

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Profil Perusahaan Kerupuk Edos

Perusahaan kerupuk Edos ini telah berdiri sejak sekitar 45 tahun yang lalu. Pendiri dari usaha kerupuk ini awalnya adalah Ibu Lilis yang merupakan seorang perantau dari Jawa Barat yang mulai merintis usaha kerupuk di Desa Ketanon. Pemilik yang sekarang adalah Ibu Eni yang merupakan anak dari Ibu Lilis pendiri usaha kerupuk Edos ini. Hal ini, Ibu Lilis sendiri merintis usaha kerupuk ini sejak Ibu Eni masih kecil, dan kemudian diberikan ke Ibu Eni untuk dikelola pada tahun 1997, hal ini seperti yang dikatakan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

*“Ini usaha keturunan, jadi gari nerusne gitu. Ini dari kecil sudah diwarahi dari mamahku, jadi ndak usah sekolah wis pinter, terus mamahku sudah tua ganti saya, sudah nggak bisa ngurusin jadi ganti saya. Kalau aku sudah sejak 1997 cebloke di saya, kalau mamah saya ya sejak saya bayi sudah mulai merintis usaha kerupuk ini. Sekitar 45 tahunan yang lalu, dan dulu yang bekerja ya masih keluarga-keluarga sendiri”.*¹

(Ini merupakan perusahaan keturunan, jadi tinggal meneruskan dari begitu. Ini saya dari kecil sudah diajarkan oleh Mamah saya, jadi tidak perlu sekolah lagi karena sudah pintar. Karena mamahku sudah tua, sudah tidak bisa melanjutkan usaha lagi, jadi diganti saya. Kalau ganti dikelola saya mulai tahun 1997, kalau Mamah saya memulainya sejak saya masih bayi sudah merintis usaha kerupuk ini. Mungkin sekitar 45 tahun yang lalu dan dulu yang bekerja masih keluarga sendiri).

¹ Wawancara dengan Ibu Eni selaku pemilik Usaha Kerupuk Edos pada tanggal 22 Januari 2020, pukul 12.35 WIB

Produk kerupuk ini awalnya diberi nama Si Unyil, namun 15 tahun setelah berdirinya usaha kerupuk ini namanya diganti menjadi Edos karena alasan yang tidak bisa diceritakan oleh Ibu Eni. Setelah usaha kerupuk ini diberikan kepada Ibu Eni, beliau memulainya lagi hanya dengan suaminya merintis agar usaha kerupuk ini lebih laris. Awalnya yang mengerjakan hanya Ibu Eni dan suaminya dan sedikit demi sedikit mengajak tetangga yang mau bekerja dan akhirnya hingga sekarang sudah memiliki sekitar 30 karyawan. Hal ini disampaikan oleh Mbak Eni sebagai berikut:

*“Awal-awal ya mek aku karo bojoku, terus ngajak tetangga timbang nganggur lumayan pokok diajari ndang iso cepet, gajine oleh-olehan. Babat dikerjakan sendiri, langganane yo ugung jelas”.*²

(Pada awalnya hanya saya dan suami saya, lalu mengajak para tetangga daripada menganggur, kalau diajari cepat bisa ya lumayan, gajinya sesuai pekerjaan yang sanggup dikerjakannya, waktu itu pelanggannya juga belum jelas).

Awal pemasaran dari kerupuk Edos ini dipasarkan sendiri oleh Ibu Eni dan suaminya di Pasar Ngemplak. Karena pada masa awal perusahaan ini belum punya loper. Loper merupakan sebutan bagi karyawan yang bertugas memasarkan kerupuk ke pasar. Ibu Eni dan suaminya sendiri yang menjualnya ke pasar mulai pagi jam 01.00 WIB hingga sekitar pukul 07.30 WIB. Hingga sekarang Perusahaan Kerupuk Edos telah memiliki 30 karyawan yang diantaranya adalah bagian loper (yang bertugas menjual kerupuk ke pasar), bagian pengemasan, dan

² *Ibid.*

bagian penggorengan. Perusahaan kerupuk Edos ini masih bersifat *home industry*.

Perusahaan Kerupuk Edos ini bertempat di Desa Ketanon, yang merupakan di rumah Ibu Eni sendiri. Hingga sekarang kerupuk Edos ini telah dikenal banyak orang dari berbagai kalangan. Bahkan sampai ke luar kota sekitar Tulungagung banyak yang menjadi pelanggan kerupuk Edos ini.

Manajemen yang dilakukan oleh Perusahaan ini diantaranya adalah melakukan perencanaan yang baik mulai dari jenis usaha, lokasi, dan hambatan yang mungkin akan terjadi, melakukan analisis produk dan persaingan dagang, dan melakukan pemasaran yang tepat. Hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

“Mulai dari perencanaan iku ya dipersiapne, lokasi sing pas, hambatan sing mungkin terjadi opo ae, trus persaingan dagang e, pemasaran e ya harus bagus”³

(Mulai dari perencanaan itu aru dipersiapkan, lokasi yang pas, hambatan yang mungkin terjadi apa saa, lalu persaingan dagangnya, dan pemasarannyajuga harus bagus).

³ *Ibid.*

2. Data Penjualan Perusahaan Kerupuk Edos

Berikut ini merupakan data penjualan Usaha Kerupuk Edos pada tahun 2017-2019:

Tabel 4.1

Data Pendapatan Perusahaan Kerupuk Edos Tahun 2017

No.	Bulan	Pendapatan
1.	Januari	Rp. 109.500.000,-
2.	Februari	Rp. 96.000.000,-
3.	Maret	Rp. 120.000.000,-
4.	April	Rp. 91.500.000,-
5.	Mei	Rp. 93.000.000,-
6.	Juni	Rp. 110.400.000,-
7.	Juli	Rp. 117.000.000,-
8.	Agustus	Rp. 97.500.000,-
9.	September	Rp. 91.500.000,-
10.	Oktober	Rp. 96.000.000,-
11.	Nopember	Rp. 116.250.000,-
12.	Desember	Rp. 105.375.000,-
Jumlah		Rp. 1.244.025.000,-
Pendapatan Rata-Rata Perbulan		Rp. 103.668.750,-
Pendapatan Rata-Rata Perhari		Rp. 3.408.287,-

Sumber: Data Pendapatan Kerupuk Edos

Dari tabel pendapatan diatas dapat diketahui bahwa pendapatan Usaha Kerupuk Edos pada tahun 2017 mengalami naik turun pada setiap bulannya. Meskipun begitu dapat diketahui bahwa pendapatan setiap bulannya cukup menjanjikan. Pendapatan terbesar diperoleh pada Bulan Juli yaitu sebesar Rp. 117.000.000,-. Sedangkan pendapatan palin sedikit diperoleh pada Bulan Mei yaitu sebesar Rp. 93.000.000,-. Pada tahun 2017 ini total pendapatan Usaha Kerupuk Edos adalah sebesar Rp. 1.244.025.000,-.

Tabel 4.2**Data Pendapatan Perusahaan Kerupuk Edos Tahun 2018**

No.	Bulan	Pendapatan
1.	Januari	Rp. 106.950.000,-
2.	Februari	Rp. 86.800.000,-
3.	Maret	Rp. 117.500.000,-
4.	April	Rp. 96.390.000,-
5.	Mei	Rp. 112.500.000,-
6.	Juni	Rp. 122.850.000,-
7.	Juli	Rp. 126.480.000,-
8.	Agustus	Rp. 108.510.000,-
9.	September	Rp. 90.378.500,-
10.	Oktober	Rp. 116.730.000,-
11.	Nopember	Rp. 113.550.000,-
12.	Desember	Rp. 130.950.000,-
Jumlah		Rp. 1.325.678.500,-
Pendapatan Rata-Rata Perbulan		Rp. 110.473.208,-
Pendapatan Rata-Rata Perhari		Rp. 3.631.996,-

Sumber: Data Pendapatan Kerupuk Edos

Dari tabel pendapatan Usaha Kerupuk Edos Tahun 2018 ini diketahui mengalami jumlah pendapatan yang diterima mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2018 ini pendapatan yang diterima tetap mengalami naik turun setiap bulannya. Pendapatan terbesar diperoleh pada Bulan Desember yakni sebesar Rp. 130.950.000,-. Dan pendapatan terkecil diperoleh pada Bulan Februari yakni sebesar Rp. 86.800.000,-. Dan total pendapatan pada tahun 2018 ini adalah sebesar Rp. 1.325.678.500,-.

Tabel 4.3**Data Pendapatan Perusahaan Kerupuk Edos Tahun 2019**

No.	Bulan	Pendapatan
1.	Januari	Rp. 111.090.000,-
2.	Februari	Rp. 96.330.000,-
3.	Maret	Rp. 107.085.000,-
4.	April	Rp. 112.515.000,-
5.	Mei	Rp. 99.480.000,-
6.	Juni	Rp. 119.550.000,-
7.	Juli	Rp. 120.825.000,-
8.	Agustus	Rp. 114.450.000,-
9.	September	Rp. 123.450.000,-
10.	Oktober	Rp. 116.745.000,-
11.	Nopember	Rp. 102.015.000,-
12.	Desember	Rp. 123.000.000,-
Jumlah		Rp. 1.343.585.000,-
Pendapatan Rata-Rata Perbulan		Rp. 111.965.417,-
Pendapatan Rata-Rata Perhari		Rp. 3.681.055,-

Sumber: Data Penjualan Kerupuk Edos

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2019 pendapatan yang diperoleh Usaha Kerupuk Edos ini mengalami naik turun setiap bulannya seperti tahun-tahun sebelumnya. Namun dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan pendapatan setiap tahunnya. Pendapatan terbesar diperoleh pada Bulan September yaitu sebesar Rp. 123.450.000,-. Sedangkan pendapatan terkecil diperoleh pada Bulan Februari yaitu sebesar Rp. 96.330.000,-. Total pendapatan tahun 2019 ini sebesar Rp. 1.343.585.000,-.

Dari ketiga tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dampak dari pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Usaha Kerupuk Edos membuat volume penjualannya meningkat dari tahun ke tahun.

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran yang Diterapkan Perusahaan Kerupuk Edos Desa Ketanon

Strategi pemasaran merupakan rencana yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran disini digunakan oleh Kerupuk Edos untuk meningkatkan volume penjualannya agar perusahaan tetap eksis dan menambah laba perusahaan. Berikut ini strategi yang diterapkan oleh Kerupuk Edos dalam berbagai segi sebagai berikut:⁴

a. Produk

Dari segi produk, usaha kerupuk Edos ini senantiasa memberikan produk dengan kualitas terbaik. Ibu Eni selaku pemilik usaha ini selalu memastikan produknya memiliki kualitas yang baik dan disenangi masyarakat. Karena Ibu Eni yakin bahwa dengan kualitas kerupuk yang baik dan rasa yang enak akan membuat pelanggannya senang dan menjadi terus berlangganan dengan produk kerupuk Edos. Kerupuk Edos selalu memilih krecek (kerupuk mentah) yang enak dan berani untuk mengambil krecek dengan harga yang sedikit lebih mahal agar produknya benar-benar enak dan memiliki kualitas yang baik. Karena untuk satu jenis kerupuk pasti memiliki krecek yang beragam dan beragam pula harganya, dan Ibu Eni selalu mengecek dahulu rasa dari krecek yang

⁴ *Ibid.*

akan dibelinya melalui tester yang diberikan. Jika beliau merasa cocok dengan rasanya dan dikira akan disukai para pembelinya maka Ibu Eni akan membeli krecek tersebut walau harganya bisa jadi sedikit lebih mahal. Meskipun berani memilih krecek dengan harga yang sedikit lebih mahal namun dengan kualitas rasa yang enak, Ibu Eni selalu memiliki cara agar tetap untung dan tidak mengecewakan para pembelinya, hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

“Ya pokoke kita ngekeki barang iku yang enak, walaupun mahal iku yang enak. Nanti kan bisa dikalkulasi to, yaitu ben bati ojo sampe rugi iku gimana. Jadi konsumen iku ben seneng, penggemar e akeh. Pelanggan akeh sing omong woh iki enak gakpopo isine titik, sing penting enak”.⁵

(Ya pokoknya kita memberi barang yang rasanya enak, walaupun mahal tapi rasanya enak. Nanti bisa dikalkulasi saja, bagaimana caranya biar bisa mendapat keuntungan dan tidak sampai merugi itu bagaimana. Jadi konsumen itu biar senang dan penggemarnya banyak. Pelanggan banyak yang bilang ah ini rasanya enak tidak apa-apa isinya sedikit, yang penting rasanya enak).

Produk kerupuk yang dijual oleh Perusahaan EDOS selalu memberikan inovasi produk yang beragam. Produk yang dijual selalu ada produk baru yang dikenalkan kepada para konsumennya. Disini Ibu Eni membeli krecek atau kerupuk mentah di perusahaan kerupuk mentah yang ada di luar kota. Beliau mengaku memilih tempat yang memiliki krecek yang berkualitas dan bila digoreng memiliki rasa yang enak dan gurih. Karena bagi Ibu Eni sendiri kualitas produk adalah hal yang penting untuk dijaga. Ibu Eni

⁵ *Ibid.*

membeli kerupuk mentah di Kediri dan Surabaya, seperti yang disampaikan beliau sebagai berikut:

*“Jadi kita itu beli krecek e, jadi semi tinggal goreng tok. Kan milih uakeh misal jenis e podo gitu yo, kan hargane beda to. Ada sing murah sampe mahal. Wis aku panggah wani, penting enak aku cocok tak tuku. Misal uyel kui enek rego murah sampek rego larang. Dadi kari milih, pomo njajal tester kok gak enak yo gak tak tuku. Tapi lek enak neng pasaran mesti laris. Dadi aku langsung njipuk neng bos gede Kediri karo Surabaya”.*⁶

(Jadi kita beli krecek (kerupuk mentah), jadi disini tinggal langsung goreng saja. Kan kreceknnya (kerupuk mentah) itu milih ya, pilihannya banyak. Misal yang jenisnya sama tapi harganya beda-beda. Ada yang harga murah sampai harga yang mahal. Saya tetap berani memilih yang penting rasanya enak dan saya merasa cocok langsung saya beli. Jadi tinggal milih saja, misal saya coba testernya kok rasanya tidak enak ya tidak saya beli. Tapi kalau yang dipilih rasanya enak di pasaran pasti laris. Jadi saya langsung mengambil dari perusahaan kerupuk mentah besar di Kediri dan Surabaya).

Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Iwan selaku karyawan Kerupuk Edos bahwa perusahaan ini selalu menonjolkan kualitas produknya dan memilih krecek yang bagus demi menarik konsumen dan mempertahankan kepercayaan konsumen.

*“Kalau kita pilih krecek e disini yang bagus mbak, minyak e untuk penggorengan itu ya dipilihne sing bagus”.*⁷

(Kalau kita memilih kerupuk mentah yang bagus mbak, minyaknya yang untuk menggoreng juga pilih yang bagus).

Untuk memberikan kualitas produk yang terbaik, dalam proses penggorengan kerupuk Ibu Eni juga memilih minyak dengan kualitas yang baik agar bisa renyah dan aman untuk tenggorokan para konsumen. Karena minyak juga mempengaruhi rasa dari kerupuk

⁶ *Ibid.*

⁷ Wawancara dengan Bapak Iwan selaku karyawan Usaha Kerupuk Edos, pada tanggal 2 Januari 2020, pukul 06.25 WIB

yang dihasilkan. Jika minyak yang digunakan bagus maka rasanya juga tidak akan tengik, renyah, dan tidak sakit di tenggorokan. Jika minyak yang digunakan kualitasnya jelek maka rasanya akan tengik, tidak renyah dan terkadang membuat tenggorokan sakit. Ibu Eni konsisten menggunakan minyak yang berkualitas baik untuk menjaga kualitas kerupuk Edos dan untuk memuaskan para pelanggannya. Hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

“Pengawasan dari kita, misal minyak e dorang, dorang kan jenise akeh. Dadi pilih sing apik”.⁸
(Pengawasan itu dari kita, misal kalau minyaknya yang dorang, dan dorang itu jenisnya banyak. Jadi kita pilih yang bagus).

Kerupuk Edos ini juga selalu menjual berbagai kerupuk jenis baru agar para pelanggannya tidak bosan dan setia dengan kerupuk Edos. Ibu Eni selaku pemilik usaha ini selalu membeli krecek dengan jenis baru agar penjualannya tidak menurun dengan alasan bosan dengan produk yang sudah ada. Karena pelangganpun juga selalu menanyakan adakah produk yang baru dari Ibu Eni. Jadi Perusahaan Kerupuk Edos ini konsisten selalu menjual produk kerupuk dengan rasa dan jenis yang berbeda untuk memuaskan pelanggannya.

“Misale enek 15 macem ya, kok enek sing gak laku tak gajuli produk liyo, sing baru apa. Dadi terus ganti-ganti ben ndak waleh. Trus pembeli mesti sing baru endi ngono. Jadi sing lawas maleh gak didemok. Maleh yowis diguwak ganti macem anyar”.⁹

⁸ Wawancara dengan Ibu Eni selaku pemilik Usaha Kerupuk Edos pada tanggal 22 Januari 2020 pukul 12.35 WIB

⁹ *Ibid.*

(Misalnya ada 15 macam ya, kok ada yang tidak laku ya diganti dengan jenis lainnya, yang baru apa. Jadi terus diganti supaya pembeli tidak bosan. Pembeli juga selalu menanyakan yang jenis kerupuk yang baru yang mana, jadi yang lama sudah tidak dilirik lagi. Jadi ya diganti dengan jenis yang baru).

Usaha Kerupuk Edos juga selalu memilih produk yang para pesaingnya tidak menjualnya. Krecek yang dipilih selalu baru dan beda dengan kerupuk yang dijual banyak pesaingnya. Meskipun tetap ada produk yang konsisten dijual dan tidak diganti-ganti, namun juga ada jenis kerupuk yang selalu berganti-ganti dan beda dari yang dijual perusahaan kerupuk lainnya. Untuk mendapat krecek yang kualitasnya bagus dan selalu memiliki krecek jenis baru, Ibu Eni langsung membelinya di perusahaan besar yang sudah terjamin kualitasnya. Dengan produk yang beragam, selalu baru, dan beda dari yang lain membantu Kerupuk Edos untuk menambah volume penjualannya dan menghadapi persaingan dengan perusahaan kerupuk lain yang ada di Tulungagung. Hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

*“Kita kan punya produk sing beda karo liyane, kan liyane gak nduwe sing tak jual marai wedi larang”.*¹⁰

(Kita kan punya produk yang beda dari lainnya, karena yang lainnya itu kan tidak menjual yang jenis sama karena takut harga kerupuk mentahnya mahal).

Kualitas dan rasa dari produk kerupuk Edos yang enak ini juga disampaikan oleh Ibu Tugi selaku pelanggan tetap kerupuk Edos yang merasa bahwa kerupuk Edos ini memang memiliki rasa yang

¹⁰ *Ibid.*

enak dan kelebihannya adalah saat dimakan tidak sakit di tenggorokan. Dan hal itulah yang membuat Ibu Tugi sendiri dari dulu tetap berlangganan kerupuk Edos.

*“Menurut saya rasane ya enak mbak, kualitas produke iku bagus. Trus lek dimakan masio dimakan setiap hari iku yo ndak bikin serik ngono tenggorokan e ndak sakit”.*¹¹

(Menurut saya rasanya itu ya enak mbak, kualitas produknya itu bagus. Kalau dimakan setiap hari juga tidak bikin tenggorokan sakit).

b. Kemasan Produk

Kemasan kerupuk Edos terbagi menjadi dua kemasan yaitu kemasan kecil dan kemasan besar. Kemasan kerupuk ini dibungkus dengan kemasan plastik bening dan diikat dengan tali rafia bagian atasnya. Pada umumnya kemasan kerupuk semuanya sama yaitu menggunakan plastik bening.

Yang membuat berbeda dari kemasan produk kerupuk antar perusahaan satu dengan perusahaan lain hanya terletak pada merk dan ukuran dari plastik yang digunakan. Karena harga di pasaran rata-rata sama untuk mensiasati persaingan dagang dengan perusahaan lain, perusahaan kerupuk Edos membuat kemasannya berukuran sedikit lebih kecil ketimbang ukuran kemasan dari perusahaan lain. Karena kerupuk Edos memilih krecek yang enak

¹¹ Wawancara dengan Ibu Tugi selaku pelanggan di Usaha Kerupuk Edos, pada tanggal 23 Januari 2020, pukul 08.30 WIB

dan menggunakan minyak yang bagus, jadi untuk mensiasati agar tetap mendapatkan keuntungan, Ibu Eni memilih untuk mengecilkan ukuran kemasannya dan dijual dengan harga yang tetap di pasaran.¹²

Hal ini karena Ibu Eni tidak mau untuk menaikkan harga, dan memilih untuk tetap mematok harga sama dengan harga yang ada di pasaran. Menurut Ibu Eni kini pembeli lebih pintar untuk memilih mana rasa yang benar-benar enak daripada mendapat kerupuk banyak atau harga murah tetapi rasanya tidak enak. Meskipun kemasannya lebih kecil, pembeli mengaku tetap setia dengan produk EDOS karena sudah terjamin rasanya, hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

*“Konsumen wis apal, ngomong tekmu barang e cilik dewe tapi enak, jadi panggah beli mergo enak. Timbang tak kasih isinya akeh tapi ndak enak ngko ndak payu, dadi konsumen tetap setia”.*¹³

(Konsumen sudah hafal, ngomong kalau punya barangnya kecil sendiri, tapi ya tetap beli karena enak. Daripada saya kasih isi kerupuknya dapatnya juga banyak tapi kalau rasanya tidak enak nanti malah tidak laku, jadi konsumen tetap setia).

c. Harga

Dari segi harga kerupuk Edos mematok harga yang standar dan sama dengan perusahaan yang lain. Produk kerupuk Edos ini terbagi menjadi dua ukuran kemasan, yaitu kemasan kecil dan kemasan besar. Untuk kemasan kecil dijual dengan harga Rp. 2.000,-/bungkus untuk harga eceran, dan dihargai Rp. 1.500,-/bungkus untuk harga

¹² Wawancara dengan Ibu Eni selaku pemilik Usaha Kerupuk Edos, pada tanggal 22 Januari 2020, pukul 12.35 WIB

¹³ *Ibid.*

grosir. Dan untuk kemasan yang besar dijual dengan harga Rp. 5.000,-/bungkus untuk harga eceran dan Rp. 3.750,-/bungkus untuk harga grosir.

Harga kerupuk di pasaran rata-rata sama antar perusahaan kerupuk satu dengan perusahaan yang lainnya. Dengan harga yang sama ini pembeli bebas untuk memilih produk kerupuk mana yang akan dibelinya. Karena meskipun harganya sama, cita rasa dari kerupuk dan jenis-jenis kerupuk yang dijual setiap perusahaan berbeda-beda, hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

“Harga neng pasaran sama, Cuma bahan sing bagus opo endak, sing enak opo endak”.¹⁴

(Harga di pasaran sama. Hanya bedanya kerupuk mentahnya bagus apa tidak, yang enak atau tidak).

Hal serupa disampaikan oleh Ibu Tugi selaku pelanggan yang mengatakan bahwa harga yang dijual kerupuk Edos sama dengan produk kerupuk dari perusahaan-perusahaan lainnya.

“Lek harga karo liyane ya sama ae mbak, semua hargane sama kambek kerupuk merek liyane”.¹⁵

(Kalau harga sama yang lainnya itu sama saja mbak, semua harganya sama dengan kerupuk merek lainnya).

Ibu Eni tidak berani menjual kerupuknya dengan harga yang dibawah pasaran yang ada, karena menurutnya tidak apa-apa harga yang mahal yang penting kualitas dari kerupuknya yang diutamakan, sehingga pembeli bisa merasakan sendiri kerupuk yang memiliki rasa enak. Karena beliau yakin bahwa rata-rata pembeli akan lebih

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Wawancara dengan Bapak Iwan selaku karyawan Usaha Kerupuk Edos, pada 23 Januari 2020, pukul 06.25 WIB

puas dengan kerupuk yang benar-benar enak dibanding dengan kerupuk yang murah tetapi memiliki kualitas rasa yang tidak enak. Pelanggannya pun sudah hafal bahwa produk kerupuk Edos isinya tidak sebanyak dengan kebanyakan produk serupa lainnya, tapi para pelanggan mengaku tetap setia memilih produk Edos karena rasanya yang enak.

d. Pasar yang Dituju

Produk kerupuk Edos ini dipasarkan di beberapa pasar yang ada di Tulungagung. Ibu Eni sendiri memiliki beberapa orang yang bertugas menjual kerupuknya di pasar-pasar yang ada di Tulungagung. Orang yang menjual kerupuknya ini biasa disebut dengan sebutan loper. Loper ini berjualan di pasar mulai dini hari yaitu mulai pukul 01.00 WIB sampai sekitar pukul 07.30 WIB. Ibu Eni sendiri memiliki beberapa loper yang tersebar di beberapa pasar diantaranya adalah Pasar Ngemplak, Pasar Bungur, Pasar Mbanyon, dan Pasar Wonorejo. Hal ini disampaikan oleh Bapak Iwan selaku karyawan Usaha Kerupuk Edos sebagai berikut:

“Saya berangkat sekitar jam 1 mbak sampe jam 7an kira-kira. Kalau saya kan di Ngemplak sini, trus yang lain itu di Pasar Mbanyon, Pasar Mbungur, Pasar Wonorejo Bendungan, sama diambil bakul-bakul ethek itu mbak”¹⁶

(Saya berangkatnya sekitar jam 1 mbak, kira-kira sampai jam 7an. Kalau saya kan di Pasar Ngemplak sini, penjual lainnya itu ada yang di Pasar Mbanyon, Pasar Mbungur, Pasar Wonorejo, dan diambil para tukang sayur keliling).

¹⁶ *Ibid.*

Kerupuk Edos sendiri juga biasa dibeli oleh para penjual sayur keliling atau lebih dikenal dengan sebutan bakul ethek. Para penjual sayur keliling ini biasa membeli di pasar dari para loper maupun di kios milik Ibu Eni yang berada di Pasar Ngemplak. Ibu Eni sendiri mengaku bahwa pembeli kerupuknya ini dari semua kalangan dan usia. Karena kerupuk disukai oleh semua kalangan masyarakat baik kalangan atas maupun kalangan bawah, dan semua usia dari muda hingga tua juga banyak yang menyukai kerupuk, hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

*“Sing beli bakul ethek, pembeli biasa yo reno-reno. Semua kalangan suka kerupuk, Tulungagung kan seneng kerupuk”.*¹⁷

(Yang beli itu tukang sayur keliling, biasanya ya macam-macam. Semua kalangan suka dengan kerupuk, warga Tulungagung kan suka kerupuk ya).

Rata-rata semua masyarakat Tulungagung dan sekitarnya memang suka dengan kerupuk. Makanan apa saja memang cocok dengan lauk kerupuk, sehingga peminat dari kerupuk ini cukup banyak. Bahkan pelanggannya tidak hanya dari Kabupaten Tulungagung saja, melainkan juga dari kabupaten sekitar seperti Kabupaten/Kota Kediri, Kabupaten/Kota Blitar, dan Kabupaten Trenggalek. Biasanya pembeli dari luar kota ini adalah para penjual sayur yang membeli kerupuk Edos di pasar dan dijualnya di Kabupaten sekitar. Bahkan para penjual sayur ini juga membeli

¹⁷ Wawancara dengan Ibu Eni selaku pemilik Usaha Kerupuk Edos, pada tanggal 22 Januari 2020, pukul 12.35 WIB

dalam jumlah yang besar, hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

“Ketok e mung bakul ethek ngono ya, tapi beline iku sak mobil kadang. Dadi langsung jumlah akeh beline”.¹⁸

(Kelihatannya hanya penjual sayur keliling begitu ya, tapi kalau beli itu terkadang sampai satu mobil. Jadi langsung dalam jumlah banyak belinya).

e. Promosi

Dari segi promosi perusahaan kerupuk Edos ini mengaku bahwa promosi yang dilakukan melalui mulut ke mulut, mengikuti bazar, dan promo berupa pemberian diskon untuk para pelanggan setianya. Dengan menjaga kualitas produknya, Ibu Eni mengaku itu juga sebagai bentuk promosinya agar pembeli setia membeli kerupuk Edos dan tak jarang juga menyarankan orang lain untuk membeli kerupuk Edos juga, sehingga promosi dari mulut ke mulut akan terjadi. Hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

“Dari kualitas sing bagus, minyak e bagus, ndak ada bahan pengawet, produk e enak, dadi dari mulut ke mulut”.¹⁹

(Dari kualitas yang bagus, minyak yang bagus, tidak ada bahan pengawet, rasanya enak, jadi promosinya itu dari mulut ke mulut).

Kerupuk Edos ini beberapa kali pernah mengikuti bazar yang diadakan di Desa Ketanon. Hal ini dimanfaatkan oleh Ibu Eni untuk lebih mengenalkan produk kerupuk Edos ke masyarakat yang lebih luas lagi.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*

Promo berupa diskon yang diberikan berupa potongan harga saat hari-hari tertentu juga dilakukan untuk menarik minat pembeli untuk membeli kerupuknya. Menurut Ibu Eni dengan adanya potongan harga apabila melakukan pembelian berulang dan dalam jumlah banyak ini akan membuat konsumen merasa senang dan ingin melakukan pembelian lagi berikutnya. Hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

*“Potongan harga iku biasane ya tak berikan ben pembeline iku seneng. Dadi lek ada potongan harga kan malih seneng ya dadi pengen tuku eneh ngono. Misal hargane 2.000an ya, wi tak kasih 5.000 dapat tiga ngono. Nah wi pembeli wis seneng”.*²⁰

(Potongan harga itu biasanya saya kasih juga supaya pembelinya itu senang. Jadi kalau ada potongan harga kan jadi senang ya, jadi ingin beli lagi begitu. Misal kalau harganya 2.000an ya, itu saya kasih harga 5.000 dapat kerupuk gitu. Nah gitu pembelinya senang).

f. Pelayanan Terhadap Konsumen

Dalam melakukan keputusan pembelian, banyak faktor yang mempengaruhi seorang konsumen dalam melakukan pembelian. Beberapa faktor disini seperti harga, kualitas produk, pengaruh iklan/promosi, manfaat dari produk, atau bahkan kualitas pelayanan dari penjual kepada konsumen. Menurut Ibu Eni sendiri dalam berinteraksi dengan para konsumen harus memberikan pelayanan yang baik.

Keramahan penjual dirasa Ibu Eni bisa mempengaruhi keputusan pembelian dari seorang konsumen. Oleh sebab itu, para

²⁰ *Ibid.*

loper perusahaan kerupuk Edos harus bersifat ramah kepada para konsumennya. Karena apabila konsumen merasa senang dengan keramahan dan pelayanan yang baik, maka pembeli tersebut bisa jadi melakukan pembelian ulang dan akan menjadi pelanggan setia dari kerupuk Edos. Maka dengan itu, pembeli bertambah dan volume penjualan pun meningkat.

Tak hanya dalam pelayanan dan keramahan terhadap konsumen, Ibu Eni juga menyatakan bahwa terkadang potongan harga dan hadiah perlu diberikan kepada konsumen yang telah menjadi langganan kerupuk Edos. Ibu Eni juga memberikan hadiah kepada para konsumen yang telah berlangganan kerupuk Edos. Hadiah ini biasanya diberikan saat Hari Raya Idul Fitri berupa parcel. Hadiah ini diberikan agar konsumen semakin puas dengan perusahaan kerupuk Edos dan akan tetap berlangganan membeli kerupuk Edos. Hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

*“Langgananku iku yo tak wehi parcel biasane. Pas bodho iku tak wehi parcel satu-satu sing wis dadi langganan. Ben pelanggan podo seneng sekalian bagi-bagi rezeki”.*²¹

(Langganan saya itu juga saya beri parcel biasanya. Waktu Hari Raya itu saya kasih parcel satu-satu yang sudah menjadi pelanggan saya. Supaya pelanggannya juga senang sekalian untuk membagi-bagikan rezeki).

Ibu Tugi selaku pelanggan kerupuk Edos juga mengaku bahwa pelayanan yang diberikan kerupuk Edos baik, ramah, dan beliau

²¹ *Ibid.*

mengaku sering diberi parcel saat hari raya. Hal ini karena Ibu Tugi sudah lama menjadi pelanggan kerupuk Edos.

*“Ya pelayanan e baik mbak, ramah trus aku lek tiap bodho itu ya dikasih hadiah mbak, dikasih parcel buat hari raya”.*²²

(Ya pelayanannya itu baik mbak, ramah dan saya kalau setiap Hari Raya Idul Fitri itu ya diberi hadiah mbak, diberi parcel buat Hari Raya).

g. Bonus dan *Reward* Terhadap Karyawan

Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan kerupuk EDOS ini dibantu oleh para karyawan yang diantaranya adalah karyawan bagian penggorengan kerupuk, karyawan bagian pengemasan kerupuk, karyawan yang bertugas menjualkan kerupuk Edos di pasar-pasar yang dituju.

Menurut Ibu Eni sendiri karyawan-karyawannya yang kebanyakan adalah tetangga dari Ibu Eni sendiri sangat berjasa dalam membantu usahanya sehingga bisa seperti sekarang ini. Mengingat dulu Ibu Eni melakukannya sendiri dengan suaminya dan belum mempunyai karyawan. Kinerja karyawan disini tentu ikut serta mempengaruhi keuntungan dari perusahaan kerupuk Edos. Jadi untuk tetap bisa memproduksi kerupuk yang berkualitas dan disukai oleh pembeli, Ibu Eni membutuhkan karyawan yang giat bekerja dan rajin.

Karena produksi kerupuk ini dilakukan setiap hari, mulai dari penggorengan kerupuk, pengemasan kerupuk, hingga penjualan

²² Wawancara dengan Ibu Tugi selaku pelanggan di Usaha Kerupuk Edos , pada tanggal 23 Januari 2020, pukul 08.30 WIB

kerupuk maka kinerja karyawan sangat mempengaruhi penjualan dari kerupuk Edos ini. menurut penuturan Ibu Eni kini perusahaan kerupuk Edos telah memiliki 30 karyawan.

*“Sekarang wis ada sekitar 30an orang sing kerja, ya Alhamdulillah lek gak enek karyawan ya keteteran”.*²³

(Sekarang sudah ada sekitar 30an orang yang kerja, ya Alhamdulillah kalau idak ada karyawan pasti kebingungan).

Karena jasa yang besar para karyawan terhadap usaha yang dijalankannya, Ibu Eni merasa perlu untuk rutin memberi bonus dan *reward* kepada para karyawannya sebagai bentuk apresiasi dan agar para karyawannya semakin giat dalam bekerja. Setiap tahun Ibu Eni rutin memberi bonus kepada para karyawannya, seperti saat Hari Raya Idul Fitri dan hari-hari besar lainnya. Tak hanya itu Ibu Eni juga selalu mengajak karyawannya untuk berlibur bersama setiap tahun. Liburan bersama ini dirasa perlu agar rasa kekeluargaan semakin timbul antar satu dengan yang lainnya. Dan sebagai *reward* agar karyawan semakin loyal dengan perusahaan kerupuk EDOS ini. Hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

*“Karyawan itu tak kasih parcel pas hari raya, tak kasih uang. Terus setiap tahun itu dolan bareng, biasanya pas libur tahun baru. Ya dolan e cedek-cedek gak papa, sing penting bareng-bareng. Sing kemarin iku neng pantai prigi, setiap tahun biasanya ganti-ganti rutin pokok”.*²⁴

(Karyawannya itu saya kasih parcel waktu Hari Raya, saya aksih uang juga. Dan setiap tahun itu ada liburan bersama, biasanya waktu libur tahun baru. Yang kemarin itu ke Pantai Prigi, setiap tahun biasanya lokasinya ganti-ganti, rutin pastinya).

²³ Wawancara dengan Ibu Eni selaku pemilik Usaha Kerupuk Edos, pada tanggal 22 Januari 2020, pukul 12.35 WIB

²⁴ *Ibid.*

Bapak Iwan selaku karyawan juga mengaku senang bekerja di Perusahaan Kerupuk Edos milik Ibu Eni ini karena merasa terbantu perekonomiannya, hal ini disampaikan oleh Bapak Iwan sebagai berikut:

*“Saya kerja disini ya Alhamdulillah mbantu perekonomian mbak, bisa buat kebutuhan sehari-hari, trus bisa nyekolahkan anak-anak juga”.*²⁵

(Saya kerja disini ya Alhamdulillah bisa membantu perekonomian saya mbak, bisa untuk kebutuhan sehari-hari, dan bisa membantu biaya menyekolahkan anak-anak juga).

Dengan karyawan yang rajin dan giat bekerja, maka produksi kerupuk bisa dilakukan semaksimal mungkin. Maka dari itu bonus dan *reward* yang diberikan kepada karyawan ini dijadikan salah satu strategi pemasaran oleh perusahaan kerupuk Edos agar kerupuk yang dihasilkan maksimal dan kualitasnya baik. Dengan produksi yang maksimal maka diharapkan pembeli juga akan puas dengan kerupuk yang dijual perusahaan kerupuk Edos, sehingga volume penjualan akan meningkat dan keuntungan yang didapat juga tentu meningkat.

2. Kendala yang Dihadapi dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran pada Perusahaan Kerupuk Edos Desa Ketanon

Dalam pelaksanaan strategi pemasannya, perusahaan kerupuk EDOS ini mengaku belum pernah mengalami kendala besar. Namun tidak dipungkiri tetap ada kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan. Menurut penuturan Ibu Eni setiap hari tetap

²⁵ Wawancara dengan Bapak Iwan selaku karyawan Usaha Kerupuk Edos pada 23 Januari 2020 pukul 06.25 WIB

melakukan produksi. Karena peminat kerupuk yang banyak, volume penjualan dari kerupuk Edos ini masih dalam kondisi yang stabil dan tidak pernah mengalami penurunan yang drastis.

Di pergantian musim pun Ibu Eni mengaku kerupuknya tetap banyak pembelinya. Di musim panas atau musim hujan kerupuk tidak pernah sepi peminat. Tetapi disaat musim hujan Ibu Eni mengaku bahwa penjualannya lebih banyak dibanding hari-hari biasanya, hal ini disampaikan Ibu Eni sebagai berikut:

*“Penjualan nyelot laris kadang manut musim, lek musim udan yo nyelot laris”.*²⁶

(Penjualan itu semakin laris terkadang sesuai musim, kalau waktu musim hujan ya tambah laris).

Tak hanya saat musim hujan saja penjualan kerupuk Edos ini melonjak dari hari-hari biasanya, tetapi saat hari-hari besar seperti Hari Raya Idul Fitri, Hari raya Idul Adha, Natal, dan Tahun Baru Imlek penjualan juga lebih banyak dari hari-hari biasanya. Hal ini disampaikan Ibu Eni sebagai berikut:

*“Biasanya lek pas hari-hari raya iku ya tambah akeh. Dadi ya sak kuat e sing bungkus. Kalau sing bungkus kuat bungkus akeh ya sing didol nyelot akeh”.*²⁷

(Biasanya kalau waktu hari-hari raya itu juga tambah banyak yang beli. Jadi ya tergantung seberapa kuatnya yang bagian pengemasan kerupuk. Kalau kuat untuk bungkus kerupuk banyak ya yang dijual juga tambah banyak).

²⁶ Wawancara dengan Ibu Eni selaku pemilik Usaha Kerupuk Edos, pada tanggal 22 Januari 2020, pukul 12.35 WIB

²⁷ *Ibid.*

Berikut adalah beberapa kendala yang dihadapi oleh Usaha Kerupuk Edos dalam menjalankan strategi pemasarannya:

a. Produk kerupuk yang rusak

Kendala yang juga dihadapi kerupuk Edos adalah apabila ada produknya yang dalam produksinya kurang baik sehingga membuat kerupuknya ada yang kurang renyah atau mlempe dan membuat pelanggan meminta untuk diganti produknya. Kurang renyahnya kerupuk atau rusaknya kerupuk Ibu Eni dikarenakan saat proses penggorengan ada yang tidak bisa ter goreng dengan sempurna atau juga karena saat pengemasan kurang tertutup dengan sempurna saat menali bagian atas plastik dengan tali rafia. Hal ini bisa saja terjadi karena kesalahan yang dilakukan oleh karyawan. Tak hanya itu, kerupuk yang kurang renyah ini juga bisa dikarenakan adanya bungkus plastik yang berlubang dan membuat angin masuk ke dalam kemasan sehingga kerupuk yang awalnya renyah menjadi kurang renyah. Hal ini beberapa kali dialami oleh Ibu Eni, seperti penuturannya sebagai berikut:

“Misale ada pembeli sing beli 10 kerupuk gitu ya, trus ada sing mlempe misale 2, yauwis nggak papa langsung diijoli sing baru”²⁸.

(Misalnya ada pembeli yang beli 10 kerupuk begitu ya, lalu ada yang mlempe misalnya ada 2, ya sudah tidak ada-apa langsung diganti yang baru).

²⁸ *Ibid.*

Dan untuk kerupuk yang mlempe dan dikembalikan oleh pembeli ini bisa diatasi dengan pembeli diganti dengan produk yang baru dan produk yang kurang renyah tadi diolah kembali dengan cara ditaruh atas kerupuk yang baru saja digoreng. Karena panasnya kerupuk yang baru digoreng ini membuat kerupuk yang mlempe tadi langsung renyah kembali. Jadi kerupuk yang mlempe masih bisa dijual kembali. Namun apabila ada kerupuk yang dikembalikan sudah parah dan tidak renyah sama sekali dan kemungkinan tidak bisa kembali renyah, Ibu Eni memilih untuk membuatnya sebagai tambahan kayu bakar yang digunakan untuk menggoreng kerupuk.

*“Lek sing nemen iku yo didadekne kayu bakar, lek sing rodok renyah wi dideleh nduwure sing tas digoreng wi kan panas to dadi renyah eneh, gak digoreng eneh”.*²⁹

(Kalau yang sudah parah itu dibuat tambahan kayu bakar, kalau ada yang masih sedikit renyah itu diletakkan diatasnya kerupuk yang baru digoreng, kan itu masih panas jadi bisa ikut renyah lagi, tidak perlu digoreng ulang).

b. Kendala penentuan harga jual saat harga bahan baku naik

Untuk dari segi harga kerupuk Edos ini memilih untuk menjual kerupuknya dengan harga yang ada di pasaran. karena menggunakan krecek dan minyak dengan kualitas yang baik, kadang Ibu Eni merasa harga yang ada di pasaran kurang sesuai dengan produknya yang memiliki kualitas baik. Terkadang naiknya harga minyak dan krecek membuat kerupuk Edos sedikit kesulitan dalam menentukan

²⁹ *Ibid.*

harga jual. Ataukah harus menaikkan harga jual atau memilih tetap bertahan dengan harga semula. Dan untuk mengatasi kendala mahal dan naiknya harga bahan baku tersebut Ibu Eni membuat produknya memiliki kemasan yang lebih sedikit dari merek kerupuk yang lain namun tetap menjualnya dengan harga yang sama. Hal ini diakui Ibu Eni menjadi strategi Ibu Eni dalam menghadapi persaingan dagang yang ketat.

*“Kadang kendalane persaingan harga, trus lek harga-harga bahan bakune pas naik, tapi yo iso diatasi to, plastike dicilikne. Dadi harga tetap sama dengan yang lain tapi isine luwih titik”.*³⁰

(Terkadang kendalanya di persaingan harga, terus kalau waktu harga-harga bahan baku itu naik, tapi ya itu bisa diatasi, plastiknya jadi dikecilkan. Jadi harganya bisa tetap sama dengan pesaing tapi isinya lebih sedikit).

c. Lokasi pasar yang dituju

Kerupuk Edos mendistribusikan kerupuknya diberbagai pasar yang ada di Tulungagung. Diantaranya adalah Pasar Ngemplak, Pasar Mbanyon, Pasar Mbungur, dan Pasar Wonorejo. Dan untuk memudahkan saluran distribusi ini Kerupuk Edos memiliki karyawan yang bertugas menjualkan produk kerupuknya di pasar-pasar yang telah dipilih tersebut. Karena lokasi yang beragam, dan banyak lokasi yang cukup jauh membuat biaya yang dikeluarkan untuk transportasi juga bertambah. Selain itu setiap lokasi pasar yang dituju juga banyak pesaing yang menjual produk serupa. Hal ini

³⁰ *Ibid.*

menjadi salah satu kendala yang dihadapi oleh Kerupuk Edos dalam mendistribusikan kerupuknya.

Karena beberapa lokasi yang cukup jauh, Perusahaan kerupuk Edos ini mengatasinya dengan benar-benar memilih lokasi pasar yang menjanjikan untuk pemasaran kerupuknya. Jadi penentuan pasar ini benar-benar diperhatikan sehingga bisa sebanding dengan jauhnya lokasi yang dituju. Tentu penentuan beberapa lokasi pasar yang dituju ini tetap memberi keuntungan bagi perusahaan, karena dengan semakin banyaknya pasar yang dituju maka penjualan juga akan bertambah dan distribusi kerupuk ke konsumen semakin mudah. Konsumen dari berbagai daerah bisa dengan mudah menjumpai produk kerupuk Edos ini. Hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut

“Pasar e itu ya reno-reno yang dituju, ada sing dekat ada ding jauh. Lek jauh ya biaya bensinnya tamba akeh. Tapi ya kalau pasar yang dituju akeh ya produk sing terjual ya tamba akeh, pelanggan e tamba, keuntungan ya jadine tamba”.³¹

(Pasar yang dituju itu banyak, ada yang dekat ada yang jauh. Kalau jauh ya biaya bensinnya tamba banyak. Tapi ya kalau pasar yang dituju banyak ya produk yang terjual juga tamba banyak, pelangganya juga bertambah, jadi keuntungannya juga bertambah).

d. Kendala dalam penerapan metode promosi mulut ke mulut

Kerupuk Edos ini menerapkan promosi salah satunya dengan promosi dari mulut ke mulut. Tentu dengan jenis promosi yang dipilih ini bisa memudahkan kerupuk Edos untuk lebih dikenal

³¹ *Ibid.*

apabila pelanggannya merasa puas dan menyukai kerupuk yang dipasarkan Edos maka promosi dari mulut ke mulut akan sangat menguntungkan. Namun hal ini bisa juga menimbulkan dampak yang merugikan perusahaan, apabila perusahaan melakukan suatu kesalahan pada produknya, maka dengan jenis promosi dari mulut ke mulut kesalahan ini akan cepat menyebar dan bisa mempengaruhi penjualan.

Ibu Eni mengaku juga pernah menerima komplain dari pembelinya karena merasa produk kerupuk Edos rasanya tidak seperti biasanya. Sepengakuan Ibu Eni komplain itu diterimanya karena minyak yang biasanya digunakan perusahaan kerupuk Edos dalam menggoreng kerupuknya kehabisan *stock* dan kebetulan toko yang menjadi langganan Ibu Eni sedang tutup. Jadi karena produksi kerupuk harus tetap berjalan, Ibu Eni memilih untuk menggunakan minyak yang berbeda dari biasanya. Dan hal ini mengundang komplain dari pembeli karena merasa kerupuk Edos rasanya tidak seperti biasanya.

Memang minyak sangat berpengaruh terhadap kerupuk yang dihasilkan setelah proses penggorengan. Minyak yang bagus bisa membuat kerupuknya benar-benar renyah, tidak tengik, dan tidak sakit di tenggorokan. Karena selama ini Ibu Eni sangat menjaga kualitas kerupuknya dan menjadikan kualitas dan rasa kerupuk yang enak sebagai salah satu strategi pemasaran perusahaan kerupuk Edos

sejak dulu. Jadi ketika minyak yang digunakan berbeda dan mempengaruhi rasa, maka pembeli akan komplain. Komplain pelanggan mengenai perbedaan rasa kerupuk dari biasanya ini ditakuti oleh Ibu Eni akan mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang di kerupuk Edos.

Komplain dari pembeli ini dijadikan intropeksi bagi perusahaan kerupuk Edos agar selanjutnya tidak lagi mengulangi kesalahan yang sama. Dan perusahaan kerupuk Edos selalu menjaga rasa dan kualitas kerupuknya agar pembeli tetap setia dan mempertahankan kepuasan pembeli. Hal ini disampaikan oleh Ibu Eni sebagai berikut:

“Pas iku ada pembeli sing komplain opak mu kok ngene, jadi kan kita maleh intropeksi. Memang yo maaf pernah toko minyak e tutup beli di satune lagi dadi rasane yo bedo. Jadi ya besok-besok wis nggak eneh beli minyak sing iku gitu”.³²

(Waktu itu ada pembeli yang komplain menanyakan kerupuk kita kok begini tidak sama seperti biasanya, trus ya kita jadi intropeksi lagi. Memang ya maaf waktu itu pernah kan, toko minyak yang biasanya itu tutup jadi beli di toko satunya dan rasanya itu jadi beda di kerupuknya. Jadi ya besok-besoknya lagi sudah tidak akan beli minya yang itu lagi).

³² *Ibid.*