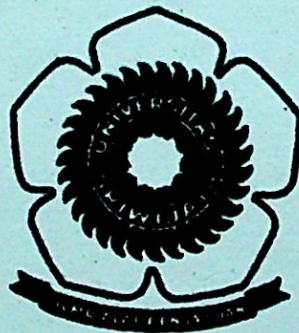


**ANALISIS TINGKAT KEUNTUNGAN DAN RESPON
KONSUMEN TERHADAP APLIKASI STRATEGI BAURAN
PEMASARAN USAHA KERIPIK UBI JALAR
DI KOTA CURUP PROVINSI BENGKULU**

Oleh

OCTA RISANTO



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

INDRALAYA

2008

S
635.1407
Ris
a
2008

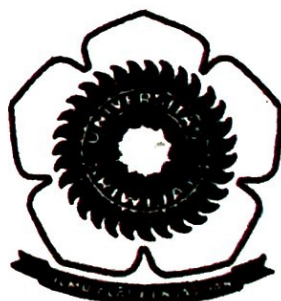
**ANALISIS TINGKAT KEUNTUNGAN DAN RESPON
KONSUMEN TERHADAP APLIKASI STRATEGI BAHAN
PEMASARAN USAHA KERIPIK UBI JALAR
DI KOTA CURUP PROVINSI BENGKULU**



Oleh

OCTA RISANTO

R. 16561
i. 17843



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

INDRALAYA

2008

SUMMARY

OCTA RISANTO. The Analysis of Profit Level and Consumer Responds To Application Of Marketing Mix Strategy Of Sweet Potato Chips Business In Curup City Bengkulu Province (Supervised by MARYATI MUSTOFA HAKIM and IDHAM ALAMSYAH).

The objectives of this research are 1) to know the profit level of “Tutamana” and “Sari Gizi” sweet potato chips business 2) to analyze consumer responds to application of marketing mix strategy by sweet potato chips business at different market 3) to know internal factors that influence consumer decisions in choosing product at “Tutamana” and “Sari Gizi” sweet potato chips business.

The research was conducted on December 2007 to March 2008. The method of this research was case study. Primary and secondary data was collected for this research. The primary data was collected by direct interviewing the owner and questions to consumer of “Tutamana” and “Sari Gizi” sweet potato chips business. While the secondary data was collected literatures and from the office of Statistic Curup.

The analyses show that the “Tutamana” received Rp5.771.069,44 per month income with B/C 0,93. “Sari Gizi” received Rp1.683.291,67 per month income with B/C 0,39.

Consumer responds at “Tutamana” and “Sari Gizi” at application of marketing mix strategy on price, taste, package and place aspects were not different on one another.

Consumer at "Tutamana" business mostly employee, life outside Curup, men consumer, consumer with high education, consumer with age 18-31 years old and consumer with a lot of family members. Consumer at "Sari Gizi" business mostly employee, life in Curup, women consumer, consumer with high education, consumer with age 32-45 years old and consumer with a lot of family members.

RINGKASAN

OCTA RISANTO. Analisis Tingkat Keuntungan Dan Respon Konsumen Terhadap Aplikasi Strategi Bauran Pemasaran Usaha Keripik Ubi Jalar Di Kota Curup Provinsi Bengkulu (Dibimbing oleh MARYATI MUSTOFA HAKIM dan IDHAM ALAMSYAH).

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui tingkat keuntungan usaha keripik ubi jalar pada usaha "Tutamana" dan "Sari Gizi" 2) menganalisis respon konsumen terhadap aplikasi strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh usaha keripik ubi jalar pada pangsa pasar yang berbeda 3) mengetahui Faktor-faktor internal konsumen apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk pada usaha keripik ubi jalar "Tutamana" dan "Sari Gizi".

Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2007 sampai Maret 2008. Metode yang digunakan yaitu metode studi kasus. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Pengambilan data primer dilakukan melalui wawancara langsung dengan pemilik dan pertanyaan berupa kuisisioner pada konsumen usaha keripik ubi jalar "Tutamana" dan "Sari Gizi". Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur dan Badan Pusat Statistik Curup.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha "Tutamana" memperoleh pendapatan sebesar Rp5.771.069,44 per bulan dengan B/C 0,93. Sedangkan, usaha "Sari Gizi" memperoleh pendapatan sebesar Rp1.683.291,67 dengan B/C 0,39.

Respon konsumen pada usaha "Tutamana" dan "Sari Gizi" terhadap aplikasi strategi bauran pemasaran pada aspek harga, rasa, kemasan, dan lokasi tidak menunjukkan perbedaan satu sama lain.

Konsumen pada usaha "Tutamana" merupakan konsumen yang sebagian besar pekerjaannya adalah pegawai, berdomisili di luar Curup, konsumen laki-laki, konsumen dengan tingkat pendidikan yang tinggi, konsumen dengan umur 18-31 tahun, konsumen dengan pendidikan yang tinggi, dan konsumen yang memiliki anggota keluarga yang banyak. Konsumen pada usaha "Sari Gizi" merupakan konsumen yang sebagian besar pekerjaannya adalah pegawai, berdomisili di Curup, konsumen perempuan, konsumen dengan tingkat pendidikan yang tinggi, konsumen dengan umur 32-45 tahun, konsumen dengan pendidikan yang tinggi, dan konsumen yang memiliki anggota keluarga yang banyak.

**ANALISIS TINGKAT KEUNTUNGAN DAN RESPON
KONSUMEN TERHADAP APLIKASI STRATEGI BAURAN
PEMASARAN USAHA KERIPIK UBI JALAR
DI KOTA CURUP PROVINSI BENGKULU**

oleh

OCTA RISANTO

SKRIPSI

**sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian**

pada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

INDRALAYA

2008

Skripsi

**ANALISIS TINGKAT KEUNTUNGAN DAN RESPON
KONSUMEN TERHADAP APLIKASI STRATEGI BAURAN
PEMASARAN USAHA KERIPIK UBI JALAR
DI KOTA CURUP PROVINSI BENGKULU**

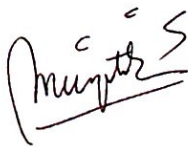
Oleh

OCTA RISANTO

05043104015

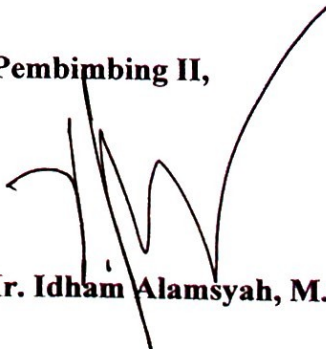
**telah diterima sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian**

Pembimbing I,



Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si

Pembimbing II,

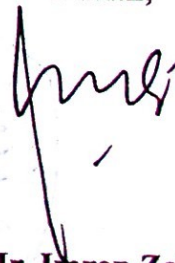


Ir. Idham Alamsyah, M.Si

Indralaya, 3 Juni 2008

**Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya**

Dekan,



**Dr. Ir. Imron Zahri, M.S
NIP. 130 516 530**

Skripsi berjudul “ Analisis tingkat keuntungan dan respon konsumen terhadap aplikasi strategi bauran pemasaran usaha keripik ubi jalar di kota curup provinsi bengkulu” oleh Octa Risanto telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 9 Mei 2008

Komisi Penguji

1. Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si

Ketua

(.....)
Muhts

2. Ir. Idham Alamsyah, M.Si

Sekretaris

(.....) 26/05/08

3. Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S

Anggota

(.....)
MH

4. Ir. Elisa Wildayana, M.Si

Anggota

(.....)
EJW

Mengetahui

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi
Pertanian

Dr. Ir. M. Yamin

Dr. Ir. M. Yamin, M.P
NIP. 132 053 217

Mengesahkan

Ketua Program Studi Agribisnis

EJW

Ir. Elisa Wildayana, M.Si
NIP. 131 691 050

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya, adalah hasil penelitian atau investigasi saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan lain atau gelar kesarjanaan yang sama di tempat lain.

Indralaya, 3 Juni 2008

Yang membuat pernyataan,



Octa Risanto

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Sekayu pada tanggal 28 Oktober 1986. Merupakan putra ke empat dari lima bersaudara. Orang tua bernama Drs. H. Abu Kosim dan Hj. Nurlena.

Pendidikan sekolah dasar diselesaikan pada tahun 1998 di SD Negeri 44 Lubuk Linggau. Sekolah menengah pertama diselesaikan pada tahun 2001 di SLTP Negeri 1 Lubuk Linggau. Menyelesaikan pendidikan tingkat sekolah menengah umum pada tahun 2004 di SMU Negeri 1 Lubuk Linggau.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tahun 2004. Penulis diterima melalui Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis.

Penulis telah menyelesaikan Praktik Lapangan yang berjudul "Budidaya Tanaman Ubi Jalar (*IPOMEA BATATAS* (L.) LAM) di Lahan Praktik Klinik Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya Indralaya".

Selama masa studi di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya, penulis pernah menjadi pengurus Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya periode 2005-2006. Pada periode 2006-2007 penulis menjadi ketua umum Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Selain itu penulis juga aktif dalam Perhimpunan Organisasi Profesi Sosial Ekonomi Indonesia sebagai anggota staff bisnis pada periode 2006-2007.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puja puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian yang berjudul “Analisis Tingkat Keuntungan Dan Respon Konsumen Terhadap Aplikasi Strategi Bauran Pemasaran Usaha Keripik Ubi Jalar Di Kota Curup Provinsi Bengkulu”. Sholawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Baginda Rasulullah SAW, teladan dan idola kita dalam segala aspek kehidupan. Laporan penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Ir. Maryati Mustofa Hakim, M.Si dan Bapak Ir. Idham Alamsyah, M.Si yang telah membimbing dalam penulisan laporan penelitian ini.
2. Ibu Ir. Maryanah Hamzah, M.S dan Ibu Ir. Elisa Wildayana, M.Si yang telah bersedia untuk menjadi komisi penguji.
3. *My Lovely Father* Drs. H. Abu Kosim *and Mother* Hj. Nurlena, yang selalu mencurahkan doa, semangat, motivasi, dan kasih sayangnya.
4. Kak Awang dan Yuk link, yang telah menjadi inspirasi dan sangat membantu dalam penyelesaian laporan penelitian ini.
5. Kak Shafwat dan Yuk Lusi, serta Kak Ivan dan Adek Otto, yang terus memberikan dorongan dan motivasinya.

6. Keponakanku tersayang Alifah, Adel, dan Ara, yang selalu menghibur.
7. Kak Izul, yang telah memberikan bantuan.
8. Teman-teman seperjuangan Tedi, Ridwan, Joko, Robi, Iin, Inggi, Reni, Hesti, Hella, Anggi, Ulin, Sherly, yang telah menemani dalam mengarungi kehidupan perkuliahan di kampus tercinta kita.
9. Administrator Jurusan Sosek Kak Erwin, Kak Muslim, Yuk Yati, Yuk Ana, dan Ria.
10. Pemilik Usaha “Tutamana” dan “Sari Gizi” yang telah banyak membantu.
11. Seorang yang selalu kutunggu dalam kesendirianku.
12. Seluruh hamba Allah yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

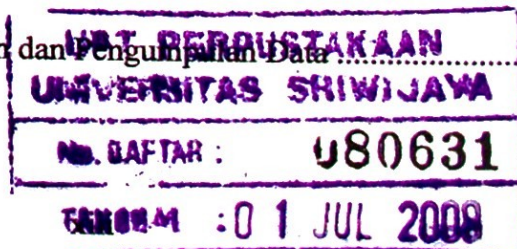
Laporan penelitian ini masih terdapat kekurangan-kekurangan. Saran dan kritik yang membangun diharapkan untuk menjadi penyempurna dalam penulisan selanjutnya. Akhir kata, penulis berharap supaya laporan penelitian ini bermanfaat di masa yang akan datang.

Indralaya, 3 Juni 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan	5
II. KERANGKA PEMIKIRAN	7
A. Tinjauan Pustaka	7
1. Ubi Jalar	7
2. Konsepsi Biaya Produksi, Penerimaan, dan Pendapatan	9
3. Konsepsi Pemasaran	12
4. Konsepsi Perilaku Konsumen	14
5. Konsepsi Strategi Pemasaran	23
B. Model Pendekatan	27
C. Batasan-Batasan	28
III. PELAKSANAAN PENELITIAN	31
A. Tempat dan Waktu	31
B. Metode Penelitian	31
C. Metode Penarikan Contoh dan Pengumpulan Data	31



	Halaman
D. Metode Pengolahan Data dan Analisis Data	32
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Keadaan Umum Daerah	36
B. Keadaan Umum Usaha	39
C. Proses Pembuatan Keripik Ubi Jalar	42
D. Penerimaan dan Tingkat Keuntungan Usaha	44
E. Respon Konsumen Terhadap Strategi Bauran Pemasaran	50
F. Pengaruh Faktor-Faktor Internal Konsumen Dalam Keputusan Pemilihan Produk	58
V. KESIMPULAN DAN SARAN	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Kandungan Gizi Ubi Jalar Setiap 100 gram	3
2. Nilai Skor Terhadap Variabel Bauran Pemasaran	34
3. Luas Wilayah Menurut Kecamatan Di Kabupaten Rejang Lebong Tahun 2006	37
4. Sarana Sosial Budaya Curup 2006	38
5. Biaya Tetap Usaha “Tutamana” Desember 2007	44
6. Biaya Variabel Usaha “Tutamana” Desember 2007	45
7. Biaya Tetap Usaha “Sari Gizi” Desember 2007	46
8. Biaya Variabel Usaha “Sari Gizi” Desember 2007	47
9. Penerimaan dan Pendapatan Usaha “Tutamana” Desember 2007	48
10. Jumlah Penjualan dan Penerimaan Usaha “Sari Gizi” Desember 2007 ..	49
11. Pendapatan Usaha “Sari Gizi” Desember 2007	49
12. Hasil Pengolahan Data dari Aspek Harga	51
13. Hasil Pengolahan Data dari Aspek Rasa	52
14. Hasil Pengolahan Data dari Aspek Kemasan Dalam Hal Tampilan Kemasan	54
15. Hasil Pengolahan Data dari Aspek Kemasan Dalam Hal Pilihan Ukuran	56
16. Hasil Pengolahan Data dari Aspek Lokasi	57
17. Jumlah Konsumen Menurut Pekerjaan	58
18. Jumlah Konsumen Menurut Domisili.....	59
19. Jumlah Konsumen Menurut Jenis Kelamin.....	60

	Halaman
20. Jumlah Konsumen Menurut Pendidikan.....	61
21. Jumlah Konsumen Menurut Umur	62
22. Jumlah Konsumen Menurut Pendapatan.....	63
23. Jumlah Konsumen Menurut Anggota Keluarga.....	64
24. Respon Konsumen Usaha “Tutamana” dan Usaha “Sari” Gizi”.....	65
25. Faktor Internal Konsumen Usaha “Tutamana” dan Usaha “Sari Gizi”....	65



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Model diagramatik Tingkat Keuntungan dan Respon Konsumen Usaha “Tutamana” dan “Sari Gizi”	27

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Provinsi Bengkulu	71
2. Peta Kabupaten Rejang Lebong.....	72
3. Identitas Responden Usaha “Tutamana”	73
4. Skor Responden Usaha “Tutamana”	74
5. Biaya Tetap Usaha “Tutamana” Desember 2007	75
6. Biaya Variabel Usaha “Tutamana” Desember 2007	76
7. Identitas Responden Usaha “Sari Gizi”	77
8. Skor Responden Usaha “Sari Gizi”	78
9. Biaya Tetap Usaha “Sari Gizi” Desember 2007	79
10. Biaya Variabel Usaha “Sari Gizi” Desember 2007	80
11. Pengolahan Data dari Aspek Harga	81
12. Pengolahan Data dari Aspek Rasa	82
13. Pengolahan Data dari Aspek Kemasan.....	83
14. Pengolahan Data dari Aspek Pilihan Ukuran	84
15. Pengolahan Data dari Aspek Lokasi.....	85

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia, masih dianggap strategis. Bukan saja karena sektor ini mampu menyediakan lapangan kerja, pendorong munculnya industri baru atau kegiatan ekonomi lain dan sebagai sumber penyedia pangan, tetapi juga mampu menyumbang devisa nasional.

Pangan merupakan kebutuhan dasar paling utama dari kebutuhan dasar lainnya. Sebagai kebutuhan dasar, pangan harus terjamin ketersediannya, yang disesuaikan dengan proporsi potensial dalam pemenuhannya (Badan Ketahanan Pangan, 2005).

Pembangunan ketahanan pangan (*food security*) di Indonesia telah ditegaskan dalam undang-undang nomor 7 tahun 1996 tentang pangan dan PP No 68 tahun 2002. Ketahanan pangan ini dirumuskan sebagai usaha mewujudkan ketersediaan pangan bagi seluruh rumah tangga, dalam jumlah yang cukup, mutu dan gizi yang layak, aman dikonsumsi, merata, serta terjangkau oleh setiap individu (Jamrianti, 2007).

Pola konsumsi masyarakat yang sangat tergantung pada komoditi beras pada suatu sisi dan produksi beras yang cenderung menurun pada sisi lain menyebabkan kebijakan tentang komoditi ini selalu bermasalah. Kusnandar dalam Antara (2007), menjelaskan rata-rata konsumsi beras orang Indonesia sudah mencapai 130 kg/kapita/tahun jauh lebih tinggi dibanding Jepang yang hanya 60 kg/kapita/tahun dan merupakan tertinggi di dunia. Konsumsi bahan pangan yang lain

seperti daging, ikan, telur dan susu serta buah-buahan masih rendah dibandingkan dengan negara-negara lain.

Upaya diversifikasi pangan untuk konsumsi masyarakat Indonesia terus digalakkan pemerintah sejak terbukti kebutuhan pangan penduduk negara ini tidak bisa terpenuhi hanya dengan mengandalkan beras saja. Berbagai jenis makanan alternatif, seperti jagung, sagu, dan umbi-umbian.

Penganekaragaman pangan (diversifikasi pangan) merupakan jalan keluar yang saat ini dianggap paling rasional untuk memecahkan masalah pemenuhan kebutuhan pangan (khususnya sumber karbohidrat) (Widowati dan Damardjati, 2001). Melalui pola pangan yang tidak bergantung pada satu komoditi, memungkinkan masyarakat dapat menetapkan pangan pilihan sendiri, membangkitkan ketahanan pangan keluarga masing-masing serta masyarakat, yang berujung pada peningkatan ketahanan pangan nasional.

Ubi jalar merupakan salah satu komoditi pangan yang hampir dilupakan oleh semua elemen masyarakat. Padahal selain untuk bahan baku industri, ubi jalar juga berpotensi sebagai sumber bahan pangan cadangan di masa mendatang. Jika petani mampu menghasilkan ubi jalar dengan kuantitas dan kualitas tinggi, mampu menaksir hasil panen dengan tepat, dan mampu menjual hasilnya sesuai standar pasar, dipastikan nilai pendapatan dari usahatani ubi jalar akan meningkat secara positif. Apabila hal tersebut tercapai, peranan ubi jalar sebagai pendukung ketahanan pangan nasional akan semakin strategis peranannya tidak hanya terbatas untuk bahan pangan yang diolah sedarhana, tetapi akan berkembang menjadi produk industri yang memiliki nilai tambah tinggi, sekaligus sebagai komoditas ekspor. Ubi jalar merupakan salah satu komoditas yang cukup bagus dikembangkan sebagai salah

satu usaha pertanian palawija. Jika harganya tinggi, ubi jalar dapat memberikan keuntungan dua sampai tiga kali lipat dibandingkan padi (Sarwono, 2005).

Ubi jalar merupakan sumber karbohidrat dan sumber kalori (energi) yang cukup tinggi. Kandungan karbohidrat ubi jalar menduduki peringkat keempat setelah padi, jagung, dan ubi kayu. Ubi jalar juga merupakan sumber vitamin dan mineral sehingga cukup baik untuk memenuhi gizi dan kesehatan masyarakat. Vitamin yang terkandung dalam ubi jalar adalah vitamin A (beta karotin), vitamin C, thiamin (vitamin B1), dan rebovlavin (vitamin B2). Sedangkan mineral yang terkandung dalam ubi jalar adalah zat besi (Fe), fosfor (P), kalsium (Ca), dan natrium (Na). Kandungan gizi lainnya yang terdapat dalam ubi jalar adalah protein, lemak, serat kasar, kalori, dan abu (Juanda dan Cahyono, 2000).

Tabel 1. Kandungan Gizi Ubi Jalar Setiap 100 gram

No	Jenis Zat	Jumlah Kandungan
1	Air (g)	70
2	Serat kasar (g)	0,3
3	Kalori (kal)	113
4	Protein (g)	2,3
5	Fe (Zat besi) (mg)	1,0
6	Na (Natrium) (mg)	5
7	Ca (Zat kalsium) (mg)	46
8	P (fosfor) (mg)	49
9	Vitamin A (Iu)	7100
10	Vitamin B1 (mg)	0,08
11	Vitamin B2 (mg)	0,05
12	Niacin (mg)	0,9
13	Vitamin C (mg)	20
14	Abu (g)	1,2
15	Lemak (g)	0,7
16	Karbohidrat (g)	27,9
17	Gula (g)	2-6,7
18	Amilosa (g)	9,8-26

Sumber : Tsou, dkk (1989) dikutip Widowati (1994), dan Direktorat Gizi (1967)

Keripik merupakan salah satu olahan makanan ringan ubi jalar yang dikenal oleh masyarakat secara luas. Masyarakat Kota Curup Bengkulu menjadikan komoditi ini sebagai salah satu makanan khas oleh-oleh daerah setempat. Skala industri keripik ubi jalar di daerah ini rata-rata masih dalam tingkat *home industry*.

Usaha pembuatan keripik ubi jalar memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang pesat. Usaha keripik ubi jalar memiliki arti penting dalam pengembangan industri kecil dan menengah karena dapat menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran. Selain itu ubi jalar merupakan tanaman yang mudah dibudidayakan, sehingga masalah bahan baku tidak akan menjadi hambatan yang serius.

Namun untuk menjadikan komoditi ubi jalar dilirik oleh masyarakat sebagai bahan pangan menimbulkan banyak permasalahan. Mulai dari peningkatan produktivitas melalui berbagai metode intensifikasi pertanian, pengolahan hasilnya menjadi produk-produk yang bervariasi dan menarik untuk dikonsumsi, hingga menata pasar untuk produk ini. Sehingga perlu diidentifikasi seberapa besar tingkat keuntungan yang diperoleh oleh usaha keripik ubi jalar dan apa yang menjadi keinginan konsumen terhadap olahan produk olahan ubi jalar tersebut.

Pada penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti dua usaha keripik ubi jalar yang berada di Kota Curup yaitu Usaha "Tutamana" dan Usaha "Sari Gizi". Usaha "Tutamana" merupakan salah satu usaha besar yang sudah berdiri selama 19 tahun yang terletak pada pusat penjualan kudapan di Curup. Usaha "Tutamana" memiliki produksi sendiri dan langsung memasarkannya sendiri pada konsumen. Selain itu usaha "Tutamana" memiliki toko sendiri untuk memasarkan hasil usahanya dan terletak pada daerah yang sangat strategis.

Usaha “Sari Gizi” merupakan salah satu usaha keripik ubi jalar yang terkenal di Curup dan telah berdiri selama 14 tahun, usaha “Sari Gizi” juga memproduksi sendiri hasil olahannya tetapi tidak secara langsung memasarkannya kepada konsumen melainkan melalui perantara, yaitu toko atau warung-warung kecil di pemukiman atau lokasi masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Usaha “Tutamana” dan “Sari gizi” sama-sama memproduksi keripik ubi jalar, tetapi melakukan strategi pemasaran yang berbeda. Usaha “Tutamana” langsung memasarkan hasil produksinya pada konsumen, sementara itu usaha “Sari Gizi” memasarkan hasil produksinya melalui perantara. Maka dapat dirumuskan rincian permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah.

1. Apakah secara finansial kedua usaha keripik ubi jalar “Tutamana” dan “Sari Gizi” sudah menguntungkan ?
2. Bagaimana respon konsumen terhadap aplikasi strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh usaha keripik ubi jalar “Tutamana” dan “Sari Gizi” pada pangsa pasar yang berbeda ?
3. Faktor-faktor internal konsumen apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk pada usaha keripik ubi jalar “Tutamana” dan “Sari Gizi” ?

C. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka penelitian bertujuan untuk

1. Mengetahui tingkat keuntungan usaha keripik ubi jalar pada usaha “Tutamana” dan “Sari Gizi”.

2. Menganalisis respon konsumen terhadap aplikasi strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing usaha keripik ubi jalar pada pangsa pasarnya yang berbeda.
3. Mengetahui faktor-faktor internal konsumen yang mempengaruhi keputusan memilih produk usaha keripik ubi jalar “Tutamana” atau “Sari Gizi”.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mempunyai dua manfaat yaitu

1. Dapat memberikan gambaran mengenai strategi pemasaran dan rekomendasi strategi pemasaran yang perlu dilakukan oleh para pengusaha olahan ubi jalar untuk mendapat pasar konsumen.
2. Memberikan tambahan pengetahuan bagi peneliti dan juga berguna bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M. P. 1999. Dasar-Dasar Pemasaran. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Antoni, Mirza dan Dessy Adriani. 2006. Buku Petunjuk Responsi Statistika Untuk Bidang Sosek. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian UNSRI. Indralaya. (Diktat Kuliah Tidak Dipublikasikan).
- Badan Ketahanan Pangan. 2005. Laporan Operasional Sistem Kewaspadaan Pangan dan Gizi (SKPG) Provinsi Sumatera Selatan. Palembang.
- Daniel, Moehar. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara. Jakarta.
- Daniel, Wayne. W. 1989. Nonparametrik Terapan. Gramedia. Jakarta.
- Engel, James. L, dkk. 1994. Perilaku konsumen. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Gitosudarmo, I. 1995. Manajemen Pemasaran. BPFE. Yogyakarta.
- Halim, A. 1995. Dasar-dasar Akuntansi Biaya. Edisi 3. BPFE. Jakarta.
- Hartoyo, Totok. 2004. Olahan Dari Ubi Jalar. Trubus Agrisarana. Surabaya.
- Harry, Wied. 2007. Khasiat Ubi Jalar. (<http://www.pitoyo.com/mod.php?mod=publisher&op=viewarticle&artid=101>, diakses tanggal 7 July.2007)
- Husin, L dan Lifianthi. 1995. Ekonomi Produksi Pertanian. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya. (Diktat Kuliah Tidak Dipublikasikan).
- Jamrianti, Rinrin. 2007. Ubi jalar saatnya menjadi pilihan. (<http://beritaiptek.com>, diakses tanggal 7 July 2007).
- Juanda Js, Dede dan Bambang Cahyono. 2000. Budidaya dan Analisis Usahatani Ubi Jalar. Kanisus. Yogyakarta.
- Mursid, M. 1997. Manajemen Pemasaran. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nurmaya, H. 2006. Analisis Efisiensi Pemasaran dan Pengaruh Perbedaan Perubahan Harga Terhadap Konsumsi Kopi Tingkat Rumah Tangga di Kecamatan Banding Agung Kabupaten OKU Selatan. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya (Tidak dipublikasikan).

- Keegan, J.W. 1995. *Global Marketing Management*. Diterjemahkan oleh Sindoro, A. 1996. *Manajemen Pemasaran Global*. Prehallindo. Jakarta.
- Kusnandar. 2007. *Makalah Seminar Nasional Benarkah Indonesia Menuju Ketahanan Pangan 7 April 2007*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Limbong, W.H. Dan Sitorus, P. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Bina Aksara. Jakarta.
- Mowen, John. C dan Michael, Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta.
- Prawirosentono, S. 2002. *Pengantar Bisnis Modern (Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif)*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sarwono, B. 2005. *Ubi Jalar*. Penebar Swadaya. Depok.
- Setiadi, J. Nograho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soeharjo, A dan D. Patong. 1973. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi*. Divisi Buku PT Raja Grafindo. Jakarta.
- Sukotjo, I. Dan Swastha, B. 1995. *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty. Jakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Mikro*. Jakarta: Erlangga.
- Swastha, B. 1999. *Saluran Pemasaran, Konsep dan Strategi Analisis Kuantitatif*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah mada. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 1997. *Metedologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Widowati, S dan D.S. Damardjati. 2001. *Menggali Sumberdaya Pangan Lokal dalam Rangka Ketahan Pangan*. Makalah Pangan No 36/X/Jan/2001.

Yen. D.E. 1982. Sweetpotato in historical perspective In Proc. Of the first Int symp, sweatpotato. Villareal R.L, and T.D Griggs. Pp: 17-30. AVRDC. Taiwan. China.