



**STRATEGI PEMASARAN USAHA PISANG GORENG KIPAS  
KUANTAN-II Di KELURAHAN SEKIP KECAMATAN LIMA  
PULUH KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU  
(Studi Kasus Pada Pisang Goreng Kipas Kuantan-II)**

**OLEH :**

**IMBRAN RUSADI**  
**NPM : 154210439**

**SKRIPSI**

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



**UNIVERSITAS**  
**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**PEKANBARU**  
**2023**  
**ISLAM RIAU**

**DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :**

**PERPUSTAKAAN SOEMAN HS**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin



**STRATEGI PEMASARAN USAHA PISANG GORENG KIPAS KUANTAN-II  
DI KELURUHAN SEKIP KECAMATAN LIMA PULUH  
KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU  
( STUDI KASUS PADAPISANG GORENG KIPAS KUANTAN-II)**

**SKRIPSI**

**NAMA : IMBRAN RUSADI  
NPM : 154210439  
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 23 DESEMBER 2022 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN YANG DISEPAKATI. KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**MENYETUJUI  
DOSEN PEMBIMBING**

**Dr. Fahrial, SP., SE., ME**

DEKAN FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP  
NIDN: 0013086004**

KETUA PROGRAM  
STUDI AGRIBISNIS



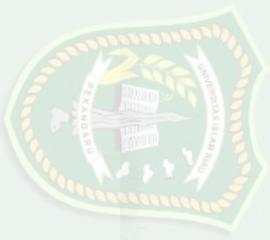
**Sisca Vaulina, SP. MP  
NIDN: 1021018302**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP  
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin



KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN  
DALAM UJIAN KOMPREHENSIF FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

TANGGAL 23 DESEMBER 2022

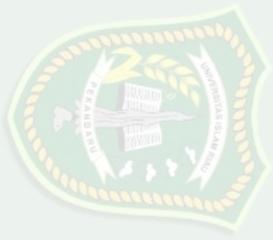
NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
2	Dr. Fahrial, SP., SE., ME	Ketua	
3	Khairizal, SP., M.MA	Anggota	
3	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Anggota	
4	Sisca Vaulina, SP., MP	Notulen	

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



## LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu!*

*Sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan*

*Maka apabila engkau telah selesai(dari suatu urusan),*

*Tetap lah bekerja keras (untuk urusan yang lain),*

*Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap (QS. Asy-Syarfi:6-8)*

*Maka nikmat Tuhanmu mana lagi yang kau dustakan (QS. Ar-Rahman:13)*

*Puji syukur selalu ku panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat, karunianya serta kasih sayangnya yang tak terhingga skripsi ini dapat terselesaikan pada waktu yang tepat. Rintangan dan halangan yang telah di hadapi selama penulisan skripsi inisaya meyakini adalah sebuah pertanda akan janji-janjimu yang pasti. Sholawat serta salam selalu kusampaikan dalam shalatku dan keseharianku yang mengingatkanku kepada engkau adalah pembuka pintu cahaya dalam kegelapan dunia ini.*

*Skripsi ini ku persembahkan sepenuhnya kepada dua orang terhebat dalam hidupku sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terima kasihku, Bapak Suratman dan ibu Erlina, keduanyaalah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga aku bisa mencapai tahap dimana skripsi ini akhirnya selesai pada waktu yang tepat. Terimakasih atas segala pengorbanan, nasehat, dan do'a baik yang tak pernah berhenti kalian berikan padaku. Aku menjadi orang paling beruntung dan bersyukur dengan keberadaan kalian sebagai orang tuaku. Sekali lagi ku ucapkan Terimakasih.*

*Bapak dosenku yang sangat baik hati Dr. Fahrial, SP., SE., ME. Kini mahasiswa mu telah genap menjadi sarjana, terimakasih atas bimbingan selama ini karena atas bimbingan ibu saya bisa menyelesaikan skripsi ini dan mendapat gelar sarjana pertanian.*

*Untuk keluargaku yaitu Sulis Setia Wati , Jastin dan juga keluarga besarku terimakasih telah memberikan semangat dan motivasi sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.*

*Untuk teman-temanku seperjuangan satu angkatan agribisnis. Terimakasih telah memberikan semangat, motivasi, saran dan do'a selama perkuliahan. Insyaallah saya akan selalu mengingat semangat kita berjuang meraih gelar sarjana ini.*

## BIOGRAFI PENULIS



Imbran Rusadi L lahir di Desa Trukosari pada tanggal 18 Febuary 1996. Merupakan anak yang ke pertama dari 3 bersaudara, anak pertanama Imbran Rusadi, yang kedua Sulis Setia Wati, dan yang ketiga Jastin, dari pasangan bapak Suratman dan Ibu Erlina. Penulis menempuh pendidikan pada jenjang Sekolah Dasar

(SD) di SDN 1 Banjar Balam dan lulus pada tahun 2008. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP N 1 Banjar Balam dan lulus pada tahun 2011, kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMK) di SMK N 1 Pasir Penyus Pada Tahun 2014.

Pada tahun 2015/2016 penulis secara resmi diterima sebagai mahasiswa prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau Pekanbaru. Pada tanggal 22 Desember 2022 penulis berhasil mempertahankan Skripsi yang berjudul **“Strategi Usaha Pisang Goreng Kipas Kuantan-II di Kelurahan Sekip Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru Riau”** di sidang ujian komprehensif Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau dan sekaligus penulis berhak memperoleh gelar **Sarjana Pertanian (SP).**

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



## ABSTRAK

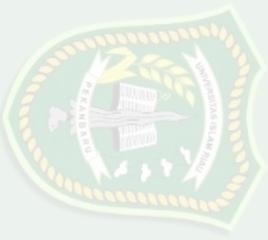
**Imbran Rusadi (154210439) Strategi Pemasaran Usaha Pisang Goreng Kipas Kuantan-II Di Kelurahan Skip Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru Provinsi Riau (Studi kasus Pada Pisang Goreng Kipas Kuantan-II), Pembimbing Bpk Dr.Fahrial,SE,SP,ME.**

Untuk melakukan usaha pisang goreng kipas Kuantan-II pengusaha dihadapi berapa permasalahan diantaranya penggunaan teknologi yang sederhana dan banyaknya pesaing sejenis sehingga akan berdampak rendahnya keuntungan untuk pengusaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) karakteristik pengusaha dan karyawan dan profil usaha pisang, (2) saluran dan lembaga, fungsi, biaya, margin, efisiensi, (3) strategi pemasaran pisang goreng kipas, metode penelitian dalam menggunakan metode survey di Kelurahan Sekip Kecamatan Lima puluh pada Desember 2019 hingga bulan Februari 2020. Analisis secara deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif. (1) Hasil penelitian pengusaha berumur 51 tahun dan umur karyawannya berada pada umur produktif, rata-rata yaitu 23,74 tahun. Tingkat pendidikan pengusaha 12 tahun (SMA), dan rata-rata tingkat pendidikan karyawan 11,52 tahun (SMP), jumlah tanggungan keluarga pengusaha yaitu 3 jiwa dan karyawan rata-rata 2 jiwa. (2) Lembaga dan saluran pemasaran yang terlibat dalam pemasaran pisang goreng kipas dalam pengusaha dan pedagang pengecer, fungsi pemasaran yang terlibat dalam pemasaran dalam fungsi penjualan, fungsi pembelian, fungsi pengangkutan, fungsi permodalan dan informasi pasar. Sementara itu dalam pembiayaan pemasaran harga jual pengusaha sebesar 3000/pcs, biaya transportasi sebesar 24,41, biaya bongka muat 5,42, biaya pengemasan 6,78, margin 1000 dan efisiensi pemasaran sebesar 3%. 7 P strategi yang diterapkan adalah (product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process).

**Keyword : Pisang Kipas, Pemasaran, Strategi.**

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**





## ABSTRACT

**Imbran Rusadi (154210439) Business Marketing Strategy for Kuantan Fan Fried Bananas-II in Skip Village, Lima Puluh District, Pekanbaru City, Riau Province (Case Study on Kuantan Fan Fried Bananas-II), Advisor Mr. Dr.Fahrial,SE,SP,ME.**

To run the Kuantan-II fan fried banana business, entrepreneurs face a number of problems including the use of simple technology and the many similar competitors so that it will have a low profit impact for entrepreneurs. This research aims to analyze: (1) the characteristics of entrepreneurs and employees and business profiles of bananas, (2) channels and institutions, functions, costs, margins, efficiency, (3) marketing strategy for fried banana fans, research methods using survey methods in Kelurahan Sekip Lima Puluh District in December 2019 to February 2020. Analysis is descriptive qualitative and quantitative analysis. (1) The research results show that entrepreneurs are 51 years old and their employees are of productive age, the average is 23.74 years. The entrepreneur's education level is 12 years (SMA), and the average employee education level is 11.52 years (SMP), the number of dependents of the entrepreneur's family is 3 people and the average employee is 2 people. (2) Institutions and marketing channels involved in marketing fried banana fans in entrepreneurs and retailers, marketing functions involved in marketing in the sales function, purchasing function, transportation function, capital function and market information. Meanwhile, in marketing financing, the entrepreneur's selling price is 3000/pc, transportation costs are 24.41, loading and unloading costs are 5.42, packaging costs are 6.78, margins are 1000 and marketing efficiency is 3%. The 7 P's of the strategy applied are (product, price, place, promotion, people, physical evidence and process).

**Keyword :Banana Fan, Marketing, Strategy.**

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan usaha penelitian ini dengan judul “ Strategi Pemasaran Usaha Pisang Kipas Kipas Kuantan-II di Kelurahan Sekip Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru Provinsi Riau (Studi kasus pada pisang goreng kipas kuantan-II)”. Hasil skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

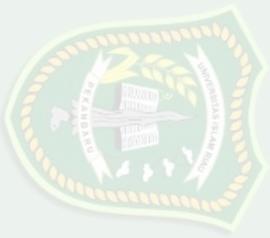
Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam proses skripsi ini, yaitu Dr.Fahrial, SE,SP,ME selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, pemikiran maupun tenaga dalam memberikan bimbingan, motivasi, kritik dan saran yang membangun kepada penulis sehingga usulan penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulisan telah banyak berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai hasil yang baik, namun apabila terjadi kekurangan semua itu disebabkan kemampuan yang terbatas. Oleh karena itu kritik dan saran yang mendukung sangat diharapkan demi kesempurnaan usulan penelitian iini. Harapannya, hasil penelitisn ini bermanfaat bagi kita semua. Amin

Pekanbaru, Maret 2023

**UNIVERSITAS**  
Penulis  
**ISLAM RIAU**





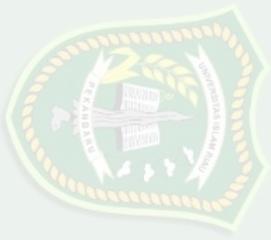
## DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRAK</b> .....	I
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	li
<b>DAFTAR ISI</b> .....	lii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	Vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	Ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	X
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Pandangan Islam Terhadap Pisang.....	9
2.2 Defenisi Tanaman Pisang.....	10
2.4 Syarat Tumbuh Pisang.....	10
2.3. Karakteristik Pengusaha Pengolahan Pisang.....	11
2.3.1. Umur.....	11
2.3.2. Tingkat Pendidikan.....	12
2.3.3 Pengalaman Berusaha.....	12
2.3.4 Jumlah Tanggungan Keluarga.....	13



2.4.	Konsep Pemasaran.....	14
2.4.1.	Pengertian Pemasaran.....	14
2.4.2.	Lembaga dan Saluran Pemasaran.....	15
2.4.3.	Fungsi Pemasaran.....	16
2.4.4.	Biaya Pemasaran.....	17
2.4.5.	Margin Pemasaran.....	17
2.4.6.	Keuntungan Pemasaran.....	19
2.4.7.	<i>Farmer's Share</i> .....	19
2.4.8.	Efisiensi Pemasaran.....	20
2.5.	Strategi Pemasaran.....	21
2.5.1.	Bauran Pemasaran.....	21
2.7.	Penelitian Terdahulu.....	24
2.8.	Kerangka Pemikiran.....	31
<b>III.</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1.	Metodologi, Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.2.	Responden Penelitian.....	34
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.	Konsep Operasional.....	35
3.5.	Analisis Data.....	37
3.5.1.	Analisis Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Pisang Kipas .....	37
3.5.2.	Analisis Sistem Pemasaran (Saluran dan lembaga fungsi, Biaya,Keuntungan, <i>Farmer's Share</i> , Efisiensi) diKecamatan Lima Puluh.....	37



3.5.3.	Analisis Sistem Strategi Pemasaran Pisang Kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima puluh.....	41
--------	---	----

**IV GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN..... 42**

4.1	Keadaan Geografis dan Topografis.....	42
-----	---------------------------------------	----

4.2	Keadaan Umum Penduduk.....	42
-----	----------------------------	----

4.2.1	Jumlah Penduduk dan Jenis Kelamin.....	43
-------	--	----

4.2.2	Tingkat Pendidikan.....	45
-------	-------------------------	----

4.2.3	Keadaan Sosial dan Ekonomi .....	46
-------	----------------------------------	----

4.2.4	Kehidupan Pertanian.....	47
-------	--------------------------	----

**V HASIL DAN PEMBAHASAN..... 48**

5.1	Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Pisang Goreng Kipas Kuantan-II.....	48
-----	--	----

5.1.1	Karakteristik Pengusaha.....	48
-------	------------------------------	----

5.1.2	Profil Usaha.....	52
-------	-------------------	----

5.2	Penggunaan Teknologi.....	55
-----	---------------------------	----

5.3	Analisis Sistem Pemasaran (Saluran dan Lembaga, Fungsi, Biaya, Margin, Keuntungan, <i>farmer's share</i> , Efisiensi) Pisang Goreng Kipas Kuantan-II.....	57
-----	---	----

5.3.1	Lembaga dan saluran.....	57
-------	--------------------------	----

5.3.2	Fungsi pemasaran.....	58
-------	-----------------------	----

5.3.3	Biaya pemasaran.....	61
-------	----------------------	----

5.3.4	Margin Pemasaran.....	62
-------	-----------------------	----

5.3.5	Keuntungan Pemasaran.....	63
-------	---------------------------	----

5.3.6	Efisiensi Pemasaran.....	63
-------	--------------------------	----

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



5.3.7	<i>Farmer's Share</i> .....	64
5.4	Strategi Pemasaran Pisang Goreng Kipas Kuantan-II.....	64
5.4.1	Bauran Pemasaran.....	64
<b>VI</b>	<b>KESIMPULAN SARAN</b> .....	<b>69</b>
6.1	Kesimpulan.....	69
6.2	Saran.....	70
<b>VII</b>	<b>DAPFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>71</b>
<b>VIII</b>	<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>75</b>

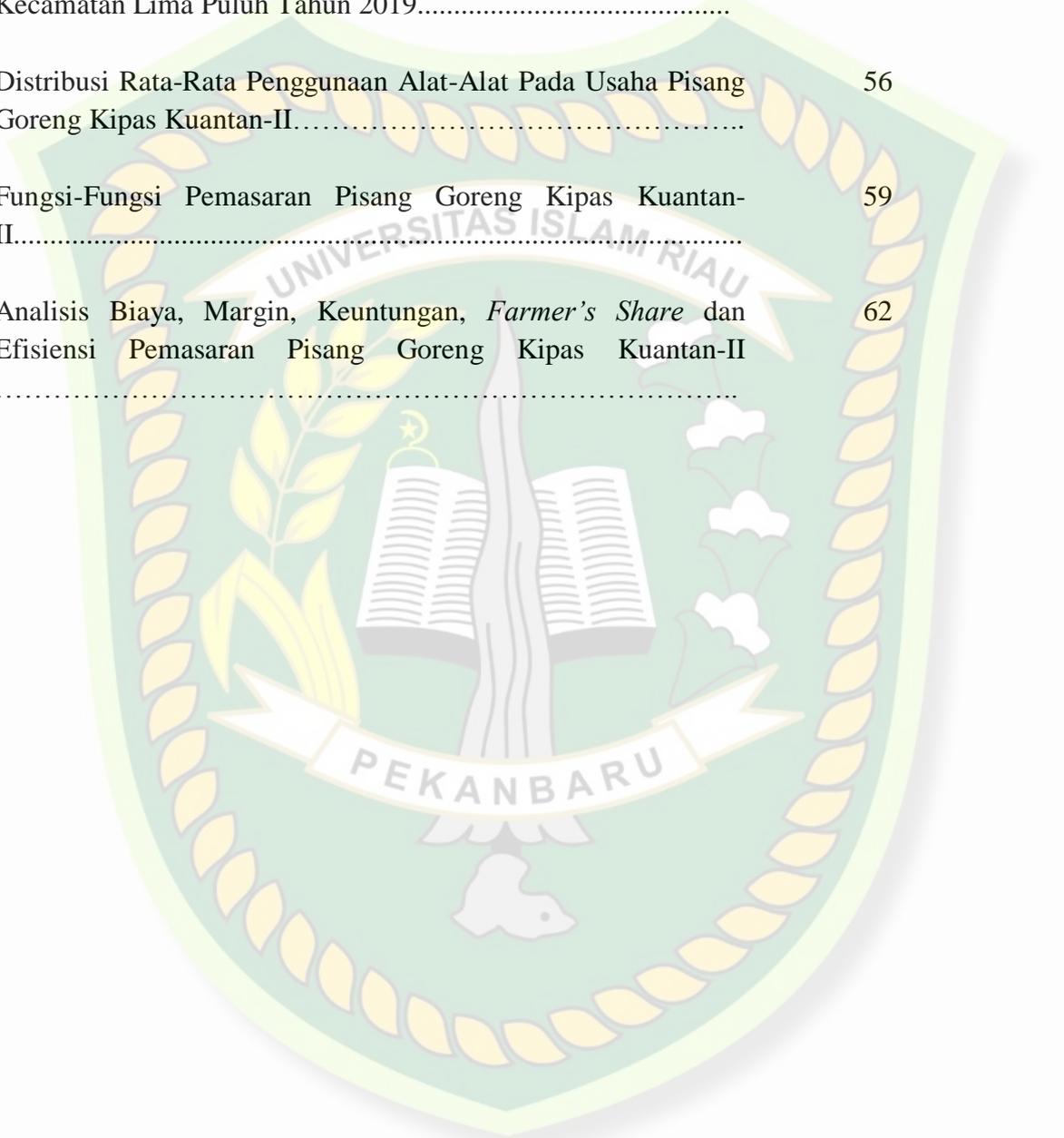
# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## DAFTAR TABEL

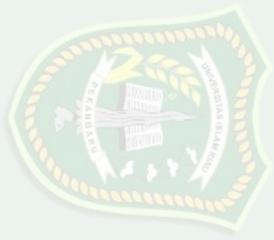
Tabel	Halaman
1. Tanaman Akhir, Tanaman Baru dan Produktivitas Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Riau 2020.....	3
2. Tanaman Akhir, Tanaman Baru dan Produktivitas Menurut Kecamatan di Kota Pekanbaru 2020.....	4
3. Kriteria Strategi Pemasaran Pisang Goreng Kipas Kuantan-II.....	41
4. Daftar Nama Kelurahan di Kecamatan Limapuluh dan Luas Wilayah dan Persentase Wilayah Kecamatan Lima Puluh, 2018.....	43
5.. Jumlah Penduduk Menurut Kelurahan dan Jenis Kelamin di Kecamatan Limapuluh, 2018.....	44
6. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Kecamatan Lima Puluh 2019.....	44
7. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan, Umur di Kecamatan Lima Puluh 2019.....	44
8. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Kecamatan Lima Puluh 2019.....	45
9. Jumlah Penduduk Menurut Lapangan Pekerjaan di Kecamatan Lima Puluh 2019.....	46
10. Produksi Buah-Buahan dan Jenis Tanaman di Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru 2018.....	47
11. Distribusi Umur, Pendidikan, Pengalaman Berusaha dan Jumlah Tanggungan Keluarga Pelaku Usaha dan Tenaga Kerja Pada Usaha Pisang Goreng Kipas Kuantan-II .....	49



12.	Penggunaan Tenaga Kerja Pisang Goreng Kipas Kuantan –II di Kecamatan Lima Puluh Tahun 2019.....	54
13.	Distribusi Rata-Rata Penggunaan Alat-Alat Pada Usaha Pisang Goreng Kipas Kuantan-II.....	56
14.	Fungsi-Fungsi Pemasaran Pisang Goreng Kipas Kuantan-II.....	59
15.	Analisis Biaya, Margin, Keuntungan, <i>Farmer's Share</i> dan Efisiensi Pemasaran Pisang Goreng Kipas Kuantan-II .....	62

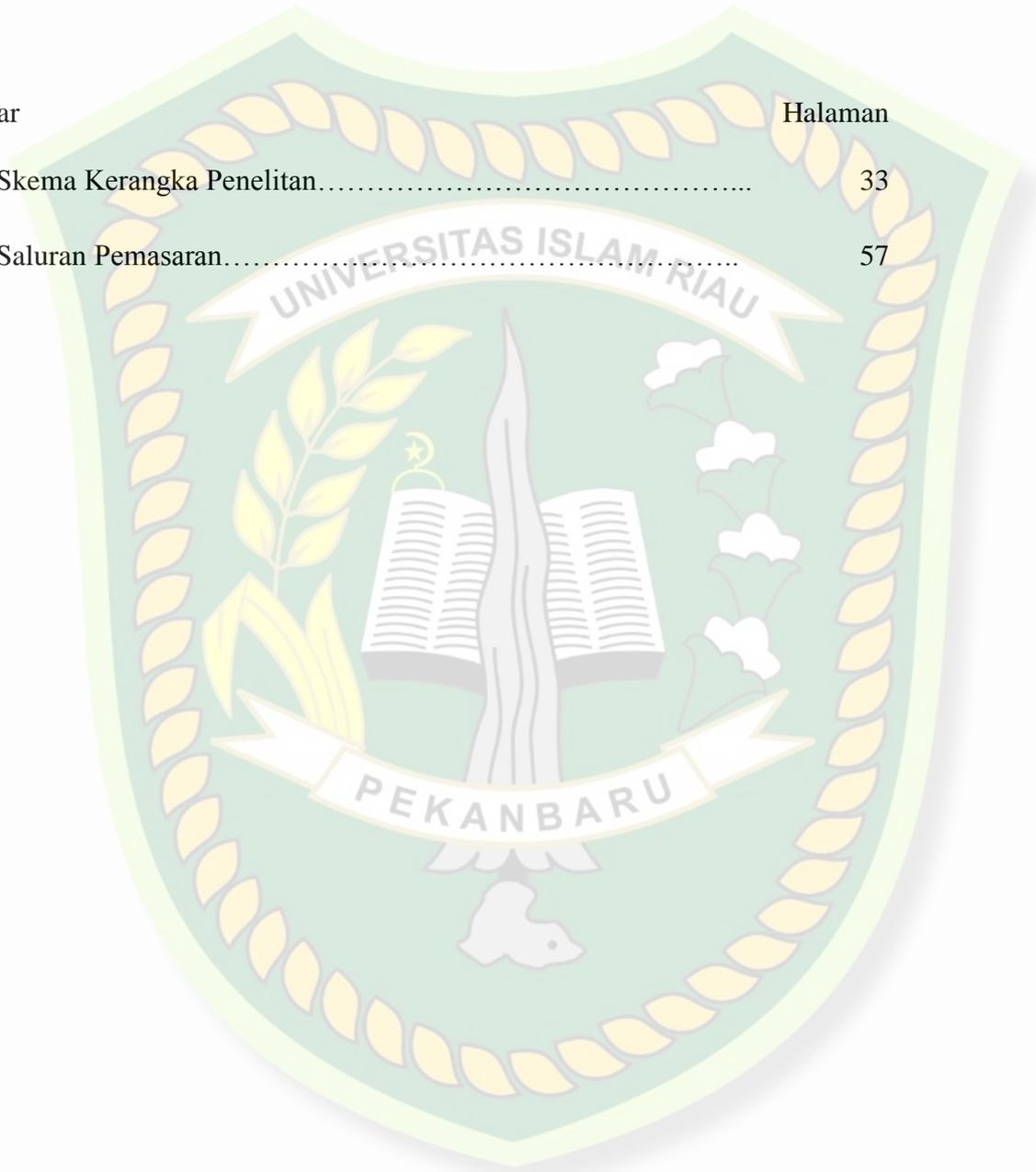


# UNIVERSITAS ISLAM RIAU



## DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2	Skema Kerangka Penelitian.....	33
3	Saluran Pemasaran.....	57



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :  
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Pengusaha dan Karyawan Pisang Goreng Kipas.....	76
2. Biaya Operasional dan Identitas Konsumen Pemasaran.....	77
3. Karakteristik 7 P.....	78
4. Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Pisang Goreng Kipas Kuantan –II Di Kecamatan Lima Puluh.....	82
5. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja.....	83
6. Distribusi Biaya Alat.....	84
7. Struktur Organisasi Pisang Goreng Kipas Kuantan-II .....	85
8. Dokumentasi.....	86

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :  
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

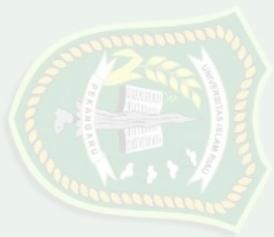
## I. PENDAHULUAN

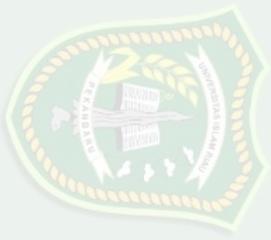
### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya dalam sumber daya alam, dimana sebagai penduduknya bergantung pada sektor pertanian dalam arti luas baik dari subsektor tanaman pangan, subsektor hortikultura, subsektor perkebunan, subsektor perikanan, subsektor perternakan dan subsektor kehutanan. Subsektor pertanian memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian bangsa sebagai pendapatan devisa Negara dan membuka lapangan pekerjaan.

Pertanian merupakan salah satu sektor utama yang menunjukkan perkembangan ekonomi Indonesia. sejak dahulu sampai sekarang, sektor ini selalu menempatkan diri dalam lima besar pengisi pendapatan negara. pertanian memegang peranan yang sangat penting bagi pembangunan ekonomi Indonesia. pentingnya peranan ini menyebabkan bidang ekonomi diletakkan pada pembangunan ekonomi dengan titik berat pada sektor pertanian. pembangunan pertanian diarahkan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam Negeri, meningkat ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong kesempatan berusaha (Amsal,2012).

Dalam perkembangannya, salah satu subsektor yang mendapatkan perhatian utama adalah tanaman pangan, khusus untuk komoditas pisang, pengembangannya demikian penting mengingat prospek permintaannya yang terus meningkat dan potensi produksinya yang masih bisa terus ditingkatkan. perkembangan industri yang disertai dengan urbanisasi meningkat permintanan tanaman pisang. Proporsi pengeluaran untuk komoditas tersebut





lebih besar bagi penduduk kota dibanding penduduk desa. Demikian juga untuk penduduk berpendapatan tinggi proporsi tersebut lebih besar dibanding penduduk berpenghasilan rendah. selain itu pengembangan produksi pisang di Indonesia masih terbuka lebih untuk ekspor.

Banyak komoditas yang berpotensi besar untuk diusahakan karena memiliki nilai ekonomi sehingga masyarakat yang membudidayakan sebagai pertanian sebagai bisnis yang cukup menjanjikan. tanaman pangan merupakan komponen penting dalam pembangunan pertanian yang terus tumbuh dan berkembang dari waktu ke waktu. salah satu tanaman pangan yang dapat ditanami di Provinsi Riau karena sesuai dengan iklim dan syarat tumbuhnya yaitu pisang, selain itu pisang juga banyak dikonsumsi masyarakat Kota Pekanbaru dalam bentuk makanan olahan.

Provinsi Riau merupakan dimana sebagai besar masyarakatnya bermata pencarian sebagai pengusaha industri skala kecil. dan tetapi juga di Daerah tersebut sebagian masyarakatnya juga bermata pencariannya berkebunan dan berpotensi untuk dijadikan berbagai macam makanan olahan, seperti buah pisang memiliki daya tarik sebagai bahan baku industri dan juga buah pisang mudah tumbuh subur berbagai jenis, yaitu salah satunya pisang kepok. berikut dalam mengenai perkembangan Tanaman akhir, Tanaman baru dan Produktivitas pisang di Provinsi Riau dapat dilihat pada tabel 1.

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



Tabel 1. Tanaman Akhir, Tanaman Baru dan Produktivitas Pisang Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Riau Tahun 2019

No	Kabupaten	Tanaman Akhir	Tanaman Baru	Produktivitas
		(Pohon)	(Ton)	(Ton/Pohon)
1	Bengkalis	127.888	100.592	0,78
2	Dumai	16.938	23.261	0,72
3	Indragiri Hilir	58.457	59.859	0,97
4	Indragiri Hulu	21.992	23.852	0,92
5	Kampar	73.634	80.366	0,91
6	Kepulauan Meranti	18.407	10.771	1,71
7	Kuantan Singingi	44.351	39.709	1,11
8	Pekanbaru	4.377	5.623	0,77
9	Pelalawan	7.028	4.814	1,45
10	Rokan Hilir	24.149	25.021	0,96
12	Rokan Hulu	18.556	21.848	0,84
13	Siak	50.094	38.643	1,29
Jumlah		465.871	434.359	11,1

Sumber: BPS,Riau Dalam Angka 2020

Berdasarkan tabel 1, menunjukkan bahwa Kabupaten Bengkalis memiliki tanaman akhir tertinggi sebesar 127.888 pohon, sedangkan tanaman baru sebesar 100.592 ton. dengan produktivitas sebesar 0,78 dibandingkan dengan Kabupaten Kepulauan Meranti memiliki jumlah produktivitas sebesar 1,71 lebih tinggi dibandingkan dengan Kabupaten lainnya. Sedangkan Kota Pekanbaru memiliki tanaman akhir 44.351 dengan tanaman baru sebesar 5.623 ton dan memiliki produktivitasnya yaitu 1,45 melebihi dari Kabupaten Indragiri Hilir

Kota Pekanbaru merupakan salah satu Kota yang ada di Provinsi Riau dimana sebagai besar masyarakatnya bermata pencarian sebagai pengusaha industri skala kecil. akan tetapi di Daerah tersebut sebagian besar juga bermata pencarian sebagai bertani, tanah-tanah yang digarap penduduk untuk dijadikan



lahan berkebun rakyat biasanya petani tanaman seperti tanaman tumpang sari yang disitu ada jagung, pisang dan ubi. biasanya masyarakat menggarap tanah tersebut ada milik sendiri atau menyewa. maka dari itu kurangnya yang membudiyakan pisang .

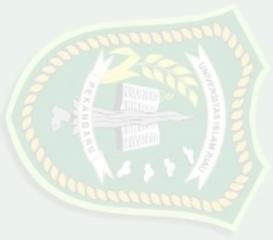
Data Tanaman akhir, tanaman baru dan produktivitas pisang di Kecamatan disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Tanaman Akhir, Tanaman Baru dan Produktivitas Pisang Menurut Kecamatan di Kota Pekanbaru Tahun 2019

No	Kecamatan	Tanaman Akhir	Tanaman Baru	Produktivitas
		(Pohon)	(Ton)	(Ton/Pohon)
1	Rumbai Pesisir	1.167	611	523,5
2	Sail	0	0	0
3	Tampan	32	24	0,75
4	Marpoyan Damai	17	3	0,17
5	Bukit Raya	0	12	0
6	Tenayan Raya	903	1.586	0,001
7	Rumbai	2.128	3.330	1,56
8	Payung Sekaki	48	40	0,83
9	Lima Puluh	52	0	0
10	Senapelan	0	2	0
11	Pekanbaru Kota	0	0	0
12	Sukajadi	30	15	0,5
Jumlah		4.377	5.623	527,3

Sumber: BPS, Riau Dalam Angka, 2020

Berdasarkan tabel 2. menunjukkan bahwa Kecamatan Tenayan Raya memiliki jumlah pohon dan berproduksi tinggi dibandingkan dengan Kecamatan yang lain, dapat dilihat Kecamatan Rumbai memiliki tanaman akhir sebesar 2.128 pohon, sedangkan tanaman baru 3.330 ton. tetapi memiliki produktivitas yang rendah sebesar 0,001. dan ada juga yang memiliki tanaman akhir dan tanaman baru tinggi tetapi produktivitasnya rendah yaitu Kecamatan Tenayan Raya.

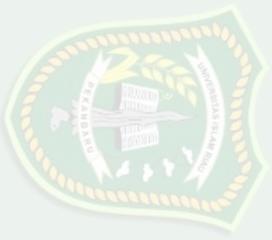


sedangkan Pekanbaru Kota jumlah pohon nol, produksinya 0 Ton dan produktivitas nol. karena tidak ada lahan pertanian di kota dan juga belum bisa mengoptimalkan sumber dayanya. karena kurangnya petani yang membudidayakan sedangkan pisang hanya tanaman sebagai tanaman tumpang sari.

Kecamatan Lima Puluh merupakan salah satu Kecamatan di Kota Pekanbaru memiliki luas wilayah 4,04 Ha yang terdiri dari empat Kelurahan dimana didalam terdapat Kelurahan Skip di Jalan Kuantan Raya. Kelurahan Sekip sebagian besar penduduknya bermata pencarian sebagai petani, namun kurangnya petani yang membudidayakan pisang sehingga untuk memenuhi kebutuhan pengusaha pengelola pisang yang ada di Kecamatan Lima Puluh membeli pisang dari Desa sebelah ataupun luar daerah seperti Lampung dan Sumatera Barat .

Pisang merupakan makan yang banyak digemari oleh masyarakat dan juga dapat dijangkau oleh semua kalangan. keberadaan usaha kecil seperti pisang goreng kipas kuantan-II dapat diharapkan untuk menciptakan peluang kerja, meningkatkan produksi dan menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan tersebut dan diharapkan juga dapat berpengaruh dalam meningkatkan ekonomi masyarakat lokal. Faktor-faktor yang mendorong pengusaha untuk menjadi pisang goreng kipas kuantan-II, antara lain karena ketersediaan bahan baku, harga yang cukup relatif. untuk mendapatkan penghasilan dan usaha ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan .

Dalam usaha pisang goreng kipas kuantan-II yang dipimpin oleh Yana patriana dan Susi hartini adalah sepasang suami istri yang didirikan pada sejak



tahun 1991 hingga saat ini. dalam usaha pisang goreng kipas kuantan-II merupakan salah satu usaha yang mengolah buah pisang menjadi pisang goreng kipas dan tujuhan untuk meningkatkan keuntungan melalui usaha pisang goreng kipas kuantan-II. untuk menjalankan usaha tersebut tidak hanya berfokus kepada keuntungan tetapi juga bagaimana usaha untuk berkembang di masa yang akan datang. hal tersebut adanya peluang seperti produk lokal dan tingginya permintaan konsumen dalam usaha pisang goreng kipas kuantan-II, selain mempunyai rasa yang manis dan gurih juga sebagai makanan khas Kota Pekanbaru.

Dalam menjalankan usaha pisang goreng kipas pengusaha dihadapi ada beberapa permasalahan yang dihadapi, antaranya: bahan baku dari luar daerah, produk tidak tahan lama dan adanya pesaing sejenis. untuk kedepannya usaha pisang goreng kipas Kuantan-II, pengusaha juga menghadapi resiko kemungkinan yang akan dihadapinya, seperti : turunnya harga penjualan pisang dan adanya pesaing sejenis. sehingga akan berdampak pada keuntungan kepada pengusaha pisang goreng kipas kuantan-II pada masa akan datang .

Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “Strategi pemasaran usaha pisang goreng kipas (studi kasus usaha pisang goreng kipas kuantan-II) di Kelurahan Sekip Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini sebagai tersebut:



1. Bagaimana karakteristik pengusaha dan profil usaha pisang goreng kipas kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh ?
2. Bagaimana sistem pemasaran pisang goreng kipas Kuantan-II (saluran dan lembaga, fungsi, biaya, efisiensi, margin) di Kecamatan Lima Puluh ?
3. Bagaimana strategi pemasaran usaha pisang goreng kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh ?

### 1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis:

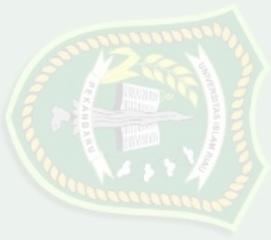
1. Karakteristik pengusaha dan profil usaha pemasaran pisang goreng kipas kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh.
2. Analisis sistem pemasaran pisang goreng kipas Kuantan-II (saluran dan lembaga, fungsi, biaya, efisiensi, margin, keuntungan, *fahmer's Share*) di Kecamatan Lima Puluh.
3. Analisis strategi pemasaran usaha pisang goreng kipas kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta informasi yang bermanfaat bagi:

1. Bagi Penelitian

Menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pertanian di Universitas Islam Riau.

2. Bagi Pengusaha



Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pemikiran dalam peningkatan usaha sehingga mampu memberikan pendapatan yang lebih baik.

### 3. Bagi Pemerintah

Diharapkan dapat memberi masukan dan bahan pertimbangan mengenai pembuatan kebijakan kestabilan dan pemerintahan harga pisang agar dapat meningkatkan pendapatan petani pisang dalam pemasarannya.

### 4. Bagi Pembaca

Hasil kajian ini dapat dijadikan bahan studi kepustakaan untuk penelitian selanjutnya.

#### **1.4 Ruang Lingkup Penelitian**

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah menggunakan karakteristik pengusaha dan profil usaha pengolaha pisang kipas, menganalisis usaha pengolahan yang meliputi teknologi produksi, penggunaan faktor produksi, biaya produksi, pendapatan dan efisensi yang mempengaruhi pengembangan usaha pengolahan usaha pisang kipas disampai itu juga akan dibahas mengenai pemasaran pisang kipas yang dilakukan produsen.

# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pandang Islam

Pisang merupakan buah yang disebut dalam Alquran dan manfaatnya baik untuk kesehatan. Masyarakat Indonesia sudah terbiasa mengkonsumsi pisang sebagai buah pencuci mulut, hajatan, upacara adat dan panganan lokal di berbagai daerah.

Pisang juga banyak diolah menjadi makanan camilan yang lezat, seperti pisang goreng, pisang keju, keripik pisang, kue pisang, dan lain sebagainya. Hal ini karena kandungan nutrisi dalam pisang sangat besar, kaya akan manfaat untuk kesehatan dan ternyata buah pisang menjadi salah satu buah yang ada di surga.

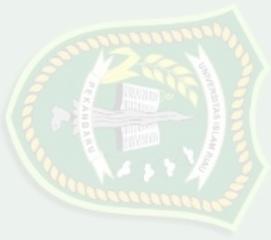
Allah SWT menceritakan tentang para penghuni surga dan kenikmatan yang dialami mereka dengan firman-nya:

وَأَصْحَابُ الْيَمِينِ مَا أَصْحَابُ الْيَمِينِ (٢٧) فِي سِدْرٍ مَّخْضُودٍ (٢٨) وَطَلْحٍ مَّنضُودٍ (٢٩) وَظِلٍّ مَّمْدُودٍ (٣٠) وَمَاءٍ مَّسْكُوبٍ (٣١) وَفَاكِهَةٍ كَثِيرَةٍ (٣٢) لَا مَقْطُوعَةٍ وَلَا مَمْنُوعَةٍ (٣٣) وَفُرُشٍ مَّرْفُوعَةٍ (٣٤) إِنَّا أَنْشَأْنَاهُنَّ إِنْسَاءً (٣٥) فَجَعَلْنَاهُنَّ أَبْكَارًا (٣٦) غُرُبًا أَثْرَابًا (٣٧)

#### Terjemah: Surat Al -Waqiah Ayat 27-37:

“Dan golongan kanan, alangkah mulianya golongan kanan itu (27).(Mereka) berada di antara pohon bidara yang tidak berduri (28).dan pohon pisang yang bersusun-susun (buahnya) (29).dan naungan yang terbentang luas (30).dan air yang mengalir terus-menerus (31).dan buah-buahan yang banyak(32). yang tidak berhenti (berbuah) dan tidak terlarang mengambilnya (33). dan kasur-kasur yang tebal lagi empuk (34). Kami menciptakan mereka(bidadari-bidadari) secara langsung (35). lalu Kami jadikan mereka perawan-perawan (36). yang penuh cinta dan sebaya umurnya (37)”.





## 2.2 Tanaman Pisang

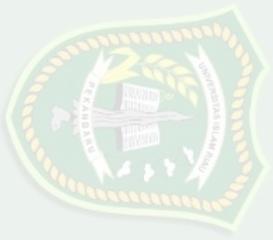
Tanaman pisang termasuk dalam golongan monokotil tahunan, pohon yang tersusun atas batang semu. batang semu ini merupakan tumpukan pelepah daun yang tersusun secara rapat teratur. pisang dikembangbiakan dengan cara vegetatif. Percabangan tanaman bertipe simpodial dengan meristem ujung memanjang dan membentuk bunga lalu buah. bagian bawah batang pisang menggembung berupa umbi yang disebut bonggol. pucuk lateral (sucker) muncul dari kuncup pada bonggol yang selanjutnya tumbuh menjadi tanaman pisang. buah pisang umumnya tidak berbiji atau bersifat partenokarpi. variasi dalam kultivar pisang, diantaranya dari warna buah, warna batang, bentuk daun, bentuk buah dan masih banyak lagi karakter yang membedakan diantara kultivar pisang (Candra, 2003).

Klasifikasi ilmiah pisang (Tjitrosoepomo, 2000):

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Divisi	: <i>Magnoliophyta</i>
Kelas	: <i>Liliopsida</i>
Ordo	: <i>Zingiberales</i>
Famili	: <i>Musaceae</i>
Genus	: <i>Musa</i>
Spesies	: <i>Musa paradisiaca</i> L.

### 2.2.2 Syarat Tumbuh Pisang

Tanaman pisang dapat ditanam dan tumbuh dengan baik pada berbagai macam topografi tanah, baik tanah datar atau pun tanah miring. produktivitas pisang yang optimum akan dihasilkan pisang yang ditanam pada tanah datar pada ketinggian di bawah 500 m di atas permukaan laut (dpl) dan keasaman tanah pada pH 4,5-7,5. suhu harian berkisar antara 25°C-38°C dengan curah hujan 2000-3000 mm/tahun. pisang merupakan tanaman yang berbuah hanya sekali, kemudian



mati. Tingginya antara 2-9 m, berakar serabut dengan batang bawah tanah (bonggol) yang pendek, dari mata tunas yang ada pada bonggol inilah bisa tumbuh tanaman baru (Cahyono, 2009).

Pisang sudah dikenal sebagai buah yang lezat dan berkasiat bagi kesehatan karena pisang mengandung gizi yang baik antara lain menyediakan energi cukup tinggi dibandingkan dengan buah-buahan lain dan harganya juga relatif murah namun memiliki manfaat yang cukup besar. rata-rata kandungan setiap 100 gr daging buah pisang terdiri atas energi 90 kkal, karbohidrat 22,84 gr, protein 1,09 gr, lemak 0,33 gr, serat 2,6 fg, kalsium 5 mg, fosfor 22 mg, zat besi 0,26 mg, tembaga 0,078 mg, potasium 358 mg, magnesium 27 mg, vitamin A 64 mg, vitamin B1 0,031 mg, vitamin C 8,7 mg, vitamin E 0,1 mg (Wardhany K. H, 2014).

### **2.3 Karakteristik Pengusaha Pengolahan Pisang**

Karakteristik merupakan ciri atau karakteristik yang secara alami melekat pada diri seseorang yang meliputi umur, jenis kelamin, rasa tau suku, pengalaman, agama atau kepercayaan dan sebagainya. adapun karakteristik petani yang akan diteliti sebagai berikut: umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga (Caragih, 2013).

#### **2.3.1 Umur**

Umur adalah salah satu faktor yang dikaitan erat drngan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usaha, umur, dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seorang dalam berkerja bagaimana dalam kondisi yang



masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat berkerja dengan baik dan maksimal (Hasyim, 2006)

Bagi pengusaha yang lebih tua jadi mempunyai kemampuan berusaha yang konservatif dan lebih mudah lelah, sedangkan pengusaha muda mungkin lebih miskin dalam pengalaman dan keterampilan tetapi biasanya sifatnya lebih progresif terhadap resiko, maka faktor sikap yang lebih progresi terhadap inovasi baru inilah yang lebih cenderung membentuk nilai perilaku pengusaha usia muda lebih berani menanggung resiko (Soekartiwi,2002)

Umur seseorang menentukan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut.semakin berat pekerjaan secara fisik maka semakin turun pula prestasinya. namun, dalam hal tanggung jawab semakin tua umur tenaga kerja tidak akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman (Suratiyah,2008).

### **2.3.2 Tingkat Pendidikan**

Tingkat pendidikan pada umumnya menunjukan daya kreatifitas manusia dalam berfikir dan bertindak. pendidikan rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam mamfaatkan sumber daya alam yang tersedia (Kartasapoetra, A . G. 1994)

Menurut Anwar Prabu Mangkunegara (2003) tingkat pendidikan adalah suatu proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistimatik dan terorganisir, yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoristik untuk tujuan-tujuan umum.

# ISLAM RIAU



### **2.3.3 Pengalaman Berusaha**

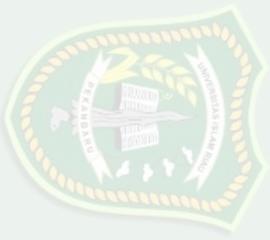
Pengalaman bekerja biasanya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja dalam bidang tertentu, hal ini disebabkan karena semakin lama orang tersebut bekerja, berarti pengalaman bekerjanya tinggi sehingga secara langsung akan mempengaruhi pendapatan. (Suwita, 2011).

Belajar dengan mengamati pengalaman pengusaha lain sangat penting karena merupakan cara yang lebih baik untuk mengambil keputusan daripada dengan cara mengolah sendiri informasi yang ada. misalnya seseorang pengusaha dapat mengamati dengan seksama dari pengusaha lain yang lebih mencoba sebuah inovasi baru dan ini menjadi proses belajar secara sadar. mempelajari pola perilaku baru, bisa juga tanpa disadari (Seokartawi, 2002)

### **2.3.4 Jumlah Tanggungan Keluarga**

Tanggungun keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan keluarga akan mendorong pengusaha untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya (Hasyim, 2006).

Dalam hubungan yang dinyatakan dapat dilihat melalui keengganan pengusaha terhadap resiko dengan jumlah anggota keluarga. keadaan demikian sangat beralasan, karena tentuan kebutuhan uang tunai rumah tangga yang besar, sehingga pengusaha harus dihati-hati dalam bertindak khususnya berkaitan dengan cara baru yang riskan terhadap resiko. kegagalan pengusaha dalam berusaha akan sangat berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan keluarga. jumlah anggota keluarga yang besar seharusnya memberikan dorongan yang kuat



untuk berusaha secara intensif dengan menerapkan teknologi baru sehingga akan mendapatkan pendapatan (Seokartawi, 2002).

## **2.4. Konsep Pemasaran**

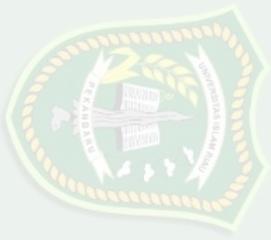
### **2.4.1 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran (*marketing*) merupakan suatu rangkaian proses kegiatan yang tak hanya mencakup penjualan terhadap barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan jasa, dimana kegiatan tersebut hanya berorientasi pada masalah penjualan tetapi jauh lebih mendalam dari itu kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan pada waktu sebelum maupun sesudah kegiatan penjualan barang atau jasa terjadi, dengan proses yang dilakukan sejak mulai rencananya produk tersebut sampai dengan cara penyampaian produk pada pelanggan (William, 2008).

Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan implementasi dari konsep produk, *pricing*, promosi, dan distribusi (ide, produk maupun jasa), sehingga dapat diciptakan pertukaran agar dapat memuaskan kebutuhan pelanggan dan perusahaan atau pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen dan konsumen atau pihak pemakai (*The America Marketing Association*, dalam Iswanto, 2008 ).

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana seorang atau sekelompok orang memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. definisi ini didasarkan pada konsep inti yaitu kebutuhan, kegiatan dan pemimpin ( Kotler dan Philip, 2000).

Pemasaran adalah semua kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. proses



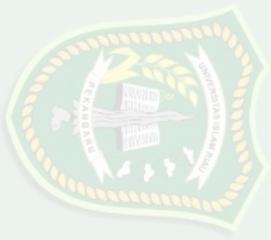
kebutuhan melibatkan kerja, dimana penjual harus mencari pembeli, menemukan dan memenuhi kebutuhan mereka, menyimpan dan mengangkutnya dan mempromosikan produk tersebut (Wijaya, 1997).

#### **2.4.2 Lembaga dan Saluran Pemasaran**

Dalam kegiatan pemasaran dilakukan melalui berbagai saluran pemasaran. Saluran pemasaran adalah pedagang dan agen atau perusahaan yang memkombinasikan antara pemindahan fisik dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen maka salah satu faktor yang terpenting yang tidak boleh diabaikan adalah memilih secara tetap saluran distribusi yang digunakan hal ini diperlukan dalam rangka usaha penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen (Kotler, 1999).

Pemasaran merupakan sistem yang mempunyai perantara yaitu lembaga-lembaga yang membantu arus perpindahan barang-barang dan jasa antara perusahaan dan pasar. golongan perantara tersebut termasuk reseller (pengangkutan dan pergudangan, perbankan, dan biro-biro iklan). fungsi perantara pemasaran itu adalah sebagai (1) percaharian pasar, (2) distribusi fisik, (3) komunikasi, (4) negosiasi, (5) pemindahan hak (Radosunu, 1986).

Dalam proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen terkadang dibutuhkan lebih dari satu lembaga pemasaran. saluran pemasaran produk pertanian biasanya lebih panjang dan beragam jika dibandingkan dengan produk industri. panjang pendeknya saluran pemasaran produk pertanian tergantung pada beberapa faktor berikut: 1) jarak antara produsen dan konsumen. 2) cepat tidaknya



produk faktor berikut. 3) skala produk, bila skala produk kecil, maka produsen tidak akan beruntung jika langsung menjualnya ke pasar. 4) posisi keuangan kuat cenderung akan memperpendek saluran pemasaran (Saefuddin dan Hanafiah, 1986)

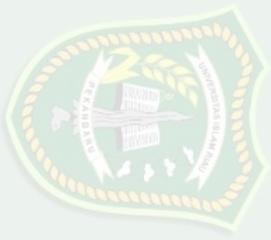
### **2.4.3 Fungsi-Fungsi Pemasaran**

Menurut Saefuddin dan Hanafiah (1986), fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran dan struktur pemasaran atau dalam perkataan lain fungsi pemasaran ini harus ditampung dan dipecahkan oleh produsen dan mata saluran barang-barangnya lembaga-lembaga lain yang terlibat dalam proses pemasaran.

Fungsi pemasaran meliputi: 1) fungsi pertukaran meliputi: penjualan, pembelian.

2) fungsi pengadaan secara fisik meliputi: permodalan, penaggungan resiko, standarisasi dan grading, serta informasi pasar. Penjualan dari masing-masing fungsi pemasaran yaitu:

- a. Fungsi pembelian adalah perpindahan barang dari produsen ke konsumen melalui proses transaksi.
- b. Fungsi penjualan adalah mengalihkan barang kepada pihak pembeli dengan harga yang terjangkau atau memuaskan
- c. Fungsi penyiapan adalah menahan barang-barang selama jangka waktu antara dihasilkan atau diterima sampai dengan dijual dengan demikian penyimpanan menciptakan kegunaan waktu.
- d. Fungsi pengangkutan adalah Bergeraknya atau berpindahnya barang-barang dari tempat produksi dan tempat penjualan ke tempat-tempat dimana barang-barang tersebut dipakai.



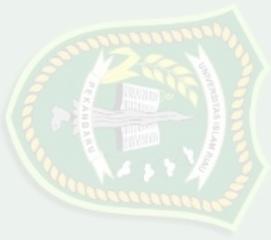
- e. Fungsi permodalan adalah mencari dan mengurus modal atau yang berkaitan dengan transaksi-transaksi dan urusan barang dari sector produksi sampai sector konsumsi.
- f. Fungsi penggunaan resiko adalah sebagai ketidakpastian dalam hubungannya dengan ongkos, kerugian atau kerusakan
- g. Fungsi standarisasi dan grading adalah penetapan standar golongan untuk barang-barang. Standar adalah suatu ukuran atau ketentuan mutu yang diterima oleh umum sebagai suatu yang mempunyai nilai tetap.

#### **2.4.4 Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran adalah sejumlah pengeluaran perusahaan atau petani yang diperlukan untuk pelaksanaan kegiatan yang berhubung dengan penjualan hasil produksi dan jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran (badan perantara) dan laba yang diterima oleh lembaga yang bersangkutan (Seafuddin dan Hanafih, 1986).

Dalam melakukan pemasaran fungsi-fungsi pemasaran akan terkait terhadap biaya pemasaran. biaya pemasaran yaitu yang diperlukan untuk mendapatkan gambaran kemampuan tiap segmen hasil penjualan dalam menyambung keuntungan pada perusahaan. termasuk dalam pos-pos biaya adalah biaya penjualan, penyimpanan, transportasi, bongkar muat, bunga kredit, iklan dan promosi (Siswanto, 2003).

Dalam pemasaran pisang tidak pernah lepas dari biaya-biaya pemasaran yang harus dikeluarkan oleh petani maupun pedagang, meliputi: biaya angkut, biaya pengeringan, pengutan redistribusi dan transportasi. besarnya biaya



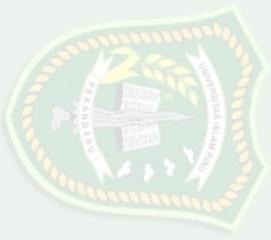
pemasaran ini berbeda satu sama lainnya, disebabkan karena: (a) macam komoditas, (b) lokasi pemasaran, (c) macam lembaga pemasaran serta efektivitas pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 1988).

#### **2.4.5 Margin Pemasaran**

Margin pemasaran adalah perbedaan harga pada tingkat produsen dengan harga pada tingkat pabrik. apabila margin dinyatakan dalam persentase maka didapatkan apa yang disebut *mak up*. *Mak up* adalah suatu persentase margin yang dihitung atas dasar harga pokok penjualan atau atas dasar harga penjualan eceran suatu produk (Saefuddin dan Hanafiah, 1986).

Margin pasar dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu segi harga dan biaya pemasaran. pada analisis pemasaran sering menggunakan konsep margin yang dipandang dari sisi harga. margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan konsumen akhir dan harga yang diterima petani (produsen), dengan menganggap bahwa selama proses pemasaran terdapat berbagai lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran ini, maka dapat dianalisis distribusi margin pemasaran diantara lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat (Sudiyono, 2001).

Margin pemasaran didefinisikan sebagai perbedaan harga atau selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen, atau dapat pula dinyatakan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksana kegiatan pemasaran sejak dari tingkat produsen sampai ke titik konsumen akhir. kegiatan untuk memindahkan barang dari titik produsen ke titik konsumen membutuhkan pengeluaran baik fisik maupun materi (Limbong dan Sitorus, 1987).



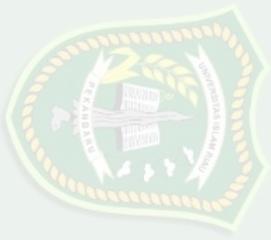
#### **2.4.6.Keuntungan Pemasaran**

Selisih harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen setelah dikurangi dengan biaya pemasaran disebut keuntungan pemasaran. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga pada masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin baik pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap informasi pasar maka semakin merata distribusi margin pemasaran, jarak dari produsen kekonsumen menyebabkan terjadi perbedaan sangat bervariasi tergantung besar kecilnya ketergantungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran (Soekartawi, 1993)

Dalam teori harga diasumsikan bahwa penjual dan pembeli bertemu langsung sehingga harga hanya ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan secara agregat. Dengan demikian, tidak ada perbedaan antara harga ditingkat petani dengan tingkat pengecer atau konsumen akhir. Namun, berdasarkan penelitian dibidang ekonomi (ekonomika) pertanian, ternyata terdapat perbedaan harga ditingkat pengecer (konsumen akhir) dengan harga ditingkat petani. Keuntungan pemasaran suatu komoditi dipengaruhi oleh berbagai aspek, yaitu diantaranya jenis produk, jumlah pelaku pasar, mekanisme perdagangan, infra struktur, kebijakan pemerintahan dan waktu. (Rahim dan Hastuti 2007).

#### **2.4.7 Farmer's Share**

*Farmer.s* merupakan persentase bagian yang diperoleh pengusaha dari harga yang berlaku pada pedagang pengecer. Besar kecilnya farmer's share ditentukan



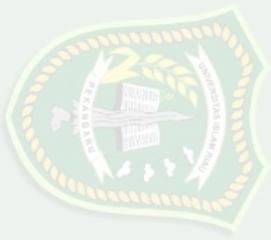
oleh penjang saluran pemasaran dan besarnya harga jual yang berlaku pada harga pedagang pengecer. Teknik penghitungan farmer's share adalah menghitung harga ditingkat peternak dibagi dengan harga ditingkat pedagang pengecer usaha dikali 100 persen.

Menurut Hammond dan Dahl (2001), farmer's share adalah bagian harga yang diterima oleh petani dengan bagian harga dikonsumsi akhir. Farmer's share antara komoditi yang satu dengan yang lain tidak sama, hal ini tergantung dari jumlah kegunaan bentuk, tempat dan waktu yang ditambahkan oleh usaha dan pedagang pengecer yang terhubung dalam satu saluran pemasaran.

#### **2.4.8 Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran adalah usaha untuk memperkecil biaya input yang dihasilkan dan diukur dari rasio total keuntungan pemasaran dengan total biaya pemasaran. efisiensi pemasaran dapat dibedakan atas dua macam yaitu, 1) efisiensi taktis dan 2) efisiensi ekonomi. efisiensi teknik adalah pengendalian fisik dari pada produk yang mencakup hal-hal yang meliputi: produsen, teknis dan besarnya skala usaha dengan tujuan penghematan fisik seperti mengurangi kerusakan, mencegah merosotnya mutu produksi dan menghemat tenaga kerja. sedangkan efisiensi ekonomi adalah bahwa perusahaan atau industri dengan teknik, skill dan pengetahuan yang ada dapat bekerja atas dasar biaya rendah dan memperoleh profil ( Saefuddin dan Hanafiah, 1986).

Efisiensi secara operasional dapat dilihat dari margin pemasaran yang diperoleh. margin pemasaran yang relatif cukup besar dibandingkan biaya pemasaran yang dikeluarkan memperlihatkan bahwa secara umum lembaga



pemasaran yang terlibat sudah cukup baik dan efisien secara operasional (Purmantoro, 1993).

Dalam pemasaran yang efisien, harga-harga barang harus merespon kekuatan permintaan dan penawaran, akurasi dan kecepatan perubahan harga pasar terbentuk saling berpengaruhnya satu pasar dengan pasar yang lainnya (Kumar, 2007).

#### **2.4 Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah rencana pemasaran untuk menentukan pasar dan konsep strategi pemasaran. dalam hal ini terdapat dua bagian yang saling berhubungan yaitu: pasar sasaran dan strategi pemasaran. Inti pemasaran terdiri atas tiga langkah pokok yaitu segmentasi pasar (mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli yang terpisah-pisah yang membutuhkan produk dan atau strategi pemasaran tersendiri), penentuan pasar sasaran (tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar untuk dimasuki maupun dilayani), tindakan membangun dan mengkomunikasikan manfaat produksi yang istimewa dari produk dalam pasar (Syahyunan, 2004)

##### **2.5.1 Bauran Pemasaran**

Philip Kotler (2007), dalam buku manajemen pemasaran mengidentifikasi strategi pemasaran sebagai berikut: bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya dipasar sasaran.

Dalam pemasaran terdapat strategi yang disebut bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi



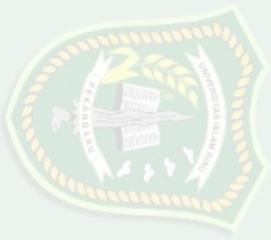
konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan kepasar. setelah perusahaan menentukan strategi pemasaran komfrelatif secara tepat, maka perusahaan sudah siap merencanakan rincian dari strategi pemasaran. elemen-elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri semua variable yang dapat dikontrol perusahaan dalam komunikasinya dengan konsumen dan akan dipakai untuk memauskan konsumen sasaran.

Buchari (2005), mendefenisikan bauran pemasaran sebagai berikut:

*Marketing mix* merupakan strategi mencapuri kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan. dari beberapa definisi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang dilakukan dengan mencapur kegiatan-kegiatan marketing, agar dapat dicari kombinasi maksimal untuk mencapai tujuan pemasaran dipasar sasaran sehingga dapat mendatangkan hasil yang memuaskan.

Rambat Lupiyoudi dan A.Hamdani, (2006) dalam buku manajemen pemasaran jasa sering kali kita kenal dengan sebutan 4 P .pengertian unsur-unsur *marketing mix* dapat dikelasifikasikan menjadi 4 P (Product, Price, Place, Promotion). Sedangkan strategi pemasaran dalam bentuk jasa perluh ditambahkan menjadi 3 P, sehingga bauran pemasaran menjadi 7 P (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process). Adapun pengertian masing-masing strategi pemasaran diatas adalah :

1. Produk (*Product*)



Produk merupakan penawaran berwujud perusahaan kepada pasar, yang mencakup kualitas, rencana, bentuk, merek, dan kemampuan produk.

2. Harga (*Price*)

Adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan produk.

3. Tempat (*Place*)

Adalah kegiatan yg dilakukan perusahaan untuk membuat produk agar dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran.

4. Promosi (*Promotion*)

Adalah merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

5. Orang (*People*)

Adalah semua pelaku yang turut diambil bagian dalam penguji jasa dan dalam hal ini mempengaruhi persepsi pembeli. Yang termasuk elemen ini adalah personel perusahaan dan konsumen.

6. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Adalah bukti fisik jasa mencakup semua hal yang berwujud berkenaan dengan suatu jasa seperti brosur, kartu bisnis, format laporan, dan peralatan.

7. Proses (*Process*)

Adalah semua prosedur actual, mekanisme, dan aliran aktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan system pengujian atau operasi.

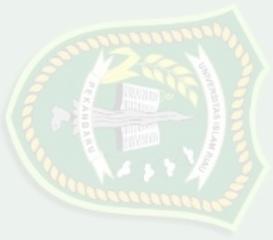
UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



Dengan demikian 4 P yang pada mulanya menjadi bauran pemasaran barang, perlu diperluas lagi menjadi 7 P jika ingin digunakan dalam pemasaran jasa. adapun 7 P tersebut adalah produk (*product*), harga (*price*), Distribusi/tempat (*place*), promosi (*promotion*), Orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*)

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Altri Mulyani,(2012). Meneliti dengan judul penelitian “Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam Rangka Mencapai Ketahanan Pangan di Kecamatan Cilogok, Kabupaten Banyumas” penelitian ini bertujuan untuk membuat formulasi strategi penandaan keripik pisang di Cilogok Wilayah, Kabupaten Banyumas.lokasi ditentukan secara purposive random sampling, dan untuk memutuskan pengambilan sampel pekerja dan pengecer keripik pisang dengan pengambilan sampel acak sederhana yang berjumlah 33 orang. Itu Metode yang digunakan untuk menentukan strategi marketing dengan analisis SWOT. Penelitian menunjukkan bahwa industri rumah tangga di kuadran pertama.Strategi pemasaran di kuadran ini berorientasi pada pertumbuhan strategi. Strategi ini terdiri dari mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan, meningkatkan kuantitas produk dan penetrasi pasar, menambah modal dan promosi produk lokal secara luas.kesimpulan sebagai berikut : 1. Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa posisi usaha home industry berada di Kuadran I (satu) sehingga diusahakan untuk dapat memperkuat lingkungan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan semaksimal mungkin. 2.Berdasarkan hubungan antara lingkungan internal



(kekuatan&kelemahan) dengan lingkungan eksternal (peluang&ancaman) yang dihadapi perusahaan saat ini, maka dapat dirumuskan suatu kebijakan perusahaan yang mendukung pertumbuhan (*growth oriented strategy*) yaitu dengan cara mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen, meningkatkan jumlah produksi dan penetrasi pasar, meningkatkan permodalan, dan mengupayakan kegiatan promosi produk lokal yang lebih luas.

Lisa Matantu (2018), meneliti dengan judul penelitian” Pengembangan Strategi Pemasaran Keripik Pisang Pada Industri Raja Bawang di Kota Palu” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi Industri Raja Bawang dalam pengembangan strategi pemasaran keripik pisang, menganalisis pengembangan strategi pemasaran keripik pisang pada Industri Raja Bawang. Total nilai yang diperoleh tabel IFAS yaitu sebesar 1,15 dengan skor kekuatan 2,15 dan skor kelemahan sebesar 1,00. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan pada Industri Raja Bawang lebih besar dari faktor kelemahan, sedangkan total nilai yang diperoleh EFAS, yaitu sebesar 3,54 dengan skor peluang 2,1 dan skor ancaman sebesar 1,44. Hal ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh Industri Raja Bawang lebih besar dari faktor ancaman . Berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal pengembangan strategi pemasaran keripik pisang sebagai sumbu X yaitu 1,15 sedangkan faktor eksternal pada Industri Raja Bawang sebagai sumbu Y yaitu 0,66. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi usaha keripik pisang pada Industri Raja Bawang saat ini pada kuadran I, dimana pada posisi tersebut



merupakan posisi yang menguntungkan bagi industri karena industri dapat menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Irma Setiawati (2017), Meneliti dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang” bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya, penerimaan dan pendapatan, faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan agroindustri keripik pisang, alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri keripik pisang di Desa Hegarmanah Kecamatan Cidolog Kabupaten Ciamis. jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. penarikan responden dalam penelitian ini dilakukan purposive sampling yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dipandang dapat memberikan data secara maksimal, maka responden yang diambil satu orang pengusaha keripik pisang dan sebagai responden pendukung yaitu satu orang Pemerintah Desa Hegarmanah dan satu orang dari Dinas Pertanian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

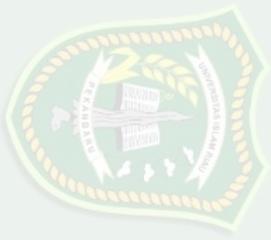
- 1) Besarnya biaya total yang dikeluarkan oleh pengusaha keripik pisang dalam satu kali proses produksi sebesar Rp 1.369.385,67, penerimaannya sebesar Rp 2.500.000,00 dan pendapatannya sebesar Rp 1.130.614,33.2) Faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada pengembangan agroindustri keripik pisang di Desa Hegarmanah Kecamatan Cidolog Kabupaten Ciamis terdiri dari kekuatan, kelemahan dan peluang, ancaman. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan yaitu



tersedianya cukup jumlah tenaga kerja, produksi mudah dilakukan, produk keripik pisang yang tahan lama, harga produk yang terjangkau. Sedangkan faktor-faktor yang menjadi kelemahan yaitu keterbatasan permodalan, kualitas SDM yang masih kurang, pengemasan produk masih sederhana, dan promosi masih kurang. Faktor-faktor yang menjadi peluang yaitu tidak ada pesaing produk sejenis disatu daerah, pangsa pasar yang masih luas, permintaan semakin meningkat, cuaca tidak mempengaruhi produksi. Faktor-faktor yang menjadi ancaman yaitu kelangkaan bahan baku, fluktuasi harga bahan baku, kurang adanya peran dari pemerintah, dan kenaikan harga sarana produksi.3) Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan agroindustri keripik pisang di Desa Hegarmanah Kecamatan Cidolog Kabupaten Ciamis yaitu mempertahankan kualitas produksi dan pengembangan pasar, mempertahankan kontinuitas produksi untuk memenuhi permintaan, optimalisasi kualitas SDM untuk memenuhi permintaan produk, diversifikasi produk untuk memenuhi pangsa pasar, pengelolaan tenaga kerja dan ketersediaan bahan baku, keseragaman harga jual dengan peran serta pengawasan pemerintah, penganekaragaman pengemasan untuk memaksimalkan produksi dan menjalin kerja sama dengan pihak terkait dalam menyikapi permodalan.

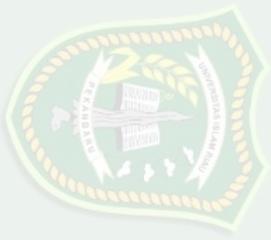
Sisca Vaulina (2018) Meneliti dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Perkebunan Kelapa Dalam (*Cocos Nucifera*Linn) Sebagai Komoditi Unggulan Di Kabupaten Indragiri Hilir” bertujuan penelitian ini untuk :

- (1) Mengetahui *multipli ereffect* dari tanaman perkebunan di Kabupaten Indragiri Hilir,
- (2) Menyusun konsep dan strategi pengembangan perkebunan berbasis



komoditi unggulan di Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini menggunakan metode survei. Metode pengambilan sampel dilakukan secara sensus, responden pada penelitian ini berjumlah 9 orang sebagai key informan yaitu tokoh masyarakat yang sekaligus memiliki kebun kelapa, petugas penyuluh lapangan dan petani kelapa. Analisis data menggunakan *Multiflier effect* dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengganda pendapatan kelapa dalam pada tahun 2010-2016 nilai *multiplier effect* kelapa dalam berfluktuasi. dari tujuh tahun terakhir, nilai tertinggi terjadi pada tahun 2011 dengan nilai 1,931. pendapatan yang diperoleh dari kegiatan basis kelapa dalam pada gilirannya akan menaikkan pendapatan kegiatan non basis. Kegiatan basis (perkebunan kelapa dalam) mempunyai kekuatan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah. kelapa dalam di Kabupaten Indragiri Hilir berada pada Kuadran III yang artinya kelapa dalam meskipun memiliki kelemahan namun masih memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan. Salah satu caranya dengan meminimalkan masalah-masalah internal kelapa dalam sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. maka strategi yang harus diterapkan adalah mendukung strategi *turn-around*.

Khaswarina (2015), Analisis atribut bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan konsumen Pisang Goreng Kipas Kuantan-II di Kota Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat minat konsumen dan atribut kinerja pemasaran dengan menggunakan *Importance-Performance Analysis* (IPA) dan untuk mengetahui kecenderungan konsumen berdasarkan tingkat minat konsumen dan Atribut kinerja pisang goreng kipas Kuantan-II. data telah



dikumpulkan dengan membagi kertas pertanyaan kepada konsumen pisang goreng kipas Kuantan-II. metode sampel dalam penelitian ini menggunakan *convenience* sampling, yang melakukan sampling berdasarkan izin konsumen untuk berpartisipasi. Penelitian ini menggunakan dengan menggunakan analisis deskriptif sederhana, *Importance-Performance Analysis* (IPA) dan *multiattribute fishbein*. Atribut yang memiliki tingkat bunga rata-rata nilai yaitu paket, taste, shop nametag, nyaman, mark, harum, hara mengandung, area tanam, dan ketersediaan produk dan nilai konsumen 5.65. atribut yang memiliki atribut kinerja pada rata-rata itu adalah taste, mark, package, shop nametag, stoco, limit, price, mature level sekitar 5.53. atribut yang perlu dipelihara berdasarkan *Importance-Performance Analysis* (IPA) ada pada Quadrant II yaitu rasa, aroma, paket, tanda, shop nametag, tapi atribut yang diperlukan diperbaiki ada Quadrant 1 yaitu produk ketersediaan, kandungan gizi, area tanam, dan nyaman. Tanggapan konsumen yang analisis dengan menggunakan atribut fishbein 562,29 yang berada pada skala baik dan sangat bagus.

Kurnia Dewi (2019) Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pisang King Di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. Penelitian ini bertujuan Potensi perkembangan pertumbuhan peningkatan ekonomi di sektor industri dan pariwisata di Provinsi Riau sangatlah besar karena merupakan lokasi yang sangat strategis bagi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah. Pisang King di Kabupaten Indragiri Hulu tepatnya Kecamatan Rengat adalah sebuah kuliner kreatif yang mengaplikasikan 7P (produk, place, price dan promotion, people, physical evidence, proses) untuk



mengembangkan usahanya dan fokus pada industri pengolahan kreatif khususnya di bidang pangan atau yang sering disebut sektor kuliner. Pengembangan usaha kuliner kreatif pada usaha Pisang King yang berada di Kota Rengat Kabupaten Indragiri Hulu ini, yang dijelaskan berdasarkan beberapa aspek, yaitu : 1) Aspek Managerial dan Enter preneurship 2) Aspek Inovatif dan Kompetitif 3) Aspek Pembinaan Lingkungan 4) Aspek Penyerapan Tenaga Kerja 5) Aspek Pertumbuhan dan Pengembangan. Dan yang terpenting bagaimana mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (*strengths-opportunities*), WO (*weakness-opportunities*), ST (*strengths-threats*), dan WT (*weaknesss-threats*) dari Usaha Pisang King untuk tujuan jangka panjang.

Ismail (2013) Analisis Agroindustri dan strategi Pemasaran (Kasus Pada Usaha Pisang Goreng Kipas Kuantan-II di Kelurahan Sekip Kecamatan Limapuluh Kota Pekanbaru Provinsi Riau). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) Karakteristik pelaku usaha dan profil usaha Agroindustri Pisang Goreng Kipas Kuantan-II (2) Analisis usaha agroindustri yang meliputi : Teknologi produksi, penggunaan faktor produksi, biaya produksi, pendapatan, efisiensi, Break Even Point (BEP) dan nilai tambah agroindustri pisang goreng kipas Kuantan-II (3) strategi (Bauran) pemasaran pisang goreng kipas Kuantan-II.

Responden diambil secara sensus yang terdiri dari 1 pengusaha dan 26 karyawan. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data skunder. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan kualitatif.

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa usaha agroindustri pisang goreng kipas Kuantan-II berdiri sejak tahun 1991, merupakan keluarga dengan modal

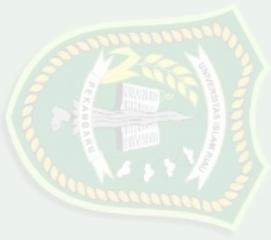


sendiri . karakteristik pelaku usaha yang terdiri dari 1 pengusaha yang berumur 53 tahun dan 26 karyawan dengan rata-rata 24,81 tahun dengan tingkat pendidikan rata-rata 11,19 tahun dan rata-rata pengalaman berusaha 3,27 tahun. Teknologi yang digunakan dalam agroindustri pisang goreng kipas Kuantan-II untuk menghasilkan ouput yaitu menggunakan teknologi modern. Penggunaan bahan baku pisang sebesar 912,92 kg/hari dengan biaya Rp 3.200.000/hari pendapatan kotor Rp 20.700.000/hari . pendapatan bersih Rp 12.860.817/hari. Efisiensi (RCR) 2,64. BEP unit maupun nilai berbeda sesuai dengan ukuran produk begitu juga dengan nilai tambahnya, ukuran produk yang memberikan nilai tambah paling besar adalah yang berukuran sedang (Rp 3000/pcs). Serta bauran pemasaran pada usaha pisang goreng kipas sudah memiliki varian ukuran, kotak kemasan , harga pisang goreng kipas berdasarkan ukuran, tempat usaha cukup strategi dan promosi pada usaha ini menggunakan media sosial. proses produksi sudah tergolong modern. Dan lingkungan took sudah tertata dengan rapi.

## **2.6 Kerangka Pemikiran**

Pisang merupakan sebagian varietas yang dihasilkan dalam dunia pertanian terus dikembangkan seiring dengan kebu tuhan pangan,ekonomi dan inovasi pengolahan dari pisang . Pekanbaru merupakan ibu Kota Provinsi Riau sebagai pusat ekonomi dan perdagangan menjadi peluang bagi pengusaha pisang diKota Pekanbaru, hal ini dilihat dari perkembangannya usaha pisang goreng kipas kuantan-II yang berbahan baku pisang .

Dari usaha pisang goreng kipas kuantan-II yang ada di Kelurahan Sekip Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru, kurangnya sumber dayanya dalam



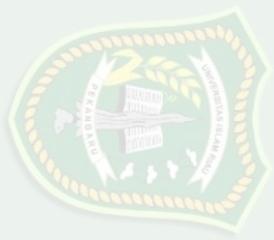
membudidayakan pisang dan tanaman pisang hanya sebagai tanaman tumpang sari .maka dari itu pengusaha pisang goreng kipas kuantan-II mengalami bahan baku yang cukup tersedia, maka pengusaha membeli pisang sari luar desa atau pun luar daerah.

Hal untuk agar menjaga kualitas produk tahan lama dan ada pesaing sejenis, agar produknya tetap berkualitas. pengusaha memaksimalkan strategi dalam menjadwalkan konsumen saat membutuhkan pisang meningkat yaitu seperti bulan Ramadhan dan Tahun Baru. karena sifat pisang yang tidak tahan lama maka pengusaha harus menjual produknya berbagai strategi yaitu pameran,promosi, seminar dan lain-lain.

Analisis yang dilakukan terhadap penelitian ini adalah analisis kualitatif yang meliputi analisis saluran pemasaran dan analisis lembaga pemasaran, analisis kuantitatif yang dilakukan meliputi efisiensi saluran pemasaran, yaitu analisis keuntungan dan margin pemasaran.

Sesuai pada gambar 2.tentang kerangka pemikiran, akan diketahui saluran-saluran yang lebih efisien dan kurang efisien, dan produsen dapat mengetahui saluran mana yang dapat dioptimalkan, sesuai dengan skala usaha yang mereka miliki, untuk menghasilkan keuntungan yang lebih baik.

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



Strategi pemasaran usaha pisang goreng kipas kuantan-II

Permasalahan :

1. Bahan baku dari luar daerah
2. Produk tidak tahan lama
3. Adanya pesaing sejenis

Potensi :

1. Sudah memiliki sertifikat halal
2. Memiliki Pasar yang cukup tinggi

A. Karakteristik Pelaku Usaha:

1. Karakteristik usaha
  - a. Umur
  - b. Tingkat Pendidikan
  - c. Pengalaman berusaha
  - d. Jumlah tanggungan keluarga
2. Profil Usaha:
  - a. Sejarah usaha
  - b. Skala usaha
  - c. Modal usaha

B. Analisis Usaha:

1. Saluran dan lembaga
2. Fungsi Pemasaran
3. Biaya Pemasaran
4. Margin Pemasaran
5. Keuntungan
6. *Farmer's Share*
7. Efisiensi pemasaran

C. Strategi Pemasaran:

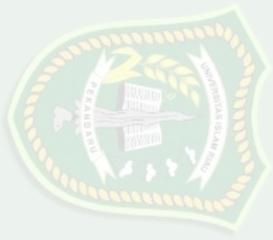
1. Bauran Pemasaran

Analisis Desriptif Kualitatif

Analisis Deskriptif Kualitatif dan Kuantitatif

Kesimpulan dan Saran

Gambar 1 .Kerangka Pemikiran



### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Metodologi, Tempat dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survey yang dilakukan pada usaha pisang goreng kipas Kuantan-II . Pemilihan lokasi di Kelurahan Sekip Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru, berdasarkan tempat yang sudah dipertimbangkan oleh pemilik usaha tersebut merupakan pusat penjualan pisang goreng kipas yang banyak diminati oleh konsumen. penelitian ini dilakukan selama 7 bulan dimulai dari bulan November 2019 sampai Mei 2020 yang meliputi penyusunan proposal, pengumpulan data, penyusunan laporan, seminar dan perbanyakan hasil penelitian.

#### 3.2 Teknik Pengambilan Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha yang berjumlah satu orang pengusaha dan dua puluh tiga karyawan juga dijadikan sebagai responden untuk memperluas data dan informasi penelitian pada usaha pisang kipas kuantan-II di Kelurahan Sekip Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru.

#### 3.3 Jenis Teknik Pengumpulan Data

Data yang alami dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. data primer adalah data yang melalui wawancara langsung dari pengusaha yang dijadikan responden dengan daftar pertanyaan yang telah disediakan, meliputi : data tentang data pengusaha pisang goreng kipas-II, karakteristik pisang goreng kipas-II seperti : (Umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, sejarah usaha, skala usaha, modal usaha)

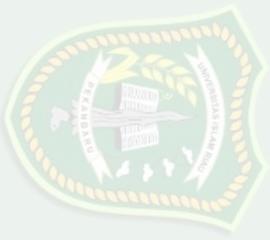


Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti data sekunder diperoleh dari berbagai studi kepustakaan diantaranya dari hasil penelitian terdahulu. Badan pusat Statistik (BPS), internet serta buku-buku yang relevan dengan permasalahan-permasalahan penelitian yang akan dicari.

### 3.4 Konsep Operasional

Untuk memperjelas dan menghindari kesalah pahaman mengenai pengertian tentang istilah-istilah dalam penelitian, maka dibuat defenisi dan batasan operasional sebagai berikut :

1. Umur adalah pelaku usaha sebagai produsen pisang yang diperoleh menjadi pisang goreng kipas Kuantan-II siap diproduksi ?
2. Jumlah tanggungan keluarga oleh kepala adalah jumlah anggota keluarga yang biaya hidupnya ditanggung oleh kepala keluarga yang terdiri dari kepala keluarga, istri, anak dan tanggungan lainnya yang tinggal seataap dan sedapur (orang) ?
3. Tingkat pendidikan adalah tahapan pendidikan format yang telah dilalui oleh pelaku usaha pisang goreng kipas Kuantan-II (tahun) ?
4. Pengalaman berusaha adalah tingkat penguasaan pengetahuan serta keterampilan pelaku usaha dalam pekerjaannya yang dapat diukur dari masa kerja dari tingkat pengetahuan serta keterampilan yang dimilikinya(tahun) ?
5. Pisang adalah produk yang diperoleh dari tanaman pisang kemudian pisang akandibentuk seperti kipas dan diberi bumbu kemudian dilakukan penggorengan. (kg/proses produksi) ?



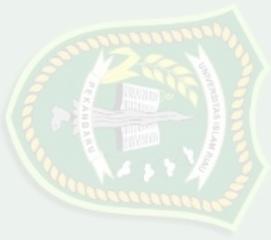
6. Bahan baku adalah bahan pokok yang digunakan untuk memproduksi suatu produksi pengolahan, bahan baku utama dalam pembuatan pisang goreng kipas ini adalah buah pisang kepok (kg/proses produksi) ?
7. Bahan penunjang adalah input produksi selain bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi pisang kipas seperti garam, minyak goreng, tepung beras, tepung ubi, kapir sirih, gas LPG ?
8. Peralatan adalah semua unit yang digunakan untuk memperoleh pisang goreng kipas seperti : kompor, kual, timbangan dan alat *packing* (unit)
9. Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja yang digunakan dalam proses usaha pisang kipas (Rp/proses produksi) ?
10. Biaya produksi adalah seluruh biaya yang diperlukan dalam pengolahan buah pisang menjadi pisang goreng kipas Kuantan-II (Rp/proses produksi).
11. Produksi usaha adalah seluruh pisang goreng kipas Kuantan-II dalam setiap proses produksi (kg/proses produksi) ?
12. Penyusutan adalah berkurangnya nilai alat atau barang modal setelah digunakan dalam proses produksi pemasaran pisang kipas (Rp/proses produksi) ?
13. Pendapatan kotor adalah jumlah produksi makanan yang dihasilkan dalam satu kali produksi dikaitkan dengan harga pada saat penelitian (Rp/proses produksi) ?
14. Pendapatan bersih adalah selisih pendapatan kotor dengan biaya produksi (Rp/proses produksi) ?

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



15. Keuntungan adalah selisih antara total penerimaan dengan total biaya yang dinyatakan dalam satuan (Rp/proses produksi) ?
16. Strategi adalah langkah-langkah yang ditempuh untuk menganalisis kelemahan dan kekuatan yang ada pada setiap perubahan yang terjadi untuk mencapai sasaran tertentu ?
17. Strategi pemasaran merupakan cara untuk mencapai sasaran pemasaran dan berkaitan dengan tujuh elemen utama strategi pemasaran yaitu produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, proses dan lingkungan fisik ?

### **3.5 Analisis Data.**

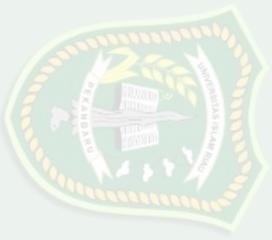
#### **3.5.1 Analisis Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Pisang Goreng kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh**

Analisis karakteristik pelaku usaha dan profil usaha dan pemasaran pisang kipas meliputi : umur, pendidikan, pengalaman berusaha. profil usaha pisang kipas dianalisis secara deskriptif kualitatif yang meliputi : sejarah pengusaha, bentuk usaha, skala usaha, modal dan karakteristik produk.

#### **3.5.2 Analisis Sistem Pemasaran (Saluran dan Lembaga Fungsi, Biaya, Efisiensi, margin ) di Kecamatan Lima Puluh**

##### **3.5.2.1 Lembaga, Saluran dan Fungsi Pemasaran**

Saluran pemasaran pisang kipas kuantan-II dapat dianalisa dengan mengamati lembaga pemasaran yang terbentuk saluran pemasaran tersebut. Saluran pemasaran pisang dapat ditelusuri dari karyawan dan pemiliknya dengan melakukan wawancara. analisis fungsi pemasaran digunakan untuk mengetahui kegiatan pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran dalam menyalurkan pisang goreng kipas kuantan-II dari karyawan sampai pemilik



usaha. analisis fungsi pemasaran dapat dilihat dari fungsi pertukaran yang terdiri dari fungsi pembelian dan penjualan, fungsi fisik terdiri dari fungsi pengangkutan, penyimpanan, dan pengolahan serta fungsi pelancar yang terdiri dari standarisasi, penanggungan resiko, dan pembiayaan. analisis yang digunakan analisis deskriptif kualitatif.

### 3.5.2.2 Biaya Pemasaran

Untuk menghitung biaya pemasaran digunakan rumus umum menurut Soekartawi (1995). dalam penelitian ini biaya pemasaran meliputi : biaya bongkar muat (B1), biaya makan (B2), biaya transportasi (D3), Dengan demikian rumus yang digunakan untuk menentukan biaya pemasaran sebagai berikut:

$$B_p = B_1 + B_2 + B_3 \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

$B_p$  = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

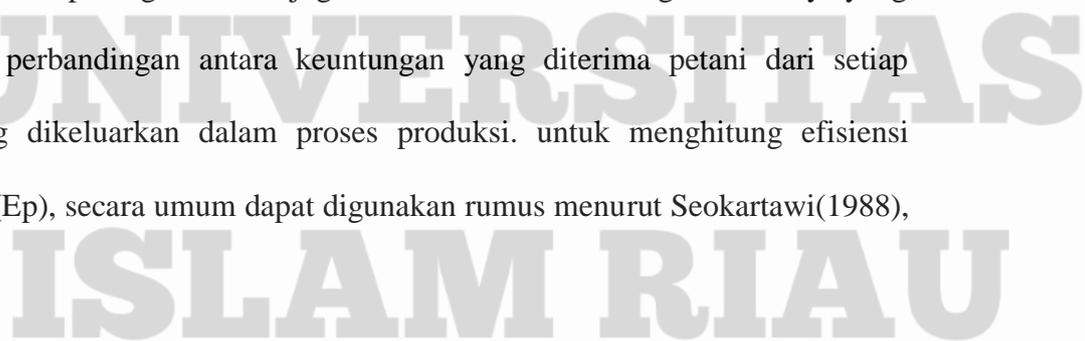
$B_1$  = Biaya Bongkar Muat (Rp/Kg)

$B_2$  = Biaya Pengemasan (Rp/Kg)

$B_3$  = Biaya Transportasi (Rp/Hari)

### 3.5.2.3 Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran suatu usaha terhadap penggunaan satu unit input dapat digambarkan juga oleh nilai rasio keuntungan dan biaya yang merupakan perbandingan antara keuntungan yang diterima petani dari setiap rupiah yang dikeluarkan dalam proses produksi. untuk menghitung efisiensi pemasaran ( $E_p$ ), secara umum dapat digunakan rumus menurut Soekartawi (1988), yaitu:

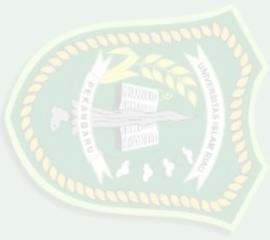


DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin



$$EP = \frac{TC}{TNP} \times 100\% \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

TC = Total Biaya (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Penjualan (Rp/Kg)

### 3.5.2.4 Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara harga yang diterima penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir. secara matematis margin pemasaran dihitung dengan formulasi sebagai berikut menurut (Daniel, 2002) :

$$M = HK - Hp \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

HK = Harga Pedagang (Rp/Kg)

HP = Harga pada petani (Rp/Kg)

### 3.5.2.5 Keuntungan

Untuk menghitung keuntungan pemasaran digunakan rumus menurut Soekartawi (1993) yaitu :

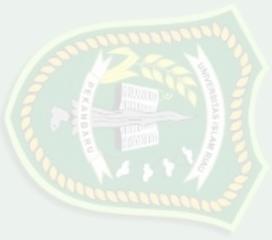
$$\pi = M - B \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

$\pi$  = Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

B = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)



### 3.5.2.6 *Farmer's Share*

*Farmer's Share* digunakan untuk membandingkan harga yang dibayar konsumen terhadap harga produk yang diterima petani. Menurut Roesmawaty (2011), semakin tinggi tingkat persentase *Farmer's Share* maka semakin rendah tingkat persentase *Farmer's Share* maka akan semakin rendah pula tingkat efisiensi dalam kegiatan pemasaran tersebut, untuk menghitung digunakan rumus menurut Hanafiah dan Saefudin (1986) yaitu ;

$$F_s = \frac{P_{fi}}{P_{ri}} \times 100\% \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

F<sub>s</sub> = Bagian atau persentase yang diterima (%)

P<sub>fi</sub> = Harga diangkut petani yang diterima (Rp/Kg)

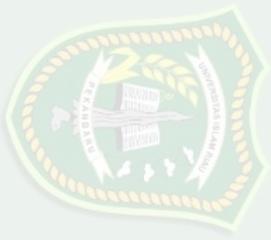
P<sub>ri</sub> = Harga yang diterima pedagang (Rp/Kg)

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

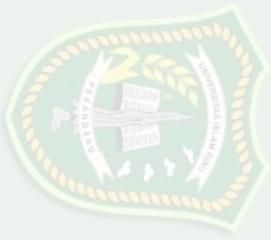
UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



### 3.5.3 Analisis Strategi Pemasaran Pisang Goreng Kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh

Tabel 3 : Kriteria 7 Unsur Strategi Pemasaran Pisang Goreng Kipas Kuantan-II

NO	Strategi Pemasaran	Deskripsi
1	Produk ( <i>Product</i> ) a. Produk berkualitas b. Muncul produk baru lebih unggul c. Tidak menggunakan bahan pengawet d. Produk lokal e. Produk mudah ditiru f. Bahan baku dari luar daerah g. Bahan baku tidak tahan lama h. Produk sudah mendapatkan izin banyak lembaga terkait	
2	Tempat ( <i>Place</i> ) a. Strategi dipinggir jalan b. Tempat pakir	
3	Harga ( <i>Price</i> ) a. Daftar harga b. Potongan harga/diskon	
4	Promosi ( <i>Promotion</i> ) a. Media promosi b. Papan nama	
5	Sumber daya manusia ( <i>People</i> ) a. Motivasi kerja	
6	Lingkungan fisik ( <i>physical advidence</i> ) a. Teknologi sederhana	
7	Proses ( <i>Proses</i> ) a) Bahan baku yang mulai susah didapatkan berkualitas b) Permintaan pisang meningkat c) Adanya pesaing sejenis d) Permutaran modal lancer e) Bahan bakar (Gas) yang mahal f) Makanan bervariasi seperti jajanan g) Cuaca berpengaruh kekonsumen h) Tingkat kebosanan konsumen	



## IV. GAMBAR UMUM DAERAH PENELITIAN

### 4.1 Keadaan Geografis dan Topografis Daerah Penelitian

Kecamatan Lima Puluh adalah merupakan satu Kecamatan yang ada di Kota Pekanbaru, terdiri atas 30 RT dan RW. Luas wilayah Kecamatan Lima Puluh adalah 4,04 km<sup>2</sup>. Pusat wilayah kecamatan lima puluh terletak dikelurahan pesisir pesisir yang ada di jalan Sultan Syarif Kasim Kota Pekanbaru.

Kecamatan lima puluh saat ini terdiri dari 4 Kelurahan yaitu Kelurahan Rintis, Kelurahan Pesisir, Kelurahan Skip dan Kelurahan Tanjung Rhu terletak sangat strategis karena berdampingan dengan ibu Kota Pekanbaru dan juga berdampingan dengan ibu Kota Provinsi.

Adapun batas-batas Kecamatan Lima puluh sebagai berikut :

1. Sebelah utara berbatasan dengan sungai Siak dan Kecamatan Rumabai Pesisir
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Sail dan Kecamatan Pekanbaru Kota
3. Sebelah timur berbatasan dengan Tenayan Raya dan Sungai Sail
4. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Senapelan dan Kecamatan Pekanbaru Kota

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Tabel 4, Daftar nama Kelurahan Kecamatan Lima Puluh dan Luas Wilayah dan Persentase Wilayah Kecamatan Lima Puluh 2019.

No	Nama Kelurahan	Luas Wilayah	Persentase Wilayah
1	Kelurahan Rintis	0,68 km <sup>2</sup>	16,83
2	Kelurahan Tanjung Rhu	1,68km <sup>2</sup>	41,58
3	Kelurahan Pesisir	0,86km <sup>2</sup>	21,29
4	Kelurahan Sekip	0,82km <sup>2</sup>	20,3

Sumber : BPS Kecamatan Limapuluh dalam angka 2020.

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa Kelurahan Tanjung Rhu merupakan wilayah terluas dengan luas wilayah 1,68 km<sup>2</sup> dan Kelurahan Rintis merupakan wilayah terkecil dengan luas wilayah 0,68 km<sup>2</sup>. Sedangkan Kelurahan Sekip memiliki luas wilayah 0,82km<sup>2</sup>.

#### **4.2 Keadaan Umum Penduduk**

##### **4.2.1 Jumlah dan Jenis Kelamin**

Penduduk merupakan sumber daya yang sangat berharga bagi daerah dan mempunyai peran penting dalam membangun suatu daerah. Semakin banyak jumlah penduduk maka dapat dikatakan bahwa semakin banyak pula potensi-potensi yang dapat dikembangkan ataupun yang dapat digunakan untuk membangun wilayah. Karena sumber daya manusia merupakan komponen pembangunan yang penting disamping sumber daya alam dan teknologi.

Jumlah penduduk kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru sampai dengan tahun 2019 adalah sebanyak 41.466 jiwa. Untuk lebih jelas lihat pada tabel 9 sebagai berikut :

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



Tabel 5:Jumlah Penduduk Menurut Kelurahan dan Jenis Kelamin di Kecamatan Lima Puluh, 2019.

No	Kelurahan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Rintis	4.338	4.552	8.890
2	Sekip	4.626	5.172	9.798
3	TanjungRhu	7.714	6.287	14.001
4	Pesisir	3.948	4.829	8.777
Jumlah		20.626	20.840	41.466

Sumber : BPS Kecamatan Limapuluh dalam angka 2020

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa Kelurahan Tanjung Rhu lebih banyak penduduknya dari kelurahan lainnya memiliki 7.714 laki-laki dan 6.287 perempuan dan jumlahnya 14.001 jiwa.Sedangkan penduduknya paling sedikit pada Kelurahan Pesisir yaitu 3.948 laki-laki dan 4.829 perempuan dan jumlahnya 8.777 jiwa.

Tabel 6: Kepadatan Penduduk Menurut Kelurahan di Kecamatan Lima Puluh, 2018

No	Kelurahan	Luas (km <sup>2</sup> )	JumlahPenduduk	KepadatanPenduduk (Penduduk/km <sup>2</sup> )
1	Rintis	0,68	8.890	13.074
2	Sekip	0,82	9.798	11.949
3	TanjungRhu	1,68	14.001	8.334
4	Pesisir	0,86	8.777	10.206
Jumlah		4,04	41.466	43.562

Sumber: BPS Kecamatan Limapuluh dalam angka 2019

Berdasarkan Tabel 6. Terlihat bahwa Kepadatan penduduk pada Kecamatan Lima Puluh, Kelurahan Rintis memiliki kepadatan penduduk paling banyak yaitu 13.074 Penduduk/km<sup>2</sup>, sedaangkan Kelurahan Tanjung Rhu memiliki kepadatan penduduk paling sedikit yaitu 8.334 Penduduk/km<sup>2</sup>.



Tabel 7. Jumlah penduduk menurut tingkat pendidikan Kecamatan Lima Puluh 2019 .

No	Kelompok Umur	Pendidikan (Jiwa)
1	0 – 4 Tahun	3.227
2	5 – 9 Tahun	1.842
3	10 – 14 Tahun	4.950
4	15 -19 Tahun	3.286
5	20 – 24 Tahun	3.230
6	25 – 29 Tahun	2.919
7	30 – 34 Tahun	2.800
8	35 – 39 Tahun	3.781
9	40 – 44 Tahun	3.777
10	45 – 75 Tahun	8.015
Jumlah		37.827

Sumber :Kantor Camat Lima Puluh 2020

Pada tabel diatas dilihat bahwa kelompok umur 45 – 75 tahun keatas memiliki jumlah penduduk terbanyak dengan jumlah 8.015 jiwa, kemudian diikuti oleh kelompok umur 10 – 14 tahun dengan jumlah 4.950 jiwa, sedangkan kelompok umur 5 – 9 tahun memiliki jumlah penduduk terkecil dengan jumlah 1.842 jiwa.

Tabel 8. Jumlah penduduk menurut tingkat pendidikan di Kecamatan Lima Puluh 2019.

No	Jenis Pendidikan	Penduduk (Jiwa)
1	Belom Sekolah	3.482
2	Belom Tamat SD	4.038
3	SD	6.970
4	S L T P	6.876
5	S L T A	10.541
6	Diploma, II, dan III	3.018
7	Akademi/Strata I	1.990
8	Akedemi/Strata II	912
Jumlah		37.827

Sumber : Kantor Camat Lima Puluh 2020



Pada tabel diatas dilihat bahwa pendidikan SLTA memiliki jumlah pendidikan terbanyak dengan jumlah 10.541 jiwa, kemudian diikuti oleh pendidikan SD dengan jumlah 6.970 jiwa, sedangkan pendidikan akedemi/strata II memiliki jumlah penduduk terkecil dengan penduduk 912 jiwa .

Tabel 9. Jumlah penduduk menurut lapangan pekerjaan di Kecamatan Lima Puluh 2019 .

No	Jenis Pekerjaan	Penduduk (Jiwa)
1	Pekebunan	315
2	Industri pengolahan	1.334
3	Pendagang	10.340
4	Jasa	4.721
5	Wirawasta	4.409
6	Karyawan Swasta	1.193
7	Pegawai Negeri	332
8	Angkutan	850
9	Lainnya	3.242
Jumlah		26.666

Sumber : Kantor Camat Limapuluh 2020

Pada tabel diatas bahwa pekerjaan pendagang memiliki jumlah penduduk terbanyak dengan jumlah 10.340 jiwa, kemudian diikuti oleh pekerjaan wirawasta dengan jumlah penduduk 4.721 jiwa, sedangkan perkebunan memiliki jumlah penduduk terkecil dengan jumlah 315 jiwa.

#### 4.2.2 Kelembagaan Sosial dan Ekonomi

Sosial dan ekonomi merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, karena atas kedua unsur inilah kehidupan makhluk sosial dapat berlangsung. Dan begitu pula antara manusia yang satu dengan manusia lainnya juuga tidak dapat dipisahkan karena hidup saling tolong menolong dan selalu berinteraksi satu sama lainnya, sehingga dengan demikian timbullah kehidupan masyarakat. Dalam



mendukung kehidupan masyarakat Kecamatan Lima Puluh pada umumnya beragama islam saat ini terdapat 40 masjid dan musholla adapun yang beragama lain. Jumlah sedikit dan telah dibangun beberapa sarana beribadah seperti gereja terdapat 8 gereja dan vihara ada 4 vihara .

#### 4.2.3 Keadaan Pertanian

Kecamatan Lima Puluh merupakan satu kecamatan dikota Pekanbaru yang tidak berpotensi pertanian, karena sebagian terletak dibantaran sungai siak, beberapa warga memanfaatkan untuk menambah penghasilan memelihara ikan, ternak ikan terdapat kelurahan Tanjung Rhu dan Pesisir .

Namun pada Kecamatan Limapuluh terdapat beberapa petani yang melakukan bididaya tanaman buah-buahan untuk menambah penghasilan mereka seperti mangga, durian, pisang dan pepaya .

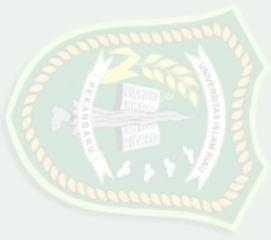
Tabel 10. Produksi Buah-Buahan dan Jenis Tanaman di Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru Tahun 20119.

No	Jenis Tanaman	Jumlah (Ton)
1	Mangga	65
2	Durian	7
3	Pisang	52
4	Pepaya	84

Sumber : BPS Kota Pekanbaru 2020

Pada tabel diatas terlihat bahwa tanaman pepaya memiliki produksi yang terbanyak yaitu 84 ton dikecamatan Limapuluh, kemudian tanaman durian merupakan tanaman yang terendah sebanyak yaitu 7 ton . sedangkan tanaman pisang menghasikan produksi 52 ton .

# ISLAM RIAU



## V.HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Pisang Goreng Kipas Kuantan-II

Profil usaha dalam penelitian ini meliputi sejarah usaha serta skala usaha. Sedangkan pada karakteristik pengusaha dan pekerjaan yang diamati dalam penelitian ini meliputi umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berusaha.

#### 5.1.1 Karakteristik Pengusaha

Pengusaha adalah sumber daya manusia pelaku utama dalam mengelola usaha pisang goreng kipas Kuantan-II. Keberhasilan pemilik usaha dalam mengelola usahanya dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu : umur, tingkat pendidikan, pengalaman usaha dan jumlah tanggungan keluarga. Untuk lebih jelasnya diurutkan sebagai berikut.

##### a. Umur

Umur dijadikan salah indikator yang ikut menentukan produktif atau tindaknya seseorang beberapa dalam bekerja. dari hasil penelitian menunjukan bahwa umur pemilik usaha dan tenaga kerja masih termasuk kedalam kelompok produktif untuk bekerja. Selanjutnya, untuk mengetahui distribusi umur pemilik usaha dan tenaga kerja usaha pisang goreng kipas Kuantan-II.

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Tabel 11. Distribusi umur, pendidikan, pengalaman usaha dan jumlah tanggungan keluarga pelaku usaha dan tenaga kerja pada usaha pisang goreng kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh.

No	Karakteristik	Pelaku Usaha	Persentase	Tenaga Kerja	Persentase
		Jumlah Jiwa		Jumlah Jiwa	
1	a. 15-34			30	96.77
	b.35-44			1	3.23
	c.45-54	1	100		
	d.55-64				
	Jumlah	1	100	31	100.00
2	Tingkat Pendidikan (Tahun)				
	a.SD (6)				
	B.SMP (9)			5	16.13
	C. SMA (12)	1	100	26	83.87
	Jumlah	1	100	31	100.00
3	Jumlah Tanggung Keluarga				
	a.1			22	70.97
	b.2				
	c.3	3	100	3	9.68
	d.4			4	12.90
	e.5			1	3.23
	f.6			1	3.23
	Jumlah	3	100	31	100.00
4	Pengalaman Berusaha (Tahun)				
	a.1-5	1	100	24	77.42
	b.6-10			5	16.13
	c.11-15			2	6.45
	Jumlah	1	100	31	100.00

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pemilik usaha dalam menjalankan usahanya, terutama terhadap pola pikir dan kemampuan fisik dalam bekerja. Semakin produktif usia seseorang bekerja, biasanya kemampuan



fisik dalam bekerja. Semakin produktif usia seseorang bekerja, biasanya kemampuan fisik yang memiliki lebih kuat dan lebih bersemangat dalam bekerja jika dibandingkan dengan seseorang dan kelompok umur yang sudah lanjut usia (tidak produktif bekerja) Berdasarkan Tabel 11, diketahui bahwa umur pelaku usaha pisang goreng kipas Kuantan-II pada usia produktif, yaitu 51 tahun.

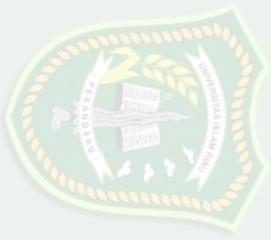
Selanjutnya, berdasarkan tabel 14, diketahui bahwa umur tenaga kerja yang bekerja pada usaha pisang goreng kipas Kuantan-II termasuk kategori umur yang produktif bekerja, yaitu sekitar 15-34 tahun.

#### b. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan yang erat dikaitkan dengan wawasan atau daya nalar yang dimiliki oleh pemilik usaha. Semakin tinggi tingkat pendidikannya yang dimilikinya, maka cenderung usaha yang dikelola lebih rasional sebagai hasil dari wawasan dari tingkat pendidikan yang ditempuhnya, salah satu dapat dilihat dari pendidikan formal yang ditempuh oleh pemilik usaha, khususnya pelaku usaha pisang goreng kipas Kuantan-II.

Hasil penelitian tabel 11 menunjukkan bahwa lama tingkat pendidikan pemilik usaha pisang goreng kipas Kuantan-II, berada pada tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan lama pendidikan selama 12 tahun.

Sedangkan lama pendidikan tenaga kerja pada usaha pisang goreng kipas Kuantan-II berada pada tingkat Sekolah Dasar (SD) dengan lama pendidikan 6 tahun dan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan lama pendidikan 12 tahun. Karena usaha ini tidak menurut keahlian terutama yang harus diperoleh



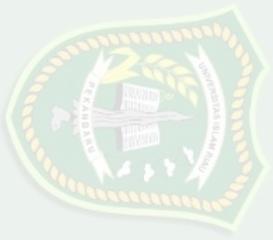
melalui jenjang pendidikan yang tinggi karena teknologi yang diterapkan cukup sederhana.

c. Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha merupakan salah satu faktor yang ikut mempengaruhi pemilik usaha dalam kemampuan untuk mengelolah usahanya dari hasil penelitian yang dapat dilihat tabel 15, menunjukkan bahwa pemilik usaha pisang goreng kipas Kuantan-II mempunyai pengalaman usaha yang dapat dikategorikan sudah lama. Karena sudah lama kurang lebih 30 tahun. Meskipun dikategorikan sudah lama, namun usaha pisang goreng kipas sudah memiliki pengalaman yang lebih dalam menjalankan usaha pisang goreng kipas Kuantan-II begitu juga dalam kegiatan mendistribusikan produknya. hal ini menjadikan modal dan sekaligus kelebihan dari pemilik usaha dalam mengelolah dan memasarkan pisang goreng kipas. begitu juga pengalan usaha yang dimiliki oleh tenaga kerja yang digunakan pada usaha pisang goreng kipas, menunjukkan pengalaman dalam menjalankan mengelolah pisang goreng kipas yaitu pada tingkat 1-5 tahun. Ini menunjukkan bahwa tenaga kerja yang bekerja pada usaha pisang goreng kipas Kuantan-II cukup berpengalaman dalam mengelolah usaha tersebut.

d. Jumlah Tanggungan Keluarga

Besar kecilnya tanggungan keluarga atau anggota keluarga akan mempengaruhi aktivitas pemilik usaha dalam mengelolah usahannya. Semakin banyak jumlah anggota keluarganya, maka beban ekonomi keluarga yang dipikul pemilik usaha juga akan semakin besar. hal ini menunjukkan bahwa pemilik usaha harus berusaha meningkatkan usahanya agar pendapatan usaha meningkat



sehingga kebutuhan keluarga dapat terpenuhi. Begitu juga dengan tenaga kerja pada usaha tersebut.

Berdasarkan hasil tabel penelitian tabel 11, menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga pemilik usaha berjumlah 3 jiwa pada pemilik usaha, sedangkan pada tanggungan keluarga dari perkerjaan 1 jiwa terbanyak. Hal ini menunjukkan bahwa tenaga kerja harus berusaha bekerja sehingga meningkatkan pendapatan dari hasil kerjanya, sehingga kebutuhan rumah tangga dapat terpenuhi.

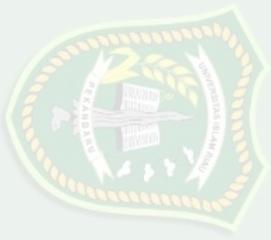
### **5.1.2 Profil Usaha Pisang Goreng Kuantan II di Kecamatan Lima Puluh**

#### **a. Sejarah Usaha**

Pisang goreng kipas Kuantan-II pada mulanya berawal dari hobi masak dan makan seorang susi hartini. hobi ini kemudian menjadi inspirasi untuk membuka usaha goreng pisang. Ia kemudian memulai kipranya menjadi wira usaha tepatnya tanggal 18 september 1991. usaha tersebut bermula dari beberapa sisir pisang. Satu kompor hock, beratapkan dua lembar seng dibawah sebatang pohon mangga yang berlokasi di Jl. Kuantan-II Pekanbaru. Nama jalan itu kini menjadi lebel merek dagang yang dipakai hingga saat ini .

Pada tahun 2002, usaha pisang kipas yang dirintis susi Hartini dan Yana Patriana di Jl. Kuantan-II dari sebuah bangunan warung kecil berpindah ke Jl. Kunatan Raya dengan menempati sebuah ruko berlantai dua. pengembangan produk terus dilakukan untuk meningkatkan pemasaran, salah satunya adalah dengan mengembangkan produk pisang goreng kipas setengah matang.

Produk ini sebagai bentuk oleh-oleh dimana konsumen dapat menggoreng kembali pisang goreng setengah matang yang dibeli dan dinikmati dalam keadaan hangat. Produk ini ternyata sangat diterima pasar yang terbukti tingginya



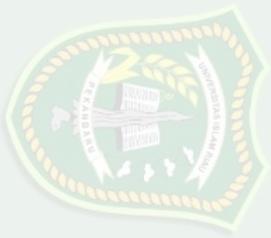
permintaan konsumen mencapai 5000 sampai 8000 buah perhari selain itu juga ditambah jenis gorengan lainnya seperti tahu, tempedan berbagai jenis minuman. Secara tidak langsung produk pisang goreng kipas Kuantan-II telah terpasarkan atau dinikmati konsumen hampir seluruh Indonesia bahkan negara-negara tetangga seperti Malasiya dan Singapura.

b. Skala Usaha

Usaha industri adalah suatu unit kesatuan yang melakukan kegiatan ekonomi yang bertujuan menghasilkan barang dan jasa, terletak pada suatu atau lokasi tertentu dan memiliki catatan administrasi terdiri sendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seorang atau lebih bertanggung jawab atas usaha tersebut. Untuk melihat skala usaha pisang goreng kipas Kuantan-II dalam penelitian ini dapat dilihat dari sumber modal dan jumlah tenaga kerja yang digunakan.

Hasil dari pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa dalam melakukan pengolahan pisang kapok menjadi pisang goreng kipas, memerlukan 31 tenaga kerja, yang terjadi atas pemilik usaha dan pekerja itu sendiri. Pemilik usaha pisang goreng kipas Kuantan-II di Kelurahan Sekip Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru mempunyai wewenang untuk melakukan seluruh kegiatan usaha terutama terutama merencanakan strategi, mengambil keputusan, mengawasi jalannya usaha, pemasaran produk, melakukan kegiatan evaluasi sambil dengan mengelolah keuntungan yang dihasilkan dari usahanya serta bertanggung jawab terhadap kelangsungan hidup usaha yang dimiliki.

c. Sumber Modal



Modal biasanya menunjukkan kepada kekayaan finansial, terutama dalam penguasaan awal atau menjaga kelanjutan usaha, setiap pengusaha pasti berkaitan erat dengan keuangan baik yang berasal dari modal sendiri pinjam untuk menjalankan usaha tersebut. Modal usaha untuk awal menjalankan usaha pisang goreng kipas kuantan II menggunakan modal sendiri dengan sejumlah Rp.15.000.000 dengan modal seadanya usaha pisang goreng kipas Kuantan II dengan berjalan bagus .

d. Jumlah Tenaga Kerja

Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat 31 orang karyawan yang berkerja pada usaha pisang goreng kipas Kuantan-II. Berdasarkan kriteria pengelompokan skala usaha berdasarkan survei, jumlah tenaga kerja yang digunakan usaha pisang goreng kipas Kuantan-II termasuk kedalam usaha skala kecil menengah.

Tabel 12. Penggunaan jumlah tenaga kerja pisang goreng kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh 2019

No	Tahap Pengerjaan	Jumlah tenaga kerja	HOK (Proses/hari)	Persentase
1	Pengupasan	5	0.20	15,56
2	Pemotongan	5	0.20	15,56
3	Penyetakan	4	0.25	19,46
4	Penggorengan	5	0.60	46,69
5	Sortir	6	0.03	2,08
6	Pengemasan	6	0.01	0,65
Total		31	1.29	100,0

Berdasarkan tabel 12. menunjukan bahwa tenaga kerja pada pisang goreng kipas Kuantan-II berjumlah 31, sedangkan HOK proses/hari berjumlah 1,29 .menunjukan bahwa dalam melakukan pengolahan pisang kepok menjadi pisang



goreng kipas yang terbagi karyawan pekerjaanya .masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda.

## 5.2 Penggunaan Teknologi

Usaha pada pisang goreng kipas Kuantan-II menggunakan teknologi sederhana yaitu menggunakan tenaga manusia. Salah satu indikator perkembangan untuk usaha pisang goreng kipas dapat dilihat dari perkembangan teknologi yang digunakan dalam usaha yang dijalankan, dalam usaha ini proses pengelolah pada pisang goreng kipas Kuantan-II menggunakan berbagai alat yang digunakan, antara lain.

- a. Mesin pendingin (freezer), suatu alat yang digunakan untuk memindahkan panas dari dalam ruangan keluar atau suatu rangkaian mampu bekerja untuk menghasilkan
- b. Kompor gas (otomatis), suatu alat dapur untuk memasak yang digunakan tenaga dari cairan gas didalam tabung menimbulkan api sebagai pemanas.
- c. Pisau, suatu pealatan memasak sesuai dengan fungsinya masing-masing.
- d. Talam, suatu alat yang digunakan untuk memudahkan pekerja memindahkan suatu bahan.
- e. Timbangan, digunakan untuk mengukur berat suatu benda.
- f. Hand sealer, alat yang digunakan untuk merekatkan plastik atau kemasan plastik dengan mamfaatkan sistem panas elektrik.
- g. Ember besar,alat pelengkapan yang sebagai tempat penampung berbagai hal
- h. Piring , suatu alat untuk menampung baik benda taupun makanan.

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



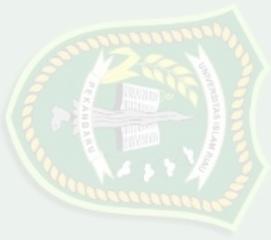
- i. Sendok pengaduk gorengan, alat fungsi utama untuk mengaduk, meratakan dan menuang masakan ke atas piring saji.
- j. Serokan, yaitu untuk mengangkat sekaligus meniriskan makanan dari air rebusan atau gorengan.
- k. Pencapit pisang, suatu alat yang digunakan untuk mengangkat, memindahkan benda atau makanan.

proses pengolahan pisang goreng kipas Kuantan-II pada umumnya sama dengan usaha lainnya, yaitu menggunakan tenaga kerja manusia dan serut sederhana, dan alat yang digunakan untuk membuat pisang goreng kipas tidak habis satu kali proses produksi. Sebab itu hitung dalam biaya produksi adalah nilai penyusutan alat. Untuk lebih jelas alat yang digunakan dalam proses usaha pisang goreng kipas dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Distribusi rata-rata penggunaan alat-alat pada usaha pisang goreng kipas Kuantan-II 2019

No	Jenis Alat	Jumlah (unit)	Persentase
1	Mesin pendingin (freezer)	5	0.07
2	Kompas gas (otomatis)	4	0.05
3	Pisau	12	0.16
4	Talam	24	0.32
5	Timbangan	2	0.03
6	Hand sealer	1	0.01
7	Ember besar	2	0.03
8	Piring	12	0.16
9	Sendok pengaduk gorengan	4	0.05
10	Serokan	4	0.05
11	Pencapit pisang	4	0.05
Jumlah		74	1.00

ISLAM RIAU



Pada tabel 13, terlihat bahwa pengolahan pisang goreng kipas belum menggunakan teknologi sederhana. Dalam pengelolaan pisang goreng kipas usaha tersebut menggunakan tenaga manusia. Hal ini yang menjadikan usaha masih ada masalah dalam menangani kadar minyak yang terkadang masih ada minyak dipisang membuat pisang berakibat pada kualitas pisang goreng kipas yang akan dihasilkan.

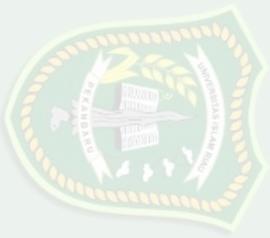
### **5.3 Analisis Sistem Pemasaran (Saluran dan Lembaga, Fungsi, Biaya, Efisiensi)**

#### **5.3.1 Lembaga dan Saluran Pemasaran**

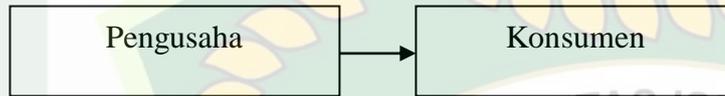
Pemasaran merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meyalurkan produksi yang dihasilkan oleh produsen sehingga sampai ke konsumen. Dalam proses pemasaran, kegiatan ini melibatkan lembaga pemasaran seperti pedagang dan pengusaha pisang goreng kipas itu sendiri. Saluran pemasaran merupakan rantai yang dilalui dalam memasarkan hasil produksi pisang goreng kipas yang mana hasil produksi pisang goreng kipas tersebut berupa pisang kapok dan nantinya yang produktif menghasilkan dipasarkan produsen dan konsumen.

Ada satu saluran pemasaran hasil produksi pisang goreng kipas yang terdapat di Kelurahan Sekip Kecamatan Lima Puluh. saluran pertama yaitu petani pisang menjual hasil produksinya kepada pengusaha, selanjutnya pengusaha menjual langsung kekonsumen. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 2.

Saluran pertama :



Saluran kedua :



Gambar 2. Saluran pemasaran pisang goreng kipas Kuantan-II

### 5.3.2 Fungsi Pemasaran

Dalam proses penyimpanan barang dari produsen kekonsumen diperlukan tindakan-tindakan yang dapat memperlancar kegiatan pemasaran dan kegiatan tersebut dinamakan sebagai fungsi-fungsi pemasaran. Adapun fungsi-fungsi pemasaran tersebut yaitu : (1) fungsi pertukaran (*Exchange function*) meliputi penjualan dan pembeli, (2) Fungsi fisik (*physical function*) meliputi pengangkutan, penyimpanan dan pengolahan, (3) fungsi fasilitas (*facilitating function*) meliputi permodalan, penanggungan resiko, standarisasi dan grading serta informasi pasar.

Untuk melihat apakah saluran pemasaran yang dilaksanakan sudah efisien dan adil dalam proses pendistribusikan, perlu juga mengenai informasi fungsi pemasaran pisang goreng kipas yang ada di Kecamatan Lima Puluh. Tujuan untuk menambah informasi mengenai fungsi pasar pisang goreng kipas adalah untuk melihat fungsi apa saja dilaksanakan oleh lembaga pemasaran tersebut. Karena, dalam proses pemasaran antara saluran pemasaran, fungsi pemasaran dan margin pemasaran memiliki keterkaitan yang sangat erat. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha, petani meliputi : penjual, pembeli, penyimpan, pengangkut, standarisasi dan grading, penanggungan resiko,



permodalan, serta informasi pasar. Untuk lebih jelas mengenai fungsi pemasaran dapat dilihat pada tabel 14.

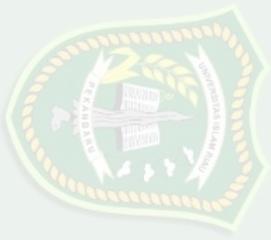
Tabel 14. Fungsi-Fungsi Pemasaran Pisang Goreng Kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh, Tahun 2019.

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran	
	Pengusaha	Pendagang Pengecer
<b>Fungsi Pertukaran</b>		
a. Pembelian	-	✓
b. Penjualan	✓	✓
<b>Fungsi Fisik</b>		
a. Penyimpanan	✓	✓
b. Pengangkutan	-	✓
<b>Fungsi Fasilitas</b>		
a. Standarisasi dan Grading	✓	✓
b. Penanggungungan Resiko	✓	✓
c. Permodalan	✓	✓
d. Informasi	✓	✓

1. Pengusaha Pisang Goreng Kipas

Fungsi pemasaran yang dilakukan pengusaha pisang goreng kipas di Kecamatan Lima Puluh adalah sebagai berikut :

- Fungsi penjualan, pengusaha pisang goreng kipas menjual ke konsumen dengan cara datang langsung ketempat pengusaha pisang goreng kipas tersebut.
- Fungsi penyimpanan, pengusaha pisang goreng kipas melakukan penyimpanan sebelum dijemput oleh konsumen penyimpanan dilakukan di tempat penyimpanan sendiri yang berada dilokasi usaha.
- Fungsi standarisasi dan grading, pengusaha pisang goreng kipas memerlukan standarisasi seperti pembersihan dari kotoran, sedangkan untuk grading pengusaha melakukan pengemasan produk dengan cara menyusun pisang



seperti kipas yang sudah disediakan, kemudian konsumen langsung membeli pisang goreng kipas sudah dikemas.

- d. Fungsi pengangkutan resiko, adapun resiko yang diterima pengusaha adalah resiko mengenai harga fluktuatif.
  - e. Fungsi permodalan yang dilakukan oleh pengusaha yaitu menggunakan modal sendiri.
  - f. Fungsi informasi pasar, biasanya harga ditentukan oleh pengusaha pisang goreng kipas mengetahui informasi mengenai harga pasaran pisang dari pedagang. Selanjutnya pengusaha mencari informasi dari pengusaha pisang yang ada di Kota Pekanbaru.
2. Pedagang pengecer
- Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer sebagai berikut:
- a. Fungsi membeli, pengusaha langsung kelokasi pengusaha kemudian nantinya akan diangkut ke tempat toko miliknya.
  - b. Fungsi penjualan, petani menjual langsung kekonsumen
  - c. Fungsi penyimpanan yang dilakukan pedagang pengeceryaitu langsung menyimpan ke tempat penyimpanan sendiri.
  - d. Fungsi pengangkutan, pengangkutan dilakukan oleh pedagang pengecer yang langsung datang ke tempat pengusaha pisang goreng kipas.
  - e. Fungsi standarisasi dan garding, pedagang sesuai oleh grading pengusaha karena sesuai permintaan pedagang.
  - f. Fungsi penggunaan resiko, adapun resiko yang mungkin terjadi adalah harga beli pisang goreng kipas yang fluktuatif.



- g. Fungsi informasi pasar, informasi didapatkan dari media ataupun dari kondisi pasar .

### 5.3.3 Biaya Pemasaran

Dalam proses pemasaran pisang goreng kipas Kuantan-II tentunya berkaitan dengan pembiayaan. Adapun pembiayaan berarti mencari dan mengurus modal uang yang berkaitan dengan transaksi arus barang atau produk dengan distributor sampai ketangan konsumen. dalam melakukan pembiayaan suatu objek dalam proses pemasaran pisang goreng kipas perlu diperhitungkan teliti dan sasaran pembiayaan harus jelas. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 17.



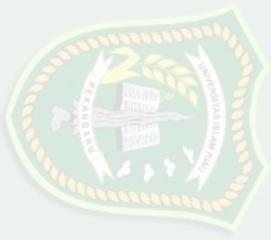
**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



Tabel 15. Analisis Biaya, Margin, Keuntungan, *Farmer's Share* dan Efisiensi Pemasaran Pisang Goreng Kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh.

NO	Keterangan	Saluran I		Saluran II	
		Biaya Rp/pcs	Farmer's Share	Biaya Rp/pcs	Farmer's Share
1	Pengusaha				
	Harga jual	3,000	75	4,000	100
	Biaya pemasaran				
	1.Kotak pengemasan	85			
2	Pendatang pengecer				
	Biaya pemasaran				
	1.Kotak pengemasan	6,78			
	2.Bongkar muat	5,42			
	3.Transprotasi	24,41			
	Total biaya	36,61			
	Margin	1,000			
	Keuntungan	963,39			
3	Konsumen				
	Harga beli	4,000		4,000	
	Total biaya	44,5		85	
	Total margin	1,000			
	Keuntungan	955,5			
4	Efisiensi	1,22			2,12

Pada tabel 15, dapat diketahui bahwa total biaya pemasaran pisang goreng kipas Kuantan-II sebesar 3000/pcs. Sedangkan harga pada pendatang pengecer sebesar 4000/pcs. Pengusaha mengeluarkan biaya pemasaran pengemasan sebesar 85/pcs dan biaya pemasaran pada pendatang pengecer pada pengemasan sebesar 6,78/pcs, bongkar muat sebesar 5,42/pcs, transprotasi sebesar 24,41/pcs .



#### **5.3.4 Margin Pemasaran**

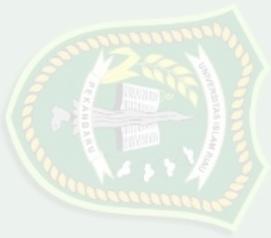
Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang diterima pengusaha dengan ditingkat konsumen atau antara lembaga yang terlibat panjang pendeknya saluran pemasaran dapat dipengaruhi margin pemasaran, karena semakin panjang saluran pemasaran dapat dipengaruhi margin pemasaran.. Dapat dilihat pada tabel 15, harga jual pisang goreng kipas Kuantan-II pada pemilik usaha ialah Rp.3000 /pcs, sedangkan harga jual pedagang pengecer yang diterima konsumen sebesar Rp.4000 /pcs .berarti terdapat selisih harga Rp.1000/pcs.

#### **5.3.5 Keuntungan Pemasaran**

Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin dan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan pisang goreng kipas Kuantan-II. Besarnya keuntungan yang diterima lembaga pemasaran tergantung pada besarnya biaya pemasaran, sedangkan biaya pemasaran ditentukan antara lain banyaknya lembaga yang terlibat dalam pemasaran serta banyaknya fungsi pemasaran yang dilakukan. Dapat dilihat pada tabel , bahwa keuntungan yang diterima pengecer saluran I sebesar Rp.963,39/pcs, sedangkan konsumen pada saluran II tidak memiliki keuntungan.

#### **5.3.6 Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran merupakan ukuran untuk melihat apakah pemasaran disebut efisien.Untuk memperlancarkan arus barang produsen ke konsumen, maka salah satu faktor mempengaruhi adalah memilih saluran yang tepat dan efisien.Daniel (2002), menyatakan bahwa sistem pemasaran dikatakan efisien bila mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya serendah-rendahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil



keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut. dapat dilihat pada tabel 15 bahwa nilai efisiensi pemasaran sebesar 1,22 % .

### 5.3.7 *farmer's Share*

Tabel 15. Menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima pengecer sebesar Rp.75/pcs sedangkan saluran II yang diterima pengusaha adalah 100% dengan harga dijual sebesar 4000/pcs. Sehingga dapat dilihat bahwa saluran II lebih efisien.

## 5.6 Strategi Pemasaran Pisang Goreng Kipas Kuantan-II

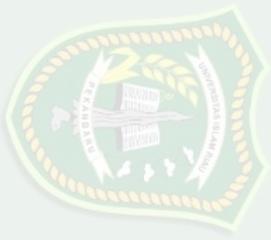
### 5.6.1 Bauran Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha pisang goreng kipas Kuantan-II dalam memasarkan produknya hanya menggunakan 7 bauran pemasaran yang meliputi produk seperti : *Product* (produk) ,*price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), *process* (proses). hal ini dilakukan agar pemilik usaha dapat melihat usaha pemasaran yang dilakukan sudah dapat memenuhi keinginan pasar, agar lebih jelas dapat dilihat pada uraian berikut ini :

#### 1 Produk (*product*)

Strategi produk yang digunakan dalam penelitian ini antaranya kualitas pisang goreng kipas dan kemasan pisang goreng kipas. lebih jelas diuraikan sebagai berikut.

##### a. Kualitas Pisang Goreng Kipas



Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengrajin memiliki standarisasi mutu dan sangat mengutamakan kualitas dari produk yang dihasilkan. hal ini dapat menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki oleh usaha pisang goreng kipas untuk dapat memasarkan produksinya lebih luas lagi.

#### b. Kemasaran Pisang Goreng Kipas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk pisan goreng kipas yang terhadap pada usaha ini sudah memiliki kemasaran yang khusus dan berbeda dengan produk olahan yang serupa. dengan adanya kemasan ini juga menambah keuntungan bagi pengusaha pisang goreng kipas karena produk olahan sudah mempunyai merk yang sudah mendapatkan izin dari lembaga yang bersangkutan, ini membuat masyarakat atau konsumen lebih mudah untuk membedakan produk olahan dengan produk pisang goreng kipas Kuantan-II .

#### 2 Harga (*Price*)

Strategi harga yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya penetapan harga. menurut penelitian menunjukkan bahwa pisang goreng kipas Kuantan-II dalam memasarkan produknya melakukan penetapan harga jual pengusaha .dimana harga pisang ditentukan oleh sepihak yang telah dibuat dengan harga 80.000 /pertandan.

#### 3 Tempat (*Place*)

Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan prusahaan yang membuat produksi tersedia bagi pelanggan sasaran.Strategi tempat atau distribusi merupakan strategi yang berkaitan erat dengan upaya produsen untuk mendistribusikan atau menyalurkan produk olahan agar sampai kepada



konsumen. Strategi distribusi yang dilakukan pengusaha pisang goreng kipas yaitu lokasi dalam pemasaran produk pisang goreng kipas itu sendiri. lokasi usaha sudah diketahui oleh masyarakat dalam atau luar Kelurahan Sekip. pisang goreng kipas memasarkan produknya tidak hanya memfokuskan terhadap mall-mall tetapi juga dengan negara tetangga. hal ini juga mendukung karena lokasi yang sangat dekat dengan kota pekanbaru, maka ini sangat memudahkan konsumen akhir untuk membeli produk pisang goreng kipas sekitar *outlet* Kota Pekanbaru.

#### 4 Promosi (*Promotion*)

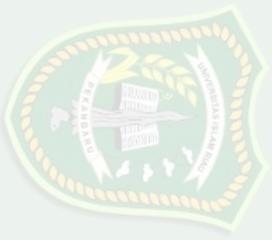
Strategi promosi yang digunakan dalam penelitian ini antaranya iklan melalui media sosial dan pameran budaya. lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut:

##### a. Iklan melalui media sosial

Berdasarkan hasil dari lapangan, usaha pisang goreng kipas melakukan iklan seperti pemasangan sepanduk produk pisang goreng kipas Kuantan-II ataupun membagikan brosur-brosur produk pisang goreng kipas agar produknya dikenal oleh masyarakat dalam ataupun luar yaitu melakukan membuat sepanduk dan brosur pisang goreng kipas dan bisa juga membuat vlog tentang produk olahan pisang goreng kipas Kuantan-II, supaya masyarakat dapat lebih jelas mengetahui produk yang akan ditawarkannya.

##### b. Pameran Budaya Keratif

Berdasarkan hasil lapangan, daerah Kota Pekanbaru terhadap adanya kegiatan pameran budaya keratif, dimana agar produk pisang goreng kipas agar dapat terkenal lebih luas oleh kalangan masyarakat dalam ataupun luar, maka



pengusaha pisang goreng kipas mengikuti kegiatan yang sangat baik ini. dengan mengikuti kegiatan ini akan berdampak baik juga pengusaha pisang goreng kipas Kuantan-II karena produk dikenal oleh masyarakat.

#### 5 Orang (*People*)

Berhubung dengan perencanaan sumber daya manusia (SDM), untuk mempersiapkan karyawan berkompeten yang sesuai dengan pembagian kerja oleh pengusaha. Maka melakukan kegiatan merekrut karyawan untuk pekerjaan tertentu oleh pengusaha pisang goreng kipas, untuk lebih jelas sebagai berikut :

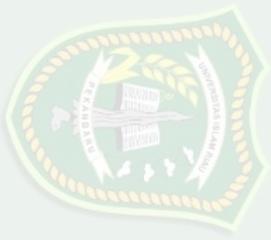
##### a. Seleksi karyawan

Berdasarkan hasil dilapangan, agar berjalannya suatu usaha yang dikelola maka harus mempunyai pekerjaan yang berkompeten atau bertanggung jawab. Dan bisa melakukan pekerjaannya sesuai dengan skil yang dimiliki. Dalam kegiatan ini pihak usaha pisang goreng kipas melakukan secara tertutup agar mengajak kerabat sendiri menjadi karyawan tetap pisang goreng kipas.

##### b. Motivasi Kerja

Berdasarkan hasil penelitian, agar perkerjaan yang diberikan dapat diselesaikan dengan baik dan memberikan hasil yang memuaskan pihak pisang goreng kipas. memiliki karyawan yang memiliki motivasi yang tinggi dan sebagian lain memiliki motivasi kerja yang rendah. untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan, memberikan bonus kepada karyawan yang mendapatkan pesanan yang jumlah besar dan dapat menyelesaikan dengan baik melayani konsumen sesuai dengan waktu yang tertentu.

#### 6 Lingkungan Fisik (*physical evidence*)



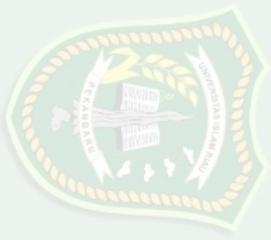
Menurut lingkungan fisik yang berhubung dengan suasana lokasi usaha dan lingkungan sekitar usaha pisang goreng kipas Kuantan-II. Yang memiliki lingkungan fisik yang baik dan mencerminkan bagaimana member kenyamanan dan memudahkan bagi konsumen.

Berdasarkan hasil lapangan, lingkungan fisik usaha pisang goreng kipas yang diberikan oleh konsumen sudah cukup baik. Telah memberikan kemudahan kepada konsumen yang membeli dan memilih produk langsung ke tempat pengusaha, yang sudah disediakan produk beserta harga produk. Ditampilkan di toko pisang goreng kipas juga tertata rapi dan menarik dengan pisang yang tersusun seperti kipas. Untuk kenyamanan konsumen toko dilengkapi kipas angin dan karyawan secara berkala membersihkan lokasi usaha untuk menjaga kebersihan menghindari kerusakan pada produk yang dijual serta menambah kenyamanan pada konsumen saat melakukan transaksi pembelian produk.

#### 7 Proses (*Process*)

Dalam penerapan pemasaran pengusaha pisang goreng kipas Kuantan-II melakukan proses produksi. Yang sudah menerapkan dengan baik, serta kualitas produk yang berkembang merupakan usaha yang bergerak dalam bidang makanan menerapkan sanitasi dengan baik dalam proses produksi untuk menjaga kualitas produk.

Dalam kegiatan proses produksi tak lupa dari ketersediaan peralatan sederhana yang menunjang kegiatan produksi, Pisang goreng kipas memiliki peralatan yang sesuai dengan kebutuhan dan cukup keterbatasan peralatan pisang goreng kipas tetap untuk memberikan produk yang berkualitas.



## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan yang dilakukan mengenai strategi pemasaran usaha pisang goreng kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru, maka dapat diambil kesimpulan bahwa.

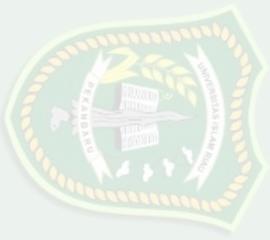
1. Karakteristik pengusaha pisang goreng kipas adalah berusaha usia (tidak produktif bekerja). Yaitu berumur pengusaha 51 tahun dan karyawannya termasuk umur masih produktif, dengan rata-rata 23,74 tahun. tingkat pendidikan pengusaha adalah 12 tahun (SMA), dan rata-rata pendidikan karyawan 11,52 tahun (SMP). dan jumlah tanggungan keluarga 3 jiwa dan tenaga kerja rata-rata 2 jiwa. sedangkan pengalaman berusaha 29 tahun sedangkan pengalaman tenaga kerja rata-rata 4,10 tahun. pengalaman yang dimiliki pengusaha dan karyawan tersebut mengartikan bahwa pengusaha dan tenaga kerja sudah pengalaman dalam mengolah usaha pisang goreng kipas Kuantan-II sejak tahun 1991 hingga saat ini. skala usaha yang dilakukan adalah skala usaha kecil menengah, modal awal yang digunakan adalah sebanyak Rp.15, 000,000.00. tenaga kerja yang digunakan sebanyak 31 orang yang berasal dari luar keluarga.
2. Saluran lembaga dan fungsi pemasaran yang terlibat dalam pemasaran pisang adalah pengusaha, pedagang pengecer. Fungsi pemasaran yang terlibat didalam pemasaran pisang adalah fungsi penjualan, fungsi pembelian, fungsi permodalan dan informasi pasar. sementara untuk biaya dan efisiensi pemasaran yang paling memberikan dampak perubahan pendapatan adalah

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



pemasaran pisang goreng goreng kipas Kuantan II ,Sedangkan dalam segi keuntungan dalam pemasaran usaha pisang goreng kipas memiliki pemasaranan yang luas dalam negeri ataupun luar negeri dan *Fahmer's Shere* merupakan harga yang diterima oleh pengecer dan konsumen,

3. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam memasarkan produknya menggunakan 7 P dan SWOT.bauran pemasaran 7 P yang meliputi : produk(*product*),harga(*price*),tempat(*place*),promosi(*promotion*),orang(*people*), bukti fisik(*physical evidence*) dan proses(*proses*). untuk meningkatkan nilai penjualan, membuat pengusaha berinovasi dan kreatif, memperbaiki manajemen pemasaran agar kualitas terjaga, membina hubungan baik antara pengusaha dan konsumen.

### 1.2 Saran

1. Pengusaha pisang goreng kipas Kuantan-II masih mendatangkan bahan baku dari luar daerah sehingga masih mengeluarkan biaya yang sangat besar dalam mengadakan bahan baku. oleh karena itu, pihak masyarakat lokal membudidaya pisang lokal yang berkualitas dalam menyediakan input seperti pisang dari luar daerah sehingga dapat meminimalkan biaya sarana produksi dan pengusaha pisang goreng kipas mendapatkan penggunaan optimal.
2. Perlu adanya pendidikan non-formal bagi karyawan dalam program pelatihan agar menambah wawasan dalam bekerja untuk menjalankan usaha lebih baik kedepannya.
3. Agar usaha pisang goreng kipas Kuantan-II layak untuk diusahakan dan berkembang perlu adanya bantuan dari pemerintah dalam hal penyediaan



sarana yang berupa tingkat suku bunga yang rendah dari bank terkait sehingga memberikan keringanan modal pinjaman.



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

## DAFTAR PUSTAKA

- Altri Mulyani,& Ratna Satriani(2012). “Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam RangkaMencapai Ketahanan Pangan Di Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas”Vol. 8, Fakultas Pertanian UNSOED
- Andik Pradana (2015),.Strategi Bisnis Dengan Menggunakan Metode Analisis S.W.O.T Di Pusat Pendidikan Indonesia-Amerika (PPKIA) Jember. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Amsal (2012).Filsafat Ilmu edisi Revisi.Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Bambang Riyanto. (1994). Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Yogyakarta:Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada.
- Billy Priyo Santoso (2015),Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Indomaret (Studi kasus pada Indomaret cabang Pabelan)”.Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Buchari. 2005. Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta
- Cahyono, B. 2009.Buku Terlengkap Sukses Bertahan Buah Naga. Jakarta :Pustaka Mina.
- Candra, I. 2003. Pengaruh Jenis Pisang. Skripsi.Fakultas Pertanian.Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Daniel, 2002; Pengantar Ekonomi Pertanian, Bumi Aksara, Jakarta.
- Downey, D. dan S.P. Erickson, (1992). Manajemen Agribisnis. Jakarta : Erlangga.
- Fauzia, L dan Tampubolon, h. 1991.Pengaruh Keadaan Sosial Ekonomi Petani Terhadap Keputusan Petani Dalam Penggunaan Sarana Produksi. Universitas Sumatera Utara Press, Medan.
- Hasyim, Hasman. 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus : Desa Dolok Seribu Kecamatan Paguran Kabupaten Tapanuli Utara). Jurnal Komunikasi Penelitian. Universitas Sumatera Utara, Medan : Lembaga Penelitian.
- Hermanto, Reza Elyarni. (2016). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express pada PT. SAP. Jurnal Metris, 17, 81-88.



Irfan Zevi. 2018. Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk pada PT. Proderma Sukses Mandiri. Skripsi UIN Jakarta.

Iswanto, 2008, *Design dan Implementasi Sistem Embedded Microcontroller ATMEGA8535 dengan bahasa Basic*, Yogyakarta: Gava Media

Joesron Suhartati dan Fathorrozi, 2003, *Teori Ekonomi Mikro* : Salemba Empat Jakarta.

Kurnia Dewi (2019) Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pisang King Di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. Vol 2 No 1 (2019): Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Dan Bisnis (JIM2B

Kotler, P , 2000. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 2*, Prentice-Hall Inc, New York.

Koter (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12*, PT Indeks, New Jersey

Kotler p. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edis 1 Jakarta : Salemba Empat

Kumar, Vinay, Cotran, et al. 2007. *Buku Ajar Patologi Anatomi Edisi 7 Vol. 2*. Jakarta : EGC pp 367-378

Limbong dan Sitorus, 1987. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Jurusan ilmu-ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

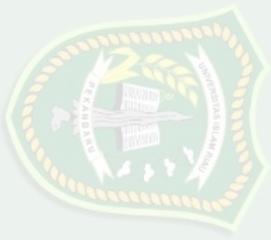
Rahardi, F. 1999 *Agribisnis Tanaman Buah*. Penerbar Swadaya. Jakarta

Radiosunu. (1986). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Analisis, and Edition*, BPF, Yogyakarta.

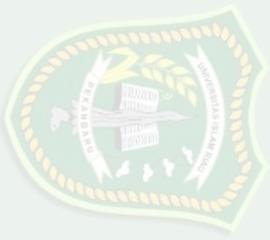
Rambat Lupiyoudi dan A. Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta : Salemba Empat.

Rangkuti. ((2009)). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Rohmanudin. 2017. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Industri Mebel di Kecamatan Wayhalim Kota Bandar Lampung)*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung : skripsi tidak diterbitkan



- Saefuddin dan Hanafiah(1986), Tananiaga Hasil Pertanian. Penerbit UI. Jakarta.
- Syahyunan, 2004.Laporan Keuangan, Jakarta : Rajawali
- Soekartawi.1995. Analisis Usaha Tani. Universitas Indonesia Press, Jakarta. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soekartawi.1999. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi.2001. Pengantar Agroindustri.PT Raja Grafindo persada Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Analisis Usahatani. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Soekartawi, 2002. Teori Ekonomi Produksi. Raja Grafindo Persada Indonesia
- Soekartawi, 2005.Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Soekartawi, 1988.Prinsip Manajemen Pemasaran Hasil Pertanian Teori dan Aplikasi. Rajawali Press. Jakarta.
- Siswanto,2003. Pengantar Manajemen, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Sudirman.(1984).Ilmu Pendidikan. Bandung: Rodakarya
- Supardi, 2000, Metode Kuantitatif Statistik, Erlangga, Jakarta.
- Supardi dan Anwar, Siagian, S.P. 2002.Manajemen Sumber daya Manusia. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Suratiyah. 2008. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sudiyono, 2001. Pemasaran Pertanian, Universitas Muhammadiyah Malang. Malang
- Syah, Muhibbin. 2014. Psikologi Pendidikan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Tjitrosoepomo, G, 2000. Taksonomi Tumbuhan Spermathophyta. Cetakan ke-9, UGM Press, Yogyakarta
- Vincent Gaspers.(1999). Ekonomi Manajerial, Pembuatan Keputusan Bisnis.Jakarta : penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Wijaya, 1997.Manajemen Pemasaran.PT. Pren Halindo. Jakarta.



Wiliam, J.S 2008. Manajemen Pemasaran. Analisis Prilaku Konsumen. Online pada <http://library.um.ac.id>. Diakses pada tanggal 11 Maret 2019



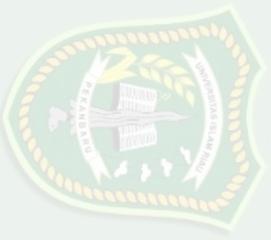
# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin



**LAMPIRAN**

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

**DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :**

**PERPUSTAKAAN SOEMAN HS**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin



Lampiran 1: Karakteristik pengusaha dan karyawan pisang goreng kipas Kuantan-II di Kecamatan Limapuluh tahun 2019

No	Umur (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Jumlah Tanggungan Keluarga ( jiwa)	Pengalaman Berusaha (Tahun)
<b>Pengusaha</b>				
1	51	16	3	29
<b>Tenaga Kerja</b>				
1	23	12	1	3
2	22	12	1	3
3	20	12	1	1
4	23	12	1	3
5	24	12	1	5
6	23	12	1	4
7	21	12	1	2
8	21	12	1	2
9	24	12	1	5
10	23	12	1	3
11	33	12	6	11
12	26	12	4	7
13	32	12	3	4
14	18	9	1	3
15	23	12	1	4
16	19	9	1	3
17	35	12	4	12
18	23	9	1	7
19	24	12	1	5
20	29	12	5	3
21	20	12	1	2
22	19	12	1	1
23	19	12	1	1
24	28	12	1	4
25	25	12	1	5
26	28	12	3	2
27	15	9	1	1
28	19	9	1	1
29	24	12	1	6
30	24	12	4	6
31	29	12	4	8
<b>Jumlah</b>	<b>736</b>	<b>357</b>	<b>56</b>	<b>127</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>23,74</b>	<b>11,52</b>	<b>2</b>	<b>4,10</b>



Lampiran 2: Biaya operasional dan Identitas Konsumen pemasaran pengusaha pisang goreng kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima puluh 2019

NO	Keterangan	Saluran I		Saluran II	
		Biaya	Farmer's	Biaya	Farmer's
		Rp/pcs	Share	Rp/pcs	Share
1	Pengusaha				
	Harga jual	3,000	75	4,000	1,00
	Biaya pemasaran				
	1.Kotak pengemasan	85			
2	Pendagang pengecer				
	Biaya pemasaran				
	1.Kotak pengemasan	6,78			
	2.Bongkar muat	5,42			
	3.Transprotasi	24,41			
	Total biaya	36,61			
	Margin	1000			
	Keuntungan	963'39			
3	Konsumen				
	Harga beli	4,000		4,000	
	Total biaya	44,5		85	
	Total margin	1,000			
	Keuntungan	955,5			
4	Efisiensi	1,22			2,12

Identitas Konsumen			
No	Umur(Tahun)	Lama Pendidikan(Tahun)	Jumlah Tanggungan(Jiwa)
1	41	12	2
2	47	9	2
3	38	16	2
4	45	12	3
5	51	9	1
6	41	12	1
7	49	12	2
Jumlah	312	82	13
Rata-rata	44,57	11,71	1,86



Lampiran 3. Kriteria 7 P sebagai strategi pemasaran pisang goreng kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh 2019

#### 1. Produk (*Product*)

- a. Produk berkualitas : dalam melakukan pengolahan pengusaha mencari bahan baku seperti pisang kepek jika diproduksi bisa bertahan cukup lama dan tidak mengandung bahan pengawet.
- b. Produk sudah memiliki brand atau merk : hal ini agar supaya bisa meningkatkan pemasaran pisang goreng kipas agar untuk membedakan produk yang lain.
- c. Tidak mengandung bahan pengawet : maka dari itu produksi pisang goreng kipas tidak bisa bertahan sangat lama .
- d. Permutaran modal lancer : dalam strategi pemasaran pengusaha sangat teliti dalam melakukan pengolahan atau penjualan agar hasil yang didapatkan maksimal.
- e. Bahan baku dari luar daerah : yaitu jika bahan baku dipasar lokal sudah habis makan pengusaha membeli bahan baku dari luar daerah seperti : Lampung, Sumatera Barat dan Medan.
- f. Produk muda ditiru : dalam usaha semua produk bisa ditiru tetapi tidak bisa sesama produk aslinya karena dalam usaha memiliki strategi-strategi masing masing yang tidak ada pada pengusaha lainnya.
- g. Bahan baku tidak tahan lama : yaitu pengusaha membuat inovasi agar bahan baku yang tidak tahan lama maka pengusaha memiliki strategi yaitu menggoreng pisang setengah matang agar pisang bisa bertahan lama .
- h. Munculnya produk yang lebih unggul : dalam usaha harga tidak mau kalah bersaing, maka dari harus menciptakan inovasi-inovasi yang baru dan kreatif.

#### 2. Tempat (*Place*)

- a. Strategi dipinggir jalan : hal ini sangat bagus untuk perkembangan masa yang akan datang agar konsumen dapat mengetahui tempat usaha pisang goreng kipas Kuantan-II
- b. Tempat parkir : yaitu tempat parkir kendaraan pelanggan agar supaya nyaman



### 3. Harga (Price)

- a. Daftar harga : yaitu nilai uang yang harus dibayar oleh konsumen kepada atas barang dan jasa yang akan dibeli.
- b. Potongan harga : ialah suatu daftar yang berisikan atau memuat harga barang-barang untuk kepentingan penjualan dan juga pembeli berfungsi umumnya diberikan kepada penyalur.

### 4. Promosi (Promotion)

- a. Media promosi : yaitu agar masyarakat mengetahui barang atau produk yang kita pasarkan lewat promosi seperti : facebook, iklan tv dll.
- b. Papan nama : yaitu untuk mengetahui tempat usaha tersebut dan memudahkan konsumen untuk mengetahui produk kita tersebut.

### 5. Sumber daya manusia (*People*)

- a. Motivasi kerja : adalah hal yang sangat penting untuk pengusaha agar produksinya berjalan lancar maka laryawan berpengalaman dalam bidang tersebut.

### 6. Lingkungan fisik (*physical advidence*)

- a. Teknologi sederhana : yaitu dalam proses produksi masih ada pengolahan yang belum berkualitas karena teknologi yang sederhana.

### 7. Proses (*Proses*)

- a. Bahan baku yang mulai susah didapatkan berkualitas : yaitu dalam lokal sering kali kehabisan bahan baku yang bagus kualitasnya maka pengusaha melakukan cari keluar daerah.
- b. Permintaan pisang meningkat : dalam pemasaran pengusaha berhasil menarik pelanggan dengan produknya yang berinovasi dan kreatif dalam pasar-pasar.
- c. Adanya pesaing sejenis : dalam usaha maka harus berlomba-lomba untuk menghasil produk yang berkualitas dan disukai oleh pelanggan dalam usaha maka dari itu usaha pisang goreng kipas memiliki produk menjadi makan khas kota pekanbaru.
- d. Permutaran modal lancar : dalam usaha ada modal jika modal yang dijalankan berputar lancar maka usaha tersebut dalam mengelolah usahanya berhasil dan maju untuk ke masa yang akan datang.



- e. Bahan bakar (Gas) yang mahal : Gas yaitu bahan bakar untuk penggorengan hal yang sangat penting untuk pengolahan, terkadang harga gas yang sangat mahal membuat usaha berfikir dua kali dalam usaha. Maka dari itu gas sangat penting dalam usaha piasng goreng kipas Kuantan-II.
- f. Makanan bervariasi seperti jajanan : usaha juga tidak menjual pisang kipas saja juga menjual jajanan yang membuat konsumen tidak bosan ketempat usaha .
- g. Cuaca berpengaruh kekonsumen : cuaca sangat berpengaruh dalam usaha seperti hujan banyak konsumen ketika hujan berdiam dirumah maka dari kurangnya konsumen yang datang membelinya .
- h. Tingkat kebosanan konsumen : dalam hal ini banyak dikendalai oleh usaha tingkat kebosanan dalam berusaha maka dari itu usaha harus membuat produknya yang menarik dan kreatif untuk menarik konsumen.

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

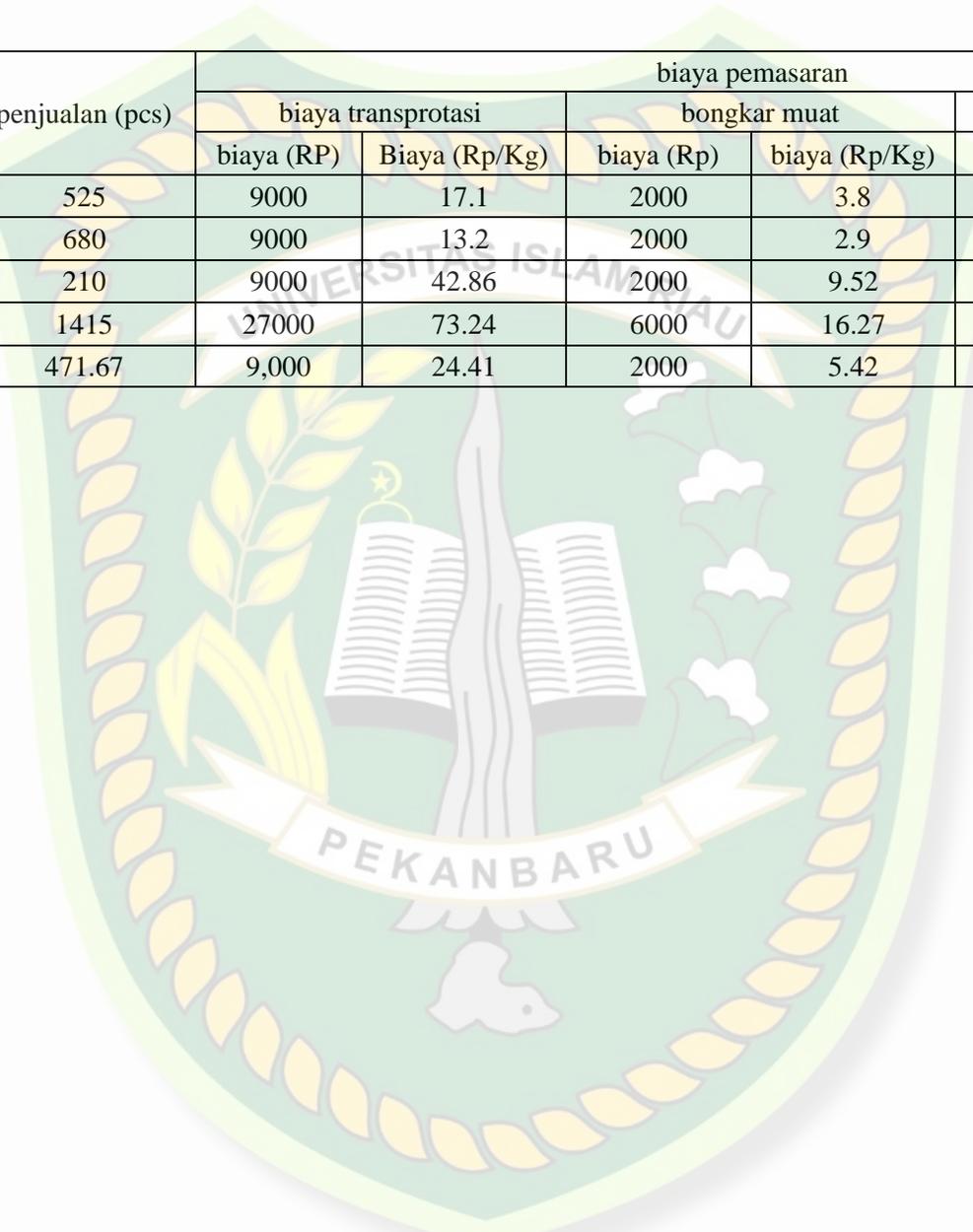
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



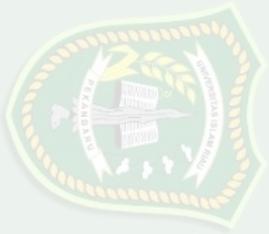
Lampiran 4. Biaya pemasaran pedagang pengecer pisang goreng kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh 2019

pedagang pengecer	penjualan (pcs)	biaya pemasaran					
		biaya transportasi		bongkar muat		kotak kemasan	
		biaya (Rp)	Biaya (Rp/Kg)	biaya (Rp)	biaya (Rp/Kg)	biaya(Rp)	biaya(RP/Kg)
1	525	9000	17.1	2000	3.8	2500	4.76
2	680	9000	13.2	2000	2.9	2500	3.68
3	210	9000	42.86	2000	9.52	2500	11.90
Jumlah	1415	27000	73.24	6000	16.27	7500	20.34
Rata-rata	471.67	9,000	24.41	2000	5.42	2500	6.78



Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Lampiran 5 : Distribusi penggunaan jumlah tenaga kerja pengusaha pisang kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh 2019

No	Tahapan Pengerjaan	Penggunaan Tenaga Kerja Usaha Pisang Goreng Kipas Kuantan II					
		Tenaga Kerja			Jumlah	Upah	Nilai
		Jumlah Orang	jumlah (jam)/hari	HOK (Proses/hari)	HOK (hari)	(Rp)	(Rp)
1	Pengupasan	5	1	0.20	0.20	115,000	23,000
2	Pemotongan	5	1	0.20	0.20	115,000	23,000
3	Penyetakan	4	1	0.25	0.25	115,000	28,750
4	Penggorengan	5	3	0.60	0.60	115,000	69,000
5	Sortir	6	0.16	0.03	0.03	115,000	3,067
6	Pengemasan	6	0.05	0.01	0.01	115,000	958
	Total	31	6.21	1.29	1.29		147,775

**Keterangan :**

Jam kerja/Hari yang Berlaku : 8 jam/hari

Upah/Hari yang Berlaku : Rp. 115.000

Satuan Penggunaan Tenaga Kerja : Hari Orang Kerja (HOK)

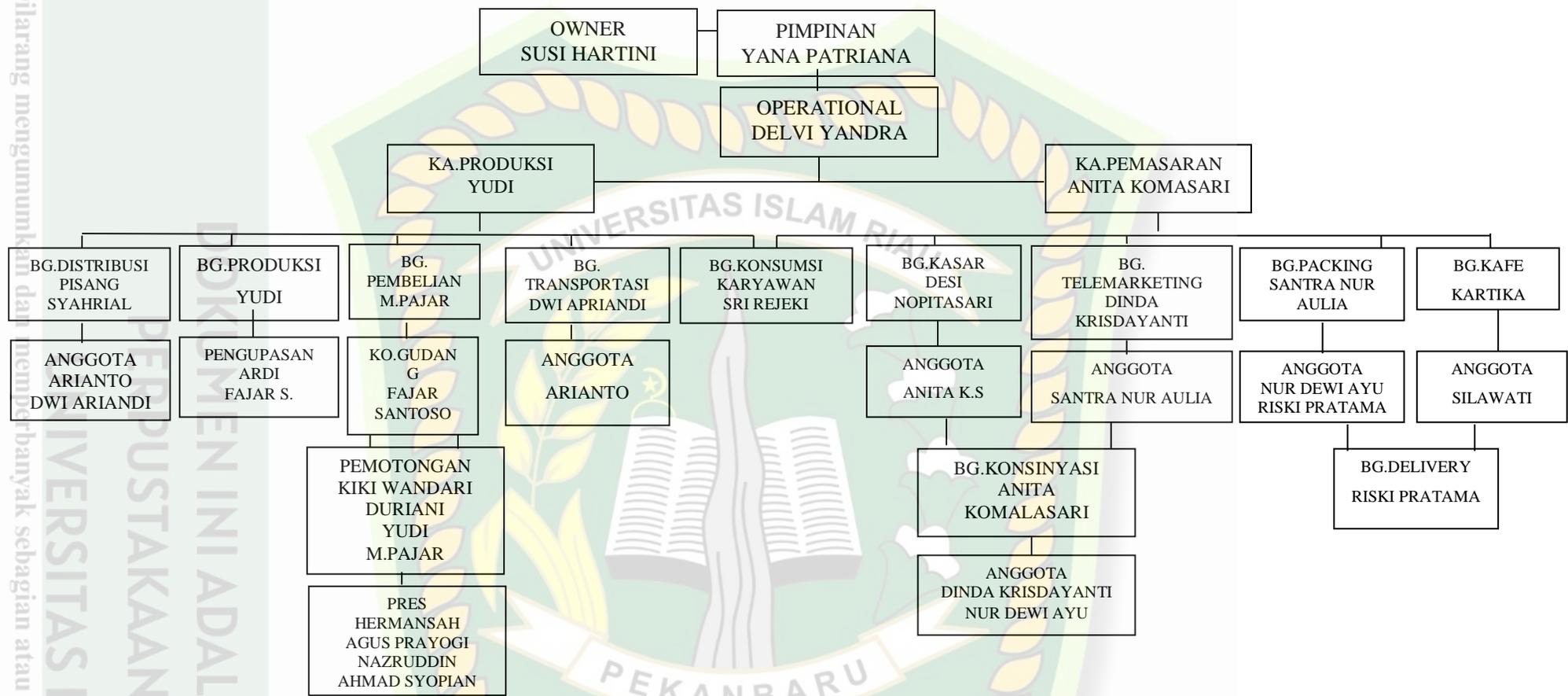


Lampiran 6 : Distribusi biaya peralatan pada usaha pisang goreng kipas Kuantan-II di Kecamatan Lima Puluh 2019

No	Jenis Alat	Jumlah (unit)	Harga (Rp)	Total (Rp)	Usia Ekonomis	Nilai Sisa (20%)	Penyusutan /tahun	Penyusutan/ bulan	Penyusutan/ hari
1	Mesin pendingin(freezer)	3	36000000	108000000.00	7	21600000.00	12342857.14	1028571.43	34285.71
2	Kompas gas(otomatis)	3	17600000	52800000.00	10	10560000.00	4224000.00	352000.00	11733.33
3	Pisau	20	100000	2000000.00	2	400000.00	800000.00	66666.67	2222.22
4	Talam	30	700000	21000000.00	5	4200000.00	3360000.00	280000.00	9333.33
5	Timbangan	4	700000	2800000.00	4	560000.00	560000.00	46666.67	1555.56
6	Hand sealer	1	61000000	61000000.00	10	12200000.00	4880000.00	406666.67	13555.56
7	Ember besar	2	75000	150000.00	2	30000.00	60000.00	5000.00	166.67
8	Piring	12	100000	1200000.00	5	240000.00	192000.00	16000.00	533.33
9	Sendok pengaduk gorengan	4	50000	200000.00	2	40000.00	80000.00	6666.67	222.22
10	baskom besar	10	50000	500000.00	2	100000.00	200000.00	16666.67	555.56
11	Pencapit pisang	4	128000	512000.00	2	102400.00	204800.00	17066.67	568.89
	Jumlah	93	116503000	250162000.00	51	50032400.00	26903657.14	2241971.43	74732.38



Lampiran 7. Struktur Organisasi Pisang Goreng Kipas Kuantan-II



DOKUMENTASI



Foto dengan karyawan



Wawancara dengan pengusaha

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :  
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin



Pisang yang sudah digoreng



Packing pisang goreng kipas Kuantan-II

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



Tempat penyimpanan pisang goreng kipas Kuantan-II

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :  
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**