

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Terkait Usaha Keripik Rajawali Snack**

##### **Tulungagung**

##### **1. Deskripsi Objek Penelitian**

Rajawali Snack Tulungagung adalah usaha yang bergerak dibidang produksi makanan ringan yaitu olahan berbagai macam keripik seperti keripik krecek, keripik kentang, keripik pisang, keripik ubi ungu. Usaha ini berada di Desa Sumberjo, Betak, Kecamatan Kalidawir yang didirikan oleh Bapak Drs. Muhson pada 30 April 2003, Rajawali Snack Tulungagung ini mempunyai keunggulan yang bagus untuk bersaing dengan usaha lainnya. Usaha ini sudah melakukan penjualan samapi ke luar kota.<sup>53</sup>

Usaha milik Bapak Drs. Muhson ini sudah mendapat surat izin dari pemerintah Kabupaten tulungagung Dinas Kesehatan, dan sudah mendapat suarat PIRT. Selain itu Rajawali Snack Tulungagung ini juga selalu mengedepankan mutu, kualitas bahan baku, serta memiliki harga jual yang realtif/terjangkau di masyarakat. Mempunyai variansi yang berbeda dengan para pesaing serta bisa memberikan kepuasan tersendiri pada konsumen-konsumenya.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Dokumentasi Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 5 Mei 2021.

<sup>54</sup> Dokumentasi Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 5 Mei 2021.

Pada saat ini Rajawali Snack Tulungagung sudah mempunyai 3 mitra. Rajawali Snack Tulungagung dalam pemasarannya juga memasarkan di toko-toko seperti wilayah Tulungagung, Blitar, Kediri, Sidoharjo, serta Trenggalek, dan sekarang memiliki jumlah karyawannya sebanyak 20 karyawan. Dalam satu harinya bisa memproduksi hingga 5 kwintal keripik.

## **2. Visi dan Misi Rajawali Snack Tulungagung**

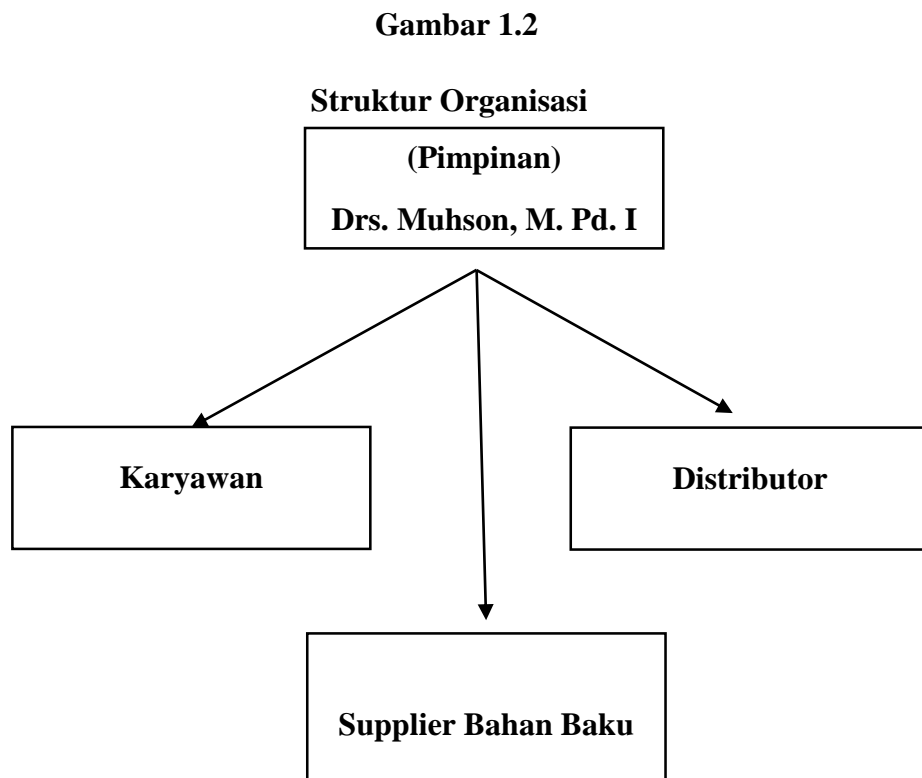
Rajawali Snack Tulungagung mempunyai visi yaitu menjadi produsen makanan ringan terbaik, terkemuka dan terpercaya.

Sedangkan misi Rajawali Snack Tulungagung antara lain:

- 1) Menciptakan produk makanan ringan yang inovatif, higienis, berkualitas tinggi dan disukai konsumen
- 2) Membangun jaringan distribusi yang handal dan merata, memberikan pelayanan konsumen yang memuaskan.
- 3) Membuka lapangan pekerjaan

### 3. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi yang berada pada usaha Keripik Rajawali Snack Tulungagung sebagai berikut:



Pada struktur organisasi ini dijelaskan bahwa, Rajawali Snack Tulungagung ini dipimpin oleh Bapak Drs. Muhson sebagai penanggung jawab serta sebagai pengontrol pekerjaan para pekerja bagian distributor, sales dan para karyawan. Jadi semuanya dikontrol sendiri oleh Bapak Drs. Muhson.

### 4. Analisis SWOT

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti mendapatkan data sebagai berikut yakni analisis strengths, weakness, opportunities, dan threats yang merupakan analisis yang digunakan untuk diterapkan

perusahaan berdasarkan keadaan publik dan pasar, dimana peluang dan ancaman digunakan untuk mengidentifikasi lingkungan eksternal perusahaan dan membandingkannya dengan kekuatan dan kelemahan yang didapatkan melalui lingkungan internal dari suatu perusahaan. Didapatkan data sebagai berikut:

**Gambar 1.3**

**Faktor Internal dan Eksternal**

<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur organisasi sudah ada</li> <li>2. Memiliki izin usaha</li> <li>3. Variasi rasa produk yang beragam</li> <li>4. Produk berkualitas</li> <li>5. Produk tanpa bahan pengawet</li> <li>6. Inovasi produk</li> <li>7. Harga produk yang terjangkau tanpa mengurangi kualitas produk</li> <li>8. Mengikuti even-even tertentu</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transportasi pengiriman terbatas</li> <li>2. Bahan baku</li> <li>3. Faktor cuaca yang mengakibatkan telatnya bahan baku</li> </ol>
<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tersebar nya agen penjual</li> <li>2. Wilayah pemasaran yang luas</li> <li>3. Permintaan pada perayaan hari besar meningkat</li> <li>4. Minat konsumen yang bagus</li> <li>5. Promosi dari mulut kemulut</li> <li>6. Produk untuk kalangan remaja,dewasa,dan orang tua</li> <li>7. Promosi di instagram dan facebook</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyak nya para pesaing diusaha yang sama</li> <li>2. Belum bisa menjangkau pasar luar seperti supermarket</li> <li>3. Masih kalah dalam <i>brand</i> seperti chitato,potatoes, kisingkong yang beredar di supermarket</li> <li>4. Harga bahan baku yang tidak stabil</li> </ol>

Usaha Rajawali Snack Tulungagung dalam menghadapi berbagai peluang dari konsumen berbagai wilayah memiliki berbagai kekuatan yang mendorong pemanfaatan peluang pemasaran sehingga mampu memberikan strategi pemasaran terbaik bagi usaha Rajawali Snack Tulungagung. Tetapi untuk menghadapi para pesaing yang memiliki nama *brand* yang sudah familiar di dunia *snack* dan sudah dikenal banyak orang seperti *merk* chitato, potatoes, ki Singkong dan berbagai *brand* lainnya. Rajawali Snack Tulungagung belum bisa menyaingi dikarenakan terbatasnya sumber daya manusia dan fasilitas yang memadai sehingga belum mampu bersaing dengan *brand* yang sudah banyak dikenal orang. Rajawali Snack meskipun telah menembus pasar regional Jawa Timur seperti Sidoarjo, Surabaya, Trenggalek, Tulungagung, Kediri, Blitar, Rajawali Snack masih memasarkan produknya di toko, warung tetap melaksanakan strategi pemasaran yang kondusif untuk mendapatkan *brand* untuk menembus pasar seperti supermarket.

## **B. Temuan Penelitian**

### **1. Strategi pemasaran Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UMKM**

Perkembangan dunia usaha pada masa sekarang ini memang sudah menjadi suatu hal yang biasa baik usaha mikro, kecil maupun menengah. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah terobosan yang tepat bagi masyarakat Indonesia karena Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat memberikan kesempatan kerja

yang potensial strategi pemasaran ialah paduan dari kinerja wirausaha dengan hasil pengujian dan penelitian pasar sebelumnya dalam mengembangkan keberhasilan strategi pemasaran.

Bagi pihak Rajawali Snack Tulungagung yang merupakan produsen makanan ringan yang berstatus sebagai pelaku UMKM, melaksanakan kegiatan pemasaran dengan mempertimbangkan berbagai strategi yang mampu menunjang keberhasilan dalam kegiatan pemasaran. Sehingga pihak Rajawali Snack Tulungagung tidak sekenanya dalam melaksanakan pemasaran.

Pihak Rajawali Snack Tulungagung dalam menentukan strategi pemasaran dengan mengembangkan strategi produk, harga, distribusi atau promosi, atau mengkombinasi variabel-variabel tersebut ke dalam suatu rencana strategis yang menyeluruh. Hal ini menjadi strategi yang memiliki sifat komprehensif dengan harapan sebuah keuntungan maksimal yang diperoleh oleh perusahaan.

Dalam memasarkan produknya, langkah pertama yang dilakukan Rajawali Snack Tulungagung adalah melakukan segmentasi pasar. Berikut penjelasan dari Bapak Drs.Muhson selaku pemilik Rajawali Snack Tulungagung :

“Untuk memasarkan produk ini, tidak ada kriteria khusus untuk wilayahnya mbak, semua kita jangkau mbak. Produk kami ini bisa dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat baik disegala usia mulai remaja, dewasa bahkan orang tua, karena produk kami cocok untuk cemilan yang bisa dinikmati bareng-bareng

keluarga dan bisa dinikmati di segala suasana dan juga bisa untuk oleh-oleh buat sanak saudara mereka.”<sup>55</sup>

Produk yang ditawarkan oleh Rajawali Snack Tulungagung dengan cakupan yang diupayakan dengan luas, yaitu mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Hanya saja khusus untuk usia anak memang tidak mendapat perhatian khusus bagi pihak Rajawali Snack Tulungagung. Fokus utamanya pada usia remaja, dewasa, dan orang tua atau lansia.

“Kita upayakan mampu menjangkau semua kalangan, kalau anak-anak itu kan mereka punya kriteria khusus, dan bentuk-bentuk makanannya juga khusus. Sehingga tentu saja untuk anak akan berbeda daripada yang dijualbelikan untuk orang tua, jangkauan kami untuk anak-anak, terlebih lagi usia balita masih sangat minim, karena kami juga belum memproduksi makanan khusus untuk anak.”<sup>56</sup>

Ditinjau dari perkembangan UMKM Rajawali Snack Tulungagung yang pesat tidak terlepas dari peran pemilik usaha yang mampu bertahan dan bersaing dalam perekonomian global. Perkembangan UMKM juga tidak dapat terlepas adanya faktor-faktor pendukung yang membuat UMKM dapat terus beroperasi.

Sedangkan berhubungan dengan tingginya persaingan, membuat pihak Rajawali Snack Tulungagung harus mampu menghadapi tantangan dengan memperbaiki faktor-faktor yang menjadi pengaruh bagi UMKM yaitu dengan meningkatkan strategi bauran pemasaran,

---

<sup>55</sup> Wawancara dengan Muhson selaku pemilik Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Juli 2021 pukul 14.00 WIB.

<sup>56</sup> Wawancara dengan Saroh selaku pegawai Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Juli 2021 pukul 14.00 WIB.

karakteristik wirausaha, kualitas sumber daya manusia dan pengetahuan pengelolaan keuangan dengan tujuan untuk mengembangkan UMKM.

“Target pasarnya ditujukan kepada masyarakat umum mbak baik masyarakat menengah keatas, menengah, dan menengah kebawah dengan memberikan produk keripik dengan kualitas yang bagus mbak, yang enak, lezat, dan yang pasti bebas dari bahan pengawet lah mbak. Karena nggak ada bahan pengawetnya, produk keripiknya cuma bisa awet sampai 4 bulan saja mbak”<sup>57</sup>

Karakter wirausaha juga berperan penting untuk meningkatkan pengembangan dari usahanya tersebut. Wirausaha umumnya mempunyai sifat yang sama, mereka adalah orang yang mempunyai tenaga, keinginan untuk berinovatif, kemauan menerima tanggung jawab pribadi mewujudkan suatu peristiwa dengan cara yang mereka pilih, dan keinginan untuk berprestasi yang sangat tinggi.

Strategi pemasaran penting kaitannya demi keberlangsungan suatu usaha. Untuk menguasai pasar maka dibutuhkan suatu strategi pemasaran khusus. Strategi merupakan perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan, untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Produk yang diproduksi oleh Rajawali Snack Tulungagung adalah makanan ringan

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan Muhson selaku pemilik Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 14.00 WIB.



dengan berbagai jenis keripik. Yang paling banyak diminati dari roduk Rajawali Snack Tulungagung adalah merk “keripik krecek”. Semua produk Rajawali Snack Tulungagung diproduksi sendiri dan bahan bakunya diperoleh dari hasil kerja sama dengna pemasok dari Kediri. Berikut penuturan Bapak Drs. Muhson selaku pemilik Rajawali Snack Tulungagung:

“Rajawali Snack Tulungagung ini merupakan nama perusahaan kami mbak dan sudah terdaftar di Lembaga terkait, kalau produknya mempunyai merek tersendiri yaitu ada keripik krecek, keripik kentang, keripik pisang, keripik ubi ungu. Semua merek tersebut sudah dipatenkan karena kalau tidak segera dipatenkan nanti takutnya bisa diklaim oleh pihak lain dan untuk kemasannya sendiri kami menggunakan stiker serta dikemas dengan rapi. Dan dari semua produk yang kita hasilkan produk yang bermerek “kripik krecek” yang paling banyak digemari oleh masyarakat, karena mungkin bagi mereka masuk kategori makanan rumahan yaa mbk makanya kripik singkong ini sangat laris dipasaran.”<sup>58</sup>

Beberapa produk yang ditawarkan oleh Rajawali Snack Tulungagung utamanya harus keluar atau dikirim ke pasaran dengan kriteria yang telah memenuhi uji kelayakan, atau dinyatakan sesuai dengan ketentuan secara admistratif maupun kesehatannya. Tentu saja dengan bahan-bahan yang juga harus terjamin kualitasnya.

“kalau bahan sendiri utamanya itu ketela, karena bahan dasar kita gunakan kripik adalah ketela maka butuh banyak sekali ketela, dan untuk pemasok ketela sendiri kita lakukan dari kediri mbk, disana sudah ada penjualnya langganan kita, lalu kita bawa ke sini.”<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Wawancara dengan Drs. Muhson selaku pemilik Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 14.00 WIB.

<sup>59</sup> Wawancara dengan Saroh selaku pegawai Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 14.00 WIB.

Seperti penjelasan di atas dapat diketahui bahwa memang benar adanya apabila suatu usaha juga memperhatikan kemasan dan merk maka akan menambah nilai pada produk tersebut dan produk akan lebih diminati oleh konsumen. Selain itu dengan mematenkan sebuah usaha dagang dan merek produk akan terhindar dari peniruan merek.

Dalam sebuah kemasan produk tentunya juga harus mencantumkan izin PIRT agar bisat meningkatkan daya saing produk di pasaran serta menjamin mutu produk yang diperjualbelikan. Apalagi kalau penjualannya nanti hingga ke luar negeri, suatu usaha harus memiliki beberapa dokumen penting seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) serta dokumen lain yang dibutuhkan. Berikut penjelasan:

“Tentunya produk kami ini mencantumkan izin PIRT mbk, karena sangat penting untuk menarik pembeli dan meyakinkan pembeli kalau produk kami ini benar-benar memperhatikan kualitas produknya.”<sup>60</sup>

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa kemasan produk Rajawali Snack Tulungagung sudah mencantumkan izin PIRT yang bertujuan untuk menarik pembeli dan meyakinkan pembeli apabila produknya sangat memperhatikan kualitas.

Selain melakukan inovasi dan branding pada produk, setiap perusahaan pasti selalu menjaga kualitas dari produk yang dimiliki

---

<sup>60</sup> Wawancara dengan Muhson selaku pemilik Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 14.00 WIB.

perusahaan agar bisa terus mempertahankan produknya di kancah pasaran. Seperti produk yang dimiliki oleh Rajawali Snack Tulungagung ini juga lebih mementingkan kualitas dari produk tersebut karena konsumen akan lebih tertarik dengan produk yang berkualitas.

“Untuk kualitas pasti nomor satu mbak bagi kita, pembeli pasti akan tertarik dengan produk kita apabila produk itu kualitasnya baik. Apalagi dalam proses pengolahan keripik ini, kami sudah memakai alat yang modern dari bahan stainless sehingga cita rasa dari keripik itu enak dan berkualitas serta kemasannya juga bagus dan praktis. Jadi, kami juga mementingkan kualitas dari segi kebersihan dan kesehatannya. Semua proses pengolahannya harus bersih. Kita juga memperhatikan bagian-bagian yang mengolah dan memasak supaya kualitas produknya tetap terjaga meskipun berbeda orang yang mengolahnya.”<sup>61</sup>

Selain itu, bahan baku yang digunakan untuk memproduksi produk Rajawali Snack Tulungagung ini juga tidak sembarangan dipilih. Jadi, bahan baku yang digunakan harus diambil sesuai kriteria perusahaan yang berkualitas dan layak untuk diolah. Seperti yang dituturkan oleh Bapak pemilik Rajawali Snack Tulungagung, beliau mengatakan :

“Bahan yang kita gunakan selalu terpilih mbk, tidak sembarangan pakai saja. Bahan baku yang akan diolah pasti ada kriterianya tertentu mbak, jadi setiap bahan baku ada kriterianya sendiri dan tidak sembarangan memilih. Harus sesuai kriteria perusahaan, supaya bahan baku yang dipilih bisa menjamin hasil produksi yang berkualitas dengan baik mbak. kalau bahannya bagus kan nanti rasa makanannya juga enak, itulah kenapa kita selalu selektif memilih bahan produksinya.”

---

<sup>61</sup> Wawancara dengan Hatta selaku pengelola Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 14.00 WIB.

Berbicara mengenai kualitas produk Rajawali Snack Tulungagung, pihaknya memberikan jaminan, karena kebersihan dalam pengeolahan makanan yang dilaksanakan dengan berpedoman pada standard protokol kesehatan yang ketat.

“Kami dapat menjamin kalau soal kualitas produk di sini itu bagus-bagus mbak, di sini kualitas sangat dijaga apalagi dari segi kebersihannya, itu juga sangat dijaga. Semua karyawan disini selalu diingatkan untuk selalu menjaga kebersihan, selalu mengutamakan protokol kesehatan, mengolah keripik dengan baik dan benar, mengemas keripik dengan baik supaya kualitas produknya bagus, kalau salah sedikit bisa jadi layu kripiknya begitu. Jadi, kalau menurut saya kualitas produk dari Rajawali Snack Tulungagung ini terjamin kualitasnya mbak.”<sup>62</sup>

Peneliti juga mencoba mewancarai konsumen yang sudah berlangganan di Rajawali Snack Tulungagung:

“saya sudah lama berlangganan di sini mbak, kalau soal kualitas sudah tidak diragukan lagi, kemasan keripiknya efisien, rasa dari dulu juga tidak pernah berubah, anak-anak saya pun juga suka keripik disini, banyak varian rasa jadi kita bisa memilih sesuai dengan selera kita”<sup>63</sup>

Penjelasan diatas dapat diketahui bahwa dengan tetap mempertahankan kualitas produk, konsumen akan datang lagi dan pasti akan kembali membeli dan menjadi berlangganan meskipun diluar banyak para pesaing.

Seperti penjelasan pada pernyataan yang sebelumnya, pihak Rajawali Snack Tulungagung juga menjadikan harga sebagai strategi

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan Bapak Muhson selaku pemilik Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 14.00 WIB.

<sup>63</sup> Wawancara dengan Ibu Zulfa (konsumen) Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 15.00 WIB.

pemasaran. Harga yang ditentukan oleh Rajawali Snack Tulungagung merupakan harga yang bersahabat dan pas, mengingat peta persaingan makanan-makanan kecil lainnya yang serupa.

“Kalau untuk harga produk kami melihat dari sisi harga bahan baku dulu kemudian ditambah Harga Pokok Penjualan (HPP) lalu ditambah persentase marginnya mbak. Harga yang ditentukan beragam sesuai jenis produk tergantung kualitas dan tingkat kesulitan mendapatkan bahan baku tersebut. Kalau bahan bakunya sulit didapatkan harganya juga ikut mahal mbak, begitupun sebaliknya. Untuk harga produknya dijual sesuai harga yang kompetitif dengan lainnya mulai harga krecek mulai Rp 7000 perbungkus mbak. ukuranya ada 150gr dan 250gr, kemudian krecek singkong sendiri 150 gr itu harganya 4000, kemudian yang ungu 250 gr harganya 4500 begitu. jadi harganya berbeda-beda mbak.”<sup>64</sup>

Kesesuaian harga dan kualitas yang diberikan menimbulkan para pelanggan setia membeli produk di Rajawali Snack Tulungagung. Seperti penuturan Bu Yati (Konsumen):

“Menurut saya ya mbak kalau masalah harga disini sudah sesuai dengan kualitas produknya. Harganya juga macem-macam sesuai dengan jenis keripiknya. Harganya juga mahal juga gak murah katakanlah harga sudah pasaran.”<sup>65</sup>

Ditambah lagi penuturan dari konsumen Bu Mala;

“Kalau disini ya mbak misal kita beli banyak pasti kita dapat diskon. Saya selalu membeli dengan partai banyak buat saya jual kembali mbak. Kalau tak jual lagi mesti cepet laku mbak.”<sup>66</sup>

Ditambah lagi penuturan dari salah seorang sales Bapak Karyono:

“Saya sudah lama mbak menjadi sales disini, arah saya ke daerah Blitar, kalau ditanya soal kualitas dan harga jangan diragukan lagi

---

<sup>64</sup> Wawancara dengan Saroh selaku pegawai Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 14.00 WIB.

<sup>65</sup> Wawancara dengan Bu Yati (Konsumen) Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 15.00 WIB

<sup>66</sup> Wawancara dengan Bu Mala (Konsumen) Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 15.00 WIB

disini kualitas terjamin, murah, isinya banyak. warung-warung langganan saya sangat suka dengan kripik disini. Kemasannya juga bagus tidak mudah melempem. Untuk menjual produk ini kalau di Rajawali Snack Tulungagung tidak ditarget mbak, misal barang sudah ready langsung di ambil, pokoknya tidak banyak menimbun di gudang”<sup>67</sup>

Dari sisi strategi pemasaran melalui kualitas produknya, pihak Rajawali Snack Tulungagung juga menentukan agar terus terjadi sebuah inovasi dalam pengembangan produk-produk yang dijualnya. Hal ini dilaksanakan agar terus mendorong keberlangsungan produk Rajawali Snack Tulungagung agar tetap mampu bersaing di tengah pasar bebas.

“Strategi pemasaran produk Rajawali Snack Tulungagung adalah melakukan inovasi produk yaitu dengan selalu memperbarui produk kita, kemudian untuk pemasraan produk terjadi dengan sendirinya yaitu melalui mulut kemulut, atau kalau bahasa jawa nya itu getuk tular begitu mbk. kemudian strateginya kita menawarkan dari satu toko ke toko lainnya, atau ditiptkan begitu, ada kripik singkong, krecek ubi ungu dan sebagainya. sehingga produk Rajawali Snack Tulungagung kemudian gampang dikenal masyarakat, khususnya Tulungagung.”<sup>68</sup>

Sedangkan untuk cakupan pemasaran dan pendistribusian, pihak Rajawali Snack Tulungagung mampu menembus pasar regional Jawa Timur. Pihak Rajawali Snack Tulungagung menerapkan pengiriman barang atau distribusi secara langsung, Atau tidak dengan menggunakan jasa pengiriman barang.

“Untuk pendistribusian produk Rajawali Snack Tulungagung itu tidak hanya dalam kota saja, atau ditulungagung saja, tetapi sudah sampai luar kota mbak, seperti Sidoharjo, Surabaya, Blitar,

---

<sup>67</sup> Wawancara dengan Bapak Karyono (sales) Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 15.00 WIB

<sup>68</sup> Wawancara dengan Saroh selaku pegawai Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 14.00 WIB.

Kediri, Trenggalek. Jadi seminggu sekali kita melakukan pendistribusian produk ke kota-kota tersebut.”<sup>69</sup>

Berbagai strategi yang dilaksanakan oleh pihak Rajawali Snack Tulungagung merupakan sebuah upaya atau bentuk pemberian pelayanan maksimal kepada pelanggannya. Karena ini akan menjadi kunci sebuah hubungan yang baik, antara calon pembeli dan penjualannya.

“Tentunya kami memberikan pelayanan yang bagus mbak. Kalau pelayanannya bagus, konsumen akan jadi puas saat membeli produk kita. Rajawali Snack Tulungagung juga melayani return barang apabila barang tidak sesuai pesanan atau rusak, tetapi kita selalu mengecek kualitas barangnya terlebih dahulu kok sebelum diantar ke konsumen mbak. Selain itu, untuk konsumen yang langsung datang ke pabrik atau kantor diperkenankan mencoba testi keripiknya sebelum dibeli, supaya konsumen punya pilihan.”<sup>70</sup>

Ditambah penuturan Bu Jumi (Konsumen) Rajawali Snack tulungagung:

“untuk pelayanan disini sangat ramah mbak, pemilik serta karyawannya ramah-ramah. Sebelum membeli ada testy nya juga.”<sup>71</sup>

Ditambah penuturan Bu Yati (Konsumen) Rajawali Snack tulungagung:

“bagus mbak pelayananya, misal ada barang yang rusak kita bisa mengembalikan dan diganti dengan barang yang baru.”<sup>72</sup>

---

<sup>69</sup> Wawancara dengan Saroh selaku pegawai Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 14.00 WIB.

<sup>70</sup> Wawancara dengan Hatta selaku pengelola Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 14.00 WIB.

<sup>71</sup> Wawancara dengan Bu Jumi (Konsumen) Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 15.00 WIB

<sup>72</sup> Wawancara dengan Bu Yati (Konsumen) Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 15.00 WIB

Dari berbagai uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya mengenai strategi yang dilaksanakan oleh Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saingnya yaitu dengan menentukan strategi secara menyeluruh dan kompleks.

Terdapat beberapa aspek yang menjadi strategi dalam meningkatkan daya saing produk Rajawali Snack Tulungagung, yaitu pertama berhubungan dengan kualitas barangnya dinilai dari segi produk ataupun kelengkapan administrasinya, kedua berhubungan dengan harga barang yang dijual, konsep pelayanan yang dilaksanakan, hingga jaminan keteririman barang dengan selamat.

Menilik dari strategi promosi, pihak Rajawali Snack Tulungagung turut memasarkan produk-produk dengan memanfaatkan media sosial. Dengan pemanfaatan media sosial ini, pada dasarnya bukan sarana promosi utamanya, hanya saja diharapkan dapat mendorong pemasaran yang dilaksanakan secara menyeluruh. Hal ini akan berimbas positif kepada penjualan yang dilaksanakan oleh Rajawali Snack Tulungagung

“Promosinya juga dilakukan di sosial media mbak agar bisa memperluas jaringan pasar, kayak Facebook dan Instagram tetapi lebih sering melakukan promosi di Facebook mbak, soalnya banyak orang yang menggunakan akun facebook dan peminat serta pembelinya kebanyakan juga dari Facebook. Pembelinya dari mana-mana mbak, ada yang berasal dari kota-kota besar, semisal luar provinsi mau memesan kami juga bisa melakukan pengiriman. Semua pembeli itu biasanya taunya dari facebook mbak.”<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> Wawancara dengan Hatta selaku pengelola Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 14.00 WIB.



Ditambah penuturan dari konsumen Rajawali Snack

Tulungagung yaitu Bu Jumi :

“sekitar 1 tahun saya berlangganan disini, awalnya saya tau produk Rajawali ini dari medsos facebook mbak, ketika melihat marketplace muncul produk keripik Rajawali ini. Dan saya tertarik akhirnya nyoba beli kesini dan sampai sekarang berlangganan mbak”<sup>74</sup>

Ditambah lagi penuturan dari bu Yati (Konsumen):

“saya juga tau ini dari facebook, teman facebook saya ada yang menggunggah tentang keripik ini yang katanya harga pasaran dan kualitas terjamin, saya juga langsung nyoba dateng kesini.”<sup>75</sup>

Ditambah lagi penuturan Mas Hatta (pengelola) :

“biasanya kita juga ikutkan bazar semisal ada acara bazar, promosi ini sangat bagus untuk mempromosikan kepada masyarakat karena kita bisa berinteraksi langsung dengan para konsumen mbak”<sup>76</sup>

Jadi bisa dilihat dari penjelasan diatas bahwa memang dengan adanya promosi dari media sosial dari perusahaan bisa menambah dan memperluas jaringan pemasaran serta mempermudah masyarakat dalam mencari sebuah informasi.

Beberapa poin tersebut menjadi strategi-strategi yang dilaksanakan oleh Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saingnya sebagai perusahaan makanan ringan, mengingat potensi persaingan yang ketat maka pihak Rajawali Snack Tulungagung juga

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Bu Jumi (Konsumen) Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 15.00 WIB

<sup>75</sup> Wawancara dengan Bu Yati (Konsumen) Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 14 Juli 2021 pukul 15.00 WIB

<sup>76</sup> Wawancara dengan Hatta selaku pengelola Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 2 Mei 2021 pukul 14.00 WIB

terus melaksanakan inovasi-inovasi tertentu agar produknya tetap eksis di tengah masyarakat luas.

## **2. Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UMKM**

Penerapan strategi yang dilaksanakan oleh Rajawali Snack Tulungagung dalam pengembangan bisnisnya tentu saja turut mengalami berbagai hambatan ataupun faktor-faktor yang mendukung upaya tersebut. Utamanya berhubungan dengan faktor yang menghambat maka pihak Rajawali Snack Tulungagung juga berupaya menyelesaikannya persoalan tersebut, agar tidak menjadi kendala yang menghambat proses pengembangan bisnis yang dilaksanakan Rajawali Snack Tulungagung.

Sedangkan faktor pendukung yang merupakan sebuah keunggulan yang dimiliki oleh Rajawali Snack Tulungagung yaitu segmentasi pasar yang telah tertata dengan baik, adanya segmentasi pasar yang ada hal ini juga memudahkan pihak Rajawali Snack Tulungagung dalam melakukan pemasaran.

“Kalau faktor pendukung dan penghambat pasti ada mbak. Salah satu faktor pendukungnya yaitu kami memiliki jaringan pasar yang luas, sehingga dapat memudahkan kami dalam melakukan kegiatan pemasaran mbak. Selain itu kami mempunyai akun sosial media seperti Facebook dan Instagram yang bisa digunakan untuk promosi. Dan usaha ini sudah memilik izin PIRT”<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan Muhson selaku pemilik Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 5 Mei 2021 pukul 10.00 WIB.

Salah satu faktor penghambat yang paling sering dijumpai adalah sulitnya bahan baku dipasaran, hal ini menjadi sebuah perhatian utama yang seringkali menjadi kendala yang dialami oleh Rajawali Snack Tulungagung, yaitu sebagaimana yang dijelaskan sebagai berikut:

“Untuk faktor hambatannya banyak mbak. Salah satunya kadang-kadang kita kekurangan bahan baku mbak mengingat banyak pesanan keripik, harga yang tidak menentu, biasanya karena faktor harga bahan baku yang naik turun, biaya produksi, dan lain-lain. Selain itu juga karena keterlambatan waktu pengiriman barang yang disebabkan karena bentuk transportasi yang tidak tepat waktu serta keadaan pasar yang tidak menentu. Pesaing-pesaing usaha keripik juga semakin banyak saat ini mbak salah satunya pesaing dengan merk yang sudah terkenal seperti chitato. Potatoes, kisingkong dll. Produk kami belum bisa menembus pasar modern tersebut.”<sup>78</sup>

Menurut pihak pengelola pelaku UMKM makanan ringan Rajawali Snack Tulungagung, secara umum kendala yang dihadapi mengenai bahan baku. Terkadang bahan baku yang tersedia tidak memenuhi kebutuhan, misalnya saja pemenuhan kebutuhan kayu bakar. Terkadang sulit di dapatkan di pasar bebas.

Sementara itu disisi yang lain, pihak Rajawali Snack Tulungagung mempertegas kendala yang sering dihadapi itu terletak dari bahan baku untuk produksi. Karena apabila bahan baku habis maka karyawan juga akan mendapat pengurangan jam kerja sebagaimana mestinya.

---

<sup>78</sup> Wawancara dengan Muhson selaku pemilik Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 5 Mei 2021 pukul 10.00 WIB.

“Kalau bahan baku sulit, maka hal ini juga akan memberikan dampak kepada karyawan karena tidak dapat bekerja, apalagi lembur kerja. Jadi soal bahan baku ini merupakan sebuah hal yang sangat penting diperhatikan dalam kendala produksi yang dilaksanakan di Rajawali Snack Tulungagung.”<sup>79</sup>

Dari berbagai uraian diatas, diketahui bahwa kelangkaan bahan baku menjadi persoalan yang seringkali menghambat proses produksi. Namun demikian perhatian utama tetap berhubungan dengan kelangkaan bahan baku, karena bahan baku langsung berhubungan dengan pasar bebas. Dan ini secara umum bukan lagi hal yang bisa dikendalikan oleh pihak Rajawali Snack Tulungagung.a

Dari berbagai uraian tersebut maka dapat disimpulkan beberapa hal yang menjadi kendala dalam produksi di Rajawali Snack Tulungagung, yaitu mulai dari bahan baku, faktor pesaing, biaya produksi, dan lain-lain. Bahan baku menjadi kendala utama yang seringkali menjadi persoalan, karena dapat menghambat proses produksi yang harus dilaksanakan pihak pengusaha.

### **3. Efektifitas startegi pemasaran Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UMKM**

Terdapat beberapa strategi yang dilaksanakan oleh Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saingnya. Yaitu dengan menentukan strategi secara menyeluruh dan kompleks. Terdapat beberapa aspek yang menjadi strategi dalam meningkatkan daya saing

---

<sup>79</sup> Wawancara dengan Saroh selaku pegawai Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 5 Mei 2021 pukul 10.00 WIB.

produk Rajawali Snack Tulungagung, yaitu pertama berhubungan dengan kualitas barangnya dinilai dari segi produk ataupun kelengkapan administrasinya, kedua berhubungan dengan harga barang yang dijual, konsep pelayanan yang dilaksanakan, hingga jaminan keteririman barang dengan selamat.

Beberapa poin tersebut menjadi strategi-strategi yang dilaksanakan oleh Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saingnya sebagai perusahaan makanan ringan, mengingat potensi persaingan yang ketat maka pihak Rajawali Snack Tulungagung juga terus melaksanakan inovasi-inovasi tertentu agar produknya tetap eksis di tengah masyarakat luas.

Pertama yaitu berhubungan dengan pengembangan dan inovasi dan branding pada produk, setiap perusahaan pasti selalu menjaga kualitas dari produk yang dimiliki perusahaan agar bisa terus mempertahankan produknya di kancah pasaran. Seperti produk yang dimiliki oleh Rajawali Snack Tulungagung ini juga lebih mementingkan kualitas dari produk tersebut karena konsumen akan lebih tertarik dengan produk yang berkualitas.

“Kualitas pasti nomor satu mbak bagi kita, pembeli pasti akan tertarik dengan produk kita apabila produk itu kualitasnya baik. Apalagi dalam proses pengolahan keripik ini, kami sudah memakai alat yang canggih dari bahan stainless sehingga cita rasa dari keripik itu enak dan berkualitas serta kemasannya juga bagus dan praktis. Jadi, kami juga mementingkan kualitas dari segi kebersihan dan kesehatannya.”<sup>80</sup>

---

<sup>80</sup> Wawancara dengan Muhson selaku pemilik Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 5 Mei 2021 pukul 10.00 WIB.

Selain itu, bahan baku yang digunakan untuk memproduksi produk Rajawali Snack Tulungagung ini juga tidak sembarangan dipilih. Jadi, bahan baku yang digunakan harus diambil sesuai kriteria perusahaan yang berkualitas dan layak untuk diolah. Seperti yang dituturkan oleh Bapak pemilik Rajawali Snack Tulungagung, beliau mengatakan :

Berbicara mengenai kualitas produk Rajawali Snack Tulungagung, pihaknya memberikan jaminan, karena kebersihan dalam pengeolahan makanan yang dilaksanakan dengan berpedoman pada standard protokol kesehatan yang ketat.

“Kami jamin kalau soal kualitas produk di sini itu bagus-bagus mbak, di sini kualitas sangat dijaga apalagi dari segi kebersihannya, itu juga sangat dijaga. Semua karyawan disini selalu diingatkan untuk selalu menjaga kebersihan, selalu mengutamakan protokol kesehatan, mengolah keripik dengan baik dan benar, mengemas keripik dengan baik supaya kualitas produknya bagus, kalau salah sedikit bisa jadi layu kripiknya begitu. Jadi, kalau menurut saya kualitas produk dari Rajawali Snack Tulungagung ini terjamin kualitasnya mbak.”<sup>81</sup>

Pihak Rajawali Snack Tulungagung juga menjadikan harga sebagai strategi pemasaran. Harga yang ditentukan oleh Rajawali Snack Tulungagung merupakan harga yang bersahabat dan pas, mengingat peta persaingan makanan-makanan kecil lainnya yang serupa.

“Kalau untuk harga produk kami ya melihat dari sisi harga bahan baku dulu kemudian ditambah Harga Pokok Penjualan (HPP) lalu ditambah persentase marginnya mbak. Harga yang ditentukan

---

<sup>81</sup> Wawancara dengan Sarih selaku pegawai Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 5 Mei 2021 pukul 10.00 WIB.

beragam sesuai jenis produk tergantung kualitas dan tingkat kesulitan mendapatkan bahan baku tersebut.”<sup>82</sup>

Kualitas produk juga menjadi sebuah strategi yang efektif bagi pihak Rajawali Snack Tulungagung juga menentukan agar terus terjadi sebuah inovasi dalam pengembangan produk-produk yang dijualnya. Hal ini dilaksanakan agar terus mendorong keberlangsungan produk Rajawali Snack Tulungagung agar tetap mampu bersaing di tengah pasar bebas.

“Strategi pemasaran produk Rajawali Snack Tulungagung adalah melakukan inovasi produk yaitu dengan selalu memperbarui produk kita, kemudian untuk pemasraan produk terjadi dengan sendirinya yaitu melalui mulut kemulut, atau kalau bahasa jaw aitu getuk tular begitu mbk. kemudia strateginya juga ad akita menawarkan dari satu toko ke toko lainnya, atau dititipkan begitu, ada kripik singkong, krecek ubi ungu dan sebagainya. sehingga produk Rajawali Snack Tulungagung kemudian gampang dikenal masyarakat, khususnya tulungagung.”<sup>83</sup>

Menilik dari strategi promosi, pihak Rajawali Snack Tulungagung turut memasarkan produk-produk dengan memanfaatkan media sosial. Dengan pemanfaatan media sosial ini, pada dasarnya bukan sarana promosi utamanya, hanya saja diharapkan dapat mendorong pemasaran yang dilaksanakan secara menyeluruh. Hal ini akan berimbas positif kepada penjualan yang dilaksanakan oleh Rajawali Snack Tulungagung.

---

<sup>82</sup> Wawancara dengan Muhson selaku pemilik Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 5 Mei 2021 pukul 10.00 WIB.

<sup>83</sup> Wawancara dengan Sarih selaku pegawai Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 5 Mei 2021 pukul 10.00 WIB.

Berikut peneliti juga paparkan data produksi dan penjualan yang dilaksanakan oleh Rajawali Snack Tulungagung, upaya pemasaran yang dilaksanakan oleh Rajawali Snack Tulungagung tidak dilaksanakan secara seadanya namun dengan mempertimbangkan berbagai faktor, terutama dengan target pasarnya.

Berikut rincian jumlah produksi keripik Rajawali Snack Tulungagung dari tahun 2017-2019:

**Tabel 1.2**  
**Data Produksi dan Penjualan Produk Rajawali Snack Tulungagung**  
**Tahun 2017-2019**

No	Merek Keripik	Tahun	Jumlah Produksi (Kg)	Total Penjualan
1	Keripik Krecek	2017	11.957	Rp. 90.000.500
		2018	12.622	Rp. 94.600.750
		2019	14750	Rp. 110.600.000
2	Keripik kentang	2017	10.009	Rp. 77.571.600
		2018	11.108	Rp. 86.087.900
		2019	11.522	Rp. 90.300.000
4	Keripik Pisang	2017	5.966	Rp. 30.800.750
		2018	6.442	Rp. 32.200.375
		2019	6.678	Rp. 33.400.750
4	Keripikk Ubi Ungu	2017	3.424	Rp. 43.600.800
		2018	5.099	Rp. 63.700.500
		2019	5.885	Rp. 73.500.500

Sumber: Dokumen usaha "Rajawali Snack Tulungagung"

**Tabel 1.3**  
**Data Hasil Penjualan Semua Merk Produk Rajawali Snack Tulungagung**  
**Tahun 2017-2019**

No	Merk	Varian/rasa	Berat
1	Kripik krecek	Manis	250 Gram dan 500 Gram
		Pedas manis	250 Gram dan 500 Gram
		Original	250 Gram dan 500 Gram
2	Kripik Kentang	Original	150 Gram dan 500 Gram
		Pedas Manis	150 Gram dan 500 Gram
		Pedas	150 Gram dan 500 Gram



		Sambal Balado	200 Gram dan 500 Gram
		Sambal Tomat	200 Gram dan 500 Gram
		Keju	200 Gram dan 500 Gram
3	Kripik Pisang	Original	150 Gram dan 500 Gram
		Manis	150 Gram dan 500 Gram
4	Kripik Ubi Ungu	Original	150 Gram dan 500 Gram
		Manis	150 Gram dan 500 Gram

**Tabel 1.4**  
**Data Hasil Penjualan Semua Merk Produk Rajawali Snack Tulungagung**  
**Tahun 2017-2019**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Produksi (kg)</b>	<b>Total Penjualan</b>
2017	31.356	Rp. 239.994.500
2018	35.275	Rp. 276.708.600
2019	38.836	Rp. 306.882.500

*Sumber: Dokumen usaha Rajawali Snack Tulungagung diolah 2021*

Dari tabel 1.4 diatas dapat diketahui bahwa pada pada tahun 2017 total jumlah produksi Rajawali Snack Tulungagung sebanyak 31.356 dengan total penjualam sebesar Rp. 239.994.500, sedangkan pada tahun 2018 total jumlah produksi Rajawali Snack Tulungagung sebanyak 35.836 dengan total penjualan Rp. 276.708.600. pada tahun 2019 total penjualan sebesar 38.836 dengan total penjualan Rp. 306.882.500. Rajawali Snack mengalami kenaikan disetiap tahunnya.

Sedangkan untuk cakupan pemasaran dan pendistribusian, pihak Rajawali Snack Tulungagung mampu menembus pasar regional Jawa Timur. Pihak Rajawali Snack Tulungagung menerapkan pengiriman barang atau distribusi secara langsung, Atau tidak dengan menggunakan jasa pengiriman barang.

“Untuk pendistribusian produk Rajawali Snack Tulungagung itu tidak hanya dalam kota saja, atau ditulungagung saja, tetapi sudah sampai luar kota mbak, seperti sidoharjo, Surabaya, blitar, Trenggalek. jadi seminggu sekali kita melakukan pendistribusian produk ke kota-kota tersebut.”<sup>84</sup>

Berbagai strategi yang dilaksanakan oleh pihak Rajawali Snack Tulungagung merupakan sebuah upaya atau bentuk pemberian pelayanan maksimal kepada pelanggannya. Karena ini akan menjadi kunci sebuah hubungan yang baik, antara calon pembeli dan penjualnya.

Berhubungan dengan efektivitas strategi yang diterapkan oleh pihak Rajawali Snack Tulungagung dalam mengembangkan bisnisnya, langkah-langkah diatas merupakan sebuah langkah yang efektif dan efisien. Karena dilaksanakan secara menyeluruh. Misalnya dimulai dari pengembangan atau inovasi produk, penentuan harga, menjaga kualitas produk, hingga jaminan distribusi produk.

Langkah-langkah tersebut menjadi sebuah upaya yang bisa dinyatakan menjadi langkah efektif bagi pihak Rajawali Snack Tulungagung dalam melaksanakan pengembangan pasar. Dengan upaya tersebut juga diketahui terjadi peningkatan pendapatan yang diperoleh oleh pihak perusahaan Rajawali Snack Tulungagung.

---

<sup>84</sup> Wawancara dengan Hatta selaku pengelola Rajawali Snack Tulungagung pada tanggal 5 Mei 2021 pukul 10.00 WIB.

### **C. Analisis Data**

#### **1. Strategi pemasaran Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UMKM**

Penerapan strategi yang dilaksanakan oleh Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saingnya. Yaitu dengan menentukan strategi secara menyeluruh dan kompleks. Dilaksanakan dengan tahapan yang massif dan terarah dengan baik.

Terdapat beberapa aspek yang menjadi strategi dalam meningkatkan daya saing produk Rajawali Snack Tulungagung, yaitu pertama berhubungan dengan kualitas barangnya dinilai dari segi produk ataupun kelengkapan administrasinya, kedua berhubungan dengan harga barang yang dijual, konsep pelayanan yang dilaksanakan, hingga jaminan keteririman barang dengan selamat.

Beberapa poin tersebut menjadi strategi-strategi yang dilaksanakan oleh Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saingnya sebagai perusahaan makanan ringan, mengingat potensi persaingan yang ketat maka pihak Rajawali Snack Tulungagung juga terus melaksanakan inovasi-inovasi tertentu agar produknya tetap eksis di tengah masyarakat luas. Berikut penjelasan mengenai langkah-langkah strategi pemasaran yang dilakukan Rajawali Snack Tulungagung:

##### **a. Segmentasi Pasar**

Dalam segmentasi pasar, kriteria yang ditentukan oleh Rajawali Snack Tulungagung adalah:

- 1) Berdasarkan geografis, secara geografis Rajawali Snack Tulungagung tidak memberikan kriteria khusus untuk memilih konsumen diberbagai wilayah
  - 2) Berdasarkan demografis, secara demografis Rajawali Snack Tulungagung memilih konsumen mulai dari remaja, dewasa dan orangtua karena ingin produk yang bisa dinikmati oleh semua kalangan terkecuali anak-anak karena bentuk makanan anak-anak memiliki kriteria khusus, jenis kelamin, ataupun hasip pendapatan kerja calon pembeli segmen pasarnya
  - 3) Berdasarkan psikografis, Rajawali Snack Tulungagung membidik konsumen yang menginginkan cemilin keripik sebagai cemilan sehari-hari dan sebagai buah tangan
  - 4) Berdasarkan perilaku, secara perilaku tidak ada segmentasi yang ditetapkan oleh Rajawali Snack Tulungagung.
- b. Target Pasar

Dalam hal ini Rajawali Snack Tulungagung telah melakukan target nya yang didasarkan kepada masyarakat umum baik masyarakat kelas, menengah, menengah keatas, dengan memberikan keripik yang berkualitas kepada masyarakat yang menginginkan cemilan keripik yang enak, lezat, dan terbebas dari bahan pengawet.

c. Posisi Pasar

Rajawali Snack Tulungagung merupakan solusi yang tepat bagi konsumen yang menginginkan cemilan keripik yang enak dan berkualitas.

d. Strategi Bauran Pemasaran

Rajawali Snack Tulungagung menerapkan strategi pemasaran lainnya yaitu Bauran pemasaran, dengan menerapkan strategi produk, harga, saluran distribusi dan promosi.

1) Strategi Produk

Produk yang dipasarkan Rajawali Snack Tulungagung ada empat jenis yaitu keripik krecek, keripik kentang, keripik pisang dan keripik ubi ungu. Agar suatu produk memiliki daya saing, tentunya harus menciptakan inovasi produk dan *branding* yang unik di sebuah produknya. Dalam menginovasikan produk, Rajawali Snack Tulungagung memiliki inovasi tersendiri untuk produknya yaitu menciptakan produk keripik dengan bentuk dan varian rasa sesuai lidah orang Jawa dan tambahan bumbu rempah asli orang desa yang bisa dinikmati oleh seluruh masyarakat Indonesia. Meskipun diluar sana banyak yang memproduksi produk yang sama, tetapi produk Rajawali Snack Tulungagung memiliki varian rasa yang berbeda-beda dengan harga terjangkau.

Dengan memperhatikan kemasan dan merek dengan cara mematenkan nama usaha dan merek yang ada agar terhindar dari

peniruan merek. Semua merek produk Rajawali Snack Tulungagung sudah dipatenkan. Dalam memperhatikan kemasan, Rajawali Snack Tulungagung juga mencantumkan izin PIRT agar dapat meningkatkan daya saing produk di pasaran serta menjamin mutu produk yang diperjualbelikan. Ukuran kemasan produk Rajawali Snack Tulungagung juga bervariasi, sehingga konsumen akan memiliki pilihan produk yang akan dibeli sesuai ukuran yang diinginkan.

Strategi produk lainnya yang diterapkan oleh Rajawali Snack Tulungagung yaitu selalu mengutamakan kualitas produknya dengan cara pemilihan bahan baku yang terbaik. Selain pemilihan bahan baku yang terbaik, dalam menjaga kualitas produk keripik, Rajawali Snack Tulungagung selalu mengontrol proses pengolahan keripik hingga pengemasan dan selalu menjaga kebersihan dilokasi pabrik.

## 2) Strategi Harga

Strategi penetapan harga yang digunakan oleh Rajawali Snack Tulungagung adalah dengan cara menghitung biaya bahan baku ditambah Harga Pokok Penjualan (HPP) kemudian ditambah persentase *margin*. Penentuan harga yang ditetapkan Rajawali Snack Tulungagung juga dilakukan dengan cara menetapkan harga berdasarkan kualitas produk dengan penetapan harga yang kompetitif dengan produk pesaing lainnya. Selain harga ditentukan berdasarkan kualitas, Rajawali Snack

Tulungagung juga menentukan harga produknya dengan memberi harga diskon berdasarkan jumlah pembelian.

### 3) Strategi Saluran Distribusi

Strategi saluran distribusi yang diterapkan Rajawali Snack Tulungagung yaitu dengan mendistribusikan produk-produknya secara langsung kepada konsumen yang datang ke pabrik dan pihak Rajawali Snack Tulungagung juga menerapkan pengiriman barang atau distribusi secara langsung seperti Sidoarjo, Surabaya, Trenggalek, Kediri, Blitar, Tulungagung.

Dalam kegiatan distribusi Rajawali Snack Tulungagung telah mengutamakan kepuasan produk-produk mendapatkan hati para konsumen. Pelayanan yang baik terhadap konsumen akan memberi nilai lebih pada usaha Rajawali Snack Tulungagung.

### 4) Strategi Promosi

Strategi promosi yang digunakan Rajawali Snack Tulungagung adalah dengan melakukan promosi dari mulut ke mulut dan bertatap muka secara langsung dengan konsumen melalui kegiatan bazar dengan cara memberikan penawaran produk berupa potongan harga untuk pembelian dan waktu tertentu.

Selain melakukan tatp muka langsung dengan konsumen, Rajawali Snack Tulungagung juga melakukan promosi produknya melalui media sosial seperti facebook dan instagram.

Hal ini dilakukan untuk memperluas jaringan pasar. Melalui facebook, konsumen akan mengetahui produk yang dipasarkan oleh Rajawali Snack Tulungagung serta banyak peminat dan pembelinya berasal dari kota-kota.

## **2. Faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UMKM**

Penerapan strategi yang dilaksanakan oleh Rajawali Snack Tulungagung dalam pengembangan bisnisnya tentu saja turut mengalami berbagai hambatan ataupun faktor-faktor yang mendukung upaya tersebut. Utamanya berhubungan dengan faktor yang menghambat maka pihak Rajawali Snack Tulungagung juga berupaya menyelesaikannya persoalan tersebut, agar tidak menjadi kendala yang menghambat proses pengembangan bisnis yang dilaksanakan Rajawali Snack Tulungagung.

Berikut faktor pendukung dan penghambat kegiatan pemasaran Nugraha Food Tulungagung yaitu sebagai berikut :

### **a. Faktor Pendukung**

#### **1) Kualitas produk**

Sama halnya dengan apa yang ada di Rajawali Snack Tulungagung, bahwa kualitas produk memang menjadi unggulan dalam memasarkan produk keripik Rajawali Snack Tulungagung, Hal ini dibuktikan dengan nama Brand “krecek” yang dari dulu



sampai sekarang masih tetap terkenal dan di gemari warga sekitar dan juga luar daerah bahkan hingga negara tetangga, dikarenakan kualitas dan kuantitas produk yang masih terjaga sampai saat ini.

## 2) Jaringan pasar yang luas

Jaringan pasar berperan penting dalam pengembangan sebuah usaha yang didirikan. Perusahaan tidak dapat berdiri sendiri tanpa bantuan dari pihak lain seperti pemasok, pelanggan, maupun pedagang perantara. Semakin luas jaringan pasar yang dimiliki, maka target penjualan juga akan semakin besar.

Seperti halnya jaringan pasar yang dimiliki Rajawali Snack Tulungagung ini cukup luas, sehingga tidak salah kalau penjualan produk Rajawali Snack Tulungagung selalu meningkat.

## 3) Sosial media

Sosial media adalah media yang relatif tidak mahal yang digunakan untuk mengkombinasikan teknologi dengan interaksi sosial melalui gambar dan kata-kata. Media ini biasanya menggunakan internet untuk menjalankannya, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lain-lain.

Sama halnya dengan pemasaran yang digunakan oleh Rajawali Snack Tulungagung, salah satunya juga menggunakan sosial media Facebook dan Instagram. Dengan adanya sosial media tentunya akan mempermudah berkomunikasi dengan

sesamanya, pelanggan, dan calon pelanggan dan mempermudah dalam proses pemasaran dan mempercepat transaksi, dan tentunya akan menghemat biaya dan waktu, dan juga lebih memudahkan secara detail dan cepat tentang kualitas dan kuantitas produk Rajawali Snack Tulungagung.

#### 4) Perizinan Usaha dan Produk

Perizinan usaha adalah hal yang penting dalam kegiatan operasional suatu usaha, baik itu usaha perorangan, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) atau usaha berskala besar. Perizinan usaha diciptakan untuk mempermudah kegiatan penjualan baik dalam negeri.

Seperti Rajawali Snack Tulungagung ini juga sudah memiliki perizinan usaha. Setiap produk Rajawali Snack Tulungagung sudah memiliki perizinan produk, seperti surat izin PIRT. Sehingga perizinan produk itu juga sangat penting bagi suatu perusahaan agar dapat meningkatkan daya saing produk di pasaran serta menjamin mutu produk yang diperjualbelikan.

#### b. Faktor Penghambat

##### 1) Ketersediaan Bahan baku

Bahan baku merupakan faktor penting yang ikut menentukan tingkat harga pokok dan kelancaran proses produksi usaha. Untuk memperoleh bahan baku dalam pembuatan keripik Rajawali Snack Tulungagung cenderung sangat mudah, tetapi

ketersediaan bahan baku tidak selalu melimpah terkadang bisa kehabisan bahan baku yang dikarenakan banyaknya permintaan suatu produk. Ketika permintaan produk meningkat tetapi bahan bakunya minim akan menghambat proses penjualan pembuatan keripik Rajawali Snack Tulungagung.

## 2) Faktor Harga

Harga dijadikan sebagai penentu utama dalam menentukan minat para konsumen dan juga menjadi penentu keberlangsungan barang yang diproduksi. Apabila harga yang ditentukan relatif rendah tentunya minat konsumen juga akan semakin meningkat yang pada intinya harga penjualan barang produksi harus lebih tinggi dari harga pembelian bahan baku dan biaya produksi. Harga yang naik turun dari produk Rajawali Snack Tulungagung disebabkan karena harga bahan baku yang tidak menentu dan naik turun serta biaya produksi yang sering berubah.

## 3) Faktor Pesaing

Tidak dapat dipungkiri bahwa faktor pesaing merupakan faktor penghambat dalam kegiatan memasarkan produk yang diproduksi Rajawali Snack Tulungagung. Faktor pesaing berasal dari penguaha yang memiliki produk barang yang sama dan sejenis. Beberapa para pengusaha dalam bidang yang sama yaitu keripik, baik dari daerah sekitar atau dari luar daerah yang sebagian para pengusahanya memiliki cirri khas dalam produk

yag dibuat semisal dalam hal kualitas, kuantitas, varian rasa, dan harga yang relatif berbeda.

4) Keterlambatan dalam pengiriman barang pesanan

Keterlambatan dalam pengiriman barang pesanan akan menghambat proses penjualan selanjutnya, karena apabila proses pengiriman barang lambat akan menjadi nilai *minus* bagi perusahaan dan bentuk transportasi yang tidak tepat waktu serta keadaan pasar yang tidak menentu.

**3. Efektifitas startegi pemasaran Rajawali Snack Tulungagung dalam meningkatkan daya saing UMKM**

Berhubungan dengan efektivitas strategi yang diterapkan oleh pihak Rajawali Snack Tulungagung dalam mengembangkan bisnisnya, langkah-langkah diatas merupakan sebuah langkah yang efektif dan efisien. Karena dilaksanakan secara menyeluruh. Misalnya dimulai dari pengembangan atau inovasi produk, penentuan harga, menjaga kualitas produk, hingga jaminan distribusi produk. Berbagai strategi yang dilaksanakan oleh pihak Rajawali Snack Tulungagung merupakan sebuah upaya atau bentuk pemberian pelayanan maksimal kepada pelanggannya. Karena ini akan menjadi kunci sebuah hubungan yang baik, antara calon pembeli dan penjualnya.