

RINGKASAN

Analisis Strategi Pengembangan Produktivitas dan Pemasaran Pada UMKM Keripik Talas “Sari Udang” Di Balai Penyuluhan Pertanian Tangsil Wilayah Kerja Kelurahan Tenggarang Kecamatan Tenggarang. Mamluatil Hoiriyah, NIM D31201373, Manajemen Agribisnis, Dr. Ir. Sri Sundari, M.Si selaku dosen pembimbing Magang.

Keripik Talas adalah salah satu produk makanan ringan yang banyak digemari masyarakat dari berbagai kalangan dapat dijadikan sebagai cemilan diwaktu santai. Produk ini terbuat dari talas yang diiris tipis kemudian digoreng dengan minyak goreng pada suhu yang lumayan tinggi. Biasanya berasa gurih dan renyah, makanan ini tersebar hampir di seluruh pulau Jawa.

Sari Udang merupakan salah satu industri yang didirikan oleh seorang wirausaha Bapak Agus yang terletak di Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso. Usaha ini bergerak dibidang pengolahan umbi-umbian salah satunya adalah talas, diolah menjadi Keripik Talas dengan cita rasa yang renyah.

Keripik Talas “Sari Udang” dibuat tanpa menggunakan bahan-bahan pengawet maupun kimia yang berbahaya bagi tubuh. Bahan-bahan yang digunakan ialah bahan-bahan yang masih segar dan diperoleh dari pasar yang sudah dipercaya oleh sari udang. Produk Keripik Talas yang dihasilkan oleh sari udang memiliki warna yang cerah tidak pucat, warna ini dihasilkan dengan cara mengolah talas yang telah diserut langsung dilakukan proses perendaman dengan tambahan pewarna makanan. Selain itu, cita rasa yang berbeda dengan produk Keripik Talas lainnya, membuat Keripik Talas “Sari Udang” menjadi lebih unik dan jauh berbeda kelebihanannya dibandingkan dengan produk lain yang sejenis.

Harga jual Keripik Talas “Sari Udang” yang diperjualkan ke masyarakat luas sangatlah terjangkau bagi semua kalangan. Harga yang ditawarkan untuk 150 gram atau setara dengan 1 bungkus Keripik Talas senilai Rp 5.000,-. Harga ini tergolong murah jika dibandingkan dengan produk Keripik Talas yang ada dipasaran yang rata-rata penjualannya berkisar Rp 8.000,- sampai Rp 9.000,- per 150 gram-nya. Penetapan harga jual Keripik Talas “Sari Udang”. Didasarkan pada besarnya biaya proses produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Sistem pemasaran yang dilakukan untuk pemasaran Keripik Talas “sari udang” yaitu dengan pemasaran secara langsung kepada konsumen yaitu dengan cara menjual produk langsung pada konsumen. Promosi yang dilakukan dalam pemasaran Keripik Talas “Sari Udang” ini secara langsung. Penjualan secara langsung dilakukan dengan cara menawarkan produk secara langsung pada konsumen dan bisa melakukan promosi tersebut melalui personal selling.

Pada strategi produktivitas dan pemasaran Keripik Talas “Sari Udang” ini menggunakan alat analisis yaitu SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*). Pengembangan produktivitas dan pemasaran dilakukan dengan mempertahankan kualitas produk, meningkatkan promosi, menambah varian rasa dan memperbaiki tempat produksi untuk memperluas jangkauan pemasaran.