

BAB IV

PAPARAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Kecamatan Kauman adalah sebuah kecamatan yang sekaligus merupakan pusat pemerintahan kabupaten Tulungagung, luas wilayah tersempit di kecamatan Tulungagung yaitu 0,13 Km² dengan jarak 1,0 Km ke ibu kota kecamatan Tulungagung, dengan wilayah kelurahan seluas 13,10 Ha.

Batas Wilayah kecamatan Kauman adalah sebelah timur kecamatan Tulungagung, sebelah selatan kecamatan Gondang, sebelah barat adalah Kecamatan Pagerwojo.

Di Kecamatan kauman ada 13 Desa :

- a. Pucangan
- b. Bolorejo
- c. Kauman
- d. Bolorejo
- e. Batangsaren
- f. Panggungrejo
- g. Sidorejo
- h. Kalangbret
- i. Mojasar

- j. Karanganom
- k. Kates
- l. Banaran
- m. Jatimulyo

Potensi yang ada Di desa Kauman :

- a. Potensi Bidang Pariwisata
- b. Potensi bidang Perdagangan
- c. Potensi Bidang Pertanian
- d. Kehutanan, peternakan Dan Perikanan

Jenis-Jenis Pelayanan :

- a. Persyaratan yang harus dibawa (perekaman E-Ktp)
- b. Persyaratan yang harus dibawa (cetak E-KTP)
- c. Persyaratan yang harus dibawa pelayanan PPAT
- d. Persyaratan yang harus dibawa (Logalisasi dan Rekomendasi)
- e. Biaya Pelayanan

Penelitian ini dilaksanakan di usaha Kripik Pisang Dama Putra Tulungagung yang berada di Desa Batangsaren, Dusun Jarangguyang, Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung. Usaha Kripik Pisang Dama Putra ini adalah satu-satunya usaha yang mengolah pisang menjadi kripik pisang, yang berada di Desa Batangsaren. Pada saat ini usaha kripik pisang ini jauh dari rumah peneliti, usaha kripik pisang

terletak di dusun Jarangguyang Rt/Rw : 01/07 Desa Batangsaren, Kecamatan Kauaman, Kabupaten Tulungagung.

2. Sejarah

Usaha Kripik Pisang Dama Putra Tulungagung didirikan oleh Bu wontinah dan suaminya (pak Jono) saudara-saudara bu wontinah ini semua mendirikan kripik pisang dama putra, mereka berusaha mengumpulkan modal untuk membuka usaha kripik pisang Dama Putra. Pada waktu itu sebenarnya bu wontinah kebingungan akan modal nantinya didapat dari mana, setiap malam dengan suami berfikir dari mana bisa mendapatkan modal, mereka memutuskan untuk membuka usaha dan mereka mengikuti pelatihan UMKM Persyaratan untuk Mendapatkan UKM sebagai berikut :

- a. Tercatat sebagai WNI (Warga Negara Indonesia)
- b. Memiliki NIK (Nomer Induk Kependudukan)
- c. Memiliki usaha mikro
- d. Bukan ASN. TNI/POLRI dan karyawan atau BUMD
- e. Tidak sedang Menerima Kredit atau pembiayaan dari bank atau kredit usaha rakyat (KUR)

Kripik pisang tanpa gula dari tahun 2010 harganya Rp. 12.000,00 perkg, bertambahnya tahun sampai saat ini harganya selalu mengalami kenaikan karena pisang yang harganya cukup mahal Rp. 22.000,00 perkg. Kripik pisang manis yang dulunya 1kg Rp.15.000,00 sekarang menjadi Rp. 28.000,00 semakin tahun semakin meningkat, awal dulu

memiliki 4 karyawan semakin hari usahanya terus berkembang akhirnya sekarang menjadi banyak karyawan.

Pada tanggal 5 januari 2010 mendirikan usaha kripik pisang Dama Putra, seiring dengan berjalannya waktu usaha kripik pisang terus berkembang, hal tersebut dikarenakan strategi-strategi yang diterapkan cukup bagus dan dimasa pandemi covid-19 terus berjalan sampai sekarang usahanya terus berkembang.⁵⁵

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Pengelolaan 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.

Pengolaan keuangan penting untuk diterapkan pada UMKM, Menurut Ediarsah (2010) bisnis UMKM yang keuangannya dikelola dan diinformasikan transparan dan akurat akan memberikan dampak positif terhadap bisnis UMKM itu sendiri.

⁵⁵ Data Diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 1 november 2021, Pukul 09.30 WIB

Dampak UMKM positif pengelolaan keuangan inilah yang menjadi suatu faktor keberhasilan UMKM dan dapat digunakan untuk mempertahankan keberlanjutan usahannya.

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 :

- a. 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.
- b. 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.
- c. Pencatatan Keuangan yang teratur dalam mengatur strategi keuangan harus melakukan pencatatan keuangan yang rutin, mencakup berbagai pengeluaran, pemasukan, utang dan piutang.⁵⁶

⁵⁶ Fitria setyaningrum et.,all, *Strategi Laporan Keuangan pada usaha Mikro Kecil Dan Menengah.*,Jurnal Optima,Vol.2, No.2, 2018

Pada Awalnya usaha produk Kripik Pisang Dama Putra Tulungagung adalah satu satunya usaha yang menjual olahan pisang menjadi kripik pisang di desa Batangsaren, dimana hari ke hari permintaan produk dari konsumen akan meningkat setelah beberapa bulan dan tahun, pemilik usaha Kripik Pisang Dama Putra Tulungagung berupaya untuk terus mengembangkan dan menjaga produk nya dengan kualitas yang terjamin untuk menciptakan kepuasan konsumen didalam pasar, agar tetap bertahan dipasaran terutama karena adanya pesaing yang menjual produk yang sama, diantaranya, Hal ini diperkuat dengan pemaparan pemilik Kripik Pisang Dama Putra :

Hal ini diperkuat dengan pemaparan pemilik Kripik Pisang Dama Putra Tulungagung tentang strategi pengelolaan keuangan, pemasaran dan penjualan dalam meningkatkan produk UMKM kripik pisang Dama Putra: “Strategi pengelolaan keuangan yang saya terapkan ditahun kemarin sangat kurang berhati-hati penerapannya saya tidak memisahkan uang pribadi saya dengan usaha”

Dalam upaya tersebut pemilik usaha sangat kecewa karena kurangnya berhati-hati dalam menerapkan strategi pengelolaan keuangan dengan baik, lalu solusi apa saja yang akan dihadapi. Hal ini diperkuat pemilik usaha sebagai berikut:

“Saya memang mengalami penurunan drastis pada tahun kemarin sebelum masa pandemi covid-19, tahun 2018, saya sangat

kecewa dengan diri saya membangun usaha dengan susah payah apa-apa sendiri mulai dari 0, saya tidak memisahkan uang pribadi dengan uang usaha, saya menggunakan uang dengan membeli barang-barang yang bukan untuk usaha pada saat itu keperluan dan ego saya yang semakin hari semakin tidak bisa ditahan akhirnya saya kurang berhati-hati dalam mengelola keuangan”

Dalam hal tersebut pemilik usaha mencoba sabar dan ikhtiar tidak menyesali apa yang terjadi terus menerus, hal tersebut hal ini diperkuat kembali dengan solusi masalah yang diterapkan pemilik kripik pisang Dama Putra:

“Saya akhirnya bangkit kembali dengan itu, dan saya menjual mengedepankan kualitas produk kripik pisang ini dan pengelolaan keuangan dengan berhati-hati dan alhamdulillah pada pandemi covid-19 saya masih bisa terus memproduksi kripik pisang Dama Putra, saya menerapkan strategi pengelolaan keuangan dengan memisahkan uang pribadi dengan uang usaha, membuat rencana keuangan apabila nanti membeli sesuatu yang bukan untuk usaha saya akan saya hindari, menerapkan pengelolaan keuangan dengan baik dan berhati-hati dalam mengelola keuangan usaha.

Penjelasan tersebut di dukung lagi oleh suami pak joko pemilik usaha kripik pisang Dama Putra :

“Pemasaran produk kripik pisang sudah meluas sampai penjualan luar daerah Tulungagung seperti daerah malang, Surabaya.

Dengan promosi media online yang bisa menjangkau kalangan milenial juga, dan apabila konsumen merasa jauh ke lokasi, bisa juga pesan lewat wathsap saya nanti dikirim via kurir selam ini penjualan sangat meningkat jadi ya harus berhati-hati dalam menerapkan strategi pengelolaan keuangan”

Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen terhadap usaha kripik pisang Dama Putra Tulungagung, pihak pengelola selalu menyediakan produk kripik pisang dengan varian dua rasa, maka itu Dama Putra para konsumen merasakan kepuasan tersendiri karena yang diinginkan atau dibutuhkan produk tersendiri di toko, hal ini diperkuat dengan:

“Saya selalu berusaha menjual produk kripik pisang yang di inginkan atau yang dibutuhkan oleh konsumen, disini saya menjual produk berupa kripik pisang dengan dua jenis rasa yaitu:

Kripik pisang gula dan tanpa gula (original) penggorengannya pun juga berbeda yang tanpa gula prosesnya hanya sebentar, jika menggunakan gula prosesnya agak lama. Jadi para konsumen memiliki kesukaan yang berbeda”⁵⁷

Penjelasan tersebut juga didukung oleh karyawan (Galih) kripik pisang Dama Putra Tulungagung:

⁵⁷ Data Diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 1 november 2021, Pukul 10.00 WIB

“Benar, kalo semisal konsumen meminta rasa yang tanpa gula karyawan semua yang ada disini harus siap mengolah pisang tersebut menjadi kripik pisang”⁵⁸

Penjelasan tersebut juga didukung oleh pemaparan pemilik usaha kripik pisang Dama Putra: “Saya menyediakan kripik pisang dengan sepenuh hati, kapanpun konsumen membeli kripik pisang Dama Putra ada ditoko jadi jangan karyawan yang tetap mengolah pisang”

Selain itu inovasi produk menjadi bagian dari strategi pemasaran produk agar usaha yang dialami kripik pisang Dama Putra akan berkembang dan disini produknya sangat diperhatikan dalam kualitasnya agar semain tahun akan semakin meningkat mulai dari mutu atau kualitas, penampilan kemasan produk, pelayanan dan lain sebagainya.

Dalam hal ini strategi produk menerapkan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi keuangan. Hal ini dipaparkan oleh pemilik kripik Pisang Dama Putra sebagai berikut : “Diisi inovasi kripik pisang Dama Putra Tulungagung, membuat inovasi baru yaitu jika konsumen memilih produk kripik pisang yang baru saja digoreng baru saja diolah boleh saja memilih kripik pisang yang disukai”⁵⁹

⁵⁸ Data Diperoleh dari wawancara dengan Karyawan (Galih) Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 1 november 2021, Pukul 10.10 WIB

⁵⁹ Data Diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 1 november 2021, Pukul 10.00 WIB

Penjelasan tersebut didukung oleh karyawan kripik pisang Dama Putra (Wiwit) :

“Semisal pembeli atau konsumen meminta kripik yang baru jadi dan masih panas boleh saja karena kita disini juga harus siap dan alhamdulillahnya disetiap konsumen yang meminta kripik nya sudah siap”⁶⁰

Dalam upaya mendapatkan loyalitas konsumen terhadap usaha Kripik Pisang Dama Putra Tulungagung, pihak pengelola menyediakan berbagai produk yang kualitasnya nomor satu merek yang diinginkan atau dibutuhkan, hal ini diperkuat dengan pemaparan pemilik usaha kripik pisang Dama Putra:

“Saya membuat merk dama putra sendiri agar konsumen mengidentifikasi produk barang untuk bisa bersaing dengan merk lain yang nantinya kripik pisang dama putra kualitasnya lebih unggul dan diminati konsumen”⁶¹

Hal ini dapat dikuatkan oleh salah satu Konsumen Bu tipah :

“Kalo pengelolaan keuangan yang diterapkan bu wontinah memang sudah bagus, beliau dari jatuh kemarin usahanya sampai sekarang juga berhati-hati kan saya kalo kripik sewaktu ada pesanan banyak apa warung-warung tak kemas banyak yang beli pasti bertambah jika modal saya kurang bisa bawa dulu nanti habis

⁶⁰ Data Diperoleh dari wawancara dengan Karyawan (Wiwit) Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 1 november 2021, Pukul 11.00 WIB

⁶¹ Data Diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 1 november 2021, Pukul 11.00 WIB

langsung uang dikasih, bu wontinah mempunyai strategi sendiri dalam pengelolaan keuangan nanti kalo uang yang susah keluar dari konsumen nanti ditanyakan kerumah pasti dikasih nanti kalo agak sulit disuruh berhenti dulu ambil kripik”⁶²

Hal Ini diperkuat Bu Jayati Konsumen Kripik Pisang Dama Putra: “Penerapan Strategi yang diterapkan dalam pengelolaan keuangan cukup bagus karena pada saat masa pandemi beliau tidak jatuh usahanya karyawan juga terus masuk terus memproduksi kripik pisang dan pada saat usaha nya jatuh pemilik usaha bisa bangkit kembali”⁶³

Hal Ini Diperkuat lagi Bu Sri Konsumen Kripik Pisang Dama Putra: “Pada Strategi pengelolaan keuangan yang diterapkan Bu Wontinah cukup bagus, bu wontinah dalam menjalankan usahanya cukup berhati-hati pada usahanya pada masa pandemi covid-19 beliau masih memproduksi usahanya dengan baik. Apalagi pengelolaan keuangan sangat diterapkan harus berhati-hati dalam menjalankan usahanya”⁶⁴

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi pengelolaan keuangan itu sangat penting dan memang harus diterapkan di dalam UMKM Kripik Pisang Dama Putra, pemilik usaha pun harus benar-benar

⁶² Data Diperoleh Dari Wawancara Dengan Konsumen (Bu Tipah) Kripik Pisang Dama Putra, Pada Tanggal 6 Januari 2022, Pukul 11.00 WIB

⁶³ Data Diperoleh Dari Wawancara Dengan Konsumen (Bu jayati) Kripik Pisang Dama Putra, Pada Tanggal 6 Januari 2022, Pukul 11.30

⁶⁴ Data Diperoleh dari wawancara dengan Konsumen (Bu sri) Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 6 Januari 2022, Pukul 12.00 WIB

menerapkan strategi pengelolaan keuangan usaha kripik pisang Dama Putra.

2. Strategi Pemasaran

Strategi adalah serangkaian cara yang digunakan dalam membuat keputusan yang digunakan sebagai acuan dalam suatu organisasi. Strategi merupakan penentuan tujuan jangka Panjang sebuah perusahaan serta penggunaan metode-metode dan alokasi sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Pemasaran menurut Philip Kotler ialah suatu proses social serta manajerial untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan juga ditukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.⁶⁵ Jadi strategi pemasaran merupakan sesuatu yang memang harus dirancang dan direncanakan sebelum sebuah perusahaan dibentuk guna mencapai tujuan yang di inginkan serta memasarkan produk yang dimiliki, dan mendapatkan laba yang maksimal.

Pada awalnya usaha produk Kripik Dama Putra yang menjual pisang dengan olahan yang menjadi kripik pisang. Pemilik usaha Kripik pisang dama putra berupaya untuk terus mengembangkan usahanya dengan meningkatkan kualitas produknya serta menciptakan kepuasan didalam pasar, agar tetap bertahan dipasaran terutama karena adanya pesaing yang menjual produk barang yang sama

⁶⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal.61.

dengan olahan pisang. Hal ini diperkuat dengan pemaparan pemilik usaha kripik pisang dengan menerapkan strategi pemasaran :

“Saya selain menerapkan strategi pengelolaan keuangan juga menerapkan strategi pemasaran karena strategi pemasaran ini yang nantinya untuk meningkatkan hasil dari penjualan”⁶⁶

Pada usaha yang akan dijalankan memang harus menerapkan strategi pemasaran, jika kurang berhati-hati maka pasarannya semakin turun.

Hal ini dipaparkan kembali oleh pemilik usaha kripik pisang Dama Putra :

“pada strategi pemasaran ini yang nantinya akan berperan penting dalam usaha saya karena kualitas produk, kemasan produk yang menarik akan lebih banyak lagi konsumen”

Hal ini terlihat dari upaya-upaya yang dilakukan pemilik usaha kripik pisang Dama putra, yang memiliki semangat kuat untuk meningkatkan produk usahannya dan lebih mengembangkan usahanya.

Hal ini diperkuat lagi oleh pemilik kripik pisang Dama Putra :
“usaha akan terus berjalan jika nantinya mampu menerapkan strategi keuangan, strategi pemasaran gunan untuk meningkatkan penjualan”

Hal ini, penjelasan itu didudung oleh karyawan kripik pisang (Wiwit) : “bu wontinah selalu mengedepankan usahanya semenjak

⁶⁶ Data Diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 2 november 2021, Pukul 10.00 WIB

dari tahun kemarin kurangnya berhati-hati dalam menerapkan strategi keuangan dan pemasarannya juga turun drastis”⁶⁷

Saat terjadi penurunan usahanya, pemilik usaha mengalami penurunan permintaan, konsumen yang awalnya meminta berkilo-kilogram kripik menjadi menurunun permintaanya.

Penjelasan ini didukung kembali oleh pemilik usaha kripik pisang Dama Putra : “awalnya emang saya dulu ragu dengan usaha say ajika nantinya saya tidak menerapkan strategi pemasaran karena pada saat itu mengalami penurunan yang sangat drastis, dengan seiringnya waktu saya mencoba terus bagaimana cara meningkat produk, meningkatkan penjualan pada usaha saya”⁶⁸

Jika nantinya usaha tidak akan diterapkan dengan sangat berhati-hati akan menimbulkan penurunan, karena kripik pisang yang sudah laku dipasaran harus dipertahankan kualitasnya.

Penjelasan ini diperkuat dengan (Pak Jono) suami bu Wontinah: “memang pada saat itu kami mengalami penurunan juga karyawan mengalami penurunan yang sangat drastis karena pada saat itu kami kurang menerapkan strategi pemasaran “

Hal ini diperkuat lagi oleh karyawan kripik pisang Dama Putra (Harini) : “dengan adanya permasalahan kami juga karyawan mengalami kerugian karena gajinya juga turun, biasanya bekerja dari jam 8 pagi

⁶⁷ Data Diperoleh dari wawancara dengan Karyawan (wiwit) Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 2 november 2021, Pukul 10.00 WIB

⁶⁸ Data Diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 2 november 2021, Pukul 10.10 WIB

pulang jam 5 sore kurangnya menerapkan strategi pemasaran pada saat itu pulang jam 2 siang”⁶⁹

Hal ini Diperkuat Konsumen Kripik Pisang Dama Putra Bu Tipah : “Strategi pemasaran yang dilakukan bu Wontinah untuk menarik konsumen sangat bagus, karena pada dasarnya beliau bisa terus menarik konsumen yang baru setiap tahunnya semakin hari semakin meningkat apalagi bisa memilih kripik sendiri dengan yang hangat”⁷⁰

Hal ini diperkuat lagi oleh konsumen Kripik Pisang Dama Putra Bu Jayati : “pada strategi pemasaran yang diterapkan bagus karena bu wontinah semakin hari semakin meningkat dan terus mengalami peningkatan dalam usahanya. Strategi pemasaran yang dilakukan bu wontinah sangat menarik konsumen sehingga selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya”⁷¹

Hal ini diperkuat lagi oleh Bu Sri konsumen Kripik Pisang Dama Putra : “didalam penerapan Strategi pemasaran bu wontinah dapat menarik konsumennya yang semakin taun juga semakin meningkat, karena kepuasan yang dirasakan konsumen semakin hari semakin memuaskan di kripik pisang Dama Putra bisa meminta selere

⁶⁹ dari wawancara dengan Karyawan(Harini) Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 5 november 2021, Pukul 11.20 WIB

⁷⁰ Dari Wawancara Dengan Konsumen (BU Tipah) Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 6 Januari 2022, Pukul 11.00 WIB

⁷¹ Dari Wawancara Dengan Konsumen (BU Jayati) Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 6 Januari 2022, Pukul 11.25 WIB

kita pada masa pandemi kemarin ekonomi yang melmah terus bisa memproduksi menolong karyawan-karyawan”⁷²

Jadi dapat disimpulkan bahwa selain menerapkan strategi pengelolaan keuangan juga harus menerapkan strategi pemasaran, harus dilakukan karena strategi pengelolaan keuangan dan pemasaran sangat penting di dalam menjalankan usaha, kepuasan konsumen juga harus di unggulkan agar usaha semakin tahun semakin meningkat.

3. Volume Penjualan

Penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pemberian jasa yang dilakukan penjual kepada pembeli dengan harga yang disepakati Bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada pelanggan dalam penjualan barang atau jasa dalam suatu periode akuntansi. Penjualan juga merupakan pengalihan hak milik atas barang dengan imbalan uang sebagai gantinya dengan persetujuan untuk menyerahkan barang kepada pihak lain dengan pembayaran.

Volume penjualan merupakan suatu pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume unit suatu produk. Volume penjualan adalah sesuatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, ataupun liter. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang.

⁷² Dari wawancara dengan Konsumen(Bu Sri) Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 6 Januari 2022, Pukul 12.40 WIB

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan jumlah penjualan yang berhasil dilakukan perusahaan. Focus kegiatan perusahaan adalah usaha untuk meningkatkan cara penjualan dan kegiatan promosi yang intensif agar dapat meningkakan volume penjualan demi kelangsungan hidup perusahaan untuk berkembang.⁷³

Untuk meningkatkan volume penjualan diperlukan usaha dan kegiatan promosi yang intensif agar volume penjualan meningkat dan kelangsungan perusahaan atau penjual untuk tumbuh semakin berkembang.⁷⁴

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan Besar kecilnya penjualan dipengaruhi oleh beberapa factor, yaitu sebagai berikut:

a. Kualitas barang

Yaitu turunnya mutu barang dapat mempengaruhi volume penjualan jika barang yang diperdagangkan menurun, maka dapat menyebabkan pembeli kecewa, dan memilih barang yang lebih baik. Selera Konsumen

b. Selera konsumen itu tidak tetap dan dapat berubah setiap waktu, apabila selera konsumen terhadap produk kita turun maka akan berpengaruh terhadap volume penjualan yang menurun.

⁷³ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 57-58.

⁷⁴ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi kreatif*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), ha.57.

c. Servis konsumen

Servis terhadap pelanggan merupakan factor penting dalam usaha memperlancar penjualan terhadap usaha dimana tingkat persaingan semakin tajam.

d. Persaingan menurunkan harga jual

Potongan harga dapat diberikan dengan tujuan agar penjualan dan keuntungan perusahaan dapat diberikan pada pihak tertentu dengan syarat-syarat tertentu pula.⁷⁵

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan serta keadaan persaingan yang selalu berubah.⁷⁶ Strategi pemasaran secara umum dapat dibedakan menjadi 3 jenis strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan yaitu:

- a. Strategi pemasaran yang tidak membeda-bedakan pasar.
- b. Strategi pemasaran yang membeda-bedakan pasar.
- c. Strategi pemasaran yang terkonsentrasi.⁷⁷

⁷⁵ Eny Kustiyah dan Irawan, Hubungan Bauran Pemasaran dengan Volume Penjualan di Pasar Malam, *Jurnal Paradigma*, Vol. 12, No.1, hal.7.

⁷⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Jakarta:Rajawali Pers, 2014)*, hal 15.

⁷⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep danStrategi* (Jakarta: PT.Raja Grafindo, 2008), hal. 179.

Merumuskan strategi pemasaran berarti melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis, bermula dari strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar sasaran, dan strategi penentuan posisi pasar.⁷⁸ Dengan menggunakan Strategi Marketing Mix (Marketing Mix Strategy), kombinasi dari strategi produk, harga, promosi, dan distribusi dalam pencapaian tujuan pemasaran dinamakan ‘*marketing mix*’ atau bauran pemasaran, yang sering disebut dengan 4P (*product, price, promotion, and placement*) dalam pemasaran yang merupakan alat yang dapat digunakan produsen untuk mempengaruhi konsumen. Dengan unsur-unsur bauran pemasaran yaitu:

a. Strategi Product (Product Strategy),

Dengan menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka Panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan share pasar.

b. Strategi Tempat (Place Strategy (distribution))

Dalam usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran.

⁷⁸ Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin Sunarti. *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 29 No. 1, Desember 2015.

c. Strategi Promosi (Promotion Strategy)

Strategi promosi merupakan kegiatan mempengaruhi konsumen, untuk membeli produk yang ditawarkan. Perusahaan harus mampu berusaha mempengaruhi konsumen untuk menciptakan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan dengan kegiatan promosi.

d. Strategi Harga (Pricing Strategy)

Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut.⁷⁹

Untuk mencapai volume penjualan yang tinggi banyak usaha-usaha yang dilakukan antara lain melalui media periklanan, publisitas, promosi penjualan, potongan harga, maupun melalui personal selling. Personal selling merupakan komunikasi langsung antara penjual dan pembeli untuk memperkenalkan suatu produk terhadap calon pelanggan yang membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan

⁷⁹ Makmur, Saprijal, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan*, Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos, Vol. 3, No. 1, 2015.

membelinya. Sifat-sifat personal selling itu ada Personal confrontation, cultivation, response.⁸⁰

Pada tahap lebih lanjut, pemasaran yang menggerakkan pelanggan jauh lebih baik daripada pelanggan memahami diri sendiri, sehingga tercipta produk yang bukan hanya dibutuhkan saat ini, melainkan juga dibutuhkan dimasa mendatang.⁸¹

Di dalam bisnis selain ada strategi pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan, dalam hal ini pemilik usaha memberikan penjelasan sebagai berikut :

“di sini dalam hal ini saya juga melakukan penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan dalam hal ini jika tidak melakukan penerapan strategi pemasaran nanti penjualannya juga akan turun, jadi disini semua karyawan maupun saya sendiri maupun dari online memasarkan olahan pisang menjadi kripik pisang dengan kualitas yang nantinya akan tetap diminati para konsumen”⁸²

Hal Ini diperkuat oleh Konsumen Bu Tipah : “volume penjualan juga berperan penting karena jika menerapkan strategi pemasaran yang baik dan melayani konsumen dengan baik maka volume penjualan semakin hari semakin meningkat”⁸³

⁸⁰ Susilowati, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan Feminime Hygine Sirih pada PT Romos Inti Kosmetik Surabaya*, Jurnal Lentera, Vol. 14 No. 2, September 2016.

⁸¹ Putu Agus Semara Jaya, *Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan*, Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE), Vol.5 No.1, 2015.

⁸² Dari wawancara dengan pemilik usaha Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 5 november 2021, Pukul 10.00 WIB

⁸³ Dari Wawancara Dengan Konsumen (BU Tipah) Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 7 Januari 2022, Pukul 10.00 WIB

Hal ini diperkuat lagi oleh konsumen Bu sri : “pada saat menerapkan strategi pemasaran dan memuaskan pelanggan maka dari situ lah volume penjualan akan semakin meningkat karena jika strategi pemasaran meningkat penjualan juga meningkat apalagi bu wontinah sangat handal dalam mengelola usahanya”⁸⁴

Hal ini diperkuat lagi Bu jayati Konsumen : “jika penerapan strategi pemasaran cukup bagus nantinya volume penjualan semakin hari akan semakin bagus, usaha yang dijalankan bu wontinah ini sangat bagus oleh karena itu strategi yang diterapkan juga cukup menarik konsumen yang semakin hari akan semakin meningkat”⁸⁵

Hal ini dapat disimpulkan bahwa nantinya menerapkan strategi pemasaran akan meningkatkan volume penjualan.

4. Kendala yang dihadapi dalam Strategi Pengelolaan Keuangan, Pemasaran dan Penjualan dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Kripik Pisang Dama Putra

Memulai sesuatu usaha, bisnis, dan berwirausaha tidak terlepas dari rintangan oleh karena itu kita harus sangat berhati-hati dalam menerapkan strategi pengelolaan keuangan, pemasaran dan penjualan dalam meningkatkan produk UMKM kripik pisang Dama Putra, karena dengan berbagai problematika tersebut pengusaha akan di uji

⁸⁴ Dari Wawancara Dengan Konsumen (Bu Sri) Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 7 Januari 2022, Pukul 10.30 WIB

⁸⁵ dari wawancara Konsumen (Bu Jayati) Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 7 Januari 2022 , Pukul 10.40 WIB

ketangguhannya. Berwirausaha sebenarnya mudah jika mau bertindak membuka usaha dan mau bekerja keras dalam hal usaha, karena pada setiap hambatan dan kendala selalu ada jalan keluarnya, sehingga dari istilah akan mendapatkan pengalaman dan mampu berhati-hati dalam menjalankan usahanya.

Kendala yang dihadapi kripik pisang Dama Putra yaitu tidak terlalu banyak hanya ada beberapa kendala yang terjadi di strategi pengelolaan keuangan kurangnya berhati-hati tidak memisahkan uang pribadi dengan usaha, dan kurangnya menjaga kualitas produknya menerapkan strategi pemasaran pada saat itu persaingan pemasaran masih menurun karena kualitas produknya. Pemilik usaha kurang berhati-hati karena produk usaha naik pemilik usaha tidak menerapkan strategi keuangan juga pemasaran akhirnya permintaan konsumen menurun, pisang yang belum diolah menjadi stok banyak sehingga pisang yang matang tidak bisa diolah menjadi kripik pisang.

Berikut paparan dari pemilik usaha kripik pisang Dama Putra :
“saya menjual produk sangat sulit pada saat melemahnya permintaan konsumen, pada saat itu strategi pengelolaan keuangan juga pemasaran kurang berhati-hati dalam penerapannya”⁸⁶

Pada saat kesulitan menjual produk olahan pisang permintaan konsumen rendah, stok pisang sangat banyak. Hal itu dikuatkan kembali dengan karyawan (Galih) kripik pisang Dama Putra : “pisang sampai

⁸⁶ Data Diperoleh dari wawancara dengan pemilik Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 9 november 2021, Pukul 11.00 WIB

matang tidak bisa diolah saat itu kamu juga kebingungan dengan pisang mau dikemanakan dan tidak bisa di olah menjadi kripik pisang”⁸⁷

Hal ini dapat disimpulkan bahwa jika pemilik usaha tidak berhati-hati maka akan mengalami penurunan yang sangat fatal akan merugikan semua pihak.

5. Solusi yang akan dihadapi dalam Strategi Pengelolaan Keuangan, Pemasaran dan Penjualan dalam Meningkatkan Produk UMKM Kripik Pisang Dama Putra

Dalam suatu permasalahan pasti akan ada solusi yang nantinya akan dihadapi, permasalahan tersebut dan kemudian dapat dijadikan perbaikan agar tidak terjadi hal diluar tujuan perusahaan, solusi dalam permasalahan dalam strategi pengelolaan keuangan dan pemasaran produk kripik pisang dama putra ini adalah semakin berjalannya waktu harus sangat berhati-hati dalam menerapkan strategi tersebut.

Pada produk yang mengalami kenaikan dari kripik original dan kripik gula pemilik usaha harus selalu menerapkan strategi pengelolaan keuangan dan pemasaran, menjalankan usahanya melalui online juga harus sangat berhati-hati karena pada usahanya yang semakin berkembang akan mengalami kenaikan yang menguntungkan semua belah pihak. Berikut penjelasan pemilik usaha kripik pisang dama Putra : “saya dari permasalahan yang saya hadapi saya beriktiar dan selalu

⁸⁷ Data Diperoleh dari wawancara dengan karyawan (Galih) usaha Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 10 november 2021, Pukul 11.00 WIB

sabar awalnya saya menyerah dengan keadaan ini apalagi ini masalah keuangan, saya menyesali dengan semua itu pada saat itu saya melemah tapi saya berfikir jika nantinya saya tidak akan bangkit bagaiman nasib karyawan saya mereka juga butuh makan, untuk menghidupi keluarganya. Saya mencoba terus berjuang menaikkan minat kosumen dan lebih berhati-hati dalam menerapkan strategi pengelolaan keuangan, strategi pemasaran beserta suami dan dikuatkan karyawan semakin hari semakin meningkat”⁸⁸

Dapat disimpulkan bahwa segala bentuk kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha akan ada jalan penyelesaian masalah, maka dari itu kedepannya harus sangat memperhatikan strategi yang harus dijalankan dalam usahanya.

C. Analisis Penelitian

1. Deskriptif Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Usaha kripik pisang Dama Putra, yang berada di desa batangsaren, dusun Jarangguyang, Rt/Rw : 01/07, kabupaten Tulungagung, adalah salah satu usaha yang menjual olahan pisang menjadi kripik pisang, pada saat berdiri hingga saat ini usaha kripik pisang ini masih berdiri sendiri dan tidak ada pesaingnya di desa batangsaren untuk membuat olahan pisang.

⁸⁸ Data Diperoleh dari wawancara Pemilik Usaha Kripik Pisang Dama Putra, Pada Tanggal 9 November 2021, pukul 11.10 WIB

Pada saat melakukan penelitian melakukan wawancara dengan pemilik usaha kripik pisang, juga dengan karyawan kripik pisang Dama Putra, lama-kelamaan usaha ini terus berkembang hingga saat ini hal tersebut karena peminat dan konsumen dari kalangan milenial sampai dewasa menyukai kripik pisang Dama Putra.

2. Strategi Pengelolaan Keuangan untuk Meningkatkan Penjualan

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa usaha kripik pisang dama putra menjual kripik pisang dengan satu-satunya usaha yang ada di desa Batangsaren, dalam menjalankan usahanya pemilik usaha juga harus menerapkan strategi pengelolaan keuangan dalam hal ini pemilik usaha dalam menjalankan usahanya akan berhati-hati. Usaha memang harus memiliki strategi pengelolaan jika usaha yang dijalankan tidak bisa menerapkan strategi keuangan maka akan mengalami penurunan seperti yang sudah dijelaskan oleh pemilik usaha kripik pisang dan pada itu usahanya terus berkembang karena keiklasan usaha yang dimiliki.

Hal ini dapat diperkuat hasil wawancara pemilik usaha Kripik Pisang Dama Putra : “saya menerapkan strategi pengelolaan keuangan dengan memisahkan uang pribadi dengan uang usaha, membuat rencana keuangan apabila nanti membeli sesuatu yang bukan untuk usaha saya akan saya hindari, menerapkan pengelolaan keuangan dengan baik dan berhati-hati dalam mengelola keuangan usaha. Jika

nantinya memang ada keperluan yang mendesak saya akan berusaha tidak menggunakan uang usaha karena jika uang usaha saya pakai dulu sewaktu-waktu pisang habis atau telat harga pisang akan naik dan modalpun juga akan bertambah begitu pula dengan harga minyak saya kebingungan dengan hal itu maka dari itu harus menerapkan strategi pengelolaan keuangan dan memisahkan uang usaha⁸⁹

3. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan

Dari hasil wawancara juga membahas strategi pemasaran yang awalnya produk kripik pisang dengan olahan 2 rasa ini mengalami kenaikan dan kewalahan untuk menjaga kualitas produknya pada saat itu mengalami penurunan yang sangat drastis, oleh karena itu jika menjalankan usahanya kalau tidak berhati-hati maka akan mengalami penurunan konsumen akan bepergian meninggalkan produk satu persatu dan beralih ke produk lainnya.

Strategi pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan penjualan pemilik usaha kripik pisang Dama Putra berhasil karena pada masa-masa pandemi covid-19 usaha kripik pisang mengalami kenaikan akan tetapi juga mengalami penurunan karena pada masa pandemi virus korona menjatuhkan semua orang pada saat itu Lockdown mana-mana kripik pisang belum berhasil mengirim pisang kemana-mana karena

⁸⁹ Data Diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 1 november 2021, Pukul 10.00 WIB

pada saat itu produksi meningkat tapi tidak bisa keluar. Hal ini diperkuat pemilik usaha kripik pisang Dama Putra :

“saya memang tidak bisa kirim ke Surabaya karena pada saat itu semua tidak bisa keluar dan kami juga sedikit resah apalagi keadaan ekonomi melemah tapi pada saat itu kita stok banyak akhirnya menawarkan ke toko-toko lagi biasanya ke 15 toko terkadang Surabaya minta kiriman karena lock down akhirnya pada saat itu menambah menawari toko-toko dan banyak konsumen yang berdatangan untuk membeli. Akhirnya lama-lama stok habis dan karyawan-karyawan bisa terus bekerja disaat ekonomi melemah”⁹⁰

Pemilik usaha juga sangat berhati-hati pada saat itu usaha yang dijalankan pernah mengalami penurunan, oleh karena itu pemilik usaha benar-benar memperhatikan usaha yang akan dijalankan dengan baik. Menerapkan strategi pemasaran mulai dari menyiapkan produk yang menarik, memahami target pasar, menyiapkan kemasan yang unik, melakukan promosi yang tepat, menonjolkan kelebihan produk kripik pisang, dan melakukan pendekatan konsumen.

⁹⁰ Data Diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 9 november 2021, Pukul 11.30 WIB

4. Praktik dan Solusi dalam Menerapkan Strategi Pengelolaan Keuangan, Pemasaran dan Penjualan dalam Meningkatkan Produk UMKM Kripik Pisang Dama Putra

Dalam bisnis diperlukan etika sebagai perangkat prinsip yang membedakan yang halal dan haram baik proses, nilai-nilai syariah dalam membangun sebuah bisnis sangat penting untuk dilakukan dalam pemasaran produk dan penetapan harga di usaha Kripik Pisang Dama Putra.

Harga yang nantinya ditetapkan tidak menyaingi harga pesaing atau tidak terlalu murah, oleh karena itu harga standar yang sudah ditetapkan jika sewaktu-waktu pisang naik maka kenaikan harga kripik pisang jangan dinaikkan dengan harga tinggi, dan menerapkan strategi pengelolaan keuangan dan pemasaran jika usaha mengalami kenaikan dan penurunan maka itu perlu dilakukan.

Hal ini diperkuat pemilik usaha kripik pisang Dama Putra cara mengatasi praktik dan penerapan tentang strategi pengelolaan keuangan, pemasaran, penjualan dalam meningkatkan produk : “Jika kurang menerapkan strategi pengelolaan keuangan tidak bisa memisahkan uang pribadi dan uang usaha, tidak menerapkan atau mengutamakan konsumen untuk meningkatkan penjualan maka usaha tidak akan berjalan, dan nantinya akan mengalami kebangkrutan usahanya. Kripik Pisang Dama putra sudah memikirkan menetapkan harga dalam hal nilai dan moral atau etika yang telah digunakan Nabi

Muhammad SAW, sehingga bisnis yang saya jalankan menjadi berkah di dunia akirat”⁹¹

⁹¹ Dari wawancara dengan pemilik usaha Kripik Pisang Dama Putra, pada tanggal 9 november 2021, Pukul 12.45 WIB