

BAB IV

PAPARAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Kabupaten Trenggalek merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Pusat pemerintahannya berada di Kecamatan Trenggalek yang berjarak 180 km dari pusat Surabaya, Ibukota Provinsi Jawa Timur. Kabupaten ini menempati wilayah seluas 126.140 Ha, dimana 2/3 bagian luasnya merupakan tanah pegunungan, yang terbagi menjadi 14 kecamatan dan 157 Desa.⁷⁹ Letak di pesisir pantai selatan dan mempunyai batas wilayah disebelah utara dengan Kabupaten Ponorogo, sebelah timur dengan Kabupaten Tulungagung, sebelah selatan dengan Samudra Hindia, dan sebelah barat Kabupaten Pacitan. Dalam penelitian ini dilakukan di Desa Gembleb dimana desa ini termasuk kedalam wilayah Kecamatan Trenggalek.

Desa Gembleb terletak di Dusun Gembleb Desa Gembleb Kecamatan Pogalan. Desa ini memiliki luas 145,080 hektar yang terletak di wilayah Kecamatan Pogalan bagian utara. Desa Gembleb memiliki batas wilayah sebagai berikut bagian utara berbatasan dengan desa Ngulankulon sebelah timur tanah perhutani sebelah selatan Desa Bendorejo, sebelah barat Desa Ngadirenggo dan Desa Pogalan. Jumlah penduduk Desa Gembleb sebanyak 6.407 jiwa yang terdiri atas 3.068 penduduk laki-laki dan 3.339 penduduk perempuan. Sebagian besar mata pencaharian penduduk adalah sebagai

⁷⁹<https://www.trenggalekkab.go.id/menu?page=17&cat=16> diakses pada 27 september 2020

petani, peternak dan industri rumahan. Desa Gembleb terdiri atas 3 (tiga) dusun, yaitu :

Tabel 4.1
Jumlah Dusun Di Desa Gembleb

NO	DUSUN	JUMLAH	
		RT	RW
	Kayujaran	4	12
	Gembleb	5	15
	Suren	3	8

Sumber : Desa Gembleb Trenggalek

Penelitian ini dilakukan di industri kecil oleh-oleh Kabupaten Trenggalek “Pia Rizky” tepatnya di Desa Gembleb Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek. Usaha ini berdiri sejak tahun 2017 yang didirikan oleh Mas Rizky Fajar selaku pemilik usaha Pia Rizky. Di daerah Gembleb tersebut banyak sekali yang memiliki usaha bakpia seperti usaha Mas Rizky tetapi bedanya Home Industri Bakpia ini sudah dikenal konsumen sehingga lebih terkenal dibandingkan usaha yang lain. Tempat penjualan Pia Rizky ini agar susah dicari karena berada agak jauh dari jalan raya desa yaitu sekitar 200 meter dari jalan raya desa. Namun pembeli tidak usaha khawatir karena terdapat petunjuk untuk menuju tempat jualan Pia Rizky.



Gambar 4.1
Lokasi Home Industri Pia Rizky

2. Sejarah Usaha Bakpia Rizky

Pia Rizky berdiri sejak 2017 Pia Rizky merupakan usaha home industri yang menjual bakpia. Usaha ini didirikan oleh mas Rizky Fajar di Desa Gembleb Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek. Usaha ini telah berjalan selama 4 tahun. Awal berdirinya usaha ini karena pemilik sebelum mendirikan usaha ini sudah mendirikan usaha bengkel. Namun usaha tersebut tidak berjalan lancar. Akhirnya mas Rizky dan beberapa pemuda desa bekerja di salah satu home industri bakpia di pasuruan. Karena Mas Rizky orangnya tidak suka bekerja dengan orang lain, maka dia pulang kembali ke desanya. Dengan ketrampilan yang telah dimiliki dari bekerja di Pasuruan tersebut akhirnya mas Rizky membuat home industri bakpia sendiri. Untuk modal awal Mas Rizky mendapatkan pinjaman dari salah satu bank yang ada di Kabupaten Trenggalek. Berselang beberapa waktu akhirnya usaha milik mas Rizky dapat dikenal publik. Mas Rizky berharap dengan adanya usaha Bakpia di Desa Gembleb pemerintah Kabupaten Trenggalek agar dapat membantu dan mengembangkan usaha Bakpia yang ada di Desa Gembleb, Kecamatan Pogalan, Kabupaten Trenggalek agar bisa bersaing dengan Produk luar.

Pia Rizky hanya memproduksi varian Bakpia kering dan Bakpia basah. Pia Rizky memiliki ciri khas yaitu enak, gurih dan manis. Pia Rizky dikemas kedalam kardus yang dibuat dengan desain yang menarik pembeli serta sudah memiliki sertifikat halal. Pia Rizky mematok harga yang cukup murah sesuai dengan isi kardus, dimana terdapat 4 varian isi dalam kardus yaitu isi 6, isi 8, isi 10 dan isi 12.

Tabel 4.2
Varian harga Pia Rizky

No	Varian	Harga
1	Bakpia Isi 6	Rp 5000
2	Bakpia isi 8	Rp 6000
3	Bakpia isi 10	Rp 7300
4	Bakpia isi 12	Rp 8500

Sumber : Pia Rizky

Meskipun Mas Rizky menjual Bakpia cukup murah namun tetap beliau juga memperhatikan kualitas dan rasa Bakpia, menurut beliau kualitas itu nomer satu, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli bakpia dengan harga yang murah dan berkualitas, dan tentunya bisa dinikmati para konsumen. Pelanggan Pia Rizky juga cukup banyak terhitung dalam setiap harinya bisa memproduksi sekitar 1600 butir bakpia. Untuk memenuhi pesanan maka Pia Rizky mempekerjakan karyawan, karyawan ini diambil dari saudara atau kerabat dan tetangga sekitar sehingga Pia Rizky juga membuka lowongan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

Pelayanan yang diberikan Pia Rizky dapat memuaskan pelanggan sehingga pelanggan sangat puas. Pelanggan Pia Rizky tidak hanya dari daerah Trenggalek namun juga dari luar Trenggalek. Saat musim hajatan pernikahan ataupun menjelang hari raya Idul Fitri pesanan yang diterima Pia Rizky sangat banyak. Sampai usaha ini kewalahan dan terpaksa harus menolak pesanan tersebut,. Karena sarana dan prasarana yang dimiliki

masih terbatas. Namun dengan adanya virus Covid 19 Pia Rizky mengalami penurunan produksi dan tidak setiap hari memproduksi.⁸⁰

B. Paparan Data Penelitian

Data yang ditemukan dari hasil penelitian ini adalah sesuai dengan rumusan masalah yang telah ada. Data pertama berkaitan dengan strategi pemasaran “Pia Rizky” dalam menghadapi persaingan antar pengusaha bakpia. Data kedua berkaitan dengan strategi pemasaran “Pia Rizky” meningkatkan penjualan. Data ketiga berkaitan dengan kendala dan solusi “Pia Rizky” strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan.

1. Pembahasan Tentang Strategi Pemasaran “Pia Rizky” Untuk Menghadapi Persaingan Antar Sesama Pengusaha Bakpia

Pia Rizky merupakan salah satu home industri bakpia yang ada di desa Gembleb. Di desa ini terdapat banyak sekali home industri yang menjual bakpia seperti bakpia Ahmad’s Family, Pia Hikmah, Pia Habibi dan Bakpia Maharani, Pia Alfattah. Pia Rizky merupakan salah satu usaha yang mampu bersaing dengan usaha bakpia yang ada di desanya. Mas Rizky selaku pemilik usaha sangat berupaya untuk terus mengembangkan usahanya agar dapat menghadapi persaingan karena banyak pesaing yang menjual produk yang sama dengan usahanya. Hal ini dapat dilihat dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh Mas Rizky guna menghadapi persaingan antara sesama pengusaha bakpia, strategi pemasaran sangatlah perlu diperhatikan

⁸⁰ Data diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik “Bakpia Rizky” dan diolah oleh peneliti, pada tanggal 16 september 2020

karena merupakan salah satu kunci keberhasilan dan berkembangnya usaha tersebut. Adapun strategi pemasaran yang diterapkan oleh “Pia Rizky” guna untuk menghadapi persaingan diantaranya :

a. Produk

Strategi produk merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan produknya. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat dijual maupun ditawarkan kepada konsumen. Dengan produk maka pembeli akan lebih memahami perusahaan dengan melihat produknya. Dalam menghadapi persaingan, strategi produk merupakan hal yang harus diperhatikan “Pia Rizky, guna untuk meningkatkan kepercayaan konsumen maka “Pia Rizky” memiliki produk yang sudah terjamin kualitasnya, sehingga produknya memiliki kualitas yang tinggi dan bermutu tinggi.

Seperti apa yang telah dijelaskan oleh Mas Rizky selaku pemilik, yang menyatakan

“menurut saya agar produk yang saya miliki tidak kalah saing yang harus diperhatikan adalah meningkatkan dan menjaga kualitas. Disini saya harus berusaha untuk membuat bakpia yang terasa lebih enak, dan tetap mempertahankan kualitas bakpia saya yaitu empuk, enak, gurih dan manis. Dalam membuat produk saya juga menggunakan bahan-bahan yang memiliki kualitas yang baik. Dengan menggunakan komposisi yang tepat contohnya tepung terigu, kacang hijau, gula, vanila, susu dan minyak nabati harus ditakar dengan takaran yang tepat sehingga bakpia yang saya hasilkan akan bagus mbak. Untuk bahan-bahan saya memilih yang layak untuk dikonsumsi atau tidak kadaluarsa serta aman bagi konsumen saya. Maka bakpia saya ini hanya bertahan 2 hari disuhu ruangan dan 5 hari di dalam kulkas untuk bakpia basah,

*sedangkan untuk bakpia kering itu dapat bertahan selama 20 hari lebih mbak”.*⁸¹

Penjelasan ini juga didukung oleh pernyataan dari mbak ani, selaku karyawan Pia Rizky :

*“apa yang disampaikan Mas Rizky itu memang benar mbak, disini kami memang menggunakan bahan-bahan yang kualitasnya sangat bagus. Untuk bahan dasar pembuatan kulit dan isi bakpia sendiri harus memiliki kualitas dan mutu yang baik, serta komposisinya pun harus sesuai takaran. Untuk bahan-bahan pembuatan bakpia kami tidak menggunakan pewarna maupun pengawet sehingga sangat aman ununtuk dikonsumsi. Untuk proses pembuatan bakpia tempatnya juga bersih dan pisah dari tempat pemanggangan. Serta pegemasan bakpia juga menggunakan kardus yang tebal agar bakpia tidak rusak.”*⁸²

Dari kedua penjelasan diatas peneliti dapat mengambil benang merah bahwa untuk membuat produk “Pia Rizky” harus memperhatikan mutu dan kualitas produk dengan cara memilih bahan-bahan yang berkualitas, seperti dengan melakukan penakaran yang baik saat pengolahan maupun memperhatikan keaslian dan keamananya. Dalam penyajian produknya “Pia Rizky” memperhatikan tekstur dan rasa dari bakpia, serta pengemasan yang rapi dan baik. Kemasan yang digunakan adalah kardus yang tebal agar tidak rusak sampai ditangan konsumen, serta dengan desain yang menarik.

Hal ini diperkuat dengan dokumentasi bukti strategi produk dengan memperhatikan kualitas dan mutu produk.

⁸¹ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

⁸² Hasil Wawancara dengan Mbak Ani selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020



Gambar 4.2
Bahan baku membuat produk bakpia.⁸³



Gambar 4.3
Produk Bakpia jadi.⁸⁴

⁸³ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020

⁸⁴ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020

Gambar diatas menunjukkan bahan baku dan produk yang telah jadi. Dimana produk tersebut telah siap untuk di jual kepada konsumen.

Selain memilih bahan yang berkualitas dalam produksinya “Pia Rizky” juga memilih bahan-bahan yang baik, tidak kadaluarsa, tanpa pengawet, dan tidak menggunakan bahan yang haram sehingga 100% halal. Hal ini juga didukung dengan pengolahan yang baik, yang semata-mata bertujuan untuk mendapatkan kualitas rasa dan tekstur yang terbaik. Home Industri “Pia Rizky” memberikan penjelasan mengenai komposisi dan kemasan produk mereka kepada konsumen. Berikut ini merupakan pernyataan dari Mas Rizky :

“Sebelum membuat produk kami menyiapkan bahan-bahan yang akan digunakan untuk membuat kulit dan isi bakpia. Bahan-bahan yang saya gunakan ini sangat baik dan 100 % halal mbak, ini saya dapat buktikan dengan sertifikat halal yang saya miliki. Karena saya memilih bahan-bahan yang asli dan tanpa mengandung bahan-bahan yang berbahaya. Untuk bahan baku sendiri saya memilih yang aman untuk dikonsumsi, dan cara mengolah bakpia juga terjamin higienis dan terjamin kehalalannya. Dalam kemasan bakpia saya juga melampirkan produk halal dari MUI selain itu ada juga varian produk bakpia yang terdapat dikemasan, serta komposisi bahan yang dapat dilihat konsumen. Karena saya merasa konsumen perlu mengetahui bahan yang saya gunakan. Dengan ini maka konsumen menjadi semakin yakin dengan produk yang saya jual itu aman karena terdapat tanda halal dari MUI serta komposisi yang aman yang sudah

tercantum dalam kemasan produk, sehingga konsumen merasa yakin atas bahan-bahan yang saya gunakan.”⁸⁵

Hal ini juga diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti, di Home Industri “Pia Rizky” trenggalek sebagai berikut :

“Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti, memang benar Home Industri ‘Pia Rizky’ Trenggalek telah mendaftarkan dan mendapat sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dan juga label halal tersebut telah dicantumkan pemilik di kemasan bakpia agar pembeli mengetahui bahwa produk tersebut benar-benar halal”.⁸⁶

Dari pernyataan diatas dapat menunjukkan bahwa, produk yang ditawarkan Home Industri “Pia Rizky” memang benar-benar halal. Karena usaha ini telah terdaftar dalam Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan telah mendapatkan sertifikat halal. Dan juga dalam kemasan produk telah dicantumkan label halal. Sehingga kehalalan dari produk tersebut terjamin. Hal ini diperkuat dengan dokumentasi dari kemasan produk Home Industri “Pia Rizky”

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

⁸⁶ Hasil observasi pada Home Industri Pia Rizky pada tanggal 19 September 2020



Gambar 4.4
Kemasan Produk Pia Rizky.⁸⁷

Gambar diatas menunjukkan bahwa Home Industri “Pia Rizky” mencantumkan label halal didalam kemasan produknya untuk memberi kepercayaan kepada konsumen bahwa produk mereka halal.

Selaku konsumen Home Industri “Pia Rizky”, Ibu Minatun menyatakan sebagai berikut:

“saya sebagai konsumen merasa sangat senang dengan produk dari Pia Rizky karena memiliki rasa yang enak, manis dan gurih. Selain memiliki rasa yang enak Pia Rizky juga dikemas kedalam kemasan yang tebal dan desainnya pun juga menarik sehingga tidak mudah rusak. karena kalau kemasan rusak itu pasti akan berpengaruh terhadap produk yang ada didalamnya. Sehingga sebagai konsumen kemasan juga diperhatikan saat membeli .selain produk dan kemasan saya suka membeli di Pia Rizky karena dalam kemasan sudah terdapat label halal, sehingga saya

⁸⁷ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020

sebagai konsumen tidak khawatir ada bahan-bahan yang haram dalam produksinya ⁸⁸

Dari pernyataan diatas dapat diperoleh temuan penelitian bahwa label halal menjadi hal yang sangat penting dalam sebuah produk. Karena dengan label halal konsumen akan percaya bahwa produk tersebut bebas dari unsur haram. dengan label halal Pia Rizky juga akan mendapat kepercayaan terhadap produknya bahwa produk tersebut memang halal karena sudah mendapat sertifikat secara resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang berada di Kabupaten Trenggalek. sedangkan untuk masyarakat khususnya kaum muslim mereka tidak merasa khawatir dengan produk yang mereka beli mengandung unsur haram contoh : minyak babi. Karena produk tersebut sudah pasti tidak mengandung unsur haram. Apabila produk tersebut mengandung unsur haram maka tidak akan mendapatkan sertifikat halal dari MUI

b. Harga

Penentuan harga merupakan salah satu hal yang sangat penting karena harga menjadi salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan hal ini maka strategi harga yang diterapkan Pia Rizky disesuaikan dengan varian isi dalam kotak pengemasan dan kualitas dari produk. Untuk harga yang ditawarkan home

⁸⁸ Hasil Wawancara dengan Ibu Minatun selaku konsumen Pia Rizky pada 20 september 2020

industri Pia Rizky tergolong cukup murah, namun kualitas produk yang ditawarkan cukup baik meskipun mematok harga murah. Dengan demikian maka konsumen akan dapat memilih harga sesuai dengan keinginannya, karena mereka memiliki harga yang berbeda pada setiap isi bakpia. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Mas Rizky :

“iya untuk harga bakpia kami itu berbeda-beda mbak, sesuai dengan isi bakpia yang ada dalam kemasan. Bakpia kami memiliki empat macam varian harga yaitu untuk bakpia isi 6 harga Rp 5000, bakpia isi 8 harganya Rp 6000, isi 10 Rp 7300 dan isi 12 Rp 8500, ini harga untuk bakpia kering maupun basah. Untuk harga sendiri bisa berubah-ubah sesuai dengan harga bahan baku yang digunakan, apabila bahan baku harganya turun kami harga bakpia juga turun namun apabila bahan baku naik maka harga bakpia juga akan ikut naik. Dan kami juga memberikan bonus kepada konsumen yang membeli banyak, seperti apabila ada konsumen yang membeli 50 kotak maka akan diberikan gratis 1 kotak bakpia. Untuk keuntungan bakpia kami tidak mengambil banyak. karena harga bahan baku juga relatif murah dibandingkan dengan usaha bakpia yang lain. Dan industri kami ini juga berada didesa mbak, jadi apabila harganya mahal maka tidak ada konsumen yang mau membeli produk kami.”⁸⁹

Hal ini juga diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap harga produk “Pia Rizky”, sebagai berikut ;

“Dari observasi yang dilakukan oleh peneliti, memang benar bahwa harga yang ditawarkan Pia Rizky memang relatif lebih murah. Strategi harga ini bertujuan untuk menarik konsumen agar membeli produk home industri Pia Rizky. Dengan harga yang relatif murah maka konsumen akan merasa tertarik membeli karena dapat disesuaikan dengan keuangan yang dimiliki. Dengan harga yang murah

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

*maka semua masyarakat dapat membeli. Sehingga semua kalangan dapat menikmati Pia Rizky.*⁹⁰

Dari penjelasan diatas dapat menunjukkan bahwa, harga yang ditawarkan oleh Home Industri “Pia Rizky” relatif murah. Harga yang ditawarkan juga bervariasi sesuai dengan isi dalam kemasan. Hal ini juga untuk memudahkan pembeli saat membeli produk bakpia karena mereka dapat menyesuaikan dengan keuangan mereka.

Hal ini juga di perkuat dengan dokumentasi peneliti saat melakukan observasi ke Home Industri “Pia Rizky”



	Rp. 650,- per biji
Isi 8	Rp. 6.000,-
Isi 10	Rp. 7.300,-
Isi 12	Rp. 8.500,-
Isi 6	Rp. 5.000,-

Gambar 4.5
Varian Harga Pia Rizky.⁹¹

Gambar diatas menunjukkan varian harga produk “Pia Rizky”.

Hal ini dilakukan untuk memberikan pilihan kepada konsumen

⁹⁰ Hasil observasi di Home Industri Pia Rizky pada tanggal 19 September 2020

⁹¹ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020

dalam membeli produk bakpia yang dapat disesuaikan dengan keuangan konsumen.

Hal tersebut juga didukung dari pernyataan mbak Eni, selaku karyawan Pia Rizky;

“untuk harga yang ditawarkan kepada konsumen saya rasa memang sudah pas mbak, itu sesuai dengan kualitas bakpia yang dibuat. Karena kami menggunakan bahan-bahan yang memiliki kualitas yang baik maka dengan harga demikian saya rasa konsumen juga tidak akan keberatan. Karena Bakpia yang mereka terima sesuai dengan apa yang mereka bayarkan. dan benar seperti yang dikatakan Pak Rizky memang saat harga bahan baku naik maka harga bakpia juga mengalami kenaikan, namun kenaikan harga itu tidak terlalu banyak mungkin paling mahal itu naik 10% dari harga yang sebelumnya mbak.”⁹²

Pernyataan yang disampaikan Ibu Minatun, selaku konsumen Pia Rizky;

“untuk harga yang ditawarkan Pia Rizky menurut saya sudah sesuai mbak. Dan juga termasuk murah dibandingkan dengan home industri bakpia yang lainnya Karena itu tidak terlalu mahal, dan juga dengan adanya variasi harga maka dapat memudahkan saya apabila ingin membeli bakpia. Karena dapat disesuaikan dengan uang yang saya miliki. Sehingga saya rasa dengan harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas bakpia yang saya dapatkan.”⁹³

Dari pernyataan diatas peneliti menemukan bahwa harga produk yang ditawarkan oleh “Pia Rizky” disesuaikan dengan isi produk yang ada didalam kemasan dan juga kualitas produk yang mereka miliki. Dan harga yang ditawarkan pun relatif lebih murah.

Dengan variasi harga yang telah ditawarkan oleh “Pia Rizky”

⁹² Hasil wawancara dengan Mbak Eni selaku Karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

⁹³ Hasil wawancara dengan Ibu Minatun selaku konsumen Home Industri Pia Rizky pada 22 September 2020

maka konsumen dapat membeli bakpia sesuai dengan kemampuan mereka. Jadi harga dari “Pia Rizky” dapat dijangkau oleh semua masyarakat, baik konsumen yang memiliki keuangan yang sedikit. Maka konsumen dari Bakpia Rizky semua kalangan masyarakat, dengan demikian semua kalangan masyarakat dapat menikmati produk dari home industri “Pia Rizky”.

c. Distribusi

Tempat atau distribusi merupakan kegiatan pemasaran atau penyaluran barang yang mempermudah kegiatan jual beli mulai dari produsen ketangan konsumen akhir sehingga tidak akan ada kecurangan didalamnya. Pada awalnya bakpia hanya dikenal oleh masyarakat Trenggalek namun sekarang sudah terkenal diluar Trenggalek. Dalam distribusinya “Pia Rizky” menyediakan pengantaran barang kepada konsumen.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Mas Rizky, selaku pemilik home industri “Pia Rizky”, sebagai berikut :

“Saat ini memang benar mbak, bahwa konsumen saya memang tidak hanya dari daerah Trenggalek saja namun dari luar kota juga ada. Untuk pendistribusian sendiri kami saat ini hanya langsung kepada konsumen, belum menitipkan ke toko-toko. Karena memang produk kami yang tidak bisa bertahan lama sehingga apabila dititipkan ke toko-toko akan cepat basi. Pada awal usaha saya biasanya menitipkan pada pedagang sayur. Karena kalau pedagang sayur dijajakan saat dia berjualan apabila tidak habis langsung dikembalikan. Namun kalau ditoko kan harus berhari-hari dan bakpia pasti akan basi. Dan itu malah akan menjadi kerugian bagi kami. Untuk pendistribusian produk kami biasanya konsumen akan datang langsung ke tempat kami, namun kepada kami juga menyediakan pengantaran barang dengan sepeda montor yang langsung kerumah konsumen. Maka

konsumen yang diluar kota tidak perlu datang jauh-jauh ketempat kami. Saat ini pesanan kami semakin hari semakin banyak sehingga apabila diantar dengan sepeda montor akan susah, maka saya berusaha untk membeli mobil yang digunakan untuk mengantar pesanan konsumen yang banyak. dengan demikian konsumen saya akan lebih dipermudah untuk mendapatkan produk dari Pia Rizky. Dan produk tersebut juga tidak akan mudah rusak karena dibawa dengan mobil. Selain itu juga untuk pembelian bahan baku akan lebih mudah. Dan dapat memuat bahan baku yang banyak untuk digunakan dalam produksi Pia Rizky.”⁹⁴

Hal ini juga diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti dengan konsumen “Pia Rizky” yang berada diluar kota, sebagai berikut ;

“Dari observasi yang dilakukan peneliti, memang benar bahwa konsumen Pia Rizky memang tidak hanya didaerah Trenggalek namun juga ada diluar daerah Trenggaalek. Strategi pendistribusian tersebut bertujuan untk mencakup konsumen-konsumen yang jauh dari home industri Pia Rizky. Dengan pendistribusian tersebut diharap mampu memenuhi kebutuhan konsumen terhadap produk bakpia. Sehingga konsumen dapat lebih mudah untuk mendapatkan produk bakpia yang dihasilkan oleh Pia Rizky.”⁹⁵

Berdasarkan pernyataan diatas menunjukkan bahwa, dalam pendistribusian produk Home Industri Pia Rizky dilakukan dengan menyediakan pesan antar bagi konsumen bakpia. Hal ini didukung dengan dokumentasi pengantaran barang kepada konsumen sebagai berikut :

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

⁹⁵ Hasil observasi pada Home Industri Pia Rizky pada tanggal 19 September 2020



Gambar 4.6
Distribusi produk pada konsumen.⁹⁶

Gambar diatas menunjukkan Home Industri “Pia Rizky” melakukan distribusi kepada konsumen. Dengan melakukan pendistribusian langsung kepada konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan dari mbak yeni, selaku konsumen dari luar Kabupaten Trenggalek sebagai berikut ;

“Memang benar bahwa produk Pia Rizky sudah terkenal sampai luar kota Trenggalek. Karena saya maupun tetangga saya sering memesan produk bakpia ini. Karena memang produknya yang enak dan berkualitas bagus. Serta pendistribusiannya dapat diantarkan langsung ke rumah saya. Sehingga mempermudah saya apabila mengadakan kegiatan yang membutuhkan bakpia sebagai makanan.”⁹⁷

⁹⁶ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Mbak Yeni selaku konsumen Home Industri Pia Rizky pada 23 September 2020

Dari pernyataan diatas peneliti dapat mengambil benang merah bahwa “Pia Rizky” memiliki konsumen yang tidak hanya berasal dari daerah Trenggalek saja namun juga berada diluar daerah Trenggalek. dan usaha ini memiliki segmen pasar yang sangat unik dimana dalam pedistribusian produknya “Pia Rizky” mereka memasarkan ditempat produksi dan juga pemesanan. Serta dengan mendistribusikan kepada para konsumen yang berada diluar Trenggalek. untuk melayani pesanan yang berada di wilayah yang jauh Pia Rizky menggunakan sistem pengantaran yang menggunakan sepeda montor. Mereka akan mengantar pesanan konsumen sampai kerumah apabila konsumen membeli dalam jumlah banyak. Sehingga hal ini akan dapat memudahkan konsumen dan juga menarik minat konsumen untuk membeli. Maka usaha home industri “Pia Rizky” saat ini sangat dikenal oleh masyarakat baik didalam maupun diluar Kabupaten Trenggalek.

2. Pembahasan Tentang Strategi Pemasaran yang Diterapkan Pia Rizky Dalam Meningkatkan Penjualan.

Dalam suatu usaha maka pengusaha memiliki keinginan untuk meningkatkan penjualannya. Maka untuk meningkatkan penjualan home industri menggunakan strategi pemasaran dengan beberapa faktor yang dapat meningkatkan penjualan.

a. Promosi

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi kepada konsumen untuk menginformasikan dan menyebarluaskan segala macam produk yang diproduksi untuk ditawarkan dan berusaha untuk membujuk dan mempengaruhi sehingga dapat menarik calon konsumen baru dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Dalam mempromosikan produknya saat awal mula berdirinya “Pia Rizky” hanya melalui orang ke orang. Tetapi seiring berjalannya waktu maka usaha ini juga memerlukan promosi yang lebih agar sampai kepada masyarakat luas, diluar Trenggalek. karena dengan adanya promosi maka dapat meningkatkan penjualan produk “Pia Rizky”. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan Mas Rizky ;

“pada awal usaha ini promosi memang hanya lewat mulut ke mulut mbak. Dimana pada saat itu kami belum berpikiran untuk mempromosikan produk yang kami miliki lewat media sosial. Karena pada saat itu kami masih belum mengerti cara mempromosikan produk untuk menarik pelanggan. Pada awalnya pembeli hanya mengetahui dari teman, saudara maupun tetangganya yang lebih dulu membeli produk kami. Contohnya ibu a membeli produk kami untuk acara yasinan, kan produk itu pasti disajikan untuk anggota yasinan. Anggota yasinan tersebut pasti merasakan bakpia saya, dan mereka merasa bakpia saya enak dan manis. Lalu mereka akan bertanya kepada ibu a dimana dia mendapatkan bakpia itu. Maka ibu a akan menjawab bahwa bakpia tersebut dari “Pia Rizky. Lalu setelah usaha saya ini makin banyak konsumennya maka saya mulai mempromosikan produk saya ini menggunakan media sosial seperti Facebook, Wa dan yang lainnya. Dengan mempromosikan produk melalui media sosial

saat ini produk kami semakin dikenal masyarakat. Setiap hari semakin banyak pembeli yang memesan bakpia.”⁹⁸

Hal ini juga diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap promosi produk dari “Pia Rizky”, sebagai berikut;

“dari observasi yang dilakukan peneliti, memang benar bahwa memang “Pia Rizky” melakukan promosi dari konsumen satu ke konsumen lain. Namun selain itu juga menggunakan media sosial dalam melakukan strategi promosi. Strategi pemasaran melalui promosi tersebut seperti menggunakan fecebook, wa, sehingga masyarakat akan lebih mudah mengetahui produk yang ditawarkan Pia Rizky.”⁹⁹

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwa, dalam melakukan promosi Pia rizky menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya agar dikenal masyarakat luas. Hal ini diperkuat dengan dokumentasi pada Home industri “Pia Rizky”



Gambar 4.7
Promosi dengan media sosial.¹⁰⁰

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

⁹⁹ Hasil observasi terhadap Home Industri Pia Rizky pada 19 September 2020

¹⁰⁰ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020

Gambar diatas menunjukkan bahwa Home Industri Bakpia Rizky juga melakukan promosi dengan menggunakan media sosial . hal ini juga dibenarkan dengan pernyataan mbak ani, selaku karyawan home industri “Pia Rizky”, sebagai berikut ;

“memang benar mbak bahwa kami memnggunakan media sosial untuk mempromosikan produk kami. Karena saat ini masyarakat banyak yang menggunakan media sosial. Sehingga dengan mempromosikan melalui media sosial akan banyak masyarakat yang lebih mengetahui produk kami.”¹⁰¹

Hal senada juga disampaikan oleh Mbak Yeni, selaku konsumen dari home industri “Pia Rizky”, sebagai berikut;

“Saya awal mula mengetahui Pia Rizky ini memang dari media sosial yaitu Facebook. Saat awal melihat di Facebook saya tertarik untuk membelinya. Langsung saya memesan lewat facebook. Karena kalau tidak dari facebook saya tidak mengetahui Bakpia ini. Ya karena rumah saya kan jauh dari home industri Pia Rizky ini.”¹⁰²

Dari pernyataan diatas peneliti menemukan, pada awal berdirinya usaha Bakpia Rizky ini hanya dipromosikan dari mulut ke mulut, konsumen yang lebih dulu membeli produk bakpia di Pia rizky. Mereka kebanyakan adalah teman, saudara maupun tetangga dari konsumen tersebut yang merasa tertarik setelah mencicipi Pia Rizky. Setelah bakpia ini sudah mulai terkenal pemilik mempromosikannya melalui media sosial. Sehingga konsumen yang berada di luar daerah Trenggalek

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Mbak Ani selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹⁰² Hasil wawancara dengan Mbak Yeni selaku konsumen Home Industri Pia Rizky pada 22 September 2020

dapat mengetahui bakpia ini melalui media sosial yang digunakan pemilik untuk mempromosikan produk dari Pia Rizky.

Selain melalui media sosial pemilik juga mempromosikan produknya dengan mengikuti bazaar-bazaar yang ada di daerah Trenggalek. berikut pernyataan dari Mas Rizky;

“memang benar mbak, selain saya melakukan promosi dengan media sosial, saya juga melakukan promosi dengan mengikuti bazaar-bazaar yang ada di daerah Trenggalek. Saat ini saya juga menjadi anggota UMKM yang ada di Kabupaten Trenggalek. dengan menjadi anggota UMKM maka saya dapat memperkenalkan produk saya dengan bazaar yang dibuat oleh Kelompok UMKM di Kabupaten Trenggalek. dengan ini maka masyarakat yang belum mengetahui bakpia maupun tempat produksi bakpia saya akan menjadi lebih tahu.”¹⁰³

Berdasarkan pernyataan di atas dalam melakukan promosi Home Industri Bakpia Rizky menjadi salah satu anggota UMKM Trenggalek dan juga mengikuti bazaar-bazaar yang ada di Kabupaten Trenggalek. Hal ini diperkuat dengan dokumentasi yang dilakukan peneliti pada Home Industri “Pia Rizky” sebagai berikut :

¹⁰³ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada tanggal 16 September 2020



Gambar 4.8
Promosi dengan mengikuti Bazar.¹⁰⁴

Gambar diatas menunjukkan bahwa Home Industri “Pia Rizky’ mengikuti bazar-bazar yang diadakan di Kecamatan Pogalan untuk lebih memperkenalkan produk mereka kepada konsumen.

Berdasarkan pernyataan diatas peneliti dapat menarik benang merah bahwa promosi yang dilakukan “Pia Rizky” melalui media sosial, maupun dari konsumen satu ke konsumen lain. Pemilik Pia Rizky juga ikut dalam bazaar-bazaar yang ada di Kabupaten Trenggalek, serta Pia Rizky juga menjadi salah satu anggota kelompok UMKM Kabupaten Trenggalek. Dengan demikian usaha ini akan lebih dikenal masyarakat luas.

¹⁰⁴ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020

3. Pembahasan Tentang kendala dan solusi Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan dan Meningkatkan Penjualan “Pia Rizky” Trenggalek

Setiap perusahaan pasti memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing. Selalu ada kendala dalam hal produksi, distribusi maupun dalam hal pemasaran. Tak lain juga dari “Pia Rizky” juga mempunyai kendala dalam usahanya.

a. Kendala dalam Pemasaran “Pia Rizky”

Dalam memulai atau mengembangkan suatu usaha yang telah ada, tentu akan dihadapkan pada ketidakpastian dan resiko. Resiko dalam hal ini merupakan kendala yang disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah aspek pemasaran yakni bagaimana perkembangan dari suatu produk agar tetap diminati pelanggan perlu dilakukan wirausahawan. Produk menjadi hal sangat penting untuk dioptimalkan kualitas dan harus sesuai dengan keinginan konsumen sehingga penting untuk menjaga keberlangsungan suatu produk dapat terjual dengan kualitas yang tinggi dan dikenal oleh masyarakat luas sehingga akan mendapatkan pola pemasaran yang lancar. Dalam berwirausahawan seseorang harus memiliki kejelian terhadap peluang pasar yang akan digunakan. Karena hal ini akan berpengaruh terhadap omset penghasilan, dan penghasilan ini akan

menentukan berlangsung atau tidak suatu usaha yang ada sedang dijalankan.

1. Produk

Pada awal usaha “Pia Rizky” memiliki kendala dalam proses produksinya. Seperti yang dijelaskan Mas Rizky selaku pemilik;

“Pada awal usaha ini, kendala yang sering kami hadapi adalah produk yang rusak. Kami juga memiliki kendala persaingan bisnis mbak, karena di Desa Gembleb ini merupakan sentral Bakpia yang ada di Kabupaten Trenggalek. sehingga semua ingin membuat produk bakpia mereka secepat mungkin agar dikenal masyarakat.”¹⁰⁵

Penjelasan tersebut juga didukung dengan paparan dari Mbak Ani, selaku karyawan Pia Rizky;

“Memang benar mbak pada awal usaha banyak kesalahan pada saat proses produksi dan pengemasan sehingga banyak produk yang rusak. Maka untuk proses produksi dan pengemasan itu harus berhati-hati. Karena kalau tidak enak dan rusak pelanggan tidak akan percaya dengan produk kami. Dan memang benar bahwa disini memang banyak sekali usaha bakpia, namun di “Pia Rizky” ini bakpia yang dihasilkan berbeda dengan bakpia yang berasal dari usaha yang lain. Jadi banyak pelanggan yang tertarik membeli produk bakpia kami.”¹⁰⁶

Penjelasan tersebut juga disampaikan oleh Mbak Ani selaku karyawan “Pia Rizky”

“memang saat produksi sendiri harus berhati-hati mbak, mulai dari pencampuran bahan maupun saat proses

¹⁰⁵ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan Mbak Ani selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

*pemanggangan agar produk yang dihasilkan tidak rusak. Sehingga akan menghasilkan bakpia yang layak jual.*¹⁰⁷

Hal ini diperkuat dengan bukti dokumentasi dokumentasi terhadap yang mengalami kegagalan dalam proses produksi.



Gambar 4.9
Produk bakpia yang rusak.¹⁰⁸

Pada awal usaha “Pia Rizky” selain dalam proses produksi. Usaha ini memiliki kendala dalam bahan baku, dimana pada awal usaha mereka kesulitan untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang murah.

Seperti yang dijelaskan Mas Rizky, sebagai berikut;

“pada awal usaha selain sering terjadi kerusakan bakpia. Saya juga kesulitan dalam memperoleh bahan baku untuk produksi bakpia saya. Dimana saat itu saya belum menemukan suplier bahan baku yang tepat. Pada saat itu saya mencari untuk menemukan bahan baku yang berkualitas namun dengan harga yang murah. Karena untuk dapat memperkecil biaya produksi. Karena keuntungan yang saya dapat tidak banyak.

¹⁰⁷ Hasil wawancara dengan Mbak Ani selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada tanggal 16 September 2020

¹⁰⁸ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020

sehingga apabila bahan baku mahal maka proses produksi tidak akan berjalan.”¹⁰⁹

Penjelasan tersebut juga didukung dengan paparan dari Mbak Ani, selaku karyawan “Pia Rizky”

“benar mbak, pada awal usaha Mas Rizky itu sering pergi ke pedagang-pedagang bahan baku. Untuk memperoleh bahan baku produksi bakpia yang berkualitas. Namun yang harganya pun masih terjangkau dengan keuangan yang dimiliki usaha “Pia Rizky” ini.”¹¹⁰

Dari beberapa penjelasan di atas peneliti mengambil benang merah bahwa pada awal usaha sampai sekarang “Pia Rizky” masih harus belajar dan berinovasi lagi untuk membuat bakpia agar mendapatkan bakpia dengan tekstur dan rasa yang baik. dan untuk menarik inovasi pelanggan “Pia Rizky” mempunyai ciri khas bakpia yang enak, manis dan gurih dalam produk bakpiannya. Dan juga kendala lain adalah sulit untuk mendapatkan supplier bahan baku yang mempunyai kualitas bahan baku yang bagus dengan harga yang lebih murah.

2. Harga

Dalam menentukan harga suatu produk harus memperhatikan kualitas dan keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan. Karena terkadang konsumen kita membeli suatu produk ingin mendapatkan produk yang berkualitas namun dengan harga yang murah. Maka dalam penetapan suatu

¹⁰⁹ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹¹⁰ Hasil wawancara dengan Mbak Ani selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

harga banyak yang harus dipertimbangkan oleh pemilik usaha, termasuk kendala yang akan terjadi ketika menetapkan suatu harga pada produknya. Seperti yang telah disampaikan Mas Rizky selaku pemilik “Pia Rizky”

“iya memang banyak konsumen yang menawar untuk mendapatkan harga murah mbak. Namun saya tidak mau karena harga yang saya tetapkan itu sudah termasuk harga yang sangat murah, dengan kualitas bakpia saya yang bagus. Sehingga apabila pembeli menawar ya langsung saya tolak karena saya nanti tidak akan mendapat keuntungan.”¹¹¹

Hal ini juga didukung dari pernyataan Mbak Eni, selaku karyawan”Pia Rizky”

“iya benar mbak, banyak sekali konsumen yang datang langsung kesini saat membeli masih menawar harga. Namun kami tidak akan dapat menurunkan harga sesuai keinginan konsumen. Karena harga yang saat ini ditawarkan ini sudah sesuai dengan biaya produksi serta keuntungan yang akan didapatkan.”¹¹²

Dari kedua pernyataan diatas peneliti menemukan bahwa, banyak konsumen yang masih melakukan tawar-menawar harga saat membeli produk “Pia Rizky.” Namun Home Industri “Pia Rizky” tidak dapat memenuhi keinginan pembeli karena akan berdampak pada keuntungan yang diterima. Selain tawar-menawar harga yang menjadi kendala lainnya adalah kenaikan bahan baku saat bulan Ramadhan.

¹¹¹ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹¹² Hasil wawancara dengan Mbak Eni selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

Seperti yang diungkapkan Mas Rizky selaku pemilik usaha “Pia Rizky”

“kendala yang lain itu harga bahan baku mbak, dimana bahan baku dipasaran harganya tidak menentu. Kadang harganya turun dan juga kadang meningkat tajam. Jadi harga bakpia kadang mengikuti harga bahan baku. Iya namun sebagai pengusaha saya juga hanya dapat pasrah mbak apabila bahan baku naik. Karena saya membutuhkan bahan tersebut.”¹¹³

Hal ini diperkuat dengan observasi peneliti, pada Home Industri “Pia Rizky¹¹⁴”

“dari observasi yang dilakukan peneliti memang benar bahwa kenaikan harga bahan baku menjadi kendala dalam produksi “Pia Rizky” . hal ini terjadi karena dengan kenaikan bahan baku maka harga jual produk meningkat. Ini dilakukan untuk tetap dapat memproduksi karena apabila bahan baku tidak dinaikan maka produksi akan mengalami kendala dalam keuangan”

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat menjelaskan bahwa kenaikan harga bahan baku menjadikan kenaikan harga produk “Pia Rizky. Dengan kenaikan harga produk menyebabkan banyak konsumen yang merasa keberatan. Hal ini diperkuat dengan dokumentasi sebagai berikut:

¹¹³ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹¹⁴ Hasil observasi terhadap Home Industri Pia Rizky pada 19 September 2020



Gambar 4.10
Kenaikan harga produk “Pia Rizky”.¹¹⁵

Gambar diatas menunjukkan Home Industri “Pia Rizky” Trenggalek melakukan kenaikan harga pada produknya saat harga bahan baku naik.

Penjelasan tersebut di sambung oleh karyawan lainnya dari Mbak Ani, selaku karyawan Bakpia Rizky;

*“benar mbak, saat bukan Ramadan bahan baku semuanya naik. Maka kami juga harus menaikkan harga produk kami. Namun saat harga bahan baku kembali normal, maka harga bakpia juga kembali seperti harga biasanya. Namun saat harga naik kami juga memberi tahu terlebih dahulu kepada konsumen,”*¹¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dapat ditemukan bahwa harga bahan baku yang mengalami kenaikan akan berdampak pada harga bakpia. Dengan harga bahan baku yang naik maka harga bakpia juga akan ikut naik.

¹¹⁵ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020

¹¹⁶ Hasil wawancara dengan Mbak Ani selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

Namun saat harga bahan baku stabil maka harga bakpia akan kembali ke harga normal.

3. Distribusi

Dalam mencapai sasaran pasar, selain menganalisis kendala internal dan eksternal, saluran distribusi dan tempat menjadi faktor yang penting agar konsumen melakukan pembelian. Penjelasan dari Mas Rizky selaku pemilik home industri “Pia Rizky” beliau mengatakan bahwa

*“Mungkin kendala untuk distribusi itu penyaluran mbak, karena masih banyak konsumen yang jauh sehingga pendistribusian tidak dapat kami lakukan. Karena kendala kendaraan yang kami miliki. serta karena adanya virus covid-19 ini yang menyebabkan produksi saya mengalami penurunan. Sehingga pendistribusian mengalami penurunan. Dan ini menyebabkan pelanggan banyak yang kecewa karena kami juga tidak dapat melakukan pendistribusian agak jauh”.*¹¹⁷

Penjelasan tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Mbak Ani, selaku karyawan “Pia Rizky”

*“Pia Rizky ini sistemnya dengan pemesanan mbak apabila membeli banyak. namun karena ada wabah covid ini maka kadang tidak memproduksi jadi tidak ada yang didistribusikan mbak.”*¹¹⁸

Penjelasan tersebut juga disambung dari pernyataan dari Mbak Ani, selaku karyawan “Pia Rizky”

“iya mbak semenjak ada covid ini kami kadang libur karena tidak ada pesanan. Karena biasaya setiap hari pasti ada konsumen dari luar kota yang memesan. Namun saat ini

¹¹⁷ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹¹⁸ Hasil wawancara dengan Mbak Ani selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

*sangat jarang sehingga distribusi mengalami penghambatan atau penurunan.*¹¹⁹

Berdasarkan pernyataan diatas kendala distribusi yang ada dalam Home Industri Pia Rizky adalah saat ini tidak banyak melakukan pendistribusian karena ada virus Covid 19 dan juga kendaraan yang digunakan untuk distribusi.

Hal ini diperkuat dengan bukti dokumentasi saat melakukan distribusi produk kepada pelanggan.



Gambar 4.11
Kendaraan distribusi “Pia Rizky”.¹²⁰

Dari pernyataan diatas peneliti menemukan bahwa, Pia Rizky melakukan sistem pemesanan yang dikirim langsung kepada konsumen mereka dengan distribusi. Namun semenjak ada covid-19 pesanan yang mereka terima mengalami penurunan sehingga pendistribusian tidak dapat berlangsung.

¹¹⁹ Hasil wawancara dengan Mbak Eni selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹²⁰ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020

Hal ini terutama berdampak pada konsumen yang berada di luar kota karena sekarang semakin jarang konsumen dari luar kota yang melakukan pemesanan “Pia Rizky”. Dan juga kendaraan untuk distribusi saat ini belum memadai. Dimana distribusi hanya menggunakan motor. Sehingga omset mereka mengalami penurunan yang signifikan.

4. Promosi

Promosi merupakan salah satu cara pengusaha untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas. Pemasaran yang dapat menarik konsumen tidak terlepas dari promosi yang dilakukan pengusaha tersebut. Dengan promosi produk akan sampai ditelinga konsumen. Namun terkadang promosi tidak sampai ke telinga masyarakat padahal promosi telah dilakukan dengan sebaik mungkin.

Pernyataan ini dibenarkan oleh mas Rizky selaku pemilik “Pia Rizky”

“untuk promosi kami menggunakan media sosial mbak, namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bakpia kami mbak. Karena tidak semua masyarakat yang memiliki media sosial dan juga banyak yang tidak dapat menggunakan media sosial. Jadi ya promosi di media sosial itu juga saya rasa masih kurang efektif.”¹²¹

Berikut pernyataan Ibu Minatun selaku konsumen:

“saya tahu “Pia Rizky” ini dari saudara saya mbak. Karena saudara saya pernah memesan dari sini. Dan saya juga

¹²¹ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

tidak tahu bahwa bakpia rizky sudah melakukan promosi melalui online karena saya tidak begitu mengerti mengenai media sosial.”¹²²

Berikut pernyataan Mbak Yeni selaku konsumen

“saya tahu “Pia Rizky” ini dari medis sosial facebook, karena bakpia ini cukup terkenal di Trenggalek dan banyak orang yang memposting difacebook. Serta juga dipromosikan secara online oleh Mas Rizky.”¹²³

Dari beberapa pernyataan diatas peneliti dapat mengambil benang merah dimana promosi yang dilakukan “Pia Rizky” melalui media sosial atau online. Namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui karena masih banyak kalangan masyarakat yang tidak dapat menggunakan media sosial maupun tidak memiliki akun media sosial. Sehingga mereka kadang hanya mengetahui dari konsumen yang pernah membeli dari “Pia Rizky”.

b. Solusi terhadap kendala yang dimiliki Pia Rizky

Guna mengatasi kendala-kendala dalam pemasaran dalam suatu usaha maka diperlukan suatu teknik dan strategi pemasaran yang baik.

a) Produk

Produk menjadi suatu hal yang sangat penting dalam sebuah usaha. Ketika produk dalam suatu perusahaan tersebut mengalami hambatan maka harus segera menemukan penyelesaian yang tepat untuk keberlangsungan usaha tersebut.

¹²² Hasil wawancara dengan Ibu Minatun selaku konsumen Home Industri Pia Rizky pada 20 September 2020

¹²³ Hasil wawancara dengan Mbak Yeni selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 23 September 2020

Selain produk, pengusaha juga dapat menentukan harga mereka berdasarkan kualitas produk dan memberikan diskon terhadap dengan minimal pembelian kepada konsumen. Dengan memberikan harga yang menarik konsumen saat produk yang mereka terjadi kesalahan dalam produksi maupun saat pengemasan. Berikut pernyataan yang disampaikan Mas Rizky;

“contohnya seperti ini mbak, saat waktu terjadi pemesanan banyak itu kadang-kadang karyawan suka teledor dalam pembuatan atau pengemasan, seperti produk yang dibuat itu tidak bagus atau telalu gosong sehingga konsumen tidak berminat untuk membeli. Maka saya membuat promo untuk menarik minat konsumen seperti dalam setiap pembelian 20 kardus, akan kami beri 1 kardus gratis. Dan untuk karyawan saya juga memberi pelatihan, sehingga mereka bekerja sesuai dengan kemampuan mereka agar tidak banyak produk yang rusak. Dan juga saya sering datang melihat-lihat suplier bahan baku untuk mengetahui suplier mana yang memenang sesuai dengan yang saya butuhkan”¹²⁴

Penjelasan tersebut di sambung oleh karyawan lainnya dari Mbak Ani, selaku karyawan Pia Rizky”.

“untuk menghindari kesalahan produksi, sekarang Mas Rizky kerap memberi training kepada karyawan mbak, dimana kami sebagai karyawan akan diarahkan ke bagian yang sesuai dengan ketrampilan dan keahlian kami.”¹²⁵

Penjelasan tersebut di sambung oleh karyawan lainnya dari Mbak Ani, selaku karyawan dari Pia Rizky;

“saat ini semua karyawan ditempatkan sesuai dengan keahlian masing-masing mbak, karena sekarang Mas Rizky sudah tahu apa keahlian yang dimiliki karyawannya. Sehingga

¹²⁴Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹²⁵ Hasil wawancara dengan Mbak Ani selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

sekarang jarang terjadi kesalahan dalam produksi maupun pengemasan serta hati-hati dalam memproduksi.”¹²⁶

Berdasarkan pernyataan diatas peneliti menemukan yaitu, dalam menghadapi kendala produk yang dimiliki “Pia Rizky” kurang diminati konsumen maka akan memberikan promo dengan memberikan diskon maupun dengan menurunkan harga. Dan untuk menghindari kerusakan pada produk, pemilik memberikan training kepada karyawan sehingga pemilik dapat melihat keahlian dari karyawan, agar karyawan tidak ditempatkan pada bagian produksi yang salah atau tidak sesuai dengan keahlian yang dimiliki. Selain itu pemilik juga sering mendatangi supplier-supplier bahan baku pembuatan bakpia agar menemukan bahan baku yang memiliki kualitas yang baik dengan harga yang lebih murah.

b) Harga

Selain faktor produksi dalam strategi pemasaran harga juga merupakan faktor yang penting dalam perusahaan. Dengan melihat harga maka konsumen akan membandingkan apakah harga yang ditentukan sesuai dengan kualitas dari produk yang diterima. Hal ini seperti yang dipaparkan Mas Rizky selaku pemilik;

“untuk harga saya sudah menyesuaikan dengan keadaan konsumen saya mbak, dimana kebanyakan konsumen saya itu

¹²⁶ Hasil wawancara dengan Mbak Ani selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

merupakan masyarakat perdesaan jadi kalau harganya mahal mereka tidak mau membeli produk kami. Untuk harga sendiri kami memiliki varian harga yang menarik mulai dari Rp. 5000 – Rp 8500. Dimana terdapat varian isi 5, 8, 10 dan 12. Jadi konsumen dapat membeli sesuai dengan kemampuan mereka.”¹²⁷

Penjelasan tersebut di sambung oleh karyawan lainnya dari Mbak Eni, selaku karyawan “Pia Rizky”;

“Menurut saya untuk harga itu sudah tepat, karena bagi masyarakat itu tidak termasuk mahal. Dan juga terdapat varian harga serta isi didalam kemasan jadi masyarakat tidak perlu menawar lagi apabila ingin membeli bakpia. Sehingga konsumen lebih mudah untuk melakukan pembelian.”¹²⁸

Penjelasan tersebut di sambung oleh karyawan lainnya dari Mbak Yeni, selaku konsumen Pia Rizky;

“iya menurut saya dengan adanya varian harga dan isi. Ini akan lebih memudahkan saya untuk membeli bakpia. Karena saya dapat membeli sesuai dengan keadaan keuangan saya”.¹²⁹

Inti pokok dari pendapat diatas adalah dalam menghadapi kendala harga Pia Rizky berinovasi dengan membuat varian harga pada produknya. Serta membuat varian isi bakpia, jika konsumen harga terjangkau konsumen akan mendapatkan isi yang lebih sedikit hal ini akan lebih menguntungkan bagi konsumen maupun pemilik.

¹²⁷ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹²⁸ Hasil wawancara dengan Mbak Eni selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹²⁹ Hasil wawancara dengan Mbak Yeni selaku konsumen Home Industri Pia Rizky pada 23 September 2020

c) Distribusi

Untuk mencapai target pasar maka saluran distribusi harus lebih ditingkatkan lagi. Karena saat ini banyak sekali usaha yang membuat cabang maupun membuka outlet-outlet untuk melayani konsumen dan menjaga keberlangsungan hidup produknya. Pernyataan dari Mas Rizky;

*"Untuk distribusi saya belum berencana untuk membuat outlet mbak atau menitipkan ke toko-toko. Karena konsumen saya masih banyak yang melakukan transaksi dengan sistem pemesanan. Maka untuk mempermudah distribusi saya berencana untuk membeli mobil. Agar dapat lebih banyak mengantar pesanan dan pesanan juga tidak mudah rusak"*¹³⁰

Penjelasan tersebut di sambung oleh karyawan lainnya dari Mbak Ani, selaku karyawan "Pia Rizky";

*"iya mbak untuk saat ini mungkin usaha kami belum berani untuk membuka toko. Jadi yang saat ini yang menjadi hal terpenting dalam pendistribusian adalah kendaraan. Dimana pesanan semakin banyak sehingga kalau memakai montor dirasa kurang efisien. Dan juga kadang ada kemasan yang rusak. Sehingga perlu mobil untuk melakukan distribusi."*¹³¹

Hal ini diperkuat dengan dokumentasi saat peneliti melakukan observasi pada Home Industri "Pia Rizky"

¹³⁰ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹³¹ Hasil wawancara dengan Mbak Ani selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020



Gambar 4.12
Mobil yang digunakan untuk pendistribusian.¹³²

Dari pernyataan diatas peneliti menemukan bahwa untuk memudahkan pendistribusian produknya Pia Rizky memerlukan mobil agar lebih memudahkan dalam pendistribusian. Dan agar produknya tidak rusak sampai ditangan konsumen.

d) Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran produk agar produk yang ditawarkan dapat diketahui masyarakat luas. Ketiga suatu promosi mengalami haambatan maka akan mengakibatkan lambatnya promosi dan penjualan. Berikut ini pemaparan pemilik “Pia Rizky” Mas Rizky sebagai berikut;

“Untuk saat ini kami melakukan promosi hanya melalui media sosial, karena mudah dan juga biayanya sangat murah. Namun karena saya merasa bahwa dengan media sosial saya rasa belum cukup. Kedepannya saya berencana untuk membuat

¹³² Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020

bener dijalan rasa atau selebaran yang dibagikan kepada masyarakat agar lebih dikenal masyarakat. Dan saya juga banyak mengikuti bazaar-bazaar yang diadakan di Kecamatan Pogalam maupun Kabupatenn Trenggalek. Serta saya juga ikut menjadi anggota kelompok UMKM. Karena dengan menjadi anggota kelompok UMKM saya dapat melakukan promosi ke kecamatan-kecamatan yang lain.”¹³³

Penjelasan diatas juga disambung pernyataan dari Mbak Ani, selaku karyawan “Pia Rizky”

“Iya memang benar mbak, memang usaha ini berencana untuk membuat bener dijalan raya serta memberikan selebaran kepada masyarakat untuk memperkenalkan produk Pia Rizky ini. Dan mas Rizky juga menjadi anggota kelompok UMKM di Kabupaten Trenggalek.”¹³⁴

Hal ini diperkuat dengan bukti dokumentasi dari peneliti.



Gambar 4.13
Pemasangan banner di jalan-jalan.¹³⁵

¹³³ Hasil wawancara dengan Mas Rizky selaku pemilik Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹³⁴ Hasil wawancara dengan Mbak Ani selaku karyawan Home Industri Pia Rizky pada 16 September 2020

¹³⁵ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020



Gambar 4.14
Mengikuti even bazar.¹³⁶

Dari pernyataan diatas peneliti menemukan bahwa solusi dari kendala promosi yang dilakukan “Pia Rizky adalah dengan membuat banner dan membagikan selebaran di jalan raya agar masyarakat mengetahui produk usaha ini. Serta menjadi anggota kelompok UMKM Kabupaten Trenggalek, karena dengan menjadi anggota kelompok UMKM , menjadi sering mengikuti bazaar-bazaar yang diadakan kelompok UMKM sehingga masyarakat yang datang ke bazaar tersebut akan mengetahui tentang “Pia Rizky”.

C. Temuan Penelitian

Temuan hasil penelitian disajikan peneliti sesuai dengan fokus pembahasan.

1. Analisis Tentang Strategi Pemasaran “Bakpia Rizky” Untuk Menghadapi Persaingan Antar Sesama Pengusaha Bakpia

¹³⁶ Hasil dokumentasi pada tanggal 19 September 2020

Dalam menghadapi persaingan antar sesama pengusaha bakpia. “Bakpia Rizky” Trenggalek memerlukan berbagai strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang digunakan terdiri atas tiga variabel yaitu produksi, harga dan distribusi.

a. Produk

Home Industri “Bakpia Rizky” dalam menghadapi persaingan antar pengusaha bakpia dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang dimiliki. Dengan pemilihan dan penggunaan bahan-bahan yang berkualitas serta mempertahankan ciri produk yaitu enak, gurih dan manis.

Serta pengemasan dibuat rapi dan baik, serta desain kemasan dibuat semenarik mungkin. Dan terdapat label halal pada kemasan produk yang didapat dari MUI, label halal ini menjadi hal yang penting bagi pengusaha. Karena dapat memberikan kepercayaan pada konsumen bahwa produk yang di tawarkan 100% halal dikonsumsi.

b. Harga

Harga yang ditawarkan Home Industri “Bakpia Rizky” relatif murah. Dimana harga disesuaikan harga bahan baku yang ada dipasaran. Serta harga juga disesuaikan dengan isi produk yang didalam kemasan serta ukuran kemasan. Untuk ukuran kemasan Home Industri “Bakpia Rizky” terdapat empat varian kemasan

yaitu, isi 5 harga Rp 5000, isi 8 harga Rp 6000, isi 10 harga Rp. 7300 dan isi 12 harga Rp 8500.

c. Distribusi

Dalam saluran pendistribusian pemilik Home industri “Pia Rizky” menjual produknya di rumah produksi. Namun selain menjual di tempat Home Industri “Pia Rizky” juga menawarkan layanan pesan antar dengan menggunakan sepeda motor agar produk dapat dinikmati konsumen. Terutama konsumen yang berada jauh atau diluar kabupaten trenggalek.

2. Analisis Tentang Strategi Pemasaran “Pia Rizky” Untuk Meningkatkan Penjualan

Untuk meningkatkan penjualan produk bakpianya. “Pia Rizky” Trenggalek memerlukan berbagai strategi pemasaran yang memadai . dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat maka tujuan akan lebih mudah untuk tercapai. Setelah melakukan penelitian di “Pia Rizky” Trenggalek strategi pemasaran yang digunakan terdiri dari dua variabel yaitu promosi dan survey terhadap lapangan.

a. Promosi

Home Industri “Pia Rizky” pada awalnya melakukan pemasaran dari mulut ke mulut atau dari konsumen ke konsumen. Namun karena kurang efektif serta usaha semakin berkembang. Home Industri Bakpia Rizky mulai melakukan promosi dengan media sosial seperti *Facebok*, *Wa* dan lainnya.

Selain melalui media sosial “Pia Rizky” juga mengikuti Bazar yang diadakan di Kecamatan Pogalan dan menjadi anggota kelompok UMKM Kabupaten Trenggalek supaya produk lebih dikenal masyarakat luas.

3. Pembahasan Tentang Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran “Pia Rizky” dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan

a. Kendala dalam Pemasaran “Bakpia Rizky”

1. Produk

Pada awal usaha “Pia Rizky” sering mengalami kendala dalam produk, yaitu sulit memperoleh bahan baku. Home Industri “Pia Rizky” sulit untuk mendapatkan bahan baku dengan harga murah dengan kualitas yang bagus. Sehingga pemilik harus pergi ke beberapa suplier bahan baku. Selain itu, sering terdapat produk yang gagal. Hal ini karena pesanan yang diterima banyak, sehingga karyawan lalai dalam membuat produk untuk memenuhi pesanan yang banyak. Maka produk tidak sesuai dengan pesanan konsumen, sehingga penjualan menjadi terbengkalai.

2. Harga

Dalam penetapan harga Home Industri “Pia Rizky” sudah menetapkan harga yang relatif murah. Namun masih banyak pelanggan yang melakukan penawaran harga terhadap produk

yang dihasilkan. Kendala lain adalah harga bahan baku. Karena harga bahan baku mempengaruhi harga penjualan. Apabila bahan baku mengalami kenaikan harga, maka produk juga mengalami kenaikan harga. Meskipun kenaikan harga produk tidak terlalu signifikan sehingga konsumen bisa menerimanya.

3. Distribusi

Saluran distribusi Home Industri “Pia Rizky” dilakukan dengan sistem pendistribusian langsung. Namun sejak Covid-19 pendistribusian mengalami penurunan karena tidak terlalu banyak pesanan serta pembatasan daerah. Selain itu, faktor lain yang menjadi kendala pendistribusian adalah kendaraan untuk saluran distribusi. Dimana kendaraan tidak dapat membawa pesanan dalam jumlah banyak dan sering telat sampai ke konsumen. Sehingga sering kali konsumen kecewa.

4. Promosi

Promosi melalui mulut ke mulut dirasa kurang efektif. Karena promosi dari konsumen ke konsumen biasanya hanya berskala kecil. Selain dari konsumen ke konsumen, “Pia Rizky” juga melakukan promosi dengan media sosial, namun dengan media sosial juga masih belum bisa menjangkau semua konsumen, meskipun saat ini teknologi sudah maju. Karena masih banyak masyarakat yang belum bisa menggunakan media sosial, contohnya : orang tua yang tidak memiliki akun

media sosial. Sehingga promosi dengan media sosial belum dapat mencakup semua kalangan masyarakat.

b. Solusi untuk Menghadapi Kendala Strategi Pemasaran “Pia Rizky”

1. Produk

Dalam menghadapi kendala dalam produk pemilik “Pia Rizky” sering melakukan training kepada karyawan untuk meningkatkan ketrampilan dan keahlian serta untuk mempermudah penempatan karyawan dalam proses produksi. Serta pemilik sering memberikan diskon kepada pelanggan, seperti pembelian 50 kotak mendapatkan 1 kotak gratis. Sehingga dapat menarik konsumen membeli produk “Pia Rizky”. Pemilik juga sering datang ke supplier bahan baku untuk mengetahui harga bahan baku. Guna tetap mempertahankan kualitas produk.

2. Harga

Home Industri “Pia Rizky”, melakukan inovasi pada varian harga dari produknya. Dengan membuat varian isi dalam kemasan bakpia yang berbeda yaitu isi 6 harga Rp 5000, isi 8 harga Rp 6000, isi 10 harga Rp 7300, isi 12 harga 8500. Sehingga konsumen akan dapat memilih harga sesuai dengan keadaan keuangan mereka.

3. Distribusi

Dalam saluran pendistribusian Home Industri “Pia Rizky” sudah lumayan baik. Namun masih terkendala kendaraan yang digunakan untuk pendistribusian. Guna mempermudah saluran pendistribusian pemilik berencana membeli mobil untuk mempermudah pendistribusian dan juga agar dapat membawa lebih banyak pesanan. Dan resiko kerusakan pada kemasan lebih kecil bila menggunakan mobil.

4. Promosi

Promosi yang dilakukan Home Industri “Pia Rizky”. Karena kebanyakan konsumen mereka adalah ibu-ibu yang tidak terlalu mengerti dengan media sosial. Maka “Bakpia Rizky” dapat melakukan promosi dengan membuat banner maupun selebaran yang dan menggunakan media elektronik seperti radio Home Industri “Pia Rizky” juga menjadi anggota kelompok UMKM sehingga sering mengikuti bazar-bazar yang diadakan di daerah Trenggalek.