

STRATEGI PEMASARAN KERIPIK BASRENG NGEUNAH PADA AWAL BERDIRI DI BULAN APRIL 2023

Agung Bagus Prasetyo¹⁾, Fathan Nur Anzhari²⁾, Muhammad Sabit³⁾

^{1),2),3)}Universitas Pelita Bangsa

Email : agungprasetyo3725@gmail.com¹⁾, fathan889910@gmail.com²⁾,
muhammadsabir216@gmail.com³⁾

Abstract: Home industries, such as "Keripik Basreng Ngeunah," have rapidly developed, especially amidst the limited job opportunities. Founded in April 2023, this business offers fish meatball chips with a crispy taste that is increasingly in demand. Keripik Basreng Ngeunah not only prioritizes the quality of raw materials but is also committed to providing healthy and innovative snacks that reflect the richness of Indonesian cuisine. In addition, this business supports the local economy by providing jobs and empowering local human resources. In facing tight competition, marketing strategy becomes the key to success. This research aims to analyze the marketing strategies used by Keripik Basreng Ngeunah, with a focus on proper segmentation, targeting, and positioning. Some of the marketing strategies implemented include the use of social media such as Instagram and Facebook for digital promotion, as well as participation in local bazaars and festivals. In addition, this product is also sold through e-commerce, traditional markets, and reseller networks to expand market reach. Factors influencing marketing success include product quality, competitive pricing, and the uniqueness of the offered flavors. By paying attention to these various marketing elements, Keripik Basreng Ngeunah has the potential to continue growing and strengthening its position in the snack market, increasing business revenue, and positively impacting the local economy.

Keywords: Home Industry, Basreng Ngeunah Chips, Marketing Strategy, Market Segmentation, Social Media, E-Commerce, Innovative Products, Local Economic Empowerment.

Abstrak: Industri rumah tangga atau home industry, seperti "Keripik Basreng Ngeunah", telah berkembang pesat, terutama di tengah terbatasnya lapangan pekerjaan. Didirikan pada April 2023, usaha ini menawarkan keripik berbahan bakso ikan dengan cita rasa renyah yang semakin diminati. Keripik Basreng Ngeunah tidak hanya mengutamakan kualitas bahan baku, tetapi juga berkomitmen untuk menyediakan camilan sehat dan inovatif yang menggambarkan kekayaan kuliner Indonesia. Selain itu, usaha ini mendukung perekonomian lokal melalui penyediaan lapangan kerja dan pemberdayaan sumber daya manusia setempat. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, strategi pemasaran menjadi kunci kesuksesan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang digunakan oleh Keripik Basreng Ngeunah, dengan fokus pada segmentasi,

targeting, dan positioning yang tepat. Beberapa strategi pemasaran yang diterapkan antara lain adalah pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk promosi digital, serta partisipasi dalam bazaar dan festival lokal. Selain itu, produk ini juga dijual melalui e-commerce, pasar tradisional, dan jaringan reseller untuk memperluas jangkauan pasar. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran termasuk kualitas produk, harga yang kompetitif, dan keunikan rasa yang ditawarkan. Dengan memperhatikan berbagai elemen pemasaran ini, Keripik Basreng Ngeunah berpotensi untuk terus berkembang dan memperkuat posisi di pasar makanan ringan, meningkatkan pendapatan usaha, serta memberikan dampak positif pada perekonomian masyarakat sekitar.

Kata Kunci: Industri Rumah Tangga, Keripik Basreng Ngeunah, Strategi Pemasaran, Segmentasi Pasar, Media Sosial, E-Commerce, Produk Inovatif, Pemberdayaan Ekonomi Local.

PENDAHULUAN

Industri rumah tangga atau home industri kini semakin berkembang, terutama dengan terbatasnya lapangan pekerjaan. Salah satu contoh yang menarik adalah "Keripik Basreng Ngeunah", yang memanfaatkan bakso ikan sebagai bahan baku utama untuk menciptakan keripik dengan rasa renyah. Produk ini semakin digemari oleh pelanggan, membuka peluang bisnis yang menjanjikan (Suryani & Habiburahman, 2024). Keripik basreng merupakan salah satu jenis makanan ringan yang sudah lama dikenal oleh sebagian besar masyarakat Indonesia (Maisur et al., 2019) yang memiliki kepadatan rendah, porous, dan tekstur renyah (Pakpahan & Nelinda, 2019). Keripik sangat populer dan dapat menjadi lauk tambahan pada makanan (Wahyuningtyas & Kumala, 2017). Ketika digigit, kerupuk dapat menimbulkan sensasi akustik (Pakpahan & Nelinda, 2019). Selain itu kerupuk mempunyai harga yang ekonomis (Abriana & Indrawati, 2020) Erlyna Wida Riptanti.

Keripik Basreng Ngeunah didirikan pada April 2023 dengan tujuan menyajikan cemilan berkualitas tinggi yang menggambarkan tradisi kuliner Indonesia. Seiring berkembangnya industri makanan ringan di Indonesia, kami berkonsentrasi pada produk-produk inovatif dan berkualitas tinggi. Karena tingginya volume pengaduan, kami menerapkan strategi pemasaran yang kreatif untuk memuaskan berbagai segmen pelanggan. Sebagai camilan yang lebih sehat, produk kami menawarkan cita rasa unik dengan bahan baku pilihan. Basreng adalah salah satu UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang memanfaatkan media sosial sebagai salah satu wadah pemasaran untuk produk jasanya. Basreng mencatat penjualan yang relatif

meningkat setiap harinya terlebih saat menerapkan pemasaran di media sosial. (Waqid Kurniawan et al., 2021). Basreng adalah makanan ringan terbuat dari bakso ikan yang di goreng. Keunggulan dari basreng ini ialah tidak berbau tengik (busuk, bahasa Jawa).

Sebagai UMKM, kami berkomitmen mendukung perekonomian lokal dengan menyediakan lapangan kerja dan memberdayakan sumber daya lokal. Kami juga berinvestasi dalam pelatihan untuk mengembangkan tim kami. Strategi pemasaran kami meliputi penggunaan media sosial, partisipasi dalam event lokal, dan kolaborasi dengan komunitas, agar produk kami dikenal luas dan memberikan dampak positif bagi masyarakat. Perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa berubah seiring berjalannya waktu. Pada awalnya konsumen akan membeli suatu barang dengan cara melihat dan menelitinya secara teliti, namun hingga saat ini pembelian hanya berdasarkan informasi yang diperoleh dari media. Secara sosial, masyarakat hanya melihat komputer, smartphone, dan laptop untuk mengambil keputusan terhadap produk yang dijual. Jasa pengiriman digunakan sebagai media untuk memudahkan pengiriman barang yang tidak memerlukan pembayaran yang signifikan. Sebelum melakukan pembelian melalui layanan pengiriman, pelanggan harus melakukan pembayaran terlebih dahulu melalui transfer bank atau platform, dan pembeli akan menerima rincian transfer. Belanja online menjadi semakin populer karena tersedianya media sosial yang digunakan oleh konsumen dan pelaku bisnis (Ratnasari, 2016).

Peran pemasaran adalah bagaimana suatu produk atau jasa dipahami oleh pelanggan sebagai solusi atas kebutuhannya, namun tetap menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Hal ini dapat dicapai dengan menetapkan harga yang kompetitif, mendistribusikan produk secara efisien, dan melakukan promosi serta menjaga retensi pelanggan secara efektif (Hikmawan, 2022). Penelitian ini akan fokus pada prospek dan tantangan yang dihadapi oleh industri rumah tangga Keripik Basreng Ngeunah di Markasjajan.kuu. Kami membutuhkan strategi pemasaran yang efektif untuk mendorong pertumbuhan usaha ini, dengan tujuan meningkatkan pendapatan pengusaha dan memperbaiki perekonomian masyarakat sekitar. Judul penelitian ini adalah: “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Produk Keripik Basreng Ngeunah”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif (Fitri et al., 2021). Dimana penelitian ini bertujuan

untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan penjualan yang diterapkan (Palupi et al., 2024) oleh industri rumah tangga Markasjajan .kuu. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk Keripik Basreng Ngeunah

Tabel 1 Daftar Produk dan Harga Basreng ngeunah

No	Jenis produk	Ukuran
1	Keripik basreng daun jeruk pedas	500 gram
2	Keripik basreng original	500 gram
3	Keripik basreng rasa balado	500 gram

Ada strategi pemasaran digital yang menggunakan platform media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk mempromosikan produk melalui konten yang menarik dan kemitraan dengan influencer lokal. Selain itu, dunia usaha juga aktif mengikuti festival dan pameran kuliner untuk memperkenalkan produk secara diam-diam dan melakukan *tastings*.

Strategi Pemasaran Produk Keripik Basreng Ngeunah

Berdasarkan observasi, dokumentasi, wawancara dan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Keripik Basreng Ngeunah di Markasjajan.kuu berhasil meningkatkan penjualan produk meskipun penjualan bulanannya belum stabil. Segmentasi, penargetan, positioning dan bauran pemasaran yang mempertimbangkan produk, lokasi dan promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran yang diterapkan.

Strategi Produk Keripik Ngeunah Basreng berfokus pada kualitas tinggi dengan menggunakan bahan baku terbaik seperti bakso ikan yang diolah secara higienis sehingga menghasilkan produk yang lebih sehat dan menarik. Selain itu, inovasi rasa menjadi kuncinya dengan menawarkan beragam varian rasa, seperti pedas, manis, dan gurih, untuk memuaskan berbagai preferensi konsumen. Desain produk yang fungsional, estetis dan ramah lingkungan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen dalam mengonsumsi produk secara keseluruhan. Selain itu, branding yang kuat dengan logo, tagline, dan deskripsi produk yang menarik digunakan untuk menciptakan citra merek yang dapat menginspirasi loyalitas

pelanggan.

Strategi Distribusi Sales Point dilakukan secara diam-diam di toko-toko atau lokasi strategis seperti pasar tradisional atau tempat wisata yang banyak dikunjungi pelanggan lokal dan wisatawan. Selain itu, agar konsumen dapat merasakan langsung kualitas produk. Selain itu, pemasaran dari mulut ke mulut didorong dengan cara mendorong pelanggan yang puas untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. **Keripik Basreng Ngeunah** juga bekerja sama dengan komunitas lokal untuk memperkenalkan produk dan menggandeng figur publik atau selebriti lokal untuk meningkatkan kredibilitas dan memperluas jangkauan pasar.

Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Dalam Meningkatkan Penjualan Keripik Basreng

Dalam pemasaran ada beberapa faktor yang menghambat pemasaran, antara lain:

- a) Kualitas Produk penggunaan **bahan baku berkualitas** seperti bakso ikan terbaik memastikan produk yang enak dan aman, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mengurangi komplain. **Proses produksi yang higienis** sangat penting untuk menjaga kualitas dan kepercayaan konsumen. Selain itu, dengan menawarkan **berbagai varian rasa** (pedas, manis, gurih, dll.), **Keripik Basreng Ngeunah** dapat menarik lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar.
- b) kompetitif pasarn mengenai faktor penghambat sesuai hasil wawancara pemilik basreng ngeunah merupakan langkah penting dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan pesaing, **Keripik Basreng Ngeunah** dapat menyusun taktik yang lebih tepat untuk bersaing di pasar. Menganalisis strategi, harga, dan keunggulan produk pesaing memungkinkan **Keripik Basreng Ngeunah** untuk menemukan peluang yang belum dimanfaatkan dan meningkatkan daya saing produk di pasar makanan ringan.
- c) **Harga yang Kompetitif** pntuan **harga yang tepat** sangat penting untuk menarik konsumen, dengan menyesuaikan harga pada kualitas produk dan daya beli target pasar. **Strategi harga yang kompetitif** membantu produk bersaing dengan produk serupa di pasar. Selain itu, **diskon dan penawaran khusus** seperti bundle deals dapat menarik pelanggan baru dan meningkatkan volume penjualan.

KESIMPULAN

Strategi pemasaran Keripik Basreng Ngeunah menggabungkan lemen-elemen penting untuk meningkatkan penjualan, seperti kualitas produk yang tinggi, inovasi rasa, dan variasi

produk sesuai selera pasar. Strategi distribusi melalui penjualan langsung, e-commerce, dan jaringan reseller mempermudah akses konsumen. Promosi yang efektif melalui media sosial, diskon, dan event lokal membantu memperkenalkan produk lebih luas. Penentuan harga yang kompetitif, disesuaikan dengan kualitas dan daya beli konsumen, turut mendukung daya saing. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, Keripik Basreng Ngeunahdapat memperkuat citra merek dan memperluas pangsa pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- A. D. Lestari and J. Dwiridotjahjono, “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban,” *J-MAS (Jurnal Manaj. dan Sains)*, vol. 8, no. 1, p. 203, 2023, doi: 10.33087/jmas.v8i1.954.
- M. Maulana Waqid Kurniawan, L. Adrie Manafe, M. Zainul Abidin, P. Studi Manajemen, and S. Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, “KEPUTUSAN PEMBELIAN KERIPIK BAKSO GORENG MR. BASRENG DITINJAU DARI EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN: MEDIA SOSIAL INSTAGRAM,” 2022.
- “View of Meningkatkan Perekonomian Warga Desa Melalui Scale Up Dan Digitalisasi UMKM Di Desa Jatibanjar _ SNEB _ Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Dewantara.”
- “View of Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan UMKM Cemilan Nana PKU dalam Menyusun Laporan Keuangan.”
- M. Suryani and H. Habiburahman, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Dimsumkakilima.Id,” *J. Widya*, vol. 5, no. 1, pp. 275–288, 2024, doi: 10.54593/awl.v5i1.245.