

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

---

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN PRODUK LEMPUK DURIAN PADA USAHA  
INDUSTRI LEMPUK DURIAN DI DESA SELAT BARU KECAMATAN  
BANTAN KABUPATEN BENGKALIS**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Administrasi Bisnis  
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Islam Riau



**OLEH :**

**Helmi Dwi Kurnia  
NPM : 157210220**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**PEKANBARU**

**2021**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan dengan segala keterbatasan akhirnya karya ilmiah yang ditulis dalam bentuk Skripsi dapat penulis selesaikan. Skripsi yang berjudul “Analisis Bauran pemasaran produk Lempuk durian Pada usaha industri lempuk durian Di Desa selatbaru kecamatan bantan kabupaten bengkalis.” ini penulis tulis dan diajukan ke fakultas dalam rangka memenuhi salah satu syarat menamatkan studi dan sekaligus memperoleh gelar sarjana strata satu pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.

Penulis dengan segala keterbatasan ilmu dan pengalaman sudah berupaya semaksimal mungkin untuk menyusun setiap lembaran bab perbab Skripsi ini sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah dan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas. Walaupun demikian penulis menyadari bahwa pada lembar tertentu dari naskah Skripsi ini mungkin ditemukan berbagai kesalahan dan kekurangan. Untuk membenahi hal itu penulis berharap kemakluman serta masukan dari para pembaca.

Penulis menyadari pula bahwa dalam proses studi maupun dalam proses penulisan dan penyelesaian Skripsi ini banyak pihak turut membantu. Sehubungan dengan itu secara khusus pada lembaran ini penulis mengucapkan salud dan terimakasih kepada :

1. Bapak selaku Rektor Universitas Islam Bapak Riau Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., M.CL. yang menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimbah ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Bapak Dr. Syahrul Akmal Latief, M.Si. yang menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada fakultas Ilmu Sosial dan Politik Ilmu Administrasi Bisnis.
3. Ketua Program Studi Bapak Arief Rifa'i Harahap, S.Sos., M. Si. yang telah memfasilitasi dan ilmu pengetahuan sehingga telah memperluas wawasan dan sangat membantu penulis dalam melakukan penelitian ini.
4. Ibu Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si. selaku dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu dan membentuk ilmu pengetahuan kepada penulis terutama selama proses bimbingan berlangsung.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan selama penulis menimba Ilmu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
6. Karyawan, Pegawai dan Tata Usaha yang selalu mengarahkan penulis dalam melengkapai kelengkapan prosedur melakukan penelitian.
7. Orang tua, yang telah memberikan semangat dan motivis penulis agar penulis dapat menyelesaikan penelitian.
8. Rekan-rekan seperjuangan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2015 yang telah membantu dan memberikan semangat agar penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Penulis bermohon kepada Yang Maha Kuasa semoga jasa baik beliau itu dibalas dengan rahmat dan karunia yang setimpal, amin

Akhirnya penulis berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat yang cukup berarti kepada setiap para pembacanya.

Pekanbaru, 22 Juni 2021  
Penulis,

Helmi Dwi Kurnia



Dokumen ini adalah Arsip Miik :  
Perpustakaan Universitas Islam Riau



## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....</b>	<b>iii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN KONFEREHENSIF .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1. Tujuan Penelitian .....	9
2. Kegunaan Penelitian .....	9
<b>BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN</b>	
A. Studi Kepustakaan.....	10
1. Konsep Administrasi.....	10
2. Konsep Organisasi .....	11
3. Konsep Manajemen .....	13
4. Konsep Pemasaran .....	14
5. Konsep Manajemen Pemasaran .....	15
6. Konsep Pemasaran Produk dan Jasa .....	16
7. Konsep Bauran Pemasaran.....	17
8. Konsep Strategi Pemasaran.....	19
B. Penelitian Terdahulu .....	23

C. Kerangka Pikiran .....	24
D. Konsep Operasional .....	25
E. Operasional Variabel.....	27
<b>BAB III : METODE PENELITIAN PENELITIAN</b>	
A. Tipe Penelitian .....	28
B. Lokasi Penelitian.....	28
C. Key Informan dan Informan .....	29
D. Teknik Informan .....	29
E. Jenis dan Sumber Data.....	30
F. Teknik Pengumpulan Data.....	30
G. Teknik Analisis Data.....	31
H. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	31
<b>BAB IV : GAMBARAN UMUM PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Singkat Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis.....	32
B. Produksi Lempuk Durian.....	32
<b>BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Identitas Informan.....	35
B. Analisis Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis .....	38
1. Produk ( <i>Product</i> ) .....	41
2. Harga ( <i>price</i> ).....	52
3. Tempat ( <i>place</i> ).....	62
4. Promosi ( <i>promotion</i> ).....	72
<b>BAB VI : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	83
B. Saran .....	83

<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>



Dokumen ini adalah Arsip Milik :  
**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel :</b>	<b>Halaman</b>
I.1 Kepemilikan Usaha Lempuk Durian di Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis Tahun 2017-2019.....	6
I.2 Data Penghasilan Pemilik Usaha lempuk durian di Desa Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis Tahun 2017-2019 .....	7
II.1 Penelitian Terdahulu.....	23
II.2 Operasional Variabel.....	27
III.1 Informan.....	29
III.2 Jadwal Penelitian .....	32
V.1 Identitas Informan Berdasarkan Umur.....	36
V.2 Identitas Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	37



## DAFTAR GAMBAR

Tabel :	Halaman
II.1 Kerangka Pikir Penelitian .....	24



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :	Halaman
1. Daftar Wawancara Penelitian Tentang Analisis Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis .....	87
2. Foto-Foto Dokumentasi Hasil Penelitian Observasi Tentang Analisis Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis.....	90

**ANALISIS BAUARAN PEMASARAN PRODUK LEMPUK DURIAN  
PADA USAHA INDUSTRI LEMPUK DURIAN DI DESA SELAT BARU  
KECAMATAN  
BANTAN KABUPATEN BENGKALIS**

**ABSTRAK**

**Oleh : Helmi Dwi Kurnia**

Pemasaran produk sangat mempengaruhi keberlangsungan keberhasilan produk yang di pasarkan tentunya hal ini tidak terlepas dari bentuk strategi yang dilakukan guna menunjang keberhasilan pemasaran hal ini tidak terlepas dari lokasi pemasaran, harga produk, dan promosi. Pemasaran produk lempuk durian di Desa Selat Baru belum menerapkan bentuk kegiatan pemasaran guna berhasilnya pemasaran produk lempuk durian sehingga kegiatan pemasaran belum berkembang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui Observasi, wawancara dan Dokumentasi. Pembahasan Bauran Pemasaran Produk Lempuk Durian belum menerapkan strategi bentuk pemasaran sehingga perkembangan produk lumpuk durian belum memberikan perubahan terhadap tingkat keberhasilan penjualan dikarena dipengaruhi oleh harga yang mahal, tempat tidak strategis, dan belum adanya promosi yang dilakukan sampai keluar Kota. Kesimpulan Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian belum dilaksanakan dengan optimal sehingga mempengaruhi tingkat keberhasilan penjualan lumpuk durian. Saran peneliti yaitu terhadap pemilik usaha lempuk durian agar menetapkan harga tidak terlalu mahal, menetapkan lokasi penjualan pada tempat strategis, dan melakukan promosi lempuk duriansampai keluar daerah serta perlunya Dinas Perindustrian bekerjasama melakukan pemasaran sampai ke luar Daerah.

*Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Produk, Lempuk Durian.*

**MARKETING ANALYSIS OF DURIAN LEMPUK BAUARAN INDUSTRIAL  
BUSINESS PRODUCTS IN SELAT BARU VILLAGE, BANTAN DISTRICT,  
BENGKALIS REGENCY**

**ABSTRACT**

**BY : Helmi Dwi Kurnia**

*Product marketing greatly affects the continuity of the success of the product being marketed. Of course, this is inseparable from the form of the strategy carried out to support marketing success. This is inseparable from the marketing location, product prices, and promotions. Marketing of durian clay products in Selat Baru Village has not carried out all forms of marketing activities to successfully market clay durian products so that marketing activities have not developed. The purpose of this study was to determine the analysis of the marketing of Durian Lempuk products in the Durian Lempuk Industry in Selat Baru Village, Bantan District, Bengkalis Regency. The research method used is a qualitative method with data collection techniques through observation, interviews and documentation. The Discussion on the Marketing Mix of Lempuk Durian Products has not yet implemented a form of marketing strategy. So that the development of durian pile products does not change the success rate because it is influenced by high prices, a place that is not strategic, and there has been no promotion outside the city. Conclusion The marketing of Durian Lempuk Bauaran products has not been implemented optimally so that it has an impact on the level of increasing sales of durian pile. Researchers suggest that clay business owners determine prices that are not too expensive, determine sales locations in strategic locations, and factories outside the region as well as the need for Industrial Services to market outside the region.*

*Keywords: Marketing Mix, Product, Lempuk Durian.*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha di Indonesia, akhir – akhir ini berkembang sangat pesat. Hal ini terlihat semakin banyaknya bermunculan jenis usaha dan industri di Indonesia. Hal ini mengakibatkan tingkat persaingan di dunia usaha juga semakin ketat, sehingga masing – masing jenis usaha atau industri berlomba – lomba untuk memenangkan persaingan tersebut. Untuk memenangkan persaingan di dunia usaha, masing – masing perusahaan berusaha menciptakan suatu konsep pemasaran yang mampu untuk menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain itu perusahaan juga semakin mengembangkan pengetahuannya mengenai perilaku konsumen. Hal ini disebabkan perilaku konsumen sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Industri kecil seringkali dipandang sebagai bagian yang terbelakang dari struktur ekonomi, bersifat tradisional, dan tidak punya potensi untuk menyumbang pada pertumbuhan ekonomi. Pandangan seperti ini tidak sepenuhnya benar karena beberapa pihak beranggapan bahwa kombinasi yang tepat antara industri kecil, industri menengah dan industri besar dapat melahirkan struktur ekonomi yang paling produktif.

Pada dasarnya Usaha Kecil Menengah (UKM) dihadapkan pada persaingan yang lebih ketat sehingga harus mampu menghasilkan produk atau jasa yang memiliki daya saing tinggi dalam usaha memenangkan pangsa pasar. Setiap UKM harus mampu mengimbangi perkembangan yang terjadi pada dunia bisnis



dan mampu mengatasi masalah umum yang terdapat pada UKM, yaitu konsep manajemen yang kurang baik termasuk di dalamnya mental dan budaya kerjanya, tingkat pendidikan SDM yang terkait dengan keterampilan dan keahlian, keterbatasan modal, informasi pasar yang kurang mendukung, penggunaan dan penguasaan teknologi yang relative rendah, dan kurangnya kerjasama antar UKM. Untuk itu dibutuhkan pengembangan yang tepat bagi UKM dan melakukan inovasi pada produk yang mereka produksi, melalui perbaikan kinerja yang mampu meningkatkan daya saing dan pangsa pasar, dan juga melakukan inovasi pada produknya sesuai dengan karakteristik UKM dengan segala keterbatasan. Kegiatan produksi menunjang pencapaian pemasaran suatu produksi tentunya kegiatan inti yang turut menentukan sukses atau gagalnya sebuah bisnis dalam memenuhi besarnya permintaan pasar.

Menurut (Fuad, 2007;128), bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu sama lain. Keberhasilan perusahaan dibidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, dan promosi yang efektif.

Faktor lain mempengaruhi cepat atau lambatnya sesuatu dalam melakukan kegiatan produksi dan inovasi adalah harus efektif dan efisiensinya kegiatan operasional. Disamping itu harus ada koordinasi yang baik dengan semua pihak yang terkait dengan masalah produksi serta harus mampu berperan aktif dan saling mendukung dalam menjalankan proses produksi dan inovasi. Jadi secara umum, masing-masing faktor-faktor tersebut memiliki hubungan keterkaitan yang sangat erat dan tidak dapat dipisahkan.

Kabupaten Bengkalis terletak di Provinsi Riau dengan Ibu Kotanya Pekanbaru. Bengkalis adalah salah satu daerah yang kaya dengan berbagai ragam makanan dan minuman. Salah satu pesona inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi orang luar untuk datang dan mengunjungi Bengkalis. Jenis Jajanan yang menyandang predikat ciri Khas Bengkalis salah satunya bernama Lempuk Durian. Bengkalis, merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Riau yang kaya akan hasil pertanian dan perikanan. Dengan posisinya yang strategis yaitu terletak di muara sungai Siak, menjadikan pulau ini memiliki potensi perikanan yang tentunya dapat dioptimalkan, yaitu hasil perkebunan dan pertaniannya. Melimpahnya hasil panen durian di pulau Sumatera dan Kalimantan, membuat buah durian segar tidak semuanya dapat habis dikonsumsi. Oleh sebab itu butuh kreativitas dalam mengolah buah durian segar menjadi dodol, selai, tempoyak, dan beberapa tahun ini cukup trend adalah pancake durian. Tidak semua orang menyukai buah durian, karena baunya yang tajam. Tetapi di Bengkalis, lempuk durian ini tetap menjadi primadona.

Asal mula Lempuk durian di Bengkalis menurut informasi yang didapatkan dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Bengkalis serta berdasarkan informasi yang didapatkan dari masyarakat setempat diketahui bahwa Lempuk durian ini mulanya dibuat oleh suku-suku pedalaman yang dari zaman dahulu sudah menetap di tepian-tepian sungai di Kabupaten Bengkalis. Salah satunya adalah Suku Akit. Masyarakat Suku Akit memanfaatkan segala hasil alam yang bisa menopang kehidupan mereka beberapa hari kedepannya atau makanan yang bisa tahan lama untuk beberapa hari. karena proses pembuatan Lempuk durian yang

tidak susah menyebabkan Suku Akit rutin membuat makanan khas ini sebagai simpanan makanan yang tahan lama. Kuliner Lempuk durian sangat berkembang di Desa Selatbaru Kecamatan Bantan. Dari zaman dahulu hingga saat ini, Desa Selat baru telah menjadi pemasok Lempuk durian untuk Kota Bengkalis dan luar Kota Bengkalis. Di Desa Selatbaru Bengkalis pembuatan Lempuk durian sengaja tidak merubah cara pembuatan Lempuk durian dari masa dahulunya. Bahkan bumbu dan perlengkapannya pun sengaja tidak mengalami perubahan.

Usaha lempuk durian tersebut terdiri dari 10 pengusaha lempuk durian di Desa Selatbaru. Karena jumlah usaha lempuk durian paling banyak berada di Desa Selatbaru dan lempuk durian terkenal dari desa selatbaru oleh banyak orang, maka sebab itu penulis akan melakukan kajian lebih lanjut mengenai strategi yang digunakan oleh pengusaha (masyarakat) yang menyebabkan usaha lempuk durian di Desa Selatbaru bertahan hingga saat ini, dan disukai oleh masyarakat luas baik di Bengkalis maupun yang datang dari luar Kabupaten Bengkalis. Adapun Bentuk dan kemasan Lumpuk durian sebagai berikut:

**Gambar I.1 Produk Lumpuk Durian**



*Sumber : Pemilik Usaha Lumpuk Durian, 2021*



Data dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Perindag) Kabupaten Bengkalis diatas dapat dilihat bahwa hasil produksi lempuk durian di Desa Selatbaru sangat banyak. Penulis melakukan observasi kepada salah seorang pengusaha lempuk durian bernama Bapak Selamat. Menurut Bapak Selamat lempuk durian yang dibuatnya sudah ditetapkan harga untuk per kg nya. 1 kg lempuk durian yang sudah dikemas dijual dengan harga Rp 100.000 (penetapan harga ini berdasarkan persetujuan kebijakan harga yang dikeluarkan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Perindag) Kabupaten Bengkalis). Harga tersebut juga digunakan oleh pengusaha lempuk durian lainnya di di Desa Selatbaru. Setiap pengusaha Lempuk Durian di Desa Selatbaru memiliki kebun durian sendiri yang digunakan untuk mencukupi kebutuhan produksi.

Produksi lumpuk durian di Kabupaten Bengkalis cukup meningkat tentunya hal ini setiap kepemilikan usaha lumpuk durian harus mengembangkan tingkat produksi yang digemari dipasaran mulai dari rasa, kemasan hingga harga. Tentunya hal ini sangat mempengaruhi tingkat konsumen dalam dalam cita rasa, kemasan dan harga penetapan hal tersebut sudah selayaknya diterapkan bagi setiap usaha industri lumpuk durian dengan tujuan lebih meningkatkan daya ketertarikan konsumen dalam mengkomsumsi. Adapun berikut jumlah UKM lumpuk durian di kecamatan bantan sebagai berikut:

**Tabel I.I Kepemilikan Usaha Lempuk Durian di Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis Tahun 2017-2019.**

No	Desa/Kelurahan	Kepemilikan Usaha
1	Pampang Pesisir	5
2	Pasiran	4
3	Resam Lapis	7
4	Selat Baru	10
5	Sukamaju	4

1	2	3
7	Teluklancar	3
8	Telukpambang	4
9	Telukpapal	5
10	Berancah	7

*Sumber : Hasil Pra survey. 2020*

Berdasarkan tabel diatas Kepemilikan Usaha Lumpuk Durian di Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis Tahun 2017-2019. Dimana diketahui dari 23 Desa kelurahan yang ada dikecamatan bantan hanya 10 Desa/Kelurahan yang memiliki Usaha Lumpuk Durian. Hal ini terlihat bahwa Desa Selat baru adalah Desa yang paling banyak Usaha Lumpuk Durian, tentunya dalam hal ini perlunya pengembangan keberhasilan usaha yang dilakukan oleh kepemilikan Usahan Lumpuk durian, mulai dari Rasa, Kemasa, Harga sampai dengan Promosi.

Keberhasilan usaha industry lumpuk durian memberikan kontribusi dalam meningkatkan dan pengembangan usaha lumpuk durian mulai dari kegiatan promosi sampai dengan penjualan ke luar kota keberhasilan ini tentunya sejauh mana lumpuk durian dipasarkan dan sejauhmana penerimaan hasil penjualan lumpuk durian. Keberhasilan usaha lumpuk durian dapat diketahui melalui kegiatan hasil penjulanyang telak dilaksanakan, adapun berikut hasil kegiatan usaha lumpuk Durian dari pendapatan pemasaran di Desa Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis sebagai berikut:

**Tabel I.II Data Penghasilan Pemilik Usaha lumpuk durian di Desa Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis Tahun 2017-2019.**

No	Pemilik Usaha	Penghasilan / Tahun			Wilaya Pemasaran
		2017	2018	2019	
1	Agus Sumarno	135.700.500	96.500.200	88.707.000	Bengkalis
2	Suzaini	95.690.800	83.580.600	80.750.000	Bengkalis
3	Erwin	12.710.900	34.300.400	-	Bengkalis



1	2	3	4	5	6
4	Conglay	256.940.000	229.770.800	145.650.00	Bengkalis dan Pekanbaru
5	Zukri	127.990.900	115.480.700	91.950.000	Bengkalis
7	Hardiansyah	99.700.700	89.800.500	69.907.800	Bengkalis
8	Sri Murni	246.940.500	145.970.600	125.850.900	Bengkalis dan Pekanbaru
9	M.Nurdin	287.980.600	249.970.900	225.950.800	Bengkalis dan Pekanbaru
10	Kurniawa	127.490.100	99.960.000	-	Bengkalis
11	Suhardi	197.490.100	152.940.000	141.740.000	Bengkalis dan Pekanbaru

**Sumber : Hasil Pra survey. 2020**

Berdasarkan tabel diatas Data Penghasilan Pemilik Usaha lempuk durian di Desa Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis Tahun 2017-2019, diketahui dari 11 usaha yang ada penghasilan rata-rata pemilik usaha Lempuk durian menurun dan sebageian besar pemasaran lempuk durian hanya berada pada wilaya bengkalis dimana diketahui sebanyak 7 usaha sedangkan bengkalis dan Pekanbaru sebanyak 4 pemilik usaha, sehingga perlunya pengembangan pemasaran usaha tersebut secara meyeluruh sampai ke luar kota dengan pemenuhan permintaan pasar seperti rasa, produk, promosi, dan harga terjangkau sehingga permintaan pasar semakin banyak.

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa kegiatan pemasaran lempuk durian belum dilakukan sampai keluar daerah secara menyeluruh sesuai dengan permintaan pasar, tetunya hal ini tidak lain dikarenakan kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan terutama oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Bengkalis dengan tujuan lempuk durian dapat diketahui banyak orang. Adapun fenomena didalam Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha

Industi Lempuk Durian di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten bengkalis sebagai berikut :

1. Diketahui Produk lumpuk durian belum dapat dipasarkan sesuai dengan permintaan pasar terutama di luar kota Bengkalis dan provinsi riau melainkan produk lumpuk durian hanya dipasarkan di kota bengkalis dan di kota Pekanbaru sehingga mengurangi pendapat hasil lumpuk durian.
2. Diketahui belum adanya kegiatan promosi lumpuk durian yang di lakukan sampai keluar daerah baik melalui media maupun secara langsung sehingga promosi Lumpuk Durian hanya dalam bentuk penjualan di lokasi saja.
3. Diketahui harga penetapan lumpuk durian mulai dari bungkus kecil hingga yang besar mulai dari 15 ribu dan 40 ribu melainkan saat dilokasi penjualan sampai dengan 100 ribu sehingga mengurangi tingkat pembelian konsumen.
4. Diketahui tempat penjualan lumpuk durian belum memberikan penghasilan yang berkisinambungan melainkan lokasi penjualan hanya dilakukan di daerah bengkalis dan di Kota Pekanbaru saja.

Berdasarkan fenomena yang dikemukakan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Bauran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industi Lempuk Durian di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten bengkalis.”**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahan pokok dalam penelitian ini yaitu : **“Analisis Bauran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten bengkalis”?**

## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dalam pembuatan tulisan ini yaitu:

a. Untuk mengetahui Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten bengkalis.

b. Adapun kegunaan penelitian ini yaitu:

### 1. Manfaat Teoritis

Secara teori hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan pengembangan ilmu Administrasi Bisnis dan dapat memperkaya inventaris hasil-hasil penelitian dibidang administrasi, khususnya dibidang ilmu Administrasi Bisnis

### 2. Kegunaan Akademis

Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan sebagai acuan bagi sivitas akademika.

## BAB II

### STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Studi kepustakaan

##### 1. Konsep Administrasi

Administrasi merupakan proses kerjasama beberapa individu dengan cara yang efisien dalam mencapai tujuan sebelumnya (Fahmi, 2015;4). Berdasarkan hal tersebut, administrasi dipandang berdasarkan 3 sudut pengertian yakni:

- a. Sudut pandang proses.
- b. Sudut fungsi.
- c. Sudut institusional.

Sedangkan menurut Siagian (2004;2), administrasi adalah keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Ada beberapa hal yang terkandung dalam defenisi diatas:

- a. Administrasi sebagai seni, yaitu suatu proses yang diketahui hanyapermulaannya saja sedangkan akhirnya tidak diketahui.
- b. Administrasi mempunyai unsur-unsur tertentu, yaitu adanya dua orangmanusia atau lebih, adanya tujuan yang hendak dicapai, adanya tugastugas yang harus dilaksanakan, adanya peralatan dan perlengkapan untukmelaksanakan tugas-tugas itu.
- c. Administrasi sebagai proses kerjasama bukan merupakan hal yang baru karena dia telah timbul bersama-sama dengan peradaban manusia.



Syafri (2012:3) mengatakan administrasi dalam arti sempit adalah berupa kegiatan pencatatan, pengelolaan, pengumpulan, pemberian nomor/kode surat, pengetikan, penggandaan, penyimpanan (pengarsipan), pengiriman, berbagai informasi yang diterima atau yang dikeluarkan oleh suatu organisasi/insitusi.

Dari uraian diatas dapat di simpulkan bahwa administrasi merupakan kegiatan kegiatan membantu dan melayani dengan baik yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang telah disepakati sebelumnya.

## **2. Konsep Organisasi**

Organisasi diartikan sebagai suatu keseluruhan termasuk didalamnya fasilitas, material dan orang dengan perilakunya, yang diatur menurut posisi berdasarkan tugas pekerjaan (Alma, 2009;117).

Pada dasarnya seseorang tidak bisa hidup sendiri. Sebagian besar tujuannya dapat terpenuhi apabila ada interaksi sosial dengan orang lain. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa hidup sendiri, karena manusia memiliki kebutuhan terhadap manusia lainnya. Karena itu biasanya manusia berkumpul dan membentuk kelompok, yang disebut organisasi. Contoh: karang taruna, perusahaan, kerajaan, negara dan lain-lain. Bahkan sebuah organisasi kejahatan pun pada dasarnya juga adalah sebuah organisasi, dimana mereka bergabung dan berkumpul serta memiliki tujuan,dan kepentingan yang sama.

Sedangkan menurut Hamim (2005;24) menjelaskan bahwa Organisasi adalah proses penggabungan pekerjaan yang para individu atau kelompok-



kelompoknya harus melakukan dengan bakat-bakat yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas-tugas sedemikian rupa memberi saluran terbaik untuk pemakaian efisien, sistematis, positif dari usaha yang tersedia untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan.

Hasibuan (2007;24) Organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal berstruktural dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerjasama dalam mencapai tujuan tertentu, jadi organisasi hanya merupakan alat dan wadah saja, guna mencapai tujuan organisasi, adanya proses kerjasama yang berstruktur dan terkoordinasi untuk mencapai apa-apa yang telah ditentukan.

Organisasi merupakan kesatuan kerja yang disusun melalui peraturan sebagai wadah menjalankan kerjasama mencapai tujuan yang telah sebelumnya (Dewi, 2011;23).

Secara hirarki, organisasi dan manajemen tidak dapat dipisahkan. Organisasi merupakan alat manajemen untuk mencapai tujuan. Organisasi adalah bentuk persekutuan untuk mencapai tujuan bersama. Melalui organisasi hampir semua kebutuhan manusia dapat dipenuhi sehingga manusia dan organisasi tidak dapat dipisahkan. Dalam sebuah organisasi terdapat tiga faktor atau unsur penting menurut Fuad (2006;101), yaitu:

1. Adanya sekelompok orang.
2. Adanya hubungan dan pembagian kerja diantara mereka.
3. Adanya tujuan yang ingin dicapai.

Menurut (Dewi, 2011;23), ilmu administrasi pada umumnya dikenal ada tiga jenis organisasi dalam masyarakat yang mempunyai hubungan ketergantungan satu dengan yang lain, yaitu:

a. Organisasi publik.

Organisasi ini bertujuan memberikan pelayanan publik kepada masyarakat tanpa mengharapkan keuntungan.

b. Organisasi bisnis atau privat.

Organisasi bisnis yaitu organisasi yang memberikan pelayanan publik kepada masyarakat tertentu dengan menargetkan sejumlah keuntungan,

c. Organisasi non profit.

Organisasi yang memberikan konsumen produk jasa,

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan suatu perserikatan dan persekutuan yang terdiri dari dua orang atau lebih yang berstruktur dan terkoordinasi yang berkerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

### 3. Konsep Manajemen

Menurut (Siagian, 2004;5), manajemen dapat didefinisikan dari dua sudut pandang yaitu sebagai proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan dan sebagainya kemampuan orang yang menduduki jabatan manajerial untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain.

Menurut (Hasibuan, 2005;1), manajemen berasal dari kata to manage yang berarti mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan di atur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen dalam mencapai tujuan manajemen yang merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan.

Menurut Hasibuan (2006;2) Manajemen adalah ilmu atau seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu dengan manajemen merupakan :

“Suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya yang lainnya. Manajemen mencakup kegiatan untuk mencapai tujuan, dilakukan oleh individu-individu yang menyumbangkan upayanya yang terbaik melalui tindakan-tindakan yang telah ditetapkan sebelumnya”.

Berdasarkan pengertian manajemen tersebut, manajemen merupakan proses dalam melakukan berbagai kegiatan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengawasan serta pengarahan yang dilakukan secara teratur hingga tujuan yang diinginkan tercapai.

#### **4. Konsep Pemasaran**

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008;6), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Pengertian manajemen begitu luas dan mencakup berbagai aspek, untuk itu perlu disajikan pengertian manajemen. Menurut (Handoko, 2008;8), menyatakan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan

pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Pemasaran merupakan suatu yang cukup menarik untuk dibahas dan dipelajari pada saat ini sebab bersifat universal. Dimana perdagangan kita saat ini, sektor jasa memegang peranan yang cukup besar sumbangannya terhadap pertumbuhan ekonomi. Berkembangnya industri dan teknologi membuat perusahaan semakin bersaing untuk memproduksi kebutuhan masyarakat akan barang/jasa.

Manajemen pemasaran dapat diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Untuk mencapai keuntungan dan laju penjualan tersebut, bagian pemasaran membidik pembelian sebagai sasaran (Assauri, 2009;4).

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan manusia yang bertujuan agar tercapainya kebutuhan konsumen sehingga tercipta kepuasan dari pihak konsumen. Dengan terciptanya kepuasan dari konsumen maka diharapkan terjadinya kesinambungan pembeli dari produsen. Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang menyeluruh dari suatu kegiatan usaha yang meliputi perencanaan, penentuan harga, mempromosikan produk kemudian mendistribusikannya kekonsumen.

## **5. Konsep Manajemen Pemasaran**

Penanganan proses pertukaran memerlukan waktu dan keahlian yang banyak. Manajemen pemasaran akan terjadi apabila sekurang - kurangnya satu pihak dari pertukaran potensial memikirkan cara untuk mendapatkan tanggapan



dari pihak lain sesuai dengan yang diinginkan. Dengan demikian manajemen pemasaran dapat diartikan proses perencanaan, pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan - tujuan individu dan organisasi (Kotler, 2005;10).

Menurut (Suharno dan Sutarso, 2009;28), berpendapat mengenai pengertian manajemen pemasaran sebagai berikut: “Manajemen Pemasaran merupakan suatu aktivitas yang memanfaatkan fungsi-fungsi dalam manajemen dengan melakukan analisis perencanaan implementasi dan pengendalian.”

Sedangkan menurut (Kotler dan Keller, 2007;6), mendefinisikan manajemen pemasaran adalah: “Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”.

Berdasarkan pengertian manajemen pemasaran tersebut, penulis berkesimpulan bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang melibatkan analisa, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang mencakup barang, jasa dan gagasan yang tergantung pada pertukaran dengan tujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak - pihak yang terkait.

## **6. Konsep Pemasaran Produk dan Jasa**

Manajemen produk dan jasa tidak ada bedanya, hanya dibedakan dari definisi barang dan jasa. Jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin produk fisik,

kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi, dan jasa merupakan kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut. Cravens, (2006;5),

Menurut Gronroos (dalam Bilson, 2017;63) dalam pemasaran jasa dibutuhkan tiga jenis pemasaran:

- a. Externalmarketing, berkaitan dengan bagaimana perusahaan berurusan dengan pihak luar perusahaan misalnya: harga bagi konsumen, distribusi,dan promosi.
- b. Internal Marketing, berkaitan dengan bagaimana perusahaan melatih dan memotivasi internal perusahaan.
- c. Interactive marketing adalah bagaimana kemampuan karyawan menguasai bidangnya dalam menghadapi pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis berkesimpulan bahwa manajemen pemasaran produk dan jasa adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan barang atau jasa yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya, untuk kemudian berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan.

## 7. Konsep Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah suatu set perangkat pemasaran yang bekerja bersama-sama untuk mempengaruhi pasar. Bauran pemasaran (marketing mix)

diperkenalkan oleh Carthy (dalam Kotler, 2012), merupakan strategi pemasaran terpadu yang memadukan produk, harga, promosi, dan distribusi dengan tujuan untuk dapat menghasilkan dan menjual barang/jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Bauran pemasaran (marketing mix) adalah seperangkat alat pemasaran teknis (produk, harga, promosi, dan distribusi) yang dipadu untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran (Kotler, 2012:71). Selanjutnya menurut (Kotler, 2012:92) mengemukakan bahwa bauran pemasaran merupakan sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan objek pemasaran atau target pasar yang dituju.

Carthy (dalam Kotler, 2012:92) mempopulerkan kiat pemasaran kedalam 4 faktor yang disebut the four Ps: Produk, Price, Place, dan Promotion. Keempat bauran pemasaran tersebut secara singkat dijelaskan sebagai berikut;

1. Product (produk) adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dilihat, dipegang, dibeli, atau dikonsumsi.
2. Price (harga) yaitu sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hak milik produk.
3. Place (tempat) yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia dipasar sasaran.
4. Promotion (promosi) yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran.

Menurut (Kotler dan Amstrong, 2012;52), bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi 4P. Adapun pengertian dari masing-masing bauran pemasaran diatas adalah:

1. Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Indikator dari produk antara lain; ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek, kemasan, dan layanan.
2. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga memiliki indikator seperti; daftar harga, diskon/potongan harga, periode pembayaran, dan persyaratan kredit.
3. Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Indikator dari tempat antara lain; saluran, cakupan, pemilahan, lokasi, persediaan, transportasi dan logistik.
4. Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Indikator dari promosi antara lain; iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.

## **8. Konsep Strategi Pemasaran**

Tinjauan lain dari (Nitisemito, 2008;207), mengenai definisi strategi pemasaran adalah dua suku kata yang memiliki makna yang luas, yaitu “strategi” dan “pemasaran”. Dimana “strategi” berarti melakukan cara, teknik, taktik dan langkah-langkah yang mengajak untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan “pemasaran” adalah aktivitas dari pelaksanaan cara atau metode volume penjualan dan pembelian suatu produk . Jadi strategi pemasaran adalah melakukan cara yang tepat untuk mengajak penjual atau pembeli untuk mendapatkan keuntungan dari



metode yang digunakan dalam transaksi jual beli produk melalui saluran distribusi yang jelas.

Ini menjadi pemikiran para ahli pemasaran untuk memberikan berbagai batasan atau definisi yang konsisten, bahwa strategi pemasaran adalah suatu aktivitas untuk mengajak penjual atau pembeli dalam mendapatkan keuntungan dari metode yang digunakan dalam transaksi jualbeli suatu produk. Sehingga, menurut (Tunggal, 2008;55), unsur yang melekat dari strategi pemasaran adalah teknik menjual, membeli dan mempromosikan suatu produk atau komoditi, sehingga memperoleh keuntungan penerapan strategi pemasaran tanpa mengabaikan saluran distribusi.

Demikian halnya pendapat yang dikemukakan oleh (Suardi, 2010;64), bahwa untuk melakukan volume penjualan dan pembelian suatu produksi, sangat ditentukan dari strategi pemasaran, karena dipahami bahwa strategi pemasaran berkenaan dengan volume penjualan, pembelian atau promosi suatu produk untuk dibeli dan dijual, sehingga hasil akhir dari penerapan strategi pemasaran adalah peningkatan pemasaran volume penjualan suatu produk sesuai saluran distribusi.

Tinjauan klasik (Kotler, 2012;254), bahwa strategi pemasaran sangat berkenaan dengan kualitas pelayanan dalam pemasaran (*tangible*), keadilan (*equity*), jaminan (*assurance*) dan kepercayaan (*reliable*), yang menjadi landasan utama suatu pengembang pemasaran menerapkan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan untuk merebut segmentasi, positioning dan targeting pemasaran. Kompetensi dalam aktivitas pemasaran tidak selamanya dimenangkan

oleh orang yang kuat, tetapi seringkali diraih oleh orang yang berpikir untuk mengatur strategi pemasaran (Longenecker, 2009;25)

Menurut (Anshary, 2008;169), strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh yang lazim disebut sebagai “corporate planning”. Dari sudut pandang luas dan teraturnya organisasi perusahaan, maka diperlukan perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman terhadap bagian-bagian perusahaan dalam menjalankan kegiatan masing-masing. Dengan demikian dapat digambarkan bahwa strategi pemasaran perlu diperhatikan dalam menyusun corporate planning dan sebaliknya corporate planning dijadikan sebagai dasar untuk menyusun strategi masing-masing bagian termasuk bagian dalam kegiatan pemasaran.

Menurut (Assauri, 2008;154), strategi pemasaran yaitu rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Kotler (2012;401), mengemukakan bahwa strategi pemasaran yaitu pendekatan pokok yang digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu mengenai target pasar, penetapan produk, pengelolaan barang pemasaran dan tingkat biaya pemasaran.

Menurut (Manap, 2016;19), mengatakan ada enam konsep pemasaran yang berkembang, yaitu Konsep Produksi (Production Concept), Konsep Produk (Product Konsep), Konsep Penjualan (Selling Concept), Konsep Pemasaran

(Marketing Concept), Konsep Sosial (Societal Concept), dan Konsep Pemasaran Global (Global Marketing Concept).

Dengan mengacu pada konsep diatas, maka bauran pemasaran 4P yang tercakup dalam kegiatan Marketing Mix menurut Triyana (2009;17), dapat dirinci sebagai berikut:

a. Produk (*Product*)

Menurut (Tjiptono, 2008;95), produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

b. Harga (*Price*)

Swastha (2008;147), mengemukakan abahwa harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk amendapatkan sejumlah produk atau jasa. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam amenetapkan harga yakni biaya, keuntungan praktik saingan dan perubahan akeinginan pasar. Besarnyajumlah uang yang dikeluarkan untuk amendapatkan atau memiliki suatu barang ditentukan oleh kesepakatan antara apembeli dan penjual itu sendiri.

c. Pengertian Tempat (*Place*)

Menurut (Assauri, 2008;192), saluran distribusi merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang memeganga peranan penting dalam hal mendistribusikan abarang dan jasa serta melancarkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pendistribusian abarang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen akhir tidaklah mudah untuk dilakukan tanpa adanya saluran distribusi yang

memadai. Apalagi untuk adapat menjangkau suatu pasar yang luas, dalam hal ini membutuhkan saluran distribusi yang dapat menyampaikan barang sampai ke tangan konsumen.

d. Pengertian Promosi (*Promotion*)

Menurut (Tjiptono, 2008;219), promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa kegiatan keberhasilan pemasaran setiap usaha tidak terlepas dari penetapan Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*) sehingga gambaran pengembangan usaha dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi pasar.

## B. Penelitian Terdahulu

Adapun Penelitian terdahulu didalam penelitian ini sebagai mana tabel berikut :

**Tabel II.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Aidil Putra Joko, 2013 (Skripsi)	Analisis Strategi Pemasaran Produk Inez Collection di Senapelan Plaza Pekanbaru	1. Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif 2. Metode pengumpulan data Observasi Dokumentasi dan	1. Objek penelitian. 2. Teori Penelitian 3. Lokasi penelitian. 4. Menganalisis Strategi 5. Hasil penelitian.



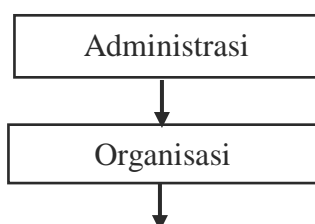
2	Faisal Yunan Siregar, 2015 (Skripsi)	Analisis Pemasaran Kripik bayam di Desa Rambai Kecamatan Siak Kabupaten Siak	1. Jumlah Informan. 2. Metode kuantitatif. 3. Metode pengumpulan data Observasi, Kuesioner dan Dokumentasi	1. Teori yang digunakan. 2. Lokasi penelitian. 3. Menganalisis Pemasaran 4. Hasil penelitian
3	M. Safri, 2015 (Skripsi)	Evaluasi Kegiatan Pemasaran Dodol Cempedak di Desa Sungai Raya Kecamatan rengat Kabupaten Indragiri hulu	1. Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. 2. Metode pengumpulan data Observasi Dokumentasi dan Kuesioner 3. Objek penelitian.	1. Mengkaji Evaluasi 2. Teori yang digunakan. 3. Lokasi penelitian. 4. Hasil penelitian
4	Defrico Yuslami, 2016 (Skripsi)	Kualitas Pemasaran Madu Sialang Desa Sorek satu Kecamatan pangkalan Kurus Kabupaten Pelalawan	1. Jumlah Informan. 2. Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif 3. Teknik pengumpulan data Observasi dan Dokumentasi . 4. Objek penelitian.	1. Teori yang digunakan. 2. Metode Kualitatif. 3. Lokasi penelitian. 4. Hasil penelitian
5	Indra Gunawan, 2016 (Skripsi)	Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu)	1. Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif 2. Teknik pengumpulan data Observasi Dokumentasi dan Wawancara 3. Objek penelitian.	1. Teori yang digunakan. 2. Lokasi penelitian. 3. Hasil penelitian

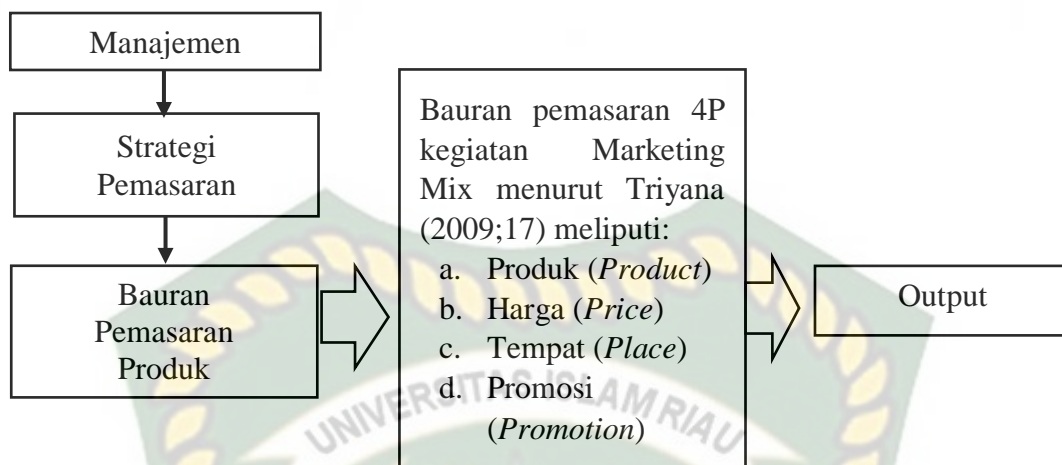
*Sumber : Oalahan Data Penelitian, 2020*

### C. Kerangka Pikir

Adapun yang menjadi kerangka pikir dari judul Analisis Bauran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis secara rinci dapat dilihat pada bagan dibawah ini:

**Gambar II.I Kerangka Pikir Penelitian**





*Sumber : Modifikasi Peneliti 2020*

#### **D. Konsep Operasional**

Dengan konsep ini peneliti akan memberikan penafsiran yang mengaitkan pemikiran dalam analisa. Peneliti melaksanakan beberapa konsep yang berhubungan dengan penelitian ini, sesuai dengan kerangka teoritis yang telah dikemukakan sebelumnya oleh peneliti, Adapun konsep operasional tersebut antara lain :

1. Administrasi adalah sekumpulan dua orang atau lebih yang bekerja bersama-sama untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan, secara efektif dan efisien.
2. Organisasi adalah sebagai tempat atau wadah dimana sekelompok orang berkumpul untuk melaksanakan suatu kegiatan dan tujuan
3. Manajemen adalah ilmu dan seni dalam mengatur proses pemanfaatan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

4. Manajemen Sumber Daya Manusia adalah proses pengendalian berdasarkan fungsi manajemen terhadap daya yang bersumber dari manusia.
5. Pemasaran adalah kinerja aktivitas bisnis yang mengatur aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen (American Marketing Associations).
6. Manajemen Pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.
7. Strategi Pemasaran adalah rencana untuk memilih dan menganalisis atarget pasar, mengembangkan, dan memelihara bauran pemasaran yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen.
8. Keputusan Pembelian adalah hal yang dilakukan konsumen setelah melihat dan mendengar serta mempunyai keinginan untuk memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen.
9. Bauran Pemasaran (marketing mix) adalah bauran strategi pemasaran yang didalamnya terdapat 4P yaitu: Product, Price, Place, Promotion.
  - a. *Product* adalah barang atau jasa yang ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang memenuhi keinginan atau kebutuhan.
  - b. *Price* adalah sejumlah kompensasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang dan jasa.

- c. *Place* yaitu tempat yang digunakan untuk memasarkan produk sampai ke konsumen untuk berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan produk ke tangan konsumen.
- d. *Promotion* merupakan salah satu factor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.

### E. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel, uraian konsep, variabel, indikator, ukuran dan skala yang dirancang untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan akurat. Maka operasionalisasi variabelnya dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel II. 2: Operasional Variabel**

Konsep	Variabel	Indikator	Subindikator
1	2	3	4
Strategi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. (Menurut Kotler 2012:8), Bauran pemasaran tertuang dalam empat posisi marketing mix, yaitu Price, Promotion, Place, and Product. (Dalam buku H. Abdul Manap“Revolusi Manajemen Pemasaran,	Analisis Bauran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis	Produk ( <i>product</i> )	1. Kemasan. 2. Bentuk lempuk durian.
		Harga ( <i>price</i> )	1. Harga penjualan. 2. Diskon/Potongan Harga.
		Tempat ( <i>place</i> )	1. Lokasih penjualan. 2. Penjualan sampai keluar Daerah.
		Promosi ( <i>promotion</i> )	1. Promosi melalui media. 2. Promosi di tempat umum.

**Sumber : Modifikasi Penulis 2020**





### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian ini survey deskriptif yaitu tipe penelitian yang menggambarkan mengenai variable yang diteliti dan metode kualitatif yaitu penelitian dalam bentuk persentase dan di akhiri dengan penarikan suatu kesimpulan dalam pemberian saran. Sugiyono (2012;80).

Untuk mengetahui dan melihat serta melukiskan keadaan yang sebenarnya secara rinci dan actual dengan melihat masalah dan tujuan yang telah disampaikan sebelumnya dengan pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka tipe penelitian ini yang digunakan adalah penelitian survey. Pengertian survey dibatasi dengan penelitian yang datanya dikumpulkan dari informan.

Dengan demikian, penelitian survey secara komplit adalah penelitian yang mengambil sampel dari tiap-tiap informan dengan menggunakan wawancara sebagai alat pengumpulan yang pokok. Penelitian ini akan menuntun si peneliti dalam membuat daftar pertanyaan wawancara yang dimaksud di atas untuk disebarkan kepada informan yang sudah ditentukan

### **B. Lokasi penelitian**

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis dimana sipeneliti melihat kegiatan pemasaran lempuk durian belum dapat dirasakan masyarakat sehingga perlunya kegiatan dan bentuk pemasaran didalam pencapaian keberhasilan lempuk Durian.

### **C. Key Informan dan Informan**

Key informan adalah mereka yang mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan peneliti dan informan adalah mereka yang terlibat langsung dalam intraksi social yang sedang diteliti (Suryanto 2005:171). Adapun key informan penulis adalah Bapak Afrinaldi Eka Putra, S.Sos Kepala Bidang Perdagangan Disperindag.

Dalam keterbatasan penulis untuk meneliti seluruh pihak-pihak yang terkait, maka penulis merasa perlu untuk memilih beberapa informan yang penulis pikir cukup relevan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait dengan penelitian ini. Namun pada penelitian ini, jumlah informan tidaklah terbatas pada informan yang akan ditetapkan selanjutnya. Adapun informan informan didalam penelitian ini dapat dilihat sebagaimana table berikut

**Tabel III.I: Informan**

NO	Informan	Nama	Jumlah
1	Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag	Imron.	1 Orang
2	Masyarakat Pemilik Industri lempuk Durian	Suhartati, Arif. Junaidi, Hermansyah, Budiman, Zulfahmi, Mahendra	7 Orang
3	Masyarakat Pembeli	Siswanto, Atan.	2 Orang
Jumlah			10 Orang

*Sumber: Data Olahan Penulis 2020*

#### **D. Teknik Penarikan Sampel**

Berdasarkan pertimbangan penelitian dan pengelompokan populasi, maka untuk menentukan populasi dan sampel, pada Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag digunakan penarikan sensus karena jumlah populasi tidak terlalu besar.

Masyarakat Pemilik Industri lempuk Durian dan Masyarakat pembeli lempuk Durian dalam hal ini digunakan penarikan random sampling yaitu penarikan sampel secara acak.

#### **E. Jenis dan Sumber Data**

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh secara langsung dari sumber di lapangan, melalui wawancara terpimpin dengan mengajukan pertanyaan yang meliputi Pemasaran Produk Lempuk Durian.

##### 2. Data Skunder

Data skunder adalah data atau informasi dan keterangan-keterangan yang diperlukan penelitian untuk menjelaskan permasalahan yang diteliti. Adapun data skunder berupa peraturan, buku-buku, jurnal, laporan penelitian yang telah ada, serta sumber-sumber lain yang dibutuhkan dan berkaitan dengan penelitian.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk menghimpun data yang diperlukan, maka digunakan tehnik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Observasi

Yaitu Pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat dan mengamati secara langsung peristiwa atau kejadian melalui cara yang sistematis. Teknik ini akan membawa peneliti untuk dapat menangkap arti fenomena dari segi pengertian subjek penelitian, dan dapat merasakan apa yang dirasakan serta dihayati oleh subjek penelitian sehingga meyakinkan peneliti bahwa subyek tersebut dapat menjadi sumber data bagi penelitian (Moleong, 2005:174).

b. Wawancara

Adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan terhadap Kepala Bidang Perdagangan Disperindag. (Moleong, 2005:186).

c. Dokumentasi



Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pencatatan atau pendokumentasian yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, teknik ini digunakan untuk mendapatkan tentang keadaan lokasi penelitian.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Setelah data yang diperoleh dari responden penelitian, lalu diolah untuk selanjutnya disajikan dalam bentuk persentase kemudian dianalisis menggunakan metode kualitatif secara deskriptif, agar gambaran Pemasaran Produk Lempuk Durian dapat diketahui.

### **BAB IV**

#### **GAMBARAN UMUM PENELITIAN**

##### **A. Sejarah Singkat Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis**

Desa Selat Baru mempunyai jumlah kepala keluarga 2.103 KK dengan kepadatan penduduk 124 orang per km. Desa Selat Baru mempunyai luas 6300 ha/m<sup>2</sup> yaitu luas wilayah menurut penggunaan, dan jarak tempuh ke Kecamatan sangat dekat sekali. Penduduk yang adadi Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis berbagai etnis suku, agama, budaya dan sosial kemasyarakatan. Jumlah penduduk Desa Selat Baru 7.829 jiwa dengan

jumlah laki-laki 4.004 dan jumlah perempuan 3.825 jiwa. Adapun letak Desa Selat Baru ini, mempunyai batas-batas sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Selat Melaka
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Penampi
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Bantan Tengah
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Bantan Tua

## **B. Produksi Lempuk Durian**

Produksi lempuk durian yang bahannya berasal dari buah durian segar dari lahan perkebunan dan beli dari petani durian masyarakat. Dalam melaksanakan kegiatan produksi ini pihak perusahaan berupaya untuk meningkatkan rencana produksi pada setiap tahunnya, sesuai dengan perkembangan produksi lahan perkebunan durian yang ditanam untuk produksi lempuk tersebut.

Bentuk dan proses pengolahan lempuk durian melalui Proses pengolahan buah durian mulai dari pengumpulan buah dan pengolahan buah durian adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Buah Segar (Sortir) Pengumpulan buah durian dari hasil kebun sendiri ataupun dari buah yang didatangkan dari hasil kebun masyarakat di pilih lagi mana buah yang layak atau tidaknya untuk di produksi.
2. Pengupasan Buah Durian Setelah buah melalui proses sortir maka untuk selanjutnya melalui tahap proses pengupasan buah durian yaitu pemisahan buah dari isinya.

3. Pemisahan Isi Buah Dari Biji (Penyaring) Pada tahap ini buah dipisahkan dari kulitnya untuk tahap selanjutnya di masukkan ke dalam penyaring yaitu proses pelepasan daging buah durian dari bijinya.
4. Pelumatan (Blender) Setelah isi buah durian bersih dari bijinya lalu di pisahkan antara daging buah yang masih keras dan yang udah lumat dan daging durian yang masih keras melalui tahap pelumatan yaitu ke dalam mesin blender guna untuk menghasilkan isi buah yang lumat secara merata.
5. Penimbangan Disini dilakukan penimbangan dari hasil isi durian yang sudah lumat secara merata guna untuk mengukur perbandingan komposisi antara isi durian dengan gula pasir.
6. Pemasakan (Kuali) Pada tahap ini isi buah durian yang sudah lumat secara merata dimasukkan ke dalam kuali dan dicampur dengan gula pasir dengan perbandingan 1 : 0,25 yaitu satu Kg isi durian yang sudah lumat dicampur dengan 0,25 ons gula pasir, yang kemudian diaduk secara merata selama 5 jam tanpa henti.
7. Ruang Pendingin Lempuk yang telah jadi akan di masukkan ke suatu wadah dan ditempatkan di ruang pendingin.
8. Tempat Penyimpanan (Tim) Setelah lempuk durian melalui proses pendinginan maka pada tahap ini lempuk durian disimpan kedalam wadah kaleng yang bernama tim yang mampu menyimpan lempuk durian hingga lebih dari satu tahun.

9. Pengemasan Lempuk durian yang telah jadi untuk selanjutnya di bungkus menggunakan upih yang dilapis plastik sesuai ukuran permintaan konsumen.



## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Identitas Informan**

Dalam sebuah penelitian, pertanyaan tentang identitas informan penelitian sangatlah penting. Maka dari itu pada hakikatnya dalam sebuah penelitian sangat penting dijelaskan identitas responden penelitian agar pembacanya merasa yakin



bahwa penelitian ini adalah hasilnya dapat di pertanggungjawabkan karena penelitian yang jelas pastilah telah sesuai dengan subansi penelitiannya.

Dalam penelitian tentang Analisis Bauran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. Hal-hal yang akan dijelaskan pada pembahasan ini adalah jenis kelamin, usia, Pendidikan informan.

### **1. Jenis Kelamin Informan**

Dalam penelitian, jenis kelamin informan tidak berpengaruh terhadap hasil penelitian yang dilakukan selama informan tersebut bersedia untuk memberikan jawaban yang memang benar adanya. Tidak berpengaruhnya jenis kelamin informan terhadap hasil penelitian dikarenakan jenis kelamin tidak bisa menentukan pola fikir maupun pemahaman seorang terhadap suatu masalah penelitian. Dalam penelitian ini jenis kelamin informan sangatlah didominasi oleh kaum laki-laki, karena yang berperan merasakan dan Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian dimana diketahui berjenis kelamin laki-laki sebanyak 9 orang dan perempuan 1 orang.

### **2. Usia Informan**

Sebuah penelitian tentunya tidaklah memberikan batasan usia informan dalam melakukan penelitiannya. Namum hal ini tidak bias di ungkiri bahwa usia merupakan salah satu yang cenderung membentuk kedewasaan pola fikir manusia walaupun kedewasaan pola fikir tidaklah bisa sepenuhnya ditentukan oleh usia seseorang, namun banyak manusia pola fikirnya tergantung usianya.

Pada penelitian ini terdapat keberagaman usia informan mulai dari termuda yaitu Siswanto usia 20 tahun, Atan 25 Tahun, Junaidi 25 Tahun, Suhartati 27 Tahun Arif 27 Tahun., Hermansyah 30 Tahun, Budiman 30 Tahun, Zulfahmi 41 Tahun, Mahendra 43 Tahun, Arif, 45 Tahun, dan **Imron** 46 Tahun, **Afrinaldi Eka Putra** 47 Tahun hal ini dapat diketahui sebagaimana table berikut:

**Tabel V.1 Identitas Informan Berdasarkan Umur**

No	Tingkat Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	20-30	5	50%
2	41-45	5	50%
3	46-50	1	10%
Jumlah		11	100%

*Sumber : Olahan Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan table di atas diketahui identitas informan berdasarkan umur informan sebanyak 4 orang berusia 20-30 atau 40%, 5 orang berusia 41-45 atau 50%, 1 orang berusia 46-50 atau 10%.

Berdasarkan identitas responden menurut tingkat umur dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden yang dijadikan dalam penelitian ini dan informan tergolong usia produktif dan dewasa didalam berpikir dan informan cukup mengetahui Bauran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis.

### 3. Pendidikan Informan

Dalam sebuah penelitian jawaban yang diberikan oleh informan dalam menjawab semua pertanyaan penelitian merupakan data yang harus dianalisis. Hal ini dikarenakan bahwa jawaban setiap informan tentunya berbeda satu dengan yang lainnya, hal ini dikarenakan dipengaruhi oleh pemahaman terhadap masalah

penelitian dan tidak akan pernah terlepas dari tingkat Pendidikan yang pernah dilalui.

Biasanya pemahaman seseorang yang memiliki Pendidikan yang lebih tinggi akan lebih baik daripada seorang yang tingkat pendidikannya lebih rendah. Dalam penelitian ini tingkat Pendidikan informan cukup bervariasi mulai dari jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 3 orang dan tingkat Pendidikan Sarjana sebanyak 2 orang. Adapun tingkat Pendidikan informan secara jelas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel V.2 Identitas Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan.**

No	Nama	Jabatan	Tingkat Pendidikan
1	Afrinaldi Eka Putra	Kepala Bidang Perdagangan Disperindag	S1
2	Imron	Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag	S1
3	Suhartati	Pemilik Usaha Lumpuk Durian	SMA
4	Arif	Pemilik Usaha Lumpuk Durian	SMA
5	Junaidi	Pemilik Usaha Lumpuk Durian	SMA
6	Hermansyah	Pemilik Usaha Lumpuk Durian	SMA
7	Budiman	Pemilik Usaha Lumpuk Durian	SMA
8	Zulfahmi	Pemilik Usaha Lumpuk Durian	SMA
9	Mahendra	Pemilik Usaha Lumpuk Durian	SMA
10	Siswanto	Masyarakat pembeli Lumpuk Durian	SMK
11	Atan	Masyarakat pembeli Lumpuk Durian	SMA

Sumber : *Olahan Data Penelitian, 2020*

Berdasarkan tabel di atas Identitas Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan dimana diketahui jumlah tingkat Pendidikan S1 sebanyak 2 orang dan strata SMA sebanyak 9 orang.

Dalam pelaksanaan penyebaran wawancara yang sudah disajikan kepada informan, maka langkah awal yang harus dipenuhi adalah berupa identitas informan dan yang dijadikan responden pada penelitian ini memiliki tingkat pendidikan yang berbeda dan diskriminasi oleh pegawai yang disajikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Adapun dinilai bahwa tingkat pendidikan ini dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini adalah pada tingkat analisis yang akan diberikan dalam menilai.

#### **B. Analisis Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis**

Pada dasarnya Usaha Kecil Menengah (UKM) dihadapkan pada persaingan yang lebih ketat sehingga harus mampu menghasilkan produk atau jasa yang memiliki daya saing tinggi dalam usaha memenangkan pangsa pasar. Setiap UKM harus mampu mengimbangi perkembangan yang terjadi pada dunia bisnis dan mampu mengatasi masalah umum yang terdapat pada UKM, yaitu konsep manajemen yang kurang baik termasuk di dalamnya mental dan budaya kerjanya, tingkat pendidikan SDM yang terkait dengan keterampilan dan keahlian, keterbatasan modal, informasi pasar yang kurang mendukung, penggunaan dan penguasaan teknologi yang relative rendah, dan kurangnya kerjasama antar UKM. Untuk itu dibutuhkan pengembangan yang tepat bagi UKM dan melakukan inovasi pada produk yang mereka produksi, melalui perbaikan kinerja yang mampu meningkatkan daya saing dan pangsa pasar, dan juga melakukan inovasi pada produknya sesuai dengan karakteristik UKM dengan segala keterbatasan.



Kegiatan produksi menunjang pencapaian pemasaran suatu produksi tentunya kegiatan inti yang turut menentukan sukses atau gagalnya sebuah bisnis dalam memenuhi besarnya permintaan pasar. Jika sebuah bisnis memiliki pangsa pasar yang sangat luas dengan jumlah pelanggan yang besa namun tidak mampu memenuhi besarnya permintaan pelanggan, maka perlahan-lahan bisnis tersebut akan terpuruk begitu juga sebaliknya.

Menurut (Fuad, 2007;128), bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu sama lain. Keberhasilan perusahaan dibidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, dan promosi yang efektif.

Usaha lempuk durian tersebut terdiri dari 10 pengusaha lempuk durian di Desa Selatbaru. Karena jumlah usaha lempuk durian paling banyak berada di Desa Selatbaru dan lempuk durian terkenal dari desa selatbaru oleh banyak orang,maka sebab itu penulis akan melakukan kajian lebih lanjut mengenai strategi yang digunakan oleh pengusaha (masyarakat) yang menyebabkan usaha lempuk durian di Desa Selatbaru bertahan hingga saat ini, dan disukai oleh masyarakat luas baik di Bengkalis maupun yang datang dari luar Kabupaten Bengkalis.

Keberhasilan usaha industry lumpuk durian memberikan kontribusi dalam meningkatkan dan pengembangan usaha lumpuk durian mulai dari kegiatan promosi sampai dengan penjualan ke luar kota keberhasilan ini tentunya sejauh mana lumpuk durian dipasarkan dan sejauhmana penerimaan hasil penjualan lumpuk durian.

kegiatan pemasaran lempuk durian belum dilakukan sampai keluar daerah secara menyeluruh sesuai dengan permintaan pasar, tentunya hal ini tidak lain dikarenakan kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan terutama oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Bengkalis dengan tujuan lempuk durian dapat diketahui banyak orang.

Sebagaimana penjabaran teoritik pada bab sebelumnya untuk melihat dan menganalisis dan faktor-faktor yang menghambat Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. Sebagaimana Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian belum memberikan perubahan terhadap pengembangan usaha lempuk durian mulai dari pembehnahan produk, harga, lokasi penjualan, dan kegiatan promosi lempuk durian.

Adapun berikut teori yang digunakan didalam penelitian ini adalah Bauran pemasaran 4P kegiatan Marketing Mix menurut Triyana (2009;17) meliputi:

- a. Produk (*Product*)
- b. Harga (*Price*)
- c. Tempat (*Place*)
- d. Promosi (*Promotion*)

Berikut dijelaskan hasil tanggapan informan terhadap Indikator-indikator penelitian. Dalam penelitian ini bahwa peneliti telah melaksanakan wawancara kepada 6 orang yang telah ditetapkan melalui pertanyaan yang diberikan kepada

informan semuanya sama sesuai dengan judul penelitian, Berikut Analisa peneliti berdasarkan indikator sebagai berikut :

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

Produk (*Product*) adalah barang atau jasa yang ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk lumpuk durian dipasarkan melalui bentuk kemasan dan bentuk lempuk durian dengan tujuan memberikan perhatian dan minat pembeli sehingga masyarakat senang dan tergiur untuk membeli. Adapun berikut analisa berdasarkan indikator Produk (*Product*):

#### **a. Kemasan**

Kemasan memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat dalam membeli kemasan berti memberikan gambaran bentuk dan citarasa yang di tunjukkan dan memberikan keindahan loyalitas suatu produk yang dipasarkan sehingga orang tertari untuk membeli. Lumpuk durian memberikan khs kemasan yang dari dulu belum adanya perubahan dalam bentuk bulat digulung dengan daun pinang dan bentuk didalam kotak yang dalamnya lempuk durian dibentuk bulatan sehingga memberikan khas yang berbeda dengan produk makan lain. Adapun wawancara dengan Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra sebagai berikut:

*Produk lempuk durian berdasarkan kemasan yang disediakan berdasarkan kekhasan turun mrnurun yaitu dalam betuk balutan daunt pa dan dalam kotak sejauh ini saya rasa sudah baik dan memberikan kas yang berbeda dengan produk lainnya sehingga aman dari bahan yang mengandung zat kimia melainkan dari alam. (Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan hasil wawancara penulis menunjukkan bahwa Kepala Bidang Perdagangan Disperindag sudah menetapkan apa yang menjadi produk kemasan lumpuk durian dengan memberikan ciri khas yang berbeda dengan produk lainnya sehingga terlihat terkesan unik.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron sebagai berikut :

*Sejauh ini produk lumpuk durian dalam bentuk kemasan meliputi kemasan daun pinang dan dalam kotak sudah tergolong baik dan rama terhadap lingkungan dikarenakan menggunakan bahan alam dan kota yang bersih dan indah dipandang mata ya saya rasa sudah layak digunakan dan sudah memberikan ciri khas yang berbeda dengan produk lainnya. (Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa penggunaan produk kemasan pada lumpuk durian melalui daun pinang dan dalam kotak sudah layak dan sudah memberikan ketertarikan bagi pembeli dikarenakan berbeda dengan produk lainnya.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati sebagai berikut :

*Sejauh ini produk kemasan yang kami buat dalam penjualan lempuk durian tergolong netral terhadap makanan dimana produk lempuk durian kami balut dengan daun pinang sehingga masyarakat menyukainya dan memberikan ciri khas yang berbeda dengan produk lainnya, meskipun masih banyak masyarakat yang komplein dikarenakan kemasannya yang kurang menarik seperti produk kemasan makanan lainnya dalam bentuk kemasan yang beraneka ragam, ya Namanya juga pembeli wajar sajalah apa kemauan mereka namun tidak semua pembeli yang menyarankan malahan sebagian besar juga suka memakai daun karena alami katanya. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 14.00 WIB)*



Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam produk kemasan lempuk durian sudah merasa baik dan memberikan kualitas dalam penjualan lumpuk durian dikarenakan adanya kekasan tersendiri dengan produk laiannya dikarekanan menggunakan daun pinang namun masih ada sebagian masyarakat memberikan masukan terhadap pengembangan kemasan lebih beraneka ragam sesuai dengan produk lain yang sedang berkembang.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif sebagai berikut :

*Menurut saya sejauh ini produk kemasan lumpuk durian sudah mantep dan kami semua uda sepakat dalam produk meskipun berbeda tempat pengolahan sehingga adanya ciri khas yang kami sediakan. Emang masih ada masyarakat yang masih menayarkan agar kemasan lebih diperbanyak dan ditingkatkan seperti produk lainnya. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 15.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam produk kemasan lempuk durian sudah merasa baik dan sesuai dengan pengolahan lumpuk durian lainnya kemasan sama semua dan memberikan ciri khas dengan pruduk lain sehingga memberikan keunikan terhadap pembeli.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi sebagai berikut :

*Sejauh kemasan yang kami buat bermacam ada bentuk bulat lonjong besar, kecil dan bentuk bulat bundar. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam produk kemasan lempuk durian bahwa kemasan yang ada bermacam ada bentuk bulat lonjong besar, kecil dan bentuk bulat bundar.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah sebagai berikut :

*Sejauh ini kemasan yang kami buat berdasarkan permintaan konsumen dengan dibalut daun pisang sehingga terkesan alami. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.30 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam produk kemasan lempuk durian bahwa kemasan berdasarkan permintaan konsumen dengan dibalut daun pisang sehingga terkesan alami.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman sebagai berikut :

*Menurut saya kemasan yang ada sudah berdasarkan kemasan dari dulu sehingga terlihat alami dimana dodol dibalut dengan daun pinang. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 10.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam produk kemasan lempuk durian bahwa kemasan yang ada sudah berdasarkan kemasan dari dulu sehingga terlihat alami dimana dodol dibalut dengan daun pinang.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi sebagai berikut :

*Sejauh ini kemasan yang dibuat sudah berdasarkan kebiasaan produk lumpuk durian dari dahulu kala sehingga terlihat terkesan alami yaitu dibalut dengan daun pinang. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam produk kemasan lempuk durian bahwa kemasan yang dibuat sudah

berdasarkan kebiasaan produk lumpuk durian dari dahulu kala sehingga terlihat terkesan alami yaitu dibalut dengan daun pinang.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra sebagai berikut :

*saya sejauh ini kemasan lumpuk durian sudah layak sesuai dengan kekasannya menggunakan daun pinang sehingga terlihat lebih alami dan banyak disukai para konsumen. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam produk kemasan lumpuk durian bahwa kemasan lumpuk durian sudah layak sesuai dengan kekasannya menggunakan daun pinang sehingga terlihat lebih alami dan banyak disukai para konsumen.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam bentuk produk kemasan lumpuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto sebagai berikut:

*Sejauh kami produk lumpuk durian dalam kemasan yang diberikan sara rasa sudah baik namun akan lebih baiknya kemasan yang diberikan berbeda beda melainkan yang sekarang dari dulu begitu saja kemasan menggunakan daun pinang tapi cobalah dikembangkan dengan bentuk lain sehingga masyarakat lebih tertarik karena adanya varian kemasan yang berbeda. (M Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 09.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bahwa perlunya adanya peningkatan kemasan produk lumpuk durian sehingga banyak varian kemasan yang disediakan sehingga memberikan ketertarikan bagi minta pembeli masyarakat.



Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam bentuk produk kemasan lempuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan sebagai berikut:

*Produk kemasan lumpuk durian yang ada saya rasa perlu ditingkatkan lagilah jagan kemasannya begitu saja sehingga memberikan perbedaan yang lebih banyak dari kemasan lainnya sehingga masyarakat senang karena ada varian yang berbeda. (M Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 10.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bahwa kemasan lumpuk durian perlunya memberikan kemasan yang berbeda dari sebelumnya sehingga masyarakat merasa tertarik untuk membeli dikarenakan banyaknya kemasan yang berbeda dari sebelumnya.

Adapun berikut hasil observasi penelitian Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat dalam bentuk kemasan yang disediakan bahwa kemasan lumpuk durian sebagian besar dengan ciri khasnya menggunakan lapisan daun pinang dengan khs turun menurun namun kenyataan dilapangan bahwa masyarakat pembeli untuk sekarang ini lebih cenderung menginginkan kemasan yang berbeda dari sebelumnya sehingga memberikan khas yang berbeda sehingga masyarakat dapat memilih varian kemasan yang telah disediakan sehingga meningkatkan minat pembeli.

#### **b. Bentuk Lempuk Durian**

Bentuk lempuk durian adalah produk yang diberikan pengusahaan lempuk durian bentuk yang disediakan dalam bentuk bulat Panjang seperti tabung dan bulat pendek seperti dipotong potong pendek. Tentunya bentuk yang diberikan dan disediakan pengusaha lempuk durian memberikan pengaruh terhadap minat



masyarakat pembeli lumpuk durian. Adapun wawancara dengan Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra sebagai berikut:

*Produk lempuk durian berdasarkan bentuk lempuk durian yang disediakan sudah sesuai dengan cirikasinya yaitu bentuk buklat panjang seperti tabung dan bulat pendek hal ini sudah layak untuk dipasarkan dan diminati masyarakat. (Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan hasil wawancara penulis menunjukkan bahwa Kepala Bidang Perdagangan Disperindag produk bentuk lumpuk durian sudah layak dan menjadi ciri khas lumpuk durian dan layak dipasarkan sehingga masyarakat banyak yang minat dan untuk membeli.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron sebagai berikut :

*Sejauh ini bentuk produk lumpuk durian sudah tergolong layak untuk diperjualkan mulai dari bentuk bulat seperti tabung dan bentuk bulat yang telah dipotong menjadi kecil. meskipun ada masyarakat yang menginginkan bentuk lain seperti dalam kemasan petak-petak dan petak besar dalam satu kemasan. (Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa penggunaan produk bentuk lempuk durian sudah terlihat layak dipasarkan dimana bentuk bulat seperti tabung dan bulat yang telah dipotong kecing sehingga masyarakat dapat memilih sesuai dengan selera masing-masing.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati sebagai berikut :

*Sejauh ini bentuk lempuk durian sudah terkesan bagus, namun ada juga masyarakat yang menyarankan agar bentuknya dibuat berbeda seperti petak-petak kecil dalam satu kemasan dan petak besar dalam satu*

*kemasan sehingga meberikan bentuk yang beragam sehingga masyarakat dapat memilih sesuai dengan kesukaan masing-masing. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 14.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian bahw bentuk produk lembuk durian sudah bagus namun masih ada yang menjadi masukan masyarakat yaitu adanya perbedaan bentuk lain seperti bentuk petak kecil-kecil dalam satu kemasan atau petas besar dalam satu kemasan sehingga masyaralat dapat memilih varian bentuk yang telah disediakan.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif sebagai berikut :

*Menurut saya bentuk lempuk durian yang telah disediakan bahwa sudah baik baik namum sebaiknya lebih diberikan berbagai bentuk cocoknya adanya bentuk petak kecil dalam satu kemasan dan kemasan besar sehingga masyarakat dapat memilih dengan berbagai bentuk. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 15.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian bahwa bentuk lempuk durian sudah bagus namun perlunya adanya perbedaan bantuk daari sebelumnya sehingga memberikan varian berbeda terhadap minat pembeli.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi sebagai berikut :

*Sejauh bentuk lempuk durian yang kami buat bermacam ada bentuk bulat lonjong besar, kecil dan bentuk bulat bundar. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam produk bentuk lempuk durian bahwa kemasan yang ada bermacam ada bentuk bulat lonjong besar, kecil dan bentuk bulat bundar.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah sebagai berikut :

*Sejauh ini bentuk lumpuk durian yang kami buat berdasarkan permintaan konsumen dengan dibalut daun pisang sehingga terkesan alami. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.30 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam bentuk lumpuk durian bahwa kemasan berdasarkan permintaan konsumen dengan dibalut daun pisang sehingga terkesan alami.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman sebagai berikut :

*Menurut saya bentuk lumpuk durian yang ada sudah berdasarkan kemasan dari dulu sehingga terlihat alami dimana dodol dibalut dengan daun pinang. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 10.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam produk kemasan lempuk durian bahwa bentuk lumpuk durian yang ada sudah berdasarkan kemasan dari dulu sehingga terlihat alami dimana dodol dibalut dengan daun pinang.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi sebagai berikut :

*Sejauh ini bentuk lumpuk durian yang dibuat sudah berdasarkan kebiasaan produk lumpuk durian dari dahulu yaitu bulat berbentuk lonjong. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*



Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam produk kemasan lumpuk durian bahwa bentuk lumpuk durian yang dibuat sudah berdasarkan kebiasaan produk lumpuk durian dari dahulu kala sehingga terlihat terkesan alami yaitu dibalut dengan daun pinang.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra sebagai berikut :

*saya sejauh ini bentuk lumpuk durian sudah layak sesuai dengan kekasannya bernbentuk bulat lonjong dan daun pinang sehingga terlihat lebih alami dan banyak disukai para konsumen. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam produk kemasan lumpuk durian bahwa kemasan lumpuk durian sudah layak sesuai dengan kekasannya menggunakan daun pinang sehingga terlihat lebih alami dan banyak disukai para konsumen.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam bentuk produk bentuk lumpuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto sebagai berikut:

*Sejauh bentuk lumpuk durian sudah baik namun harusnya ada dong bentuk petak kecil-kecil dalam satu kemasan dan kemasan besar sehingga berbagi bentuk sehingga senang untuk membelinya kalua petak kecil kan bisa dimakan dikit sekaligus tanpa adanya sisa dan bisa dibawa berpergian sambil makan lumpuk durian petak kecil. (Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 09.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bahwa bentuk lumpuk durian perlu dibuat petak kecil dan kemasan besar sehingga



adanya perbedaan bentuk terutama kemasan petak kecil dapat dibawa berpergian sambil dimakan karena langsung dimakan habis dalam satu kemasan.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam bentuk produk bentuk lempuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan sebagai berikut:

*Bentuk Produk lumpuk durian sudah bagus namun sebaiknya menambah bentuk lain seperti petak kecil dan petak besar dalam satu kemasan sehingga terkesan berbeda sesuai dengan keinginan masyarakat pembeli dan dapat dijadikan oleh-oleh yang berbeda bentuk. (Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 10.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bahwa bentuk lempuk durian sudah bagus namun lebih baik ditingkatkan dengan bentuk petak kecil dan besar dalam satu kemasan sehingga memberikan bentuk yang berbeda beda.

Berikut hasil observasi penelitian Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru dalam bentuk lempuk durian bahwa bentuk lempuk durian perlunya menyediakan bentuk yang berbeda dari sebelumnya dengan penyesuaian permintaan masyarakat dalam bentuk varian petak-petak kecil dalam satu kemasan dan petak besar dalam satu kemasan sehingga memberikan bentuk yang berbeda dan memberikan minat masyarakat pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi bahwa Diketahui Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru bentuk yang ditawarkan belum semua konsumen menyukai diaman perlunya menyediakan bentuk yang berbeda dari sebelumnya dengan penyesuaian

permintaan masyarakat. Hal ini sejalan dengan teori Menurut (Tjiptono, 2008;95) mengatakan *Product* adalah merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

## **2. Harga (*price*)**

Harga (*price*) adalah sejumlah kompensasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang dan jasa. Harga mempengaruhi minat pembeli sehingga harga yang disediakan memberikan jangkauan keuangan pembeli sehingga produsen lumpuk durian laku dipasaran. Adapun berikut analisa berdasarkan indikator Harga (*price*) sebagai berikut:

### **a. Harga Penjualan**

Harga Penjualan adalah penetapan harga yang ditetapkan didalam penjualan lumpuk durian dengan harga untuk per kg nya. 1 kg lumpuk durian yang sudah dikemas dijual dengan harga Rp 100.000 sampai dengan 200.000 hal ini adanya perbedaan dikarenakan pemilik usaha lumpuk durian yang berbeda beda dan bentuk kemasan kecil dihargai sebesar RP.60.000-Rp.80.000. tentunya hal ini memberikan pengaruh daya ketertarikan oleh masyarakat. Adapun wawancara dengan Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra sebagai berikut:

*Sejauh ini harga penjualan sudah sesuai dengan tingkat pengeluaran pemilik usaha lumpuk durian mulai dari awal sampai dengan produksi penjualan dan kami sebagai Dinas menyatakan harga sesuai dengan penjualan di tengah masyarakat mulai dari RP. 60.000 sampai dengan Rp. 80.000. (Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan hasil wawancara penulis menunjukkan bahwa Kepala Bidang Perdagangan Disperindag menyatakan ketetapan harga sudah sesuai dengan biaya yang dikeluarkan pemilik usaha lempuk durian mulai dari pembelian bahan mentah pengolahan hinduk produksi penjualan mulai dengan harga mulai dari RP. 60.000 sampai dengan Rp. 80.000.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron sebagai berikut :

*Sejauh ini harga ketetapan lumpuk durian sudah efektif sesuai dengan bahan dan pengelolaan sampai dengan penjualan produksi, tidak terlalu mahal kami lihat dilapangan bagaimana pengelolaannya sangat rumit dan memakan waktu yang cukup lama dan wajar harganya mulai dari mulai dari RP. 60.000 sampai dengan Rp. 80.000 produk lumpuk durian dalam bentuk kemasan meliputi kemasan daun. (Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa harga ketetapan lumpuk dipasaran mulai dari mulai dari RP. 60.000 sampai dengan Rp. 80.000 hal yang wajar dikarekan biaya pengelolaannya yang lumayan besar dan waktu yang cukup lama.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati sebagai berikut :

*Sejauh ini penetapan harga dipasaran yang kami tetapkan secara merata sama meskipun ada berbeda paling tidak terlalu jauh mulai dari harga mulai dari RP. 60.000 sampai dengan Rp. 80.000 hal ini wajar dengan biaya pengellaan dan bahan serta produksi hingga penjualan, memang ada masyarakat yang mengeluh wajar sih namun kita buat harga tidak terlalu mahal kok sesuai dengan upaya yang kita keluarkan dalam pengelolaan lumpuk durian. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 14.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam penetetapan harga mulai dari RP. 60.000 sampai dengan Rp. 80.000 hal



yang wajar dari tingkat pembelian bahan pengolahan hingga kemasan dan penjualan dan tergolong tidak mahal.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif sebagai berikut :

*Menurut saya sejPenetapan harga lumpuk durian tidak tergolong mahal dengan pengeluaran kita malah kita hanya untung sedikit saja, kalua ada yang mengeluhkan wajar karena juga mereka tidak tau bagaimana produksinya sampai dengan selesai. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 15.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian bahwa penetapan harga sudah sesuai dengan biaya yang dikeluarkan didalam pengelolaannya dan penetapan harga masih tergolong untung sedikit karena waktu pembuatan yang cukup lama.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi sebagai berikut :

*Sejauh harga penjualan yang kami tetapkan relative murah sesuai dengan biaya yang kami keluarga. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam harga penjualan yang tetapkan relative murah sesuai dengan biaya yang kami keluarga.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah sebagai berikut :

*Sejauh harga yang kami tetapkan tidak tergolong mahal dan terlihat dari konsumen yang membeli dan memesan lumayan banyak. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.30 WIB)*



Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam bentuk harga bahwa harga yang ditetapkan tidak tergolong mahal dan terlihat dari konsumen yang membeli dan memesan lumayan banyak.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman sebagai berikut :

*Menurut harga lumpuk durian relative murah coba aja di hitung dari biaya mulai dari bahan, bungkusannya dan waktu pengelolaannya ini uda murah malah kemurahan. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 10.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam harga lumpuk durian sudah relative murah berdasarkan bahan yang disediakan dan waktu pengelolaannya yang dilakukan pemilik usaha tersebut.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi sebagai berikut :

*Sejauh ini kalau dihitung dari bahan yang disediakan dan bungkusnya serta lamanya waktu pembuatan saya rasa sangat murah biayanya seharusnya sudah dapat dinaikkan lagi (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam harga lumpuk durian tergolong murah dan belum sesuai dengan waktu pembuatan dan biaya bahan yang di sediakan.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra sebagai berikut :

*saya sejauh ini harga lumpuk durian bervariasi mulai dari Rp 15.000 sampai Rp. 100.000 penetapan harga ya sesuai dengan bahan dan waktu yang kita keluarkan namun sebenarnya itupun pas pasan dapatnya karena*

*banyak diolah adalah untungnya sedikit itu aja sih. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam haarga lumpuk durian bahwa ketetapan harga sudah sesuai dengan bahwan dan waktu yang dikeluarkan dan pemilik usaha hanya mendapat keuntungan sedikit dengan penjualan yang relative banyak.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam bentuk produk kemasan lempuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto sebagai berikut:

*Menurut saya tidak terlalu mahal namun masih ada masyarakat yang mengeluh yaw ajar saja tapi menurut saya dengan harga segitu perlunya citarasanya ditingkatkan lagi dan lebih lembut lagi lempuknya sehingga enak dimakan. (M Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 09.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bahwa penetapan harga tidak terlalu mahal namun perlunya meningkatkan cita rasa guna meningkatkan daya pembeli lagi.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam bentuk produk kemasan lempuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan sebagai berikut:

*Sejauh ini menurut saya harga lumpuk durian cukup mahal yak arena yang dipasarkan bentuknya hanya kecil namun harganya lumayan besar, seharusnya dibesarin lagi produknya dan rasanya ditingkatkan lagi sehingga pembeli puas dengan harga yang lumayan mahal. (M Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 10.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bahwa harga lumpuk durian tergolong mahal dan perlunya kemasan diperbesar

dan rasa di perhatikan sehingga ketetapan harga tidak berpengaruh dengan keinginan pembeli untuk membeli.

Berikut hasil observasi penelitian Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat dalam bentuk penetapan harga lumpuk durian mulai dari RP. 60.000 sampai dengan Rp. 80.000 sudah sesuai dengan biaya pengeluaran sampai dengan hasil jadi produksi akan tetapi dengan harga tersebut masyarakat masih merasa berat dikarenakan bentuk dalam kemasan lempuk durian tergolong kecil dan rasanya belum sesuai dengan harga yang ditetapkan dan lempuk durian perlunya lebih diolah agar lebih lembut lagi sehingga dengan ketetapan harga masyarakat pembeli merasa puas.

#### **b. Diskon/Potongan Harga**

Diskon/Potongan Harga adalah pemberian potongan harga lumpuk durian guna memberikan ketertarikan konsumen dalam melakukan pembelian lumpuk durian, Diskon/Potongan Harga yang telah dilakukan pada penjualan lumpuk durian masih sebatas harga tetap dan belum dilakukan. Adapun wawancara dengan Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra sebagai berikut:

*Sejauh ini kettepan Diskon atau potongan harga belum dialkukan kepemilikan usaha lempuk durian melainkan hanya ketetapan harga tanpa menaikannya meskipun hari besar lainnya. (Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan hasil wawancara penulis menunjukkan bahwa Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bahwa Diskon/Potongan Harga lempuk durian belum dilakukan dikarenakan harga yang ditetapkan tergolong murah.



Begitu juga hasil wawancara dengan Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron sebagai berikut :

*Sejauh ini Diskon/Potongan Harga lumpuk durian belum dilakukan namun hal ini akan dilakukan apabila pembelian bahan mentah turun terutama pada saat harga durian turun. (Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa penggunaan Diskon/Potongan Harga belum turun akan tetapi apabila harga bahan mentah durian turun maka harga lumpuk durian akan direncanakan turun.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati sebagai berikut :

*Diskon/Potongan Harga kami belum siap, kenapa karena harga bahan mentah yang cukup mahal dan waktu pembuatannya yang cukup rumit sehingga kami belum berani kasih diskon, namun kami akan lakukan apabila harga bahannya murah terutama durian. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 14.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian bahwa Diskon/Potongan Harga belum dapat ditetapkan melainkan apabila harga bahan mentah menurun barulah pemilik usaha berani memberikan Diskon/Potongan Harga .

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif sebagai berikut :

*Sejauh ini kita belum ada modal besar untuk memberikan harga Diskon/Potongan Harga dikarenakan sejauh ini penjualan juga tidak selalu lancar sehingga modal terbilang pas pasan. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 15.00 WIB)*



Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian belum menerapkan Diskon/Potongan Harga dikarenakan modal yang kecil dan kegiatan penjualan tidak menentu kadang ramai dan kadang sepi.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi sebagai berikut :

*Sejauh harga diskon potongan harga sudah kita lakukan apabila pembelian banyak diskonnya ya kita kasih bonus aja sih. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam memberikan harga diskon sudah dilakukan apabila pembelian banyak oleh konsumen sehingga mengurangi biaya pembelian.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah sebagai berikut :

*Sejauh penetapan diskon atau potongan harga sudah dilakukan pada saat hari besar karena banyak masyarakat yang beli sehingga kita kurangi harganya itung itung sedekah dek. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.30 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam penetapan diskon atau potongan harga sudah dilakukan pada saat hari besar karena banyak masyarakat yang beli sehingga harganya dikurangi.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman sebagai berikut :

*Menurut saya ketetapan harga diskon sudah dilakukan pada saat hari besar saja dan pengambilan kalau pembelian banyak saya kurangi harganya. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 10.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian sudah melakukan penetapan harga diskon yaitu pada saat hari besar saja dan pembelian banyak harga pembelian dikurangi.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi sebagai berikut :

*Sejauh ini penetapan harga Diskon belum dilakukan setiap saat penjualan melainkan hanya hari besar dan pengambilan banyak. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam penetapan harga diskon hanya dilakukan pada hari besar dan pembelian yang banyak sehingga adanya potongan harga yang diberikan pemilik usaha lumpuk durian.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra sebagai berikut :

*saya sejauh ini penetapan harga diskon sudah dilakukan namun hanya berlaku pada hari besar dan selain hari besar yang pada pembelian yang banyak barulah dikasih potongan harga. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa sejauh ini penetapan harga diskon sudah dilakukan namun hanya berlaku pada hari besar dan selain hari besar ya pada pembelian yang banyak barulah dikasih potongan harga.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam Diskon/Potongan Harga lempuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto sebagai berikut:

*Menurut saya perlunya Diskon/Potongan Harga guna memberikan perhatian bagi konsumen agar lumpuk durian laris, kalau dikasih diskon akan dibeli banyakk kan jatuhnya sama aja banyak habis. (M Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 09.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bahwa lumpuk durian perlunya menetapkan Diskon/Potongan Harga guna menunjang minat konsumen untuk membeli banyak karena harga terjangkau.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam Diskon/Potongan Harga lempuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan sebagai berikut:

*Sejauh ini lumpuk durian belum pernah melakukan penurunan harga atau diskon. Namun sebaiknya perlunya Diskon/Potongan Harga ditetapkan guna menunjang konsumen untuk mengkonsumsi lumpuk durian sehingga penjualan lumpuk durian berlangsung dengan masimal. (M Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 10.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas Masyarakat pembeli Lumpuk Durian ketetapan Diskon/Potongan Harga sangat ditunggu konsumen guna meningkatkan pembelian oleh masyarakat sehingga lumpuk durian dapat dirasakan masyarakat dengan tergolong keuangan yang rendah.

Berikut hasil observasi penelitian Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru bahwa penetapan harga lumpuk durian mulai dari RP. 60.000 sampai dengan Rp. 80.000 masih diraskan konsumen tergolong berat sehingga konsumen menginginkan adanya Diskon atau ptongan harga namun hal ini belum dilakukan dikarenakan bahan oalah lumpuk duruian tergolong mahal dan waktu pembuatan yang cukup lama sampai dengan 1 minggu hingga penjualan sehingga memberatkan pengusahaan



lumpuk durian untuk menurunkan harga penjualan, namun apabila pemilik usaha lempuk durian memberikan diskon atau potongan harga konsumen akan membeli dengan daya besar dan masyarakat kecil akan membeli sehingga penjualan relative efektif dan berkisinambungan.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi bahwa diketahui harga lempuk durian yang tersedia diketahui masyarakat masih merasa berat dikarenakan bentuk dalam kemasan lempuk durian tergolong kecil dan rasanya belum sesuai dengan harga yang ditetapkan. Hal ini sejalan dengan teori Swastha (2008;147), mengemukakan abahwa harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk amendapatkan sejumlah produk atau jasa.

### **3. Tempat (*place*)**

Tempat (*place*) yaitu tempat yang digunakan untuk memasarkan produk sampai ke konsumen untuk berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan produk ke tangan konsumen. Tempat (*place*) menentukan berkembangnya penjualan lempuk Durian sehingga masyarakat mengetahui akan produk lumpuk durian yang disediakan baik di dalam daerah sampai dengan luar kota. Adapun berikut analisa berdasarkan indikator Tempat (*place*) sebagai berikut:

#### **a. Lokasih Penjualan**

Lokasih penjualan adalah penempatan lokasih dalam pengembangan penjualan sesuai dengan permintaan pasar dan memiliki daya penjualan yang besar yang berada di lokasih keramaian dan kota. Lokasih penjualan lempuk Durian terlihat sebagian besar didalam daerah Kota bengkalis dan paling jauh



lokasiah penjualan di Kota Pekanbaru. Adapun wawancara dengan Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra sebagai berikut:

*Sejauh ini lokasiah penjualan lumpuk durian hanya di Kota Bengkalis dan Kota pekanbaru ya karena di kedua kota itulah peminatnya yang ada dan diketahui sebagian masyarakat. (Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan hasil wawancara penulis menunjukkan bahwa Kepala Bidang Perdagangan Disperindag menyatakan lokasiah penjualan lumpuk durian saya sesuai dengan permintaan pasar kota bengkalis dan Kota pekanbaru namun kedepan.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron sebagai berikut :

*Sejauh ini lokasiah penjualan lempuk durian sesuai dengan permintaan pasar namun rencana kedepan Dinas akan membantu untu pemasarannya sampai ke keluar kabupaten Bengkalis. (Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa lokasiah penjualan lumpuk durian sudah sesuai dengan permintaan konsumen namun kedepan lokasiah penjualan akan ditingkatkan sampai keluar daerah kabupaten bengkalis.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati sebagai berikut :

*Sejauh ini lokasiah penjualan sudah sesuai dengan permintaan konsumen kami tempatkan dikota bengkalis dan Kota pekanbaru dengan tujuan mengutamakan pelanggan namun rencana kami akan pasarkan sampai keluar daerah kabupaten/Kota. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 14.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam penempatan lokasi penjualan sesuai dengan permintaan pasar namun rencana pemilik usaha akan dipasarkan sampai ke luar Kabupaten Bengkalis.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif sebagai berikut :

*Lokasi pemasaran lumpuk durian untuk sekarang berada di Kota Bengkalis dan di Kota Pekanbaru ya sejauh ini sesuai dengan permintaan pasar. Namun kedepan kami akan lakukan penjualan sampai ke kota dan daerah lainnya. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif, hari Selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 15.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian bahwa penetapan lokasi penjualan sesuai dengan permintaan pasar akan tetapi lokasi penjualan akan ditingkatkan ke daerah lainnya.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi sebagai berikut :

*Sejauh lokasi penjualan kita lakukan di Bengkalis dan Kota Pekanbaru kalau ke kota/kabupaten lain belum masuk dikarenakan peminatnya sedikit. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi, hari Rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam penetapan lokasi penjualan dilakukan di Bengkalis dan Kota Pekanbaru kalau ke kota/kabupaten lain belum masuk dikarenakan peminatnya sedikit.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah sebagai berikut :

*Sejauh penetapan lokasi penjualan lumpuk durian dilakukan di Bengkalis saja kalau adapun penjualan diluar kota dijual di kota Pekanbaru itupun ada yang beli untuk dipasarkan disana. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah, hari Rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.30 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian bahwa penetapan lokasi penjualan lumpuk durian dilakukan di bengkalis saja kalau adapun penjualan diluar kota dijula di kota pekanbaru itupun ada yang beli untuk dipasarkan disana.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman sebagai berikut :

*Menurut saya penetapan lokasi penjualan lumpuk durian saya lakukan di bengkalis saja sih kalau keluar kota belum ada melainkan orang yang beli dan dijual di Kota Pekanbaru itu aja setau saya. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 10.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam penetapan lokasi penjualan lumpuk durian di lakukan di bengkalis saja kalau keluar kota belum ada melainkan orang yang beli dan dijual di Kota Pekanbaru.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi sebagai berikut :

*Sejauh lokasi penjualan saya hanya dibengkalis saja hal ini kalau keluar kota belum ada tempat sehingga disini ajalah dulu. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam penetapan lokasi penjualan hanya dibengkalis saja hal ini kalau keluar kota belum ada tempat.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra sebagai berikut :



*saya sejauh ini penetapan lokasi penjualan hanya di Bengkalis saja dan di Kota pekanbaru kalua tempat lain belum masuk dikarenakan belum adanya tempat atau memungkinkan apakah laku apa tidak karena modal saya kecil. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa sejauh ini penentapan penetapan lokasi penjualan hanya di Bengkalis saja dan di Kota pekanbaru.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam lokasi penjualan lempuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto sebagai berikut:

*Sejauh ini lumpuk durian belum dikenal banyak orang melainkan hanya kota bengkalis dan Kota pekanbaru sehingga banyak masyarakat tidak mengetahui apa makanan produk lumpuk durian seharusnya penjualan dilakukan sampai ke daerah lainnya. (M Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 09.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Masyarakat belum mengetahui produk lumpuk durian dikarenakan penjualan lokasi lempuk durian hanya berda di kota bengkalis dan Kota Pekanbaru saja sehingga masyarakat tidak mengetahui secara luas akan makanan produk lumpuk durian.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam lokasi penjualan lempuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan sebagai berikut:

*Sejauh ini lokasih penjualan lempuk durian tidak menyebar ke seluruh daerah Provinsi Riau sehingga banyak masyarakat tidak mengetahuinya melainkan plokasi penjualan hanya berada pada kota bengkalis dan Kota Pekanbaru seharusnya dapat dilakukan sampai ke daerah lainnya sehingga penjualan lempuk durian meningkat dan konsumennya semakin banyak. (M Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 10.00 WIB).*



Berdasarkan wawancara di atas bahwa Masyarakat masih banyak yang belum tau akan produk lumpuk durian hal ini dikarenakan pemasarannya hanya dilokasi Kota bengkalis dan kota pekanbaru yang seharusnya dapat ditingkatkan sampai ke daerah lainnya.

Adapun berikut hasil observasi penelitian Bauaran Pemasaran Produk Lumpuk Durian Pada Usaha Industri Lumpuk Durian Di Desa Selat diketahui peningkatan penjualan lumpuk durian berdasarkan lokasi penjualan masih tergolong minim karena hanya berda pada kota bengkalis dan kota pekanbaru yang seharusnya dapat ditingkatkan ke daerah lainnya agar bertambahnya konsumen dan tingkat penjualan semakin meningkat.

#### **b. Penjualan Sampai Keluar Daerah**

Penjualan Sampai Keluar Daerah adalah pencapaian keberhasilan penjualan sampai keluar daerah guna memberikan pemasaran yang maksimal dengan tujuan meningkatkan hasil penjualan dan pengenalan akan produksi yang dipasarkan. Adapun penjualan lumpuk durian sampai keluar daerah guna memberikan hasil penjualan yang maksimal dan bertujuan untuk meningkatkan konsumen. Adapun wawancara dengan Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra sebagai berikut:

*Sejauh ini penjualan lumpuk durian sudah sampai keluar daerah bengkalis yaitu Kota Pekanbaru dan penjualan akan dikembangkan sampai dengan daerah lain. (Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan hasil wawancara penulis menunjukkan bahwa penjualan lempuk durian sudah dilakukan sampai ke luar Daerah yaitu Kota pekanbaru dan akan dilakukan ke daerah lainnya.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron sebagai berikut :

*Sejauh ini penjualan lempuk durian sudah dilakukan sampai keluar daerah yaitu Kota Pekanbaru memang seharusnya setiap daerah dimasukin untuk menjual lempuk durian namun hanya Kota pekanbaru saja yang menjadi peminat namun kedepan akan dilakukan penjualan sampai ke daerah lainnya. (Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa lokasi penjualan sudah dilakuakn diluar daerah namun hanya Kota pekanbaru dikarenakan peminat lempuk durian di kota pekanbaru lumayan besar akan tetapi akan dilakukan penjualan ke daerah lainnya.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati sebagai berikut :

Penjualan yang kami lakukan sejauh ini hanya bagi daerah yang memiliki pelanggan saja seperti Kota Pekanbaru karena disitu banyak pelanggan dan peminat, namun kami juga berencana agak mebuca pada lokasi daerah-daerah lainnya agar lempuk durian dapat dikenal masyarakat lainnya.  
(Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 14.00 WIB)

Berdasarkan wawancara di atas bahwa penjualan lempuk durian di luar daerah bengkalis masih dilakukan di Kota Pekanbaru sesuai dengan permintaan pasar namun akan di lakukan penjualan ke daerah lain guna agar masyarakat mengetahui akan produk lempuk durian yang dipasarkan.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak

Arif sebagai berikut :

*Sejauh ini lokasih penjualan yang kita lakukan Kota Bengkalis dan Kota pekanbaru di luar daerah hal ini kita lakukan penjualan sesuai dengan permintaan pemasaran. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 15.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa lokasih penjualan sudah dilakukan sampai keluar daerah yaitu Koata Pekanbaru namun kedepan hari akan ditingkatkan sampai ke daerah lainnya.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi sebagai berikut :

*Sejauh lokasi penjualan sampai keluar daerah belum secara merata melainkan kita lakukan di Bengkalis dan Kota pekanbaru. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam penetapan lokasi penjualan sampai keluar daerah belum secara merata melainkan kita lakukan di Bengkalis dan Kota pekanbaru.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah sebagai berikut :

*Sejauh penjualan sampai keluar daerah belum dilakukan melainkan hanya lumpuk durian dilakuakan di bengkalis saja walaupun penjualan diluar kota ya paling di kota pekanbaru itupun ada yang beli untuk dipasarkan disana. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.30 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian bahwa penjualan sampai keluar daerah sejauh ini hanaya dilakuakan di bengkalis saja dan kota pekanbaru itupun ada yang beli untuk dipasarkan disana.



Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman sebagai berikut :

*Menurut saya penjualan sampai keluar daerah belum dilakukan melainkan di bengkalis saja sih kalau keluar kota belum ada melainkan orang yang beli dan dijual di Kota Pekanbaru itu aja setau saya. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 10.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam penjualan sampai keluar daerah belum dilakukan melainkan lokasi penjualan lumpuk durian dilakukan di bengkalis saja kalau keluar kota belum ada melainkan orang yang beli dan dijual di Kota Pekanbaru.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi sebagai berikut :

*Sejauh penjualan sampai keluar daerah belum ada ya hanya dibengkalis saja hal ini kalau keluar kota belum ada tempat sehingga disini ajalah dulu. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam penjualan sampai keluar daerah belum dilakukan melainkan hanya dibengkalis saja hal ini kalau keluar kota belum ada tempat.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra sebagai berikut :

*saya sejauh ini penjualan sampai keluar daerah belum dilakukan melainkan penjualan hanya di Bengkalis saja dan di Kota Pekanbaru kalau tempat lain belum masuk dikarenakan belum adanya tempat atau memungkinkan apakah laku apa tidak karena modal saya kecil. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*



Berdasarkan wawancara di atas bahwa sejauh ini penjualan sampai keluar daerah belum dilakukan melainkan penetapan lokasi penjualan hanya di Bengkalis saja dan di Kota pekanbaru.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam lokasi penjualan lumpuk durian sampai keluar daerah. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto sebagai berikut:

*Menurut saya penjualan lumpuk durian masih dilakukan pada daerah local dan paling jauh di Kota Pekanbaru tentunya ini menjadi permasalahan terhadap lokasi penjualan yang seharusnya penjualan dilakukan secara merata terhadap daerah lainnya sehingga lumpuk durian dapat diketahui masyarakat dan semakin banyaknya konsumen. (Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 09.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa lokasi penjualan lumpuk durian masih belum keberbagai daerah melainkan pliang jauh hanya pada Kota Pekanbaru sehingga penjualan lumpuk durian belum berkembang dan masyarakat belum mengetahui akan adanya produk lumpuk durian.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam lokasi penjualan lumpuk durian sampai keluar daerah. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan sebagai berikut:

*Sejauh ini penualan lumpuk durian belum dilkukan keberbagai daera lainnya dikota bengkalis melainkan hanya kota pekanbaaru saja sehingga produk lempuk durian belum dikenal orang sehingga tidak meningkatkan jumlah konsumen. (Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 10.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas Masyarakat pembeli Lumpuk Durian ketetapan bahwa lokasi penjualan lumpuk durian belum dilakukan sampai

keseluruh daerah sehingga banyak masyarakat tidak mengetahui akan produk lumpuk durian.

Berikut hasil observasi penelitian Bauran Pemasaran Produk Lumpuk Durian Pada Usaha Industri Lumpuk Durian Di Desa Selat Baru bahwa lokasi penjualan lumpuk durian sudah dilakukan mulai dari kota bengkalis dan Kota Pekanbaru namun belum dilakukan sampai ke daerah lainnya melainkan hanya Kota Pekanbaru, tentunya hal ini menjadi kurangnya peningkatan penjualan lumpuk durian dan masyarakat kurang mengetahui akan adanya produk lumpuk durian.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi bahwa diketahui Tempat (*Place*) atau lokasi penjualan lumpuk durian sudah dilakukan mulai dari Kota Bengkalis dan Kota Pekanbaru namun belum dilakukan sampai ke daerah lainnya melainkan hanya Kota Pekanbaru sehingga masyarakat luas belum mengetahuinya. Hal ini sejalan dengan teori Assauri, (2008;192), saluran distribusi merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang memegang peranan penting dalam hal mendistribusikan abarang dan jasa serta melancarkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

#### **4. Promosi (*promotion*)**

Promosi (*promotion*) merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi dilakukan guna menunjang keberhasilan pencapaian penjualan produk sehingga masyarakat mengetahui kualitas dan hasil produk yang dihasilkan. Lumpuk durian dipromosikan guna memberikan minat konsumen dan mengetahui akan produk dan keistimewaan lumpuk durian hal ini

dipromosikan didalam daerah sampai dengan luar daerah. Adapun berikut analisa berdasarkan indikator Promosi (*promotion*) sebagai berikut:

**a. Promosi Melalui Media**

Promosi melalui media adalah kegiatan penjualan lumpuk durian didukung dengan kegiatan promosi yaitu melakukan promosi melalui media sehingga masyarakat mengetahui akan produk mulai dari bentuk, harga, dan rasa sehingga masyarakat mengetahui dan tertarik untuk membeli. Adapun wawancara dengan Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra sebagai berikut:

*Sejauh promosi penjaualan lumpuksudah dilakukan melalui media yaitu iklan lumpuk durian dengan tujuan masyarakat mengetahui akan produk lumpuk durian mulai dari rasa, harga, dan bentuk. (Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan hasil wawancara penulis menunjukkan bahwa Kepala Bidang Perdagangan Disperindag menyatakan promosi lumpuk durian sudah dialkukan melalui media internet mulai dari harga, kemasan, dan rasa.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron sebagai berikut :

*Sejauh ini promosi lumpuk durian suda diklakukan melalui media internet agar masyarakat mengetahui produk yang di sajikan. (Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa promosi lumpuk durian sudah dilakukan melalui media internet agar masyarakat mengetahui produk lumpuk durian secara luas.



Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif sebagai berikut :

*Promosi pemasaran lumpuk durian masih dalam bentuk toko itupun dilakukan pada titik Kota Bengkalis dan Kota pekanbaru sehingga masyarakat luas tidak mengetahui akan adanya produk lumpuk durian. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 15.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa promosi lumpuk durian hanya dilakukan di kota bengkalis dan Kota Pekanbaru dalam bentuk toko bukan dalam reklame atau baliho di tempat keramaian sehingga masyarakat tidak mengetahui adanya produk lumpuk durian.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi sebagai berikut :

*Sejauh promosi melalui media sudah dilakukan media online saja namun tidak update selalu seharusnya dilakukan juga lewat majalah atau iklan yang kapan aja dapat beruba dari harga dan kemasan yang dipasarkan. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam promosi melalui media sudah dilakukan media online saja namun tidak update selalu terkait harga, rasa dan bentuk yang dipasarkan seharusnya dilakukan juga lewat majalah atau iklan yang kapan aja dapat beruba dari harga dan kemasan yang dipasarkan.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah sebagai berikut :

*Sejauh promosi yang dilakukan paling iklan di internet saja itupun hanya sekali sehingga harga dan bentuk pejualan tidak berganti sementara kan sekarang harganya sudah berbeda. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian*



Bapak Hermansyah, *hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.30 WIB*)

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian bahwa promosi yang dilakukan paling iklan di internet saja itupun hanya sekali sehingga harga dan bentuk penjualan tidak berganti sementara kan sekarang harganya sudah berbeda.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman sebagai berikut :

*Menurut saya promosi lumpuk durian melalui media hanya sebatas diinternet keterangan lumpuk durian melainkan iklan lama dan belum ada berubah. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 10.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam promosi lumpuk durian melalui media hanya sebatas diinternet keterangan tentang lumpuk durian melainkan iklan lama dan belum ada berubah.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi sebagai berikut :

*Sejauh promosi lumpuk durian melalui media sudah dilakukan namun hanya sebatas iklan dan itupun iklannya belum berubah dikarenakan perubahan harga dan kemasan sekrang sudah berbeda. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam promosi lumpuk durian melalui media sudah dilakukan namun hanya sebatas iklan dan itupun iklannya belum berubah dikarenakan perubahan harga dan kemasan sekrang sudah berbeda.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra sebagai berikut :

*saya sejauh promosi lempuk durian melalui media sudah dilakukan dengan iklan di internet namun iklannya belum berubah terkait harga dan kemasan dan bentuk. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa sejauh ini promosi lempuk durian melalui media sudah dilakukan dengan iklan di internet namun iklannya belum berubah terkait harga dan kemasan dan bentuk yang ada sekarang ini.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam lokasi penjualan lempuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto sebagai berikut:

*Sejauh ini promosi lumpuk durian belum dilakukan melalui baliho atau reklame agar masyarakat luas dapat mengetahuinya dan di pampang di lokasi keramaian sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya produk tersebut. (M Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 09.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Masyarakat belum mengetahui produk lumpuk durian secara luas karena tidak dilakukan penjualan melalui reklame atau baliho sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui produk tersebut.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam lokasi penjualan lempuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan sebagai berikut:

*Sejauh ini promosi lumpuk durian belum dalam bentuk reklame atau baliho sehingga masyarakat belum mengetahuinya secara luas melainkan setau saya promosi hanya adanya toko penjualan itu saja. (M Masyarakat*

*pembeli Lumpuk Durian bapak Atan, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 10.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Masyarakat masih banyak yang belum tau akan produk lumpuk durian dikarenakan belum adanya promosi yang dilakukan melalui reklame atau baliho dilokasih keramaian melainkan hanya toko di Kota bengkalis dan Kota pekanbaru.

Adapun berikut hasil observasi penelitian Bauaran Pemasaran Produk Lumpuk Durian Pada Usaha Industri Lumpuk Durian Di Desa Selat diketahui peningkatan penjualan lumpuk durian berdasarkan lokasi penjualan masih tergolong minim karena hanya berda pada kota bengkalis dan kota pekanbaru yang seharusnya dapat ditingkatkan ke daerah lainnya agar bertambahnya konsumen dan tingkat penjualan semakin meningkat.

#### **b. Promosi Di Tempat Umum**

Promosi ditempat umum adalah kegiatan promosi yang dilakukan pengusaha lumpuk durian di titik keramai guna masyarakat mengetahui produk makanan lumpuk durian dengan ciri khas dan rasa yang berbeda dengan produk makanan lainnya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan penjualan lumpuk durian dan dikenal banyak orang. Adapun wawancara dengan Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra sebagai berikut:

*Sejauh ini promosi lumpuk durian sudah dilakukan pada titik tertentu tentunya di lokasih keramaian dan banyak pembeli namun promosi yang dilakukan hanya dalam bentuk toko penjualan bukan melalui reklame atau baliho. (Kepala Bidang Perdagangan Disperindag bapak Afrinaldi Eka Putra, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan hasil wawancara penulis menunjukkan bahwa Kepala Bidang Perdagangan Disperindag menyatakan promosi produk lumpuk durian sudah



dilakukan di tempat umum namun hanya dalam bentuk penjualan toko bukan dalam bentuk reklame atau baliho.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron sebagai berikut :

*Sejauh ini promosi lumpuk durian sudah dilakukan ditempat umum dengan melakukan penjualan pada titik tertentu hal ini dilakukan di Kota Bengkalis dan Kota Pekanbaru. (Pegawai Bidang Perdagangan Disperindag Bapak Imron, hari Senin pada tanggal 11 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa promosi lumpuk durian dilakukan ditempat keramaian melalui mendirikan toko penjualan yang dilakukan di Kota Bengkalis dan Kota Pekanbaru.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati sebagai berikut :

*Sejauh ini promosi lumpuk durian sudah kamim lakukan namun bukan dengan baliho ataupun reklame akan tetapi melalui toko penjualan saja. Tapi selayaknya harus menggunakan reklame atau baliho yang dipampang di titik keramaian sehingga masyarakat luas mengetahuinya. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Ibu Suhartati, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 14.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa promosi lumpuk durian belum dilakukan melalui reklame atau baliho melainkan hanya dalam bentuk toko penjualan sehingga masyarakat luas belum mengetahui adanya produk lumpuk durian.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif sebagai berikut :

*Promosi pemasaran lumpuk durian masih dalam bentuk toko itupun dilakukan pada titik Kota Bengkalis dan Kota pekanbaru sehingga masyarakat luas tidak mengetahui akan adanya produk lumpuk durian.*



*(Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Arif, hari selasa pada tanggal 12 Januari Tahun 2021, Pukul 15.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa promosi lumpuk durian hanya dilakukan di kota bengkalis dan Kota Pekanbaru dalam bentuk toko bukan dalam reklame atau baliho di tempat keramaian sehingga masyarakat tidak mengetahui adanya produk lumpuk durian.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi sebagai berikut :

*Sejauh promosi ditempat umum sudah dilakukan dengan membuat baliho harga dan kemasan namun hanya pada lokaih penjualan saja sih. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Junaidi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam promosi ditempat umum sudah dilakukan dengan membuat baliho harga dan kemasan namun hanya pada lokaih penjualan saja.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah sebagai berikut :

*Sejauh promosi ditempat umum sudah dilakukan melalui baliho dilokasi penjualan namun belum pada titik lokasih keramaian. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Hermansyah, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 09.30 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian bahwa promosi ditempat umum sudah dilakukan melalui baliho dilokasi penjualan namun belum pada titik lokasih keramaian.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman sebagai berikut :

*Menurut saya promosi lumpuk durian ditempat keramaian belum dilakukan melainkan promosi ditempat kita jualan saja melalui baliho kecil biar orang tau akan harga dan bentuk kemasan yang disediakan itu aja sih. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Budiman, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 10.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa promosi lumpuk durian ditempat keramaian belum dilakukan melainkan promosi ditempat kita jualan saja melalui baliho kecil biar orang tau akan harga dan bentuk kemasan yang disediakan itu aja sih.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi sebagai berikut :

*Sejauh promosi lumpuk durian belum dilakukan disetiap tempat keramaian melalui baliho atau reklame melainkan hanya dilokasi kita berjualan saja melalui baliho yang kita buat. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Zulfahmi, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Pemilik Usaha Lumpuk Durian dalam promosi lumpuk durian belum dilakukan disetiap tempat keramaian melalui baliho atau reklame melainkan hanya dilokasi kita berjualan saja melalui baliho yang kita buat.

Begitu juga hasil wawancara dengan Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra sebagai berikut :

*saya sejauh promosi lempuk durian ditempat umum belum dilakukan melainkan hanya dilokasih kita berjualan hal ini dikarenakan modal untuk baliho ditempat umum masih kurang sehingga dibuat ditempat kita berjualan aja. (Pemilik Usaha Lumpuk Durian Bapak Mahendra, hari rabu pada tanggal 13 Januari Tahun 2021, Pukul 11.00 WIB)*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa sejauh promosi lempuk durian ditempat umum belum dilakukan melainkan hanya dilokasi berjualan saja hal ini

dikarenakan modal untuk buat baliho masih kurang sehingga dibuat pada titik kita jualan saja.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam dalam lokasi penjualan lumpuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto sebagai berikut:

*Sejauh ini promosi lumpuk durian belum dilakukan melalui baliho atau reklame agar masyarakat luas dapat mengetahuinya dan di pampang di lokasi keramaian sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya produk tersebut. (M Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Siswanto, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 09.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Masyarakat belum mengetahui produk lumpuk durian secara luas karena tidak dilakukan penjualan melalui reklame atau baliho sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui produk tersebut.

Begitu juga pendapat Masyarakat pembeli Lumpuk Durian dalam lokasi penjualan lumpuk durian. Berikut wawancara dengan Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan sebagai berikut:

*Sejauh ini promosi lumpuk durian belum dalam bentuk reklame atau baliho sehingga masyarakat belum mengetahuinya secara luas melainkan setau saya promosi hanya adanya toko penjualan itu saja. (M Masyarakat pembeli Lumpuk Durian bapak Atan, hari Sabtu, pada tanggal 09 Januari tahun 2021, Pukul 10.00 WIB).*

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Masyarakat masih banyak yang belum tau akan produk lumpuk durian dikarenakan belum adanya promosi yang dilakukan melalui reklame atau baliho dilokasi keramaian melainkan hanya toko di Kota bengkalis dan Kota pekanbaru.

Berikut hasil observasi penelitian Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat diketahui promosi lumpuk durian belum dilakukan melalui media seperti koran atau majala lainnya melainkan hanya internet dan itu hanya promosi produk lumpuk durian berita lama namun tidak adanya pergantian promosi dalam bentuk harga kemasan dan rasa. Begitu juga kegiatan promosi belum dilakuakn dalam bentuk reklame atau baliho ditempat keramaian melainkan hanya dalam bentuk toko penjualan sehingga masyarakat luas tidak mengetahui akan adanya produk lumpuk durian.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi bahwa diketahui Promosi (*Promotion*) belum dilakukan melalui media seperti koran atau majala lainnya melainkan hanya internet dan itu hanya promosi produk lumpuk durian berita lama namun tidak adanya pergantian promosi dalam bentuk harga kemasan dan rasa yang lama. Hal ini sejalan dengan teori Tjiptono, (2008;219), promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasarana dalam bentuk komunikasi pemasaran, ayaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pada sasaran produk yang ditawarkan.





## BAB VI P E N U T U P

### A. Kesimpulan

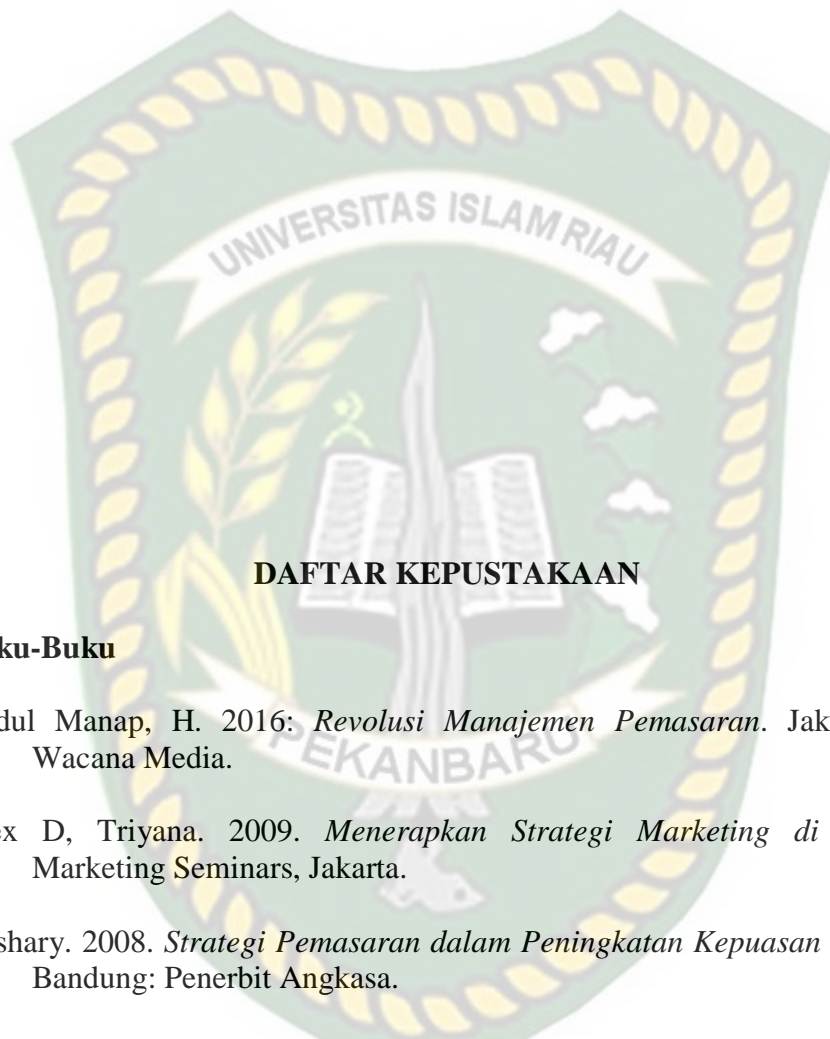
Berdasarkan analisis data penelitian tentang Analisis Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis melalui indikator Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat (*place*), Promosi (*promotion*) maka dapat penulis ambil kesimpulan bahwa produk lumpuk durian dalam pemasarannya belum tepat sasaran mulai dari kemasan dan bentuk yang dipasarkan yang belum berubah dari bentuk sebelumnya sehingga masyarakat kurang tertarik untuk membeli, harga lumpuk durian juga masih tergolong mahal karena tidak sesuai dengan besar lumpuk durian yang yang dirasakan masyarakat dan belum adanya harga diskon yang disediakan, penetapan penjualan lumpuk durian belum tepat sasaran

melainkan pemasaran hanya dilakukan pada tempat tertentu yaitu daerah bengkalis dan Kota Pekanbaru saja sehingga pencapaian penjualan lumpuk durian belum berkembang, begitu juga Promosi (*promotion*) produk lumpuk durian belum diterapkan melalui media secara luas mulai dari majala, koran dan situs khusus internet, dan belum adanya promosi melalui reklame dan baliho sehingga masyarakat secara belum mengetahui adanya pemasaran lumpuk durian.

## **B. Saran**

Adapun saran yang penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perlunya Disperindag melakukan mengembangkan produk lumpuk durian secara langsung terhadap pemelik usaha lumpuk durian.
2. Sebaiknya pemilik usaha melakukan pengembangan bentuk dan rasa lumpuk durian sehingga diminati masyarakat.
3. Sebaiknya Pemilik usaha lumpuk durian melakukan promosi melalui media mulai dari harga, kemasan, dan rasa yang tersedia.
4. Sebaiknya pemilik usaha meningkatkan lokasi tempat penjualan lumpuk durian sampai ke kabupaten/Kota di provinsi riau.
5. Sebaiknya pemilik usaha lumpuk durian melakukan promosi lumpuk durian sampai ke kabupaten/Kota di provinsi riau.



## DAFTAR KEPUSTAKAAN

### A. Buku-Buku

- Abdul Manap, H. 2016: *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Alex D, Triyana. 2009. *Menerapkan Strategi Marketing di Indonesia*. Marketing Seminars, Jakarta.
- Anshary. 2008. *Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Assauri, Sofyan. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Badan Penerbit Fakultas Ekonom. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Suharno dkk. 2009. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta:Unit Penerbitan Fakultas Ekonomi (UPFE).
- Bilson. 2017. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cravens, David W. 2006. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Ilmu Administrasi*. Jakarta: Ghalia, Indonesia.

- Fuad, M, dkk. 2007. *Pengantar Bisnis*. Penerbit PT. Gramedia, Jakarta.
- Hadari, Nawawi. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Ghalia, Indonesia.
- Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, Melayu, 2006, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Hasibuan. Melayu. 2007. *Dasar-dasar Organisasi*. Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Hamim, Sufian, 2005, *Administrasi, Organisasi dan Manajemen*, Pekanbaru, UIR Press.
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip pemasaran (12<sup>th</sup>)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13. Jilid I Dan II. Alih Bahasa: Bob Sabran, 2012, Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Edisi 9 PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Longenecker, Justin G. 2009. *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil*, Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Nitisemito, Alex S. 2008. *Marketing*. Jakarta: Ghalia.
- Siagian. 2004: *Pengantar Ilmu Administrasi*. Jakarta, PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta, Bandung.
- Suardi, Basu. 2010. *Strategi Pemasaran*. Bandung: Remaja Karya
- Syafri, Wirman. 2012. *Studi Tentang Administrasi Publik*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Swastha, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Remaja Karya.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran (3Ed)*. Yogyakarta: Andi.
- Tunggal, Amin Widjaja. 2008. *Dasar-Dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Jakarta: Harvindo.



Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), diakses pada Tanggal 30 September 2016 dari <http://www.depkop.go.id>.

## B. Jurnal

Aidil Putra Joko, 2013 *Analisis Strategi Pemasaran Produk Inez Collection di Senapelan Plaza Pekanbaru.*

Faisal Yunan Siregar, 2015 *Analisis Pemasaran Kripik bayam di Desa Rambai Kecamatan Siak Kabupaten Siak.*

M. Safri , 2015. *Evaluasi Kegiatan Pemasaran Dodol Cempedak di Desa Sungai Raya Kecamatan rengat Kabupaten Indragiri hulu.*

Defrico Yuslami, 2016. *Kualitas Pemasaran Madu Sialang Desa Sorek satu Kecamatan pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan.*

Indra Gunawan, 2016. *Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu)*

### **Lampiran 1: Daftar Wawancara Penelitian Tentang Analisis Bauaran Pemasaran Produk Lempuk Durian Pada Usaha Industri Lempuk Durian Di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis**

#### A. Identitas Penelitian

- |                       |                                      |
|-----------------------|--------------------------------------|
| 1. Nama               | : Helmi Dwi Kurnia                   |
| 2. NPM                | : 157210220                          |
| 3. Jurusan            | : Ilmu Administrasi Bisnis           |
| 4. Jenjang Pendidikan | : Strata Satu (S1)                   |
| 5. Fakultas           | : FISIPOL ( Universitas Islam Riau ) |

#### B. Ketentuan Angket

No. Responden :

(Di isi oleh penelitian)

1. Angket penelitian ini hanya dimaksudkan untuk keperluan ilmiah (penulisan skripsi). Oleh Karen itu, diharapkan kepada Bapak/Ibuk untuk dapat kiranya memberikan informasi/data sesuai dengan fakta yang ada.



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia 28284  
Telp. +62761674674 Fax. +62761674834 Email: fisipol@uir.ac.id Website : www.uir.ac.id

### SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI SKRIPSI

Nomor : 145/A\_UIR/5-FS/2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau menerangkan bahwa :

Nama : **Helmi Dwi Kurnia**  
NPM : 157210220  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : **ANALISIS BAUARAN PEMASARAN PRODUK LEMPUK DURIAN  
PADA USAHA INDUSTRI LEMPUK DURIAN DI DESA SELAT BARU  
KECAMATAN BANTAN KABUPATEN BENGKALIS**

Persentase Plagiasi : 13 %  
Jumlah Halaman : 76 (**Abstrak s/d Daftar Pustaka**)  
Status : **Lulus**

Adalah benar-benar sudah lulus pengecekan plagiasi dari Naskah Publikasi Skripsi, dengan menggunakan aplikasi *Turnitin* (terlampir).

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 12/04/2021

Hormat Kami,  
Wakil Dekan Bid. Akademik



**Indra Safri, S.Sos., M.Si**