasaran kerupuk unyil memiliki peran yang sangat penting dalam membangun citra merek, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan para konsumen. Karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan, seperti penjual di toko atau penjaga kios kerupuk unyil, memainkan peran kunci dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Sikap ramah, pelayanan yang baik, dan pengetahuan tentang

produk kerupuk unyil dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tenaga kerja yang berada di garis depan pada usaha kerupuk unyil dapat memberikan wawasan berharga tentang preferensi dan kebutuhan konsumen. Hal ini dapat membantu perusahaan menyesuaikan strategi pemasaran dan mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan selera pelanggan. Dalam menjalankan usaha kerupuk unyil, interaksi antara karyawan dan pelanggan, pelayanan yang ramah, dan pemahaman terhadap selera lokal dapat menciptakan pengalaman konsumen yang positif. Oleh karena itu, pengelolaan dan pengembangan elemen *Partisipant* perlu diperhatikan secara khusus dalam strategi pemasaran produk kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen.

Proses (*Process*)

Elemen "Proses" memainkan peran yang sangat penting dalam memastikan efisiensi operasional, memberikan pengalaman pelanggan yang mulus, dan mencapai tujuan bisnis. Proses yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan efisiensi operasional. Dengan mengoptimalkan langkah-langkah produksi, distribusi, dan layanan, perusahaan dapat mengurangi biaya dan meningkatkan produktivitas. Proses produksi kerupuk unyil melibatkan beberapa orang tenaga kerja yang meliputi 6 orang di bidang pengolahan dan 3 orang bagian penjemuran serta bapak Mustafa sebagai pengontrol. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa proses pemasaran dilakukan secara mandiri oleh pelaku usaha, dan juga melibatkan lembaga pemasaran lainnya, seperti agen. Agen bertugas untuk memasarkan produk kerupuk unyil mentah ke daerah Takengon, Banda Aceh, dan Idi.

Proses yang terstandarisasi membantu dalam menjaga konsistensi kualitas produk kerupuk unyil. Ini penting untuk membangun kepercayaan pelanggan dan mempertahankan citra merek kerupuk unyil yang baik. Proses terintegrasi dapat meningkatkan manajemen rantai pasok, mulai dari pemesanan bahan baku hingga distribusi produk akhir. Ini memastikan ketersediaan dan kualitas bahan baku serta produk jadi. Proses yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dapat memberikan nilai tambah yang signifikan. Proses pemesanan, pembayaran, dan layanan penjualan yang lancar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Proses yang fleksibel memungkinkan usaha kerupuk unyil beradaptasi dengan perubahan pasar dan memperkenalkan inovasi dengan lebih cepat. Ini dapat membantu usaha kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen untuk tetap kompetitif dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Dengan memperhatikan elemen "Proses" dalam bauran pemasaran, perusahaan dapat mencapai efisiensi operasional, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menciptakan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan bisnis jangka panjang. Proses yang baik adalah fondasi dari keberhasilan operasional dan strategi pemasaran yang efektif.

Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Physical evidence mencakup semua bukti fisik yang dapat membantu konsumen memahami produk kerupuk unyil yang ditawarkan oleh usaha tersebut yang meliputi fasilitas fisik, merek, desain kemasan, dan lainnya. Usaha kerupuk unyil harus memastikan bahwa semua bukti fisik yang diberikan menunjukkan kualitas dan profesionalisme yang baik.

Physical evidence dalam konteks pemasaran kerupuk unyil merujuk pada semua elemen yang dapat dilihat, diraba, atau dirasakan oleh pelanggan sebagai bagian dari pengalaman mereka dengan produk kerupuk unyil. Tempat pemasaran produk kerupuk unyil terletak di depan rumah pelaku usaha dengan kebersihannya yang selalu terjaga. Kebersihan tempat tersebut merupakan tanggung jawab tenaga kerja pada usaha kerupuk unyil. Kebersihan tersebut dimaksudkan untuk menjaga kenyamanan konsumen ketika melakukan transaksi jual beli produk kerupuk unyil. Selain itu, halaman di sekitar toko tersebut sangat luas sehingga memungkinkan bagi konsumen untuk parkir kendaraannya dengan sangat leluasa.

Kebersihan dan keamanan di area produksi kerupuk unyil dapat memberikan kepercayaan tambahan kepada konsumen. Jika pelanggan dapat melihat proses produksi kerupuk atau tempat produksinya, ini juga dapat dianggap sebagai physical evidence. Memastikan bahwa semua elemen ini menciptakan kesan positif dan konsisten tentang kualitas dan nilai produk kerupuk dapat membantu membangun citra merek yang kuat dan memikat pelanggan.

Merek kerupuk adalah nama atau identitas yang diberikan kepada produk kerupuk unyil oleh pemilik usaha kerupuk. Merek kerupuk dapat mencakup nama merek, logo, slogan, dan elemen identitas visual lainnya yang membedakan produk tersebut dari merek kerupuk lainnya di pasar. Namun, merek tersebut tidak tercantum di label

produk. Hal ini dikarenakan produk kerupuk unyil tidak menggunakan label produk pada kemasan. Padahal keberadaan merek sangat penting bagi kelangsungan usaha kerupuk unyil. Pentingnya merek kerupuk terletak pada kemampuannya untuk membedakan produk, membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen, serta menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Merek yang kuat dapat menjadi aset berharga dan memainkan peran penting dalam kesuksesan bisnis kerupuk.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada usaha kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen diperoleh hasil sebagai berikut :

- 1) Bauran pemasaran kerupuk unyil di Desa Padang Kasab Kecamatan Peulimbang Kabupaten Bireuen meliputi beberapa elemen penting yaitu produk, harga, tempat, promosi, partisipan, proses, dan bukti fisik.
- 2) Usaha kerupuk unyil menawarkan produk dengan harga bervariasi, terjangkau untuk semua kalangan, dengan pembelian minimal Rp. 5.000/ 100 gr dan harga produk mentah Rp.20.000/kg. Kerupuk unyil dikemas sederhana menggunakan plastik transparan, namun perlu diperhatikan potensi kerusakan pada musim hujan. Promosi dilakukan melalui metode mulut ke mulut dan media sosial. Tempat pemasaran strategis dekat jalan utama, mudah diakses oleh konsumen.
- 3) Tenaga kerja bertanggung jawab dan ramah terhadap konsumen. Fleksibilitas dalam produksi dan pemasaran memungkinkan adaptasi dengan perubahan pasar. Fasilitas fisik toko memiliki lahan luas dan bersih, dengan fasilitas parkir kendaraan yang memadai untuk kenyamanan konsumen.

Saran

- 1) Pelaku Usaha

Hendaknya selalu konsisten dan memenuhi standar menjaga kebersihan dan keamanan pangan, dan tentukan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai tambah yang ditawarkan oleh produk kerupuk unyil. Pertimbangkan juga strategi penetapan harga seperti diskon, promo, atau paket bundling untuk menarik konsumen.

- 2) Pemerintah

Pemerintah dapat membantu pelaku usaha kerupuk dalam mengakses pasar yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Ini dapat dilakukan melalui kerjasama dengan distributor, memfasilitasi partisipasi dalam pameran dagang,

atau membantu dalam proses sertifikasi dan perizinan ekspor.

- 3) Universitas

Universitas dapat menjalin kerjasama dengan pelaku usaha kerupuk lokal untuk melakukan penelitian bersama, mengadakan seminar atau workshop, atau memberikan konsultasi pemasaran. Ini akan memberikan manfaat timbal balik antara universitas dan industri kerupuk, serta memperkuat hubungan antara kedua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Assauri, 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Basu Swasta dan Irawan, 2018. *Manajemen Pemasaran Modern*, BPFE-UGM, Yogyakarta.
- Citra, Y., Nurwahidah, S., Wrtiningsih, A., 2022. *Bauran Pemasaran Usaha Kerupuk Atum Saleng Beme Di Dusun Sampar Layang Desa Pemanto Kecamatan Empang*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian FP. UNSA. 3 (1)
- Hurriyati, 2017. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung. Alfabeta.
- Kasmir, 2018. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja. Grafindo Persada.
- Koswara, 2017. *Pelatihan Pengembangan Komunikasi Pemasaran Industri Pariwisata Melalui Produk Inovatif Kreatif Di Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran*. Jurnal Aplikasi Iptek Untuk Masyarakat, Vol 8 (3)
- Kotler dan Armstrong, 2017. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Armstrong, 2018. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler dan Keller, 2019. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Ningrum, I.U, Malik, A., Kernalis, E., 2017. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dan*

Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Agroindustri Kerupuk Kulit (Unyil) Di Kota Jambi. Sosio Ekonomika Bisnis, 14(12)

Purnamasari, I., 2019. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Industri Rumah Tangga Kerupuk Haruan “Hj. Maspab” Di Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara.* [skripsi] Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin

Rismiati dan Suratno, 2020. *Pemasaran Barang Dan Jasa.* Penerbit Kanisius. Yogyakarta.

Saragih, 2018. *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi Pada Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk Kantor Witel Bandung.*

Syamil, 2019. *Psikologi Pemasaran Society 5.0 (Strategi Penjualan Maksimal Era Society 5.0).* PT. Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi

Syukur dan Syahbudin, 2017. *Konsep Marketing.* Mix Syariah, Vol. 5

Tofan, 2018. *Sifat Fisik dan Organoleptik Kerupuk yang Diberi Penambahan Tepung Daging Sapi Selama Penyimpanan.* [Skripsi]. Program Studi Teknologi Hasil Ternak. Fakultas Perternakan, Institut Pertanian. Bogor

Yusmeiarti, 2018. *Pemanfaatan dan Pengolahan Daging Sinawang (Pangium edule Rienn) untuk Pembuatan Kerupuk.* Buletin BIPD. XVI (2):1-8