

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lulusan Perguruan Tinggi dituntut mempunyai kemampuan dalam pengetahuan akademik, keahlian berpikir, manajemen keahlian, dan kemampuan dalam berkomunikasi yang baik. Dalam menyampaikan ilmu kepada masyarakat maka diperlukan pula pengembangan keilmuan disamping ilmu yang diperoleh mahasiswa dalam masing-masing bidang dipelajarinya. Perguruan tinggi bukanlah sekedar lembaga pendidikan saja, melainkan wadah dalam mengembangkan gagasan kreatif dan inovatif guna menyelesaikan permasalahan.¹

Seorang wirausahawan adalah orang yang bertanggung jawab menyusun, menganalisa, mengelola, dan melakukan analisis pengukuran resiko suatu usaha. Banyak yang melatarbelakangi orang untuk berwirausaha, diantaranya adalah motif ekonomi, hobi dan passion, atau hanya sekedar untuk mengisi waktu luang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kamal & Thoyyibah menyatakan bahwa media sosial, intelegensi, kepribadian,

¹ Edward Setiawan, "Analisis Proses Produksi Pisang Kepok Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat", Bengkulu, (UINFAS) Bengkulu, h.1

dan motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha santri. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Yasmin, dkk., menyatakan bahwa sikap dan perilaku, norma subjektif, dan kontrol diri berpengaruh terhadap mahasiswa untuk berwirausaha.²

Wirausaha mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi diri sendiri sehingga tidak perlu bergantung untuk bekerja dengan orang lain dan apabila usaha yang dikelola maju diharapkan mampu untuk menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi jumlah tingkat pengangguran. Ketika jumlah wirausahawan dari kalangan sarjana meningkat akan mengurangi pengangguran dan jumlah lapangan kerja yang tersedia akan semakin luas.³

Wirausahawan atau entrepreneur adalah orang-orang yang bergerak dalam kegiatan bisnis yang memiliki bakat dan kemampuan untuk mengenali produk baru, menentukan proses produksi, mengembangkan manajemen operasi untuk membeli produk baru,

² Nur Fadilah, “Pengaruh Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya”, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya, 2022, h.1

³ Nur Fadilah, “Pengaruh Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya”, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya, 2022, h.2

memasarkannya dan manajemen modal dan manajemen keuangan untuk operasinya.

PKM diseleenggarakan untuk pertama kali pada tahun 2001, yang dimana pelaksanaannya terselenggaranya setelah program restrukturisasi di lingkungan Ditlitabmas. Kegiatan pengetahuan, observasi dan pengabdian pada masyarakat yang semasa ini penuh dengan keikutsertaan aktif mahasiswa, dikonsolidasi sebagai satu sarana, yang disebut PKM.⁴

PKM dikategorikan sebagai, PKM Observasi, PKM Entrepreneurship, PKM Pengabdian kepada Masyarakat, PKM Teknologi, PKM Karsa cipta, PKM Gagasan tertulis, PKM Karya Tulis Lengkap.⁵

Berdasarkan penjelasan diatas pengarang terdorong ingin melakukan PKM-K lebih lanjut dengan pembuatan produk yang berasal dari buah Pare, karena buah Pare merupakan tanaman yang banyak terdapat di Indonesia, umumnya terdapat di daerah tropis dan subtropis. Buah Pare merupakan makanan yang sering dibuat sebagai sayuran dikalangan masyarakat Indonesia. Buah Pare mengandung nilai gizi yang cukup tinggi. Yang mana mengandung berbagai vitamin, seperti vitamin A, C, E, B1, B2, B3 dan B9. Selain itu buah pare juga

⁴ Prof DR ir Malik MH, “Skill mahasiswa volume 1000 dari skill mahasiswa”, (Jakarta:Indo Skunder,2020), h.1

⁵ Dwi Cahyo Yulianto, “Kamus Lengkap (lolos) PKM”, (Jakarta:Bhuana ilmu Populer,2019), h.11-12

mengandung mineral, seperti kalium, kalsium, zinc, magnesium, fosfor, dan zat besi, serta kandungan senyawa antioksidan, seperti fenol, dan flavonoid. Kelimpahan buah pare di Indonesia menyebabkan harga buah pare di Indonesia yang murah Dan dimana kondisi masyarakat di daerah Kandang Emas disini masih hanya mengandalkan gaji dari UMR didaerah tersebut, dan pembuatan usaha Kripik Buah Pare ini kami bertujuan untuk membuka lapangan usaha baru dengan berjualan atau memasarkan dari kripik buah pare agar menambah penghasilan dari masyarakat disana, yang dimana kita ketahui bahwa penghasilan UMR dikota Bengkulu pada tahun 2021 itu sebesar Rp. 2.215.000 perbulan jadi dengan masyarakat disana yang mau membuka usaha baru disini bisa dengan berjualan kripik buah pare dimana bisa menambah penghasilan dari ibu-ibu rumah tangga didaerah tersebut, dimana ibu-ibu didaerah sana rata-rata hanyalah berkeja sebatas ibu rumah tangga yang tidak menghasilkan penghasilan tambahan.⁶

Buah Pare merupakan salah satu jenis komoditi hortikultural dalam kelompok buah-buahan yang memiliki nilai sosial dan ekonomi cukup tinggi bagi masyarakat Indonesia karena antara lain buah pare sebagai sumber pro vitamin A yang baik, buah pare cukup dikenal oleh

⁶ <http://bengkulu.litbang.pertanian.go.id/ind/images/Buku/Buku-sdg-bptp-bengkulu-2014.pdf>

masyarakat luas, budidaya buah pare dapat dilakukan dimana saja dan cepat tumbuhnya. Jadi akses yang kami gunakan dalam memproduksi keripik buah para ini dimana kami langsung mendatangi desa meranti jaya kepala dusun 6 kecamatan ujan mas, kabupaten kepahiang yang mana didaerah tersebut banyak yang membudidayakan buah pare yang melimpah yang membuat kami mendapatkan harga yang lumayan mendukung dalam memproduksi keripik pare tersebut. Dan dimana potensi buah pare di desa meranti jaya tersebut merupakan salah satu pemasok buah pare yang melimpah untuk didaerah Bengkulu dimana sekali panen pada luas tanah 10×20 itu panen rata rata bisa menghasilkan +80KG/karung besar dan untuk rata-rata buah pare di daerah Bengkulu itu menyampai 6%.⁷

Adanya potensial terhadap hal tersebut jadi penulis berencana untuk menciptakan produk baru, produk makanan dengan mengusung nama “Kereyah”. Produk Kereyah saat ini hanya satu yaitu keripik pare yang memiliki varian rasa original dan balado.

Pemasaran merupakan salah satu fungsi penting dalam suatu bisnis, Pemasaran terdiri dari beberapa kegiatan penting yang dikenal dengan bauran pemasaran yang dipopulerkan oleh MC Carty yang dikutip oleh

⁷ <http://bengkulu.litbang.pertanian.go.id/ind/images/Buku/Buku-sdg-bptp-bengkulu-2014.pdf>

Kotler yaitu perencanaan produk , penetapan harga, lokasi dan promosi program.

Digital marketing merupakan media yang dapat digunakan oleh pemilik bisnis untuk memasarkan atau mempromosikan produk melalui sarana online seperti website dan marketplace untuk menjangkau konsumen dan calon konsumen yang luas, lebih luas dan lebih cepat. Secara sederhana, digital marketing adalah istilah yang mencoba menggambarkan layanan pemasaran terpadu yang digunakan untuk menarik perhatian dan melibatkan konsumen secara online (Rubiyanti et al., 2020). Media online saat ini banyak digunakan untuk memasarkan produk dengan menggunakan media sosial, contoh media sosial yang populer digunakan oleh pengguna antara lain Instagram, Facebook dan WhatsApp.⁸

Komunikasi pemasaran adalah salah satu kegiatan pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau meningkatkan pasar sasaran perusahaan atau produk agar bersedia menerima, membeli dan setia pada produk yang di tawarkan oleh produsen.⁹

⁸ Sasongko, d., Yuliawati, P. M., Nurhidayah, R., Utomo, R. G., Setyawan, A., & Suciati, K. (2021). "Pengembangan Pemasaran UMKM Asih Di Kabupaten Magelang Dengan Memanfaatkan Digital Marketing". Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks, Vol. 7 N0.1

⁹ Licet Lionhar, "Analisis Proses Pemasaran Produk Si Pisang Melalui Promosi Whatsapp, Facebook, Dan Instagram (Medsos)", Bengkulu, (UINFAS) Bengkulu, 2022, h.6-7

B. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan di bahas yaitu :

1. Bagaimana strategi Pemasaran keripik Kereyah dilakukan?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis hasil strategi pemasaran keripik kereyah

D. Manfaat Penelitian

Manfaat bagi mahasiswa :

1. Pentingnya berpikir kreatif dan inovatif dalam membangun usaha, serta mengembangkan kemampuan kewirausahaan mahasiswa;
2. Membantu mahasiswa mewujudkan ide membuka usaha sendiri dan mandiri secara finansial di masa depan;
3. Tingkatkan kerja tim.

Manfaat bagi masyarakat umum :

1. Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat umum sehingga mengurangi pengangguran.
2. Untuk meningkatkan minat masyarakat Indonesia akan pentingnya mengkonsumsi pare dan mengenalnya

E. Luaran yang di Harapkan

Mengenai luaran yang kami inginkan, kami sangat berharap produk yang kami tawarkan dapat diterima oleh masyarakat luas melalui digital marketing dan peran media sosial dalam hal ini di jejaring sosial WhatsApp, Facebook dan Instagram, serta berharap agar penulis produk kereyah dapat menjadi produk premium, produk yang kami tawarkan memiliki banyak keunggulan sehingga komposisi produk yang spesifik Tidak menutup kemungkinan pare memiliki banyak kandungan diantaranya vitamin A, vitamin C, vitamin B1, vitamin B2, vitamin B3, vitamin B12. Tidak hanya itu, pare juga kaya akan mineral seperti zat besi, magnesium, potasium hingga fosfor, menurut saya percaya bahwa produk ini dapat diterima dan dicintai oleh masyarakat umum.

Dan penulis berharap agar tujuan usaha penulis dapat tercapai yaitu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dan menjadikan produk ini sebagai peluang usaha bagi penulis dan juga membuka peluang bagi masyarakat Bengkulu, menciptakan lapangan pekerjaan bagi pengusaha, untuk maju dan berkembang.

Penulis juga berharap dengan adanya produk ini masyarakat lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi jajanan luar yang banyak menggunakan bahan pengawet, pewarna, dan lain-lain yang berdampak pada kesehatan

terutama anak-anak dan konsumen. Dengan hadirnya produk ini, masyarakat berkesempatan untuk memilih jajanan yang sehat dan mudah ditemukan dengan harga yang sesuai dengan budget mereka.

F. Penelitian Terdahulu

- 1) Penelitian jurnal oleh Rhoedy Setiawan, Diana Laily Fithri, Andy Prasetyo Utomo, Fajar Nugraha, dengan judul Optimalisasi Marketplace untuk Pemasaran Produk pada UMKM Keripik Pare Alena Desa Damaran, Kecamatan Kota Kudus. Jurnal ini bertujuan untuk membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pengrajin keripik pare. Metode dari implementasi programnya adalah membuat vacuum fryer untuk menggoreng pare menjadi keripik yang rasa dan nutrisinya tetap terjaga. Dan buat platform internet untuk mempromosikan hasil keripik pare secara online jadi bahwa mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Luaran dari program ini adalah mampu memberdayakan UMKM masyarakat untuk lebih meningkatkan usahanya dan juga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas keripik pare dengan menggunakan vakum menggoreng, memberikan pemahaman kepada pengrajin keripik

pare dengan penerapan marketplace dalam mengoptimalkan pemasaran produk.¹⁰

- 2) Penelitian Jurnal oleh Nur Her Riyadi, Dwi Ishartani, Ruliana Purbasari, dengan judul Mengangkat Potensi Pare (*Momordica Charantia*) Menjadi Produk Pangan Olahan Sebagai Upaya Diversifikasi. Jurnal ini bertujuan untuk mengetahui perubahan kandungan vitamin C, jumlah total mikroba (TPC), dan penurunan mutu sensoris manisan basah pare selama masa penyimpanan. Selain itu juga menduga umur simpan manisan berdasarkan penurunan mutu sensorisnya dengan menggunakan metode ASLT model Arrhenius. Hasil penelitian menunjukkan mutu sensori dan kadar vitamin C menurun, serta TPC meningkat selama penyimpanan. Selain itu umur simpan (hari) manisan pare berdasarkan parameter kenampakan adalah 103, aroma 316, rasa 164, tekstur 85, serta overall 118. Pendugaan diterapkan pada umur simpan yang paling singkat, berdasarkan parameter tekstur, yaitu 85 hari.¹¹

¹⁰ Rhoedy Setiawan, Diana Laily Fithri, Andy Prasetyo Utomo, Fajar Nugraha, "Optimalisasi Marketplace untuk Pemasaran Produk pada UMKM Keripik Pare Alena Desa Damaran, Kecamatan Kota Kudus", Universitas Muria Kudus, Vol. 4, No. 1, Maret 2022, h. 26-35 ISSN 2657-0955

¹¹ Nur Her Riyadi, Dwi Ishartani, Ruliana Purbasari, "Mengangkat potensi pare (*Momordica charantia*) menjadi produk pangan olahan sebagai upaya diversifikasi", Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas

- 3) Penelitian Jurnal oleh Siti Cholifah, Yanik Purwanti, dengan judul Pengembangan Usaha Mikro dan Menengah Pada Kelompok Usaha Kripik Pare Sidoarjo Jawa Timur. Jurnal ini bertujuan untuk membantu kelompok Usaha kripik pare di desa Jiken mendapatkan teknologi tepat guna untuk meningkatkan kualitas produk kripik pare dan packaging produk yang menarik serta pemasaran kripik pare, sehingga bisa meningkatkan daya jual dan meningkatkan produksi. Dengan produksi yang meningkat bisa membuka peluang lapangan kerja serta meningkatkan ekonomi warga Jiken. Metode pendekatan program PPM-UMKM yang dilaksanakan adalah analisis situasi, merumuskan permasalahan, solusi yang ditawarkan dalam mengatasi masalah, memberikan bantuan teknologi tepat guna untuk menghilangkan minyak pada kripik pare, pendampingan dalam penggunaan teknologi tepat guna, desain pasckaging dan pemasaran kripik pare. Sehingga target luaran dari program PPM-UMKM ini adalah terciptanya usaha kripik pare yang berkualitas

tahan lama dan krispi, mempunyai packaging yang menarik serta pemasarannya bisa optimal.¹²

- 4) Penelitian jurnal oleh Rianto Wibowo, Fajar Nugraha, dengan judul Perancangan Mesin Vacuum Freying Untuk Pengrajin Keripik Pare Desa Hadipolo Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus. Penelitian ini bertujuan untuk membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan para pengrajin keripik pare. Dengan target khususnya yaitu meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi keripik pare serta membantu memperluas daerah pemasaran. Metode pelaksanaan program adalah membuat alat penggorengan hampa untuk menggoreng pare menjadi keripik yang rasa dan gizinya terjaga. Serta membuat wadah internet untuk mempromosikan hasil keripik pare secara online supaya bisa mencakup pasar yang lebih luas.¹³

¹² Siti Cholifah, Yanik Purwanti, "Pengembangan Usaha Mikro Dan Menengah Pada Kelompok Usaha Kripik Pare Sidoarjo Jawa Timur", Prodi D3 Kebidanan FIKES Unmuh Sidoarjo, Volume 6, Nomor 1, Juli 2018.h.8

¹³ Rianto Wibowo, Fajar Nugraha, "Pengembangan Usaha Mikro dan Menengah Pada Kelompok Usaha Kripik Pare Sidoarjo Jawa Timur", Program Studi Teknik Mesin, Universitas Muria Kudus, volume3, Tahun 2016.h.127

G. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian yang digunakan oleh penelitian ini adalah jenis yang bersifat kualitatif deskriptif. Penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif yaitu suatu metode yang di gunakan serta berlandaskan pada suatu pilsafat yang postpositivisme atau enterpretif, yang di gunakan untuk melakukan penelitian pada suatu kondisi dari objek yang bersifat alamiah, yang dimana penelitian tersebut digunakan serta menjadi suatu instrumen kunci dari penelitian, dalam pengumpulan data teknik yang digunakan biasanya bersifat triangulasi (gabungan dari observasi, wawancara, serta dokumentasi), sehingga data yang didapatkan lebih cenderung ke arah data kualitatif, analisis dari data tersebut lebih bersifat induktif atau kualitatif guna memahami makna yang ada, guna memahami keunikan, pengkonstruks dari fenomena, dan dapat menemukan suatu hipotesis.¹⁴

b. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jalan Mahoni perumahan griya ayumas blok E04 RT.51 RW.09 kel kandang mas kecamatan kampung melayu kota Bengkulu. Alasan peneliti melakukan penelitian di

¹⁴ Sugiono, "metode kuantitatif", (2018), bandung, alfabeta. cv.

tempat tersebut karena masyarakat disitu masih mengolah buah pare hanya sebagai olahan sayur-sayuran yang dimakan sehari-hari dan hanya beberapa orang yang menyukai olahan sayur pare itu sehingga kami membuat olahan keripik buah pare yang dapat dinikmati oleh semua kalangan sehingga banyak dari masyarakat yang menyukai buah pare.

c. Informan penelitian

Untuk menentukan informasi dalam penelitian ini, peneliti memilih teknik *purposive sampling*.¹⁵ Informasi penelitian disini yaitu masyarakat di kandang mas berjumlah 3 orang ibu-ibu dan 2 orang penjual toko masakan (gulai makan).

d. Jenis dan sumber data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan ialah sumber data yang bersifat data primer dan data skunder yaitu sebagai berikut :

1. Data primer ialah suatu data yang didapatkan melalui proses pengamatan yang dilakukan secara langsung terhadap objek dari suatu penelitian.
2. Data sekunder merupakan suatu data yang didapatkan didalam penelitian dengan cara mempelajari berbagai sumber seperti buku, jurnal,

¹⁵ Sugiono, “*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cet 10*”, Bandung: Alfabeta, 2018. h. 219

dokumen, serta artikel ilmiah yang memiliki kaitan dengan penelitian yang di lakukan.

e. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang dilakukan ini, ada beberapa metode yang digunakan peneliti dalam melakukan pengambilan data ialah sebagai berikut :

1. Observasi atau pengamatan

Observasi atau disebut pula pengamatan ialah kegiatan suatu objek yang akan di teliti baik yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung guna memperoleh suatu sumber data yang perlu dikumpulkan didalam suatu penelitian.¹⁶

2. Wawancara atau *interview*

Wawancara merupakan suatu teknik dalam mengumpulkan data guna memperoleh suatu kebenaran atau informasi yang akan digali dari suatu sumber yang dilakukan dalam suatu tanya jawab atau percakapan.¹⁷

3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini penulisan juga menggunakan metode dokumentasi dengan melakukan suatu penyelidikan terhadap dokumen, berbagai peraturan-peraturan, berbagai catatan harian yang

¹⁶ Satori,D.,komariah,A.,”*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, Bandung, (2017), alvabeta.cv.

¹⁷ Satori,D.,komariah,A.,”*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, Bandung, (2017), alvabeta.cv.

ada dan lain sebagainya, yang bertujuan guna melengkapi berbagai data yang didapatkan peneliti dari hasil observasi serta wawancara dengan cara mencocokkan berbagai kondisi yang terdapat didalam dokumen yang ada dengan kenyataan yang sebenarnya terjadi dilapangan.¹⁸

f. Teknik analisis data

Didalam suatu penelitian yang dilakukan sangatlah diperlukan analisis data yang dimana analisis ini berguna untuk memberikan suatu jawaban terhadap suatu permasalahan yang diteliti oleh peneliti. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan ialah metode kualitatif. Dimana penelitian menggunakan metode kualitatif ini timbul dari asumsi yang ada tentang kenyataan yang ada atau realitas terhadap suatu fenomena yang ada yang memiliki suatu pola yang tertentu, akan tetapi penuh dengan berbagai variasi (keragaman) yang ada.¹⁹

¹⁸ Satori, D., komariah, A, "Metodologi Penelitian Kualitatif", Bandung, (2017), alvabeta.cv.

¹⁹ Burhan,B., "analisis data penelitian kualitatif, pemahaman filosofis dan metodologis kearah penguasaan midal aplikasi.jakarta", (2003), PT.Raja Grafindo Persada.

Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan penjual masakan sayuran pare di Jalan Mahoni Prumahan Griya Ayumas Blok E04 RT. 51 RW. 09 kelurahan Kandang Emas Kecamatan Kampung Melayu Kita Bengkulu. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (semi structure interview) artinya peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu, akan tetapi pelaksanaannya lebih bebas, dalam arti tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapatkan pendapat dan ide dari narasumber secara lebih luas.

H. Sistematika Penelitian

Dalam penulisan dari penelitin ini, penulis menguraikannya dalam dua buah bab yang dibaut secara berurutan agar dapat dengan mudah di pahami sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, yaitu mencakup mengenai latar belakang dari suatu masalah, rumusan masalah yang ada, tujuan serta kegunaan dalam sebuah penelitian, tinjawan pustaka, metode dalam penelitian serta sistematika dalam penulisan.

Bab II menjelaskan mengenai gambaran umum strategi pemasaran, seperti pengertian strategi pemasaran syariah, macam-macam strategi pemasaran syariah, serta menjelaskan pengertian media pemasaran dan macam-macam media pemasaran yang perusahaan terapkan dalam penelitian ini.

Bab III menjelaskan mengenai letak geografis kecamatan kampung melayu, kondisi wilayah kelurahan kandang emas, kondisi pemerintahan kampung melayu.

Bab IV hasil penelitian dan analisis terhadap hasil strategi pemasaran keripik kereyah.

Bab V penutup, yang berisikan kesimpulan serta saran dari penelitian yang sudah dilakukan.

