

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KERIPIK
PISANG SKALA KECIL DAN DAMPAK SOSIAL
EKONOMI TERHADAP MASYARAKAT SEKITAR DI
SENTRA INDUSTRI KERIPIK
KOTA BANDARLAMPUNG**

***ANALYSIS OF BANANA CHIPS SMALL INDUSTRIES
MARKETING STRATEGY AND ITS SOCIOECONOMIC
IMPACT ON THE SURROUNDING COMMUNITY
IN INDUSTRIAL CENTER OF CHIPS
BANDARLAMPUNG CITY***



**Maulidia Berlianti
05111001042**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2015**

SUMMARY

MAULIDIA BERLIANTI. Analysis of Banana Chips Small Industries Marketing Strategy and its Socioeconomic Impact on the Surrounding Community in Industrial Center of Chips Bandarlampung City. (Supervised by **ANDY MULYANA** and **RISWANI**).

The purposes of this research are to: 1) describe marketing strategy that should be implemented by chips entrepreneur for increasing product selling, 2) explain market behavior in Industrial Center of Chips Bandarlampung, 3) analyze the socioeconomic impact on the surrounding community because Industrial Center of Chips Bandarlampung construction.

This research was conducted in Industrial Center of Chips Bandarlampung City Segalamider Village Bandarlampung Town on April 2015. In this research, case study has been used as research method. Purposive sampling has been used as sampling method for entrepreneur respondents with 3 entrepreneur as respondent and disproportionate stratified random sampling has been used for community in Segalamider Village with 20 respondent were working in Industrial Center of Chips Bandarlampung City, meanwhile 10 respondent were not working in Industrial Center of Chips Bandarlampung City. The data used in this research were primary and secondary.

The results showed that : 1) strategy that should be implemented in Industrial Center of Chips Bandarlampung is Growth Strategy with intensive development (market penetration, market development, and product development), 2) the most efficient marketing channel is marketing channel 1 (direct marketing channel) with different marketing margin amount for every entrepreneurs while marketing cost for Lateb Jaya is Rp 438.500 per month, Askha Jaya Rp 2.752.600 per month, and Rizka Rp 421.500 per month, 3) there are socioeconomic enhancements for community that work in Industrial Center of Chips Bandarlampung after Industrial Center of Chips Bandarlampung construction and also, there are socioeconomic enhancements for community that don't work in Industrial Center of Chips Bandarlampung after Industrial Center of Chips Bandarlampung construction.

Keyword: strategy, market, impact, entrepreneur, community

RINGKASAN

MAULIDIA BERLIANTI. Analisis Strategi Pemasaran Usaha Keripik Pisang Skala Kecil Dan Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Masyarakat Sekitar Di Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung (Dibimbing oleh **ANDY MULYANA** dan **RISWANI**).

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mendeskripsikan strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh pengusaha keripik dalam rangka meningkatkan pemasaran produknya. 2) Menjelaskan perilaku pemasaran keripik yang dilakukan oleh pengusaha keripik di Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung. 3) Menganalisis dampak sosial ekonomi pendirian Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung bagi masyarakat sekitar daerah tersebut.

Penelitian ini dilaksanakan di Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung pada bulan April 2015. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*case study*). Metode penarikan contoh yang digunakan adalah metode *purposive sampling* dengan mengambil 3 sampel pengusaha keripik, sementara sampel masyarakat dilakukan dengan penarikan contoh secara acak berlapis tidak berimbang (*Disproportionate Stratified Random Sampling*) dengan mengambil sampel 20 orang masyarakat yang bekerja di Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung dan 10 orang masyarakat yang tidak bekerja di Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dapat diterapkan oleh pengusaha keripik di Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung adalah *Growth Strategy* (strategi pertumbuhan) dengan cara pertumbuhan intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk). Perilaku pemasaran keripik di Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran I (saluran pemasaran langsung) dengan margin pemasaran yang berbeda pada setiap pengusaha dan rasa keripik, sementara biaya pemasaran Lateb Jaya adalah sebesar Rp 438.550/bln, Askha Jaya sebesar Rp 2.752.600/bln dan Rizka sebesar Rp 421.500/bln. Terlihat bahwa ada dampak pada sosial ekonomi masyarakat yang bekerja di Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung setelah didirikannya Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung dan pada masyarakat yang tidak bekerja di Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung.

Kata kunci: strategi, pemasaran, dampak, pengusaha, masyarakat

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KERIPIK PISANG SKALA KECIL DAN DAMPAK SOSIAL EKONOMI TERHADAP MASYARAKAT SEKITAR DI SENTRA INDUSTRI KERIPIK KOTA BANDARLAMPUNG

ANALYSIS OF BANANA CHIPS SMALL INDUSTRIES MARKETING STRATEGY AND ITS SOCIOECONOMIC IMPACT ON THE SURROUNDING COMMUNITY IN INDUSTRIAL CENTER OF CHIPS BANDARLAMPUNG CITY

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian**



**Maulidia Berlianti
05111001042**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2015**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA
KERIPIK PISANG SKALA KECIL DAN DAMPAK
SOSIAL EKONOMI TERHADAP MASYARAKAT
SEKITAR DI SENTRA INDUSTRI KERIPIK
KOTA BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian

Oleh :

Maulidia Berlianti
05111001042

Inderalaya, September 2015

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP. 19601202 198603 1 003

Dr. Riswani, S.P., M.Si.
NIP. 19700617 199512 2 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian

Dr. Ir. Erizal Sodikin
NIP. 19600211 198503 1 002

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Usaha Keripik Pisang Skala Kecil dan Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Masyarakat Sekitar di Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung” oleh Maulidia Berlianti telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi pada tanggal 8 September 2015 dan telah diperbaiki sesuai dengan saran dan masukan dari tim penguji.

Komisi Penguji

- | | | |
|---|------------|---------|
| 1. Dr. Riswani, S.P., M.Si
NIP. 19700617 199512 2 001 | Ketua | (.....) |
| 2. Selly Oktarina, S.P., M.Si
NIP. 19781015 200112 2 001 | Sekretaris | (.....) |
| 3. Ir. Nukmal Hakim, M.Si
NIP. 19550101 198503 1 004 | Anggota | (.....) |
| 4. Dr. Ir. Maryadi, M.Si
NIP. 19650102 199203 1 001 | Anggota | (.....) |
| 5. Indri Januarti, S.P., M.Sc
NIP. 19830109 200812 2 002 | Anggota | (.....) |

Inderalaya, September 2015

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya

Ketua Program Studi
Agribisnis

Dr. Ir. Erizal Sodikin
NIP. 19600211 198503 1 002

Ir. M. Yazid, M.Sc., Ph.D
NIP. 19620510 198803 1 002

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maulidia Berlianti

Nim : 05111001042

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Usaha Keripik Pisang Skala Kecil dan Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Masyarakat Sekitar di Sentra Industri Keripik Bandarlampung

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.

Indralaya, September 2015

Maulidia Berlianti

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 29 Agustus 1993 di Bandarlampung, Provinsi Lampung, merupakan anak kedua dari empat bersaudara. Orang tua penulis bernama Soni Isnaini dan Maryati.

Penulis menyelesaikan pendidikan tingkat Sekolah Dasar pada tahun 2005 di SD Al-Azhar 2 Bandarlampung, Sekolah Menengah Pertama pada tahun 2008 di SMP Negeri 2 Bandarlampung, dan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2011 di SMA Negeri 10 Bandarlampung. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tahun 2011 melalui jalur Seleksi Nasional Perguruan Tinggi (SNMPTN). Penulis sampai sekarang masih aktif menyelesaikan pendidikan di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya, Indralaya.

Penulis telah melaksanakan kegiatan magang dengan judul “Tinjauan Manajemen Rantai Pasok Kelapa Sawit (*Elaeis guinensis jacq.*) Di PT. Djuandasawit Lestaari dari Mill Hingga Hilir”. Penulis jugatelah menyelesaikan kegiatan praktik lapangan dengan judul “Pemasaran Hasil Budidaya Jamur Tiram di Lahan Klinik Praktik Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya”.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat dan rahmat-Nya lah penyusun dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Usaha Keripik Pisang Skala Kecil dan Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Masyarakat Sekitar di Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung”.

Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya yang sangat luar biasa, baik dalam bentuk nikmat kesehatan, nikmat iman, dan nikmat kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
2. Orang tua yang telah memberikan bantuan dan dorongan baik moral maupun materil kepada penulis serta seluruh anggota keluarga tercinta yang telah memberikan doa dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc, Ibu Riswani, S.P., M.Si dan Bapak Ir. Nasrun Azis, M.Si (alm) yang telah memberikan bimbingan dan bantuannya baik dalam segi teknis maupun teoritis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Ir. Nukmal Hakim, M.Si, Bapak Dr. Ir. Maryadi, M. Si dan Ibu Indri Januarti, S.P., M.Sc yang telah bersedia menjadi komisi penguji di ujian akhir skripsi saya dan menyumbangkan pendapat serta pengetahuan untuk melengkapi skripsi ini.
5. Ibu Selly Oktarina, S.P., M.Si selaku sekretaris yang telah membantu saya baik dalam kegiatan perkuliahan maupun dalam ujian akhir skripsi.
6. Bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si yang telah bersedia menjadi penelaah dalam seminar hasil saya, terima kasih atas masukan dan doanya.
7. Teman dekat yang telah banyak memberikan bantuan, semangat dan doa Annisa Indita Riami, Anis Okti Suryani, Aulia Febianda, Miranti Deadora, Raikhani Elkhalisah, dan Yulianti Rizki.
8. Teman – teman Mia Denah Mentari, Elen Sentia Saragih, Vitta Widya Astuti, Abdul Syaitulloh, Novrian Eka Saputra, Winda Amalia, Yunita Angel, Pipin

Kesuma Riani, Fitri Lusiana dan Sri Wahyuni Islamiah yang telah membantu dalam perkuliahan, doa serta semangat.

9. Seluruh teman-teman Agribisnis angkatan 2011, terimakasih untuk bantuan, doa serta canda tawa selama masa perkuliahan. Semoga kita semua dapat meraih kesuksesan.
10. Serta teman – teman yang membantu doa dan member semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Bila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Indralaya, September 2015

Maulidia Berlianti

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Manfaat	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	5
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.1.1. Pengolahan Pisang Menjadi Keripik Pisang.....	5
2.1.2. Konsepsi Usaha Mikro dan Menengah.....	6
2.1.3. Konsep SCP (<i>Market Structure, Conduct, Performance</i>).....	10
2.1.4. Struktur Pasar (<i>Market Structure</i>).....	11
2.1.5. Perilaku Pasar (<i>Market Conduct</i>).....	12
2.1.6. Konsepsi Strategi Pemasaran.....	14
2.1.7. Analisis SWOT	17
2.1.8. Kinerja Pasar (<i>Market Performance</i>).....	18
2.1.9. Konsepsi Pemasaran	18
2.1.10. Konsepsi Biaya Pemasaran.....	19
2.1.11. Konsepsi Marjin dan Keuntungan Pemasaran	20
2.1.12. Pengertian Sosial Ekonomi.....	20
2.2. Model Pendekatan.....	22
2.3. Hipotesis	23
2.4. Batasan Operasional.....	24
BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN.....	28
3.1. Tempat dan Waktu	28

	Halaman
3.2. Metode Penelitian	28
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	28
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5. Metode Pengolahan Data	30
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian.....	35
4.2. Karakteristik Responden.....	43
4.3. Struktur Pasar di Sentra Industri Keripik Bandarlampung	45
4.4. Strategi Pemasaran Keripik di Sentra Industri Keripik Bandarlampung	48
4.5. Perilaku Pemasaran Keripik Yang Dilakukan Oleh Pengusaha Keripik di Sentra Industri Keripik Bandarlampung.....	66
4.6. Dampak Sosial – Ekonomi Pendirian Sentra Industri Keripik Bandarlampung.....	76
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Produksi Buah Pisang di Jawa dan Luar Jawa	1
Tabel 3.1. Matriks SWOT	31
Tabel 3.2. Nilai Interval Kelas Untuk Dampak Pendirian Sentra Industri Keripik Bandarlampung Bagi Masyarakat Sekitar	34
Tabel 4.1. Komposisi Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kelurahan Segalamider, 2014	35
Tabel 4.2. Komposisi Penduduk Menurut Mata Pencarian di Kelurahan Segalamider, 2014	36
Tabel 4.3. Prasarana Transportasi di Kelurahan Segalamider	37
Tabel 4.4. Prasarana Penunjang Air Bersih di Kelurahan Segalamider..	38
Tabel 4.5. Prasarana Penunjang Olahraga/Kesehatan di Kelurahan Segalamider	38
Tabel 4.6. Jumlah Penduduk Menurut Etnis di Kelurahan Segalamider.....	39
Tabel 4.7. Jumlah Penduduk Menurut Agama di Kelurahan Segalamider.....	39
Tabel 4.8. Keadaan Penduduk Menurut Jenjang Pendidikan di Kelurahan Segalamider	40
Tabel 4.9. Pengusaha Keripik Berdasarkan Lama Usaha dan Tenaga Kerja 2015	43
Tabel 4.10. Sampel Masyarakat Berdasarkan Tingkatan Umur di Kelurahan Segalamider, 2015	44
Tabel 4.11. Sampel Masyarakat Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kelurahan Segalamider, 2015	45
Tabel 4.12. Analisis Tabel <i>IFAS</i> Pada Pengusaha Sampel di Sentra Industri Keripik Bandarlampung.....	52
Tabel 4.13. Analisis Tabel <i>EFAS</i> Pada Pengusaha Sampel di Sentra Industri Keripik Bandarlampung.....	53
Tabel 4.14. Matriks Internal dan Eksternal	54
Tabel 4.15. Matriks SWOT Strategi Pemasaran Sentra Industri Keripik Bandarlampung	56
Tabel 4.16. Harga Keripik Pisang Konsumen dan Harga <i>Reseller</i>	68

	Halaman
Tabel 4.17. Perilaku Pemasaran Pengusaha Keripik.....	69
Tabel 4.18. Biaya Pemasaran Keripik Pisang	69
Tabel 4.19. Biaya Pemasaran Keripik Pisang Perkilogram	70
Tabel 4.20. Keuntungan yang Diperoleh Oleh Pengusaha Keripik	71
Tabel 4.21. Keuntungan Yang Diperoleh Oleh Pengusaha Keripik Perkilogram	71
Tabel 4.22. Margin Pemasaran Pengusaha Responden.....	73
Tabel 4.23. Biaya Produksi Perkilogram	74
Tabel 4.24. Efisiensi Pemasaran Pengusaha Keripik Secara Umum	75
Tabel 4.25. Efisiensi Pemasaran Pengusaha Keripik Perpengusaha.....	75
Tabel 4.26. Skor Rata-Rata Indikator Sosial Ekonomi Masyarakat yang Bekerja di SIKB Sebelum dan Sesudah Didirikannya SIKB .	77
Tabel 4.27. Skor Rata-Rata Indikator Sosial Ekonomi Masyarakat yang Tidak Bekerja di SIKB Sebelum dan Sesudah Didirikan- nya SIKB	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Pendekatan secara Diagramatis	22
Gambar 4.1. Diagram <i>Cartesius</i> SWOT	54
Gambar 4.2. Saluran pemasaran di Sentra Industri Keripik Bandarlampung	66
Gambar 4.3. Saluran Pemasaran Langsung di Sentra Industri Keripik Bandarlampung (Saluran Pemasaran I)	66
Gambar 4.4. Saluran Pemasaran Tidak Langsung di Sentra Industri Keripik Bandarlampung (Saluran Pemasaran II)	67

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Denah Kelurahan Segalamider	90
Lampiran 2. Struktur Kelompok Usaha Bersama (KUB) Telo Rezeki Tahun 2008	91
Lampiran 3. Biaya Pemasaran Pengusaha Responden.....	92
Lampiran 4. Biaya Variabel Produksi Keripik Pisang Lateb Jaya.....	93
Lampiran 5. Biaya Tetap Produksi Keripik Pisang Lateb Jaya	94
Lampiran 6. Biaya Variabel Produksi Keripik Pisang Askha Jaya.....	95
Lampiran 7. Biaya Tetap Produksi Keripik Pisang Askha Jaya	96
Lampiran 8. Biaya Variabel Produksi Keripik Pisang Rizka.....	97
Lampiran 9. Biaya Tetap Produksi Keripik Pisang Rizka	98
Lampiran 10. Penerimaan Pengusaha Responden	99
Lampiran 11. Pendapatan Masyarakat Yang Bekerja di Sentra Industri Keripik Bandarlampung.....	100
Lampiran 12. Pendapatan Masyarakat Yang Tidak Bekerja di Sentra Industri Keripik Bandarlampung	101
Lampiran 13. Keadaan Perumahan Masyarakat Yang Bekerja di Sentra Industri Keripik Bandarlampung	102
Lampiran 14. Keadaan Perumahan Masyarakat Yang Tidak Bekerja di Sentra Industri Keripik Bandarlampung	103
Lampiran 15. Akses Terhadap Informasi Masyarakat Yang Bekerja di Sentra Industri Keripik Bandarlampung	104
Lampiran 16. Akses Terhadap Informasi Masyarakat Yang Tidak Bekerja di Sentra Industri Keripik Bandarlampung	105
Lampiran 17. Keadaan Sarana Prasarana Masyarakat yang Bekerja di Sentra Industri Keripik Bandarlampung	106
Lampiran 18. Keadaan Sarana Prasarana Masyarakat yang Tidak Bekerja di Sentra Industri Keripik Bandarlampung.....	107
Lampiran 19. Keadaan Kesehatan Masyarakat Yang Bekerja di Sentra Industri Keripik Bandarlampung	108
Lampiran 20. Keadaan Kesehatan Masyarakat Yang Tidak Bekerja di Sentra Industri Keripik Bandarlampung	109

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia terletak di wilayah khatulistiwa dan memiliki iklim tropika basah sehingga memungkinkan tumbuhnya beragam tumbuhan untuk tumbuh dengan subur salah satunya yaitu buah - buahan. Buah mengandung vitamin dan mineral yang dibutuhkan oleh tubuh manusia. Melihat kebutuhan manusia akan buah - buahan, maka beragam jenis buah pun mulai dibudidayakan sehingga diharapkan hasil budidaya buah - buahan yang telah dilakukan dapat memenuhi kebutuhan manusia akan buah - buahan. Banyak jenis-jenis buah tropis yang dihasilkan di Indonesia, diantaranya yaitu manggis, salak, nanas, duren, pisang dan masih banyak lagi.

Buah pisang merupakan salah satu buah asli Asia Tenggara sehingga tidak heran jika populasi tanaman pisang banyak ditemukan di Indonesia. Pada tahun 2013, produksi pisang di Indonesia mencapai 6.279.279 ton (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2014). Sebagian besar produksi pisang di Indonesia di produksi di pulau Jawa yang menghasilkan 3.557.983 ton pisang pada tahun 2013.

Tabel 1.1. Produksi Buah Pisang di Jawa dan Luar Jawa

No.	Daerah	Tahun	
		2012 (ton)	2013 (ton)
1.	Jawa	3.484.787	3.557.983
2.	Luar Jawa	2.704.256	2.721.296

Sumber : Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2014

Berbagai jenis pisang yang biasa kita jumpai diantaranya yaitu pisang raja, pisang barangan, pisang jambe, pisang raja sere, pisang kepok, pisang bali, pisang mas, pisang lampung dan sebagainya. Sementara sentra produksi pisang di Indonesia adalah propinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Lampung, Sumatera Barat, Jambi, Kalimantan, Sulawesi, Maluku, Bali, dan NTB (Purba, 2006).

Lampung merupakan salah satu sentra penghasil pisang di Indonesia. Bahkan Lampung merupakan penghasil buah pisang terbesar di Sumatera. Pada tahun 2012, provinsi Lampung menghasilkan pisang sebanyak 817.606 ton dan meningkat pada tahun 2013 menjadi 984.298 ton (Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2014).

Kebanyakan buah pisang dijual dalam bentuk buah segar, namun pada pelaksanaannya buah pisang merupakan produk pertanian yang tidak tahan lama dan mudah rusak oleh karena itu masyarakat Lampung mencoba untuk mengolah buah pisang yang ada menjadi keripik pisang.

Keripik pisang yang diolah di Provinsi Lampung telah dikenal luas oleh masyarakat daerah lain dan sering dijadikan buah tangan bagi masyarakat yang berkunjung ke Provinsi Lampung. Hal ini menuntut Provinsi Lampung untuk terus mengembangkan usaha keripik pisang di Provinsi Lampung. Pengusaha keripik pisang banyak tersebar di daerah – daerah di Provinsi Lampung seperti Bandarlampung, Metro, dan Tulang Bawang. Salah satu tempat yang terkenal sebagai tempat penjualan keripik pisang di Bandarlampung adalah sentra penjualan keripik di Jalan Pagar Alam Kelurahan Segalamider Kecamatan Tanjung Karang Barat Kota Bandarlampung atau lebih dikenal sebagai Gang PU yang terdiri dari pengusaha – pengusaha keripik. Pembangunan Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung (SIKB) ini bertujuan sebagai tempat wisata kuliner sekaligus tempat perkumpulan industri rumah tangga yang mengolah dan memasarkan keripik unggulan Kota Bandarlampung (Ardansyah dan Tjioener, 2012). Pada awalnya sentra industri ini hanya memproduksi keripik pisang dan singkong yang memang banyak dijumpai di Provinsi Lampung, namun dengan seiring perkembangan jaman keripik yang diproduksi semakin beragam seperti keripik ubi dan sukun yang diproduksi dengan banyak macam rasa.

Usaha Mikro dan Kecil (UMK) memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Hal ini dikarenakan UMK memiliki peran dalam berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) khususnya di suatu daerah serta menyediakan lapangan kerja. Melihat potensi tersebut, sudah sepatutnya UMK yang ada berkembang semakin besar sesuai perkembangan jaman dan membawa dampak baik bagi masyarakat sekitar UKM tersebut. Namun pada kenyataannya, UMK yang ada masih sering terbentur oleh beberapa permasalahan yang mengakibatkan UMK yang ada sulit berkembang. Seperti halnya UMK yang ada pada Sentra Industri Keripik Bandarlampung yang keberadaannya masih kurang diketahui oleh masyarakat dari daerah lain. Kebanyakan pelancong dari daerah lain mengunjungi toko - toko keripik lain yang cukup besar. Hal ini dapat disebabkan

oleh kurangnya promosi serta kerjasama pengusaha dengan pihak lain seperti pemerintah dan pihak travel.

Agar UMK berkembang dengan baik, diperlukan strategi yang baik pula terutama dalam pemasaran agar kelak dapat tercapai tujuan dari usaha tersebut yaitu memperoleh keuntungan. Strategi pemasaran adalah suatu perencanaan yang tepat yang harus dilakukan oleh pengusaha dalam memasarkan keripik ke konsumen dalam usaha meningkatkan keuntungan. Pengusaha keripik yang awalnya hanya memproduksi keripik pisang, mulai menambah variasi produknya dengan keripik singkong, keripik ubi, keripik sukun, dan lainnya sebagai salah satu strategi pengusaha dalam menarik pelanggan. Selain pengembangan produk, strategi dalam mengembangkan daerah pemasaran dan promosi dapat membuat keripik hasil produksi dikenal lebih luas oleh masyarakat sehingga pengusaha dapat meningkatkan pemasaran produknya. Seiring dengan perkembangan kegiatan pemasaran, daerah tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan dapat membantu mengembangkan usaha yang ada di daerah tersebut.

Dengan berkembangnya UMK yang ada di suatu wilayah, tentu akan membawa dampak bagi provinsi tersebut serta masyarakat sekitar usaha khususnya. Pada provinsi akan meningkatkan pendapatan daerah begitu pula bagi masyarakat sekitar usaha tersebut. Dampak yang dirasakan dapat ditinjau dari banyak aspek seperti aspek sosial dan ekonomi. Seiring dengan permasalahan yang telah dikemukakan, peneliti tertarik untuk meneliti penerapan strategi pemasaran serta dampak sosial ekonomi terhadap masyarakat sekitar di Sentra Industri Keripik Bandarlampung.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka beberapa permasalahan yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran keripik pisang yang sebaiknya diterapkan oleh pengusaha keripik di Sentra Industri Keripik Bandarlampung dalam rangka meningkatkan pemasaran produknya?
2. Bagaimana perilaku pasar keripik pisang yang dilakukan oleh pengusaha keripik di Sentra Industri Keripik Bandarlampung?

3. Apa dampak sosial ekonomi pendirian Sentra Industri Keripik Bandarlampung bagi masyarakat sekitar daerah tersebut?

1.3. Tujuan dan Kegunaan

Adapun tujuan dari penelitian yang ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh pengusaha keripik dalam rangka meningkatkan pemasaran produknya.
2. Menjelaskan perilaku pemasaran keripik yang dilakukan oleh pengusaha keripik di Sentra Industri Keripik Bandarlampung.
3. Menganalisis dampak sosial ekonomi pendirian Sentra Industri Keripik Bandarlampung bagi masyarakat sekitar daerah tersebut.

Hasil penelitian yang akan dilakukan diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi pemasaran yang telah diterapkan, juga diharapkan dapat memberikan informasi mengenai dampak pendirian Sentra Industri Keripik Bandarlampung terhadap masyarakat sekitar, serta diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak - pihak terkait di dalam pengambilan keputusan dan kebijakan sebagai bahan pertimbangan guna pengembangan usaha. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan acuan serta pustaka bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan Tantri, F. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Afifah, N. N. 2009. Peran Kewirausahaan Dalam Memperkuat UKM Indonesia Menghadapi Krisis Finansial Global. *Working Paper in Accounting and Finance*. Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Apriyani, M., Hardjomidjojo, M., dan Kadarisman, D. 2014. Prospek Pengembangan Usaha Keripik Pisang di Bandarlampung. *Manajemen IKM*, Februari 2014 (89-95), Vol. 9 No. 1, ISSN 2085-8418 <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/>.
- Ardansyah, dan Tjioener, O. 2012. Profitabilitas Usaha Sentra Keripik Pisang. *Jurnal Dinamika Manajemen* Vol. 3, No. 2, pp: 84-90.
- Aris. 2014. *Struktur Pasar*. <http://aristwn.staff.iainsalatiga.ac.id> (Diakses tanggal 6 Juli 2015).
- Asep, Akhmad. 2014. *Dampak Industri Terhadap Perubahan Sosial Dan Ekonomi Masyarakat Di Desa Tobat Kecamatan Balaraja Tangerang Banten*. Skripsi S1 (publikasi). Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2013. *Indonesia Dalam Angka 2013*. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2013. *Indikator Kesejahteraan Rakyat Provinsi Lampung 2012*. Badan Pusat Statistik Prvinsi Lampung, Lampung.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2013. *Lampung Dalam Angka 2014*. Badan Pusat Statistik Prvinsi Lampung, Lampung.
- Baye, Michael. 2010. *Managerial Economics & Business Strategy 7/e*. Indiana University – Bloomington.
- Boyd, Walker dan Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Erlangga, Jakarta.
- Budijanto, D. 2015. Populasi, sampling dan besar sampel. <http://risbinkes.litbang.depkes.go.id/2015/wp-content/uploads/2013/02/sampling-dan-besar-sampel.pdf>, (diakses pada 17 Februari 2015).
- Budiwati, H. 2012. Implementasi *Marketing Mix* Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung Di Kabupaten Lumajang. *Jurnal Widya Gama* Vol. 2 No. 2. 29-44.
- Cannon, Perreault, dan McCarthy, 2008. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Salemba Empat, Jakarta.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Sinar Grafika Osset, Jakarta.
- Dihan, F. N. dan Saputro, E. P. 2011. Pengaruh Sosial – Ekonomi Dari Sentra Industri Kecil : Kasus Di Kab. Bantul, Jogjakarta. *Seminar Nasional Ilmu Ekonomi Terapan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Solo (UNIMUS)*. Solo, 2011.

- Kohls, Richard L. dan Uhl, Joseph N. 2002. *Marketing of Agricultural Products* 9/E. Prentice Hall, Cloth, 544 pp
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2002. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Lumbanraja, P. 2011. Bersama UKM Membangun Ekonomi Rakyat. *Jurnal Ekonom*, Vol 14, No. 2.
- Nugraha, A. S. 2011. *Strategi Pemasaran Keripik Tempe Pada Industri Rumah Tangga Di Kecamatan Baturetno Kabupaten Wonogiri*. Skripsi S1 (Publikasi). Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Prasetyo, E. 2008. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran. *AKMENIKA UPY*, Volume 2.
- Predita, M. A. dan Budiani, S. R. 2012. Potensi Industri Keripik Pisang Di Kelurahan Segalamider Kecamatan Tanjung Karang Barat Kota Bandar Lampung. <http://lib.geo.ugm.ac.id/ojs/index.php/jbi.pdf> (diakses pada 15 Februari 2015)
- Purba, H. K. 2006. Potensi Investasi Pisang di Indonesia. Subdit Promosi dan Pengembangan Pasar Direktorat Pemasaran Intenasional Ditjen PPHP, Jakarta.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Sekretariat Jenderal – Kementerian Pertanian. 2014. *Outlook Komoditi Pisang*. <http://pusdatin.setjen.pertanian.go.id/> (diakses pada 09 September 2015)
- Putri, D. D., Mulyani, A. dan Satriani, R. 2012. Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam Rangka Mencapai Ketahanan Pangan Di Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. <http://agribisnis.fp.uns.ac.id/wp-content/uploads/2012/10/Jurnal-sepa-162-srtatergi-pemasaran-keripik-pisang-dalam-rangka-mencapai-ketahanan-pangan-di-kecamatan-cilongok-kabupaten-banyumas.pdf> (diakses pada 15 Februari 2015).
- Rangkuti, F. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Satuhu, S. dan Suryadi, A. 1992. *Pisang Budidaya Pengolahan dan Prospek Pasar*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Soekartawi.1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 1995. *Teori Ekonomi Produksi*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonometrika Pertanian Teori dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekanto, S. 2000. *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.
- Sriyana, J. 2010. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm): Studi Kasus Di Kabupaten Bantul. *Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif*. Yogyakarta, 2010.

- Sukidjo. 2004. Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, Volume 2, Nomor 1, Agustus 2004.
- Tambunan, T.H., 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia; Beberapa Isu Penting*. Salemba Empat, Jakarta.
- Tarigan, R. 2006. *Arus Pemasaran Kopi dari Daerah Kawasan Pagaralam*, Skripsi S1 (Tidak Dipublikasikan). Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya, Sumatera Selatan.
- Wulandari, J. 2009. *Strategi Pengembangan Kawasan Industri Kecil Berbasis Komoditas Unggulan (Studi Kasus Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandara Lampung)*, Skripsi S1 (Publikasi). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Jakarta.