

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini di Indonesia perekonomiannya sangat berkembang pesat dan juga sangat cepat. Hal ini secara tidak langsung menjadikan persaingan usaha disegala bidang, Apalagi saat ini masyarakat Indonesia sedang mengalami pandemic Covid-19. Semakin ketatnya persaingan ini secara tidak langsung mengakibatkan persaingan ini perusahaan harus menetapkan kebijakan dan mengambil Langkah serta cara baru untuk menghadapinya.

Agar keberlangsungan usaha tetap terjaga serta produk yang dihasilkan tetap menjadi minat masyarakat, sebuah manajemen harus mengelola dan menjalankan perusahaan dengan sebaik-baiknya.

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang baik, modern dan sangat pesat, itu merupakan hal yang akan memberikan dampak positif bagi sebuah perusahaan yang bergerak dibidang industry, penjualan, maupun jasa.

Tidak menutup kemungkinan perusahaan-perusahaan tersebut akan bersaing ketat dengan perusahaan yang juga mengeluarkan produk yang sejenis. Semakin modern perkembangan teknologi dan perkembangan ekonomi yang mempengaruhi pesatnya dunia usaha saat ini.

Manajemen perusahaan harus mampu membuat perencanaan yang baik serta matang, supaya tujuan perusahaan tercapai, pada umumnya tujuan dari

suatu perusahaan adalah guna menciptakan suatu barang maupun jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat.

Untuk mencapai tingkat laba yang maksimal maka perusahaan harus memiliki strategi keuangan, pemasaran dan penjualan yang tepat dan sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi serta perlu adanya cara untuk memajukan penjualan melalui periklanan, peragaan,² penggunaan promosi secara luas guna untuk menarik minat para konsumen.

Strategi pemasaran adalah pemasaran produk yang berusaha menanamkan perusahaan dan produksinya di benak pelanggan.³ Serta perlunya promosi merupakan fungsi dari pemasaran yang memfokuskan pada komunikasi komponen program pemasaran secara persuasif kepada sasaran untuk menunjang pertukaran antara pemasar dan konsumen untuk membantu mencapai sebuah tujuan dari kedua belah pihak. Promosi berperan sebagai koordinasi upaya komunikasi pemasaran untuk mempengaruhi sikap atau perilaku.⁴ Keberhasilan suatu bisnis dimana penjualan dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan pemenuhan pelanggan untuk tercapainya kepuasan yang memberi dampak positif bagi perusahaan.⁵

Dalam hal ini perkembangan produk dapat juga dilakukan dengan sangat baik jika perusahaan selalu berinteraksi dengan konsumen.

² Basu Swasta Dharmmesta, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1999), hal.183.

³ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal.352.

⁴ Basu Swata Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran Edisi 2*, (Tangerang Selatan:Universitas Terbuka, 2016), hal. 99.

⁵ T. Prasetyo Hadi Atmoko, Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta, *Journal of Indonesia Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol.1 No.2, Oktober 2018.

Perkembangan produk dapat dilakukan dengan bentuk pengembangan kualitas, desain, kemasan dan pelayanan yang diberikan pada konsumen, dan juga dengan meningkatkan penjualan produk “Kripik Pisang Dama Putra”, pengembang produk kripik dari bahan dasar pisang ini sangat diperlukan untuk membuat konsumen semakin tertarik kepada pisang yang diolah menjadi kripik.

Usaha Kripik Pisang Dama Putra ini didirikan oleh bu wontinah warga desa Batangaren, awalnya beliau memiliki 4 orang karyawan dan lama kelamaan kripik pisang dama putra ini karyawannya semakin bertambah, upaya dalam penjualan kripik pisang ini ada 2 macam jenis kripik pisang seperti Kripik Pisang original atau tanpa gula dan kripik pisang manis menggunakan gula.

Strategi pemasaran pada dasarnya rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu pada bidang pemasaran, yang akan memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan agar untuk mencapai tujuan yang tepat bagi perusahaan itu sendiri, cara menentukan strategi yang baik yaitu dengan salah satu kunci sukses perusahaan atau usaha dengan cara memasarkan produknya dan juga meningkatkan kepuasan konsumennya.

Pada penerapan dunia usaha ataupun bisnis sangat terikat oleh upaya menarik minat konsumen dan upaya memuaskan pelanggan yang akan berdampak pada keberadaan dan keberlangsungan suatu bisnis, nantinya persaingan tidak memandang saudara dalam usahannya etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus berkomitmen

dalam berinteraksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan bisnis yang akan dicapai usaha tersebut.

UMKM Kripik Pisang ini, merupakan makanan cemilan yang berbahan dasar pisang yang diproduksi Dama Putra Tulungagung yang beralamat di Desa Batangsaren, Dusun.Jarangguyang, RT/RW: 01/07 Kecamatan.Kauman, Kabupaten Tulungagung. kripik pisang Dama Putra ini sangat banyak diminati masyarakat untuk cemilan kripik pisang manis ini sudah mendapatkan izin edar yang resmi, jadi tidak berbahaya dan tidak mengandung pemanis buatan untuk dikonsumsi dengan manfaat.

Kripik pisang Dama Putra ini memiliki 2 varian rasa yaitu rasa manis dan original, rasa yang dijamin menarik konsumen yang lebih banyak dan produksi akan meningkat lagi, rasa manis Kripik Pisang ini banyak mengandung gula kripiknya diolah dan dicampuri gula rasannya sangat manis akan tetapi kripik pisang yang dicampuri gula ini peminatnya lebih banyak dari kripik pisang original.

Kripik pisang original ini diminati orang yang lebih tua karena rasanya juga terasa asli pisang dan tidak ada campuran gula, dari awal produksi hingga saat ini kripik pisang Dama Putra ini lebih banyak memproduksi yang ada gulanya. hal ini juga pastinya berkaitan dengan daya tarik, Daya Tarik merupakan suatu fungsi untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan di dalam dan tampak di luar sebagai gerak-gerak fungsi jiwa dalam menjalankan fungsinya daya Tarik berhubungan erat dengan pemikiran dan perasaan. Manusia memberi corak, menentukan pilihan dan mengambil

keputusan perubahan daya Tarik memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan hati.

Bagi para pelaku usaha khususnya pada UMKM yang belum berkembang akan menjadi faktor penting dalam menjaga kestabilan dan mengembangkan keuangan yang akan mengarah lebih baik, Strategi dalam keuangan ini harus diatur dan dikelola dengan baik agar usaha yang dijalankan akan terus berkembang dan semakin maju. kripik Pisang Dama Putra ini meskipun dimasa pandemi covid-19 banyak orang bahkan pengusaha-pengusaha yang sukses merasakan dampaknya, mulai dari penurunan pendapatan, penurunan dalam memproduksi tapi kripik pisang Dama putra terus memproduksi kripik pisang yang nantinya akan dikirimkan ke Surabaya-malang dan Jakarta, kripik pisang ini meskipun pandemi covid-19 banyak menggerakkan karyawan untuk memproduksi kripik pisang Dama Putra, banyak menolong orang-orang yang mengalami krisis ekonomi di masa pandemi, pemilik usaha mikro kecil menenganh ini juga bangga dengan hasil olahan pisang yang membuat masyarakat menyukai kripik pisang ini.

Kripik Pisang Dama Putra merupakan salah satu produk olahan pisang yang menjual sebuah produk pisang yang dioalah yang distributornya berada di Desa Batangsaren, Kripik Pisang ini di formulasikan dengan bahan-bahan alami yang berfungsi untuk membuat cemilan masyarakat yang tidak menyukai pisang akhirnya berani menyicipi pisang dengan rasa yang berbeda dengan olahan kripik pisang ini.

1. Alasan Memilih UMKM Kripik Pisang Dama Putra

Pada saat pandemi covid 19 usaha kripik pisang Dama Putra masih berjalan dan memproduksi kripik pisang dan bahkan usahanya terus berjalan pisang-pisang yang sebelum masa pendemi tetap datang disetiap minggunya. Sebelum masa pendemi kripik pisang banyak menggerakkan karyawan dan dimasa pendemi juga masih menggerakkan karyawan, selain itu dari data yang di peroleh dari kabar yng ada pasar kripikini tembus luar kota yaituhingga surabaya sampai ke jakarta serta mampu bertahan di tangan gempuran badai covid19 halitu bisa di lihat dari laporan keuangannya yang mengindikatorkan bahwa baik selma pandemi maupun tidak penghasilan yang di dapat sama seperti tabel berikut:

Tabel 1.1 Laporan Keuangan Tahun UD Dama Putra Tahun 2020

Tanggal		Transaksi	Debit	Kredit	Saldo
Bulan Januari	1	Hasil Penjualan Produk	23.000.000		23.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		5.500.000	40.500.000
Bulan Februari	1	Hasil Penjualan Produk	27.000.000		40.500.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		7.500.000	60.000.000
Bulan Maret	1	Hasil Penjualan Produk	25.500.000		60.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		6.500.000	79.000.000
Bulan April	1	Hasil Penjualan Produk	27.500.000		79.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		5.500.000	101.000.000
Bulan Mei	1	Hasil Penjualan Produk	28.500.000		101.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		5.500.000	124.000.000
Bulan Juni	1	Hasil Penjualan Produk	26.500.000		124.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		6.700.000	143.800.000
Bulan Juli	1	Hasil Penjualan Produk	29.000.000		143.800.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		7.700.000	165.000.000
Bulan	1	Hasil Penjualan Produk	28.000.000		165.000.000

Agustus	30	Bayar Keperluan Produksi		7.600.000	185.500.000
Bulan September	1	Hasil Penjualan Produk	28.000.000		185.500.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		6.500.000	207.000.000
Bulan Oktober	1	Hasil Penjualan Produk	25.500.000		207.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		8.550.000	223.950.000
Bulan November	1	Hasil Penjualan Produk	27.000.000		223.950.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		8.000.000	242.950.000
Bulan Desember	1	Hasil Penjualan Produk	28.500.000		242.950.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		9.750.000	261.700.000
Jumlah Saldo (Pendapatan Kotor/ Tahun 2020)					261.700.000

Sumber : UMKM Kripik Pisang Dama Putra

Tabel 1.1 Laporan Keuangan Tahun UD Dama Putra Tahun 2021

Tanggal		Transaksi	Debit	Kredit	Saldo
Bulan Januari	1	Hasil Penjualan Produk	20.000.000		20.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		5.000.000	35.000.000
Bulan Februari	1	Hasil Penjualan Produk	25.000.000		35.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		7.000.000	53.000.000
Bulan Maret	1	Hasil Penjualan Produk	27.500.000		53.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		6.500.000	74.000.000
Bulan April	1	Hasil Penjualan Produk	29.000.000		74.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		5.000.000	98.000.000
Bulan Mei	1	Hasil Penjualan Produk	27.000.000		98.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		5.000.000	120.000.000
Bulan Juni	1	Hasil Penjualan Produk	28.000.000		120.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		6.000.000	142.000.000
Bulan Juli	1	Hasil Penjualan Produk	26.000.000		142.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		7.000.000	161.000.000
Bulan Agustus	1	Hasil Penjualan Produk	29.000.000		161.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		7.000.000	183.000.000
Bulan September	1	Hasil Penjualan Produk	26.000.000		183.000.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		6.500.000	202.500.000
Bulan Oktober	1	Hasil Penjualan Produk	25.500.000		202.500.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		7.550.000	220.450.000
Bulan November	1	Hasil Penjualan Produk	25.000.000		220.450.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		6.000.000	239.450.000

Bulan Desember	1	Hasil Penjualan Produk	28.000.000		239.450.000
	30	Bayar Keperluan Produksi		7.750.000	259.700.000
Jumlah Saldo (Pendapatan Kotor/ Tahun 2021)					259.700.000

Sumber : UMKM Kripik Pisang Dama Putra

Dari laporan keuangan tersebut dapat diketahui bahwa meskipun ada penurunan ketika tahun 2021 tetapi masih dalam hal wajar, alasan kenapa Kripik pisang Dama Putra ini mudah diterima dipasaran dalam artian kripik pisang ini bukan produk baru lagi karena kripik pisang sangat mudah diolah, tetapi pada kripik pisang Dama Putra ini beda karena olahannya pisangnya agak rumit dan memerlukan waktu lebih lama untuk mengolah cemilan kripik pisang.

Pada masa pandemi meskipun memiliki penurunan tapi sedikit usaha kripik pisang masih bisa menggerakkan karyawannya untuk bekerja, menolong perekonomian pada masa pandemi covid 19.

2. Kelebihan dan Keunggulan Kripik Pisang Dama Putra

Kelebihan yang ditonjolkan kripik pisang Dama Putra adalah pemilik usaha dari kripik pisang memiliki keistimewaan dalam mengolah pisang, pemilik usaha menerapkan cara mengolah pisang dengan caranya sendiri yaitu setelah mengupas pisang didiamkan 30 menit lalu di pasah dan dicuci. Di diamkan 30 menit agar pisang terpisah dengan getah pisang karena pisang nantinya jika tidak dipisahkan kripiknya tidak terasa lezat.

Biasannya pada usaha kripik pisang tidak dipisahkan getahnya langsung dicuci dan diolah menjadi kripik pisang, pada kripik pisang dama putra sangat berhati-hati dalam menolah pisangnya karena menjaga

kualitas produknya. Mulai dari kemasan kripik pisang Dama Putra kemasannya tergantung konsumen mulai dari kemasan kecil sampai besar 5kg, konsumen tinggal konfirmasi ingin berapa kilogram nantinya akan diambikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul : “STRATEGI PENGELOAAN KEUANGAN, PEMASARAN DAN PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH KRIPIK PISANG DAMA PUTRA (Studi Kasus di Desa Batangsaren, Dusun Jarangguyang, Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung)”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi pengelolaan keuangan kripik pisang Dama Putra ?
2. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan produk kripik pisang Dama Putra ?
3. Bagaimana strategi penjualan dalam meningkatkan produk kripik pisang Dama Putra ?
4. Bagaimana kendala yang dihadapi pada usaha Kripik Pisang Dama Putra ?
5. Bagaimana Solusi untuk meningkatkan strategi Pengelolaan Keuangan, pemasaran Dan Penjualan Untuk meningkatkan UMKM Kripik Pisang Dama Putra ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendiskripsikan strategi pengelolaan keuangan kripik pisang Dama Putra.
2. Untuk mendiskripsikan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya Tarik konsumen pada kripik pisang Dama Putra.
3. Untuk mendiskripsikan strategi penjualan untuk meningkatkan daya tarik konsumen kripik pisang Dama Putra
4. Untuk mendiskripsikan kendala yang dihadapi pada usaha Kripik pisang Dama Putra
5. Untuk mendiskripsikan Solusi untuk meningkatkan strategi Pengelolaan Keuangan, pemasaran Dan Penjualan Untuk meningkatkan UMKM Kripik Pisang Dama Putra?

D. Batasan Masalah

1. Batasan Masalah

Dengan Batasan penelitian berfungsi untuk menghindari terlalu meluasnya masalah penelitian yang di bahas di dalamnya, maka dengan hal tersebut peneliti mempunyai Batasan dalam penentuan variabel, yaitu penelitian ini hanya berfokus kepada strategi keuangan, pemasaran dan penjualan yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan Kripik Pisang Dama Putra di masyarakat.

Serta ada juga variabel lainnya yang dapat mempengaruhi variabel efektivitas yang ada di produk tersebut, Sedangkan obyek di dalam penelitian ini berfokus terhadap pemasaran dan penjualan produk Kripik Pisang Dama Putra di masyarakat.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari pada penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu kegunaan secara teoritis dan praktis. Secara teoritis penelitian ini guna untuk menambah dan memperluas wawasan mengenai strategi pengelolaan keuangan, pemasaran dan penjualan dalam meningkatkan produk UMKM kripik pisang Dama Putra.

1. Manfaat Praktis:

a. Bagi Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan serta masukan pengetahuan yang lebih baik dalam Strategi keuangan, pemasaran dan penjualan produk Kripik Pisang Dama Putra di masyarakat agar meningkat, serta guna meningkatkan volume pemasaran dan penjualan produk yang tinggi, untuk memperoleh laba yang maksimal, penelitian ini guna memberikan beberapa strategi yang baik digunakan meskipun dalam keadaan pandemi atau tidak pandemi.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan pengambilan suatu kebijakan pada pemerintah dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional yaitu melalui UMKM.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan menambah wawasan referensi tambahan serta wacana bagi penelitian tema sejenis, Sehingga ilmu pengetahuan tentang strategi keuangan, pemasaran dan penjualan sebuah perusahaan ataupun sebuah pelaku usaha guna meningkatkan volume penjualan. Dengan penerapan strategi yang baik maka penjualan produk lebih mudah, dan adanya tambahan tema tersebut dapat di ikuti perkembangan selanjutnya.

2. Manfaat Teoritis:

Manfaat teoritis yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan untuk menjadi pengetahuan serta kajian atau bahan penelitian lebih lanjut yang lebih baik di bidang ekonomi mengenai pentingnya penerapan strategi keuangan, pemasaran dan penjualan guna meningkatkan volume penjualan sebuah produk, dengan meningkatnya volume penjualan produk maka akan mendapatkan laba yang maksimal dengan adanya keterbatasan dalam penelitian baik dari segi waktu, tenaga, teori dan supaya keabsahan masalah yang ada dalam rumusan masalah tidak keluar dari jalur pembahasan, maka diperlukan batasan dalam penelitian.

F. Penegasan Istilah

Adapun penegasannya istilah dibagi menjadi 2 yaitu penegasan secara konseptual dan operasional.

1. Penegasan secara Konseptual

a. Strategi Keuangan

UMKM sebagai penyongkong perekonomian, juga dapat dilihat melalui flashback tahun 1997 hingga tahun 1998 yaitu adanya krisis ekonomi, peristiwa krisis ekonomi ini membuat banyak perusahaan besar yang bangkrut, namun UMKM dapat bertahan dari gejolak krisis yang terjadi, selain itu UMKM juga memberikan kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) yang besar.

Bagi pelaku usaha khususnya pada UMKM yang belum berkembang akan menjadi faktor penting dalam menjaga kestabilan dan mengembangkan keuangan yang akan mengarah lebih baik, Strategi dalam keuangan ini harus diatur dan dikelola dengan baik agar usaha yang dijalankan akan terus berkembang dan semakin maju.

Strategi yang diterapkan pada usaha yaitu sebagai berikut :

1) Pisahkan uang pribadi dari uang usaha

Dalam mengelola sebuah usaha terlebih dahulu usaha ini pemilik atau pengelola harus bisa memisahkan uang pribadi dengan uang usaha.

2) Membuat anggaran keuangan yang jelas

Pada setiap usaha harus mempunyai anggaran yang jelas dengan adanya anggaran yang jelas ini perusahaan memastikan pengeluaran dan memproyeksinya dengan kondisi finansial perusahaan yang akan datang dimasa pendatang.

3) Pencatatan Keuangan yang teratur

Dalam mengatur strategi keuangan harus melakukan pencatatan keuangan yang rutin, mencakup berbagai pengeluaran, pemasukan, utang dan piutang.⁶

b. Strategi pemasaran

Strategi adalah serangkaian cara yang digunakan dalam membuat keputusan yang digunakan sebagai acuan dalam suatu organisasi. Pemasaran menurut Philip Kotler ialah suatu proses social serta manajerial untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan juga ditukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.⁷

c. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan seluruh total hasil dari penjualan suatu produk atau barang. Apabila semakin banyak jumlah barang yang terjual maka kemungkinan semakin banyak pula laba yang didapat oleh penjual. Sehingga volume penjualan

⁶ Fitria setyaningrum et.,all, *Strategi Laporan Keuangan pada usaha Mikro Kecil Dan Menengah.*,Jurnal Optima,Vol.2, No.2, 2018

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal.61.

yang besar merupakan tujuan utama sebuah perusahaan ataupun pelaku usaha dalam meraih keuntungan atau laba yang besar. Pengukur volume penjualan biasanya ditunjukkan dalam bentuk angka atas produk yang telah terjual kepada pembeli.⁸

Dalam menjalankan fungsinya daya tarik berhubungan erat dengan pemikiran dan perasaan. Manusia memberi corak, menentukan pilihan dan mengambil keputusan. Perubahan daya Tarik memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan hati.⁹

d. Konsumen

Menurut Philip Kotler dan Keller mendefinisikan konsumen sebagai seseorang yang membeli barang dari orang lain. Banyak perusahaan yang tidak mencapai kesuksesan karena mengabaikan konsep konsumen. Konsumen, saluran distribusi, dan pasar adalah sebuah obyek biaya yang memiliki keragaman pada produk. Konsumen juga dapat mengkonsumsi aktivitas yang digerakkan oleh konsumen yaitu frekuensi pengiriman, penjualan dan dukungan promosi. Sehingga untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan untuk melayani konsumen dengan tingkat kebutuhan yang berbeda-beda, perusahaan memperoleh informasi yang

⁸ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), hal. 57.

⁹ Heri.P, *Pengantar Perilaku Manusia*, (Jakarta: EGC, 1998), hal.45.

berguna dalam penetapan harga, penentuan bauran konsumen dan peningkatan profitabilitas.¹⁰

e. Kripik Pisang Dama Putra

Kripik Pisang Dama Putra merupakan salah satu produk olahan pisang yang menjual sebuah produk pisang yang dioalah yang distributornya berada di Desa Batangsaren, Dusun Jarangguyang, RT/RW : 01/07 Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung. Kripik pisang ini di formulasikan dengan bahan-bahan alami yang berfungsi untuk membuat cemilan masyarakat yang tidak menyukai pisang akhirnya berani menyicipi pisang dengan rasa yang berbeda dengan olahan kripik pisang ini.

Kripik Pisang ini ada 2 jenis olahan yang pertama yaitu :

1) Kripik pisang manis

Kripik pisang manis ini dibuat menggunakan gula dan warnanya kuning dan agak kecoklatan, kripik pisang ini biasanya diminati banyak orang akan tetapi kripik pisang ini banyak mengandung gula sehingga rasanya nagih dan lezat jika yang mengkonsumsi kripik ini mempunyai gula darah agak tinggi sebaiknya sedikit saja.

¹⁰ Andrian Payne, *The Essence Of Service Marketing Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2000), hal.33.

2) Kripik Pisang tanpa Gula (original)

Kripik pisang original ini tidak mengandung gula, biasanya kripik pisang ini lebih banyak diminati yang lebih tua karena tanpa gula, pisang yang dibaut juga lumayan manis rasanya jadi tidak kalah dengan kripik pisang yang ada gulannya.

Kripik pisang bu Wontinah ini meskipun di masa pandemi Covid-19 produksinya tetap banyak karena rasa kripik pisang yang banyak diminati oleh anak-anak sampai orangtua sangat menyukainya. Apalagi bu Wontinah memasarkan sampai keluar kota mulai dari Surabaya, Malang dan Jakarta bukan hanya Tulungagung saja, jadi semakin banyak pesanan bu wontinah semakin banyak menambah karyawan.

2. Penegasan Operasional

Berdasarkan penegasan konseptual diatas yang dimaksud ‘‘Strategi Keuangan, Pemasaran dan Penjualan dalam Meningkatkan Produk UMKM Kripik Pisang Dama Putra’’ dalam penelitian ini adalah apa saja strategi keuangan dan pemasaran yang diterapkan pada usaha Kripik Pisang Dama Putra dalam meningkatkan daya tarik konsumen untuk meningkatkan produksi penjualan.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dalam tulisan ini maka dibuat sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab Pertama merupakan pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan, dengan pendahuluan ini dimaksudkan agar pembaca dapat mengetahui konteks penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulis. Dengan pendahuluan ini dimaksudkan agar pembaca dapat mengetahui konteks penelitian, pendahuluan ini berisi hal-hal pokok yang dapat dijadikan bahan acuan dalam memahami bab berikutnya.

Bab Kedua berisi uraian kajian pustaka yang terdiri dari kajian fokus pertama, kajian fokus dan seterusnya, hasil penelitian terdahulu. Sehingga dalam bab ini uraian kajian pustaka dapat dijadikan bahan analisis obyek penelitian.

Bab Ketiga berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran penelitian data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahapan penelitian, sehingga dapat diketahui kesesuaian antara metode yang dipakai dengan jenis penelitian yang dilakukan.

Bab Keempat berisi tentang hasil penelitian yang terdiri dari paparan data dan temuan penelitian di Kripik Pisang Dama Putra, bab ini disusun

sebagai bagian dari upaya menemukan jawaban atas pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah.

Bab Kelima merupakan pembahasan yang berisi tentang analisis dengan cara melakukan konfirmasi dan sistesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.

Bab Keenam penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran atau rekomendasi, penelitian ini akan diakhiri dengan kesimpulan dan saran yang dapat diberikan kepada pihak yang terkait, sehingga pembaca dapat memahami secara konkret dan utuh, yang kemudian saran merupakan harapan peneliti kepada pihak yang berkompeten agar penelitian dapat memberikan kontribusi bagi strategi pengelolaan keuangan, pemasaran dan penjualan pada produk UMKM Kripik Pisang Dama Putra.