

RINGKASAN

Dian Pratiwi (08320210035), "Strategi Bauran Pemasaran dan Nilai Tambah Kerupuk Dangke di Kabupaten Enrekang". Dibawah bimbingan Ibu Ida Rosada dan Rasmeidah Rasyid.

Indonesia dikenal memiliki kekayaan pangan lokal yang sangat beragam. Makanan-makanan ini umumnya memiliki hubungan yang erat dengan budaya serta tradisi masyarakat di daerah asalnya. Pangan lokal merupakan hasil olahan makanan atau minuman yang berasal dari suatu wilayah tertentu dan menjadi bagian dari identitas khas daerah tersebut. Salah satu contoh pangan lokal yang menonjol dapat ditemukan di Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan. Di daerah ini terdapat makanan khas yang telah ada sejak masa kolonial dan telah melekat kuat dalam kehidupan masyarakat. Makanan ini bukan hanya mencerminkan identitas etnis Massenrempulu, tetapi juga menjadi sumber penghasilan utama bagi sebagian masyarakat. Pangan lokal ini berbahan dasar susu kerbau atau susu sapi, yang diolah secara tradisional. Selain memperkuat jati diri budaya daerah, produk ini juga berpotensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui hasil olahan yang bernilai komersial.

Penelitian ini bertujuan untuk, (1) Mendeskripsikan proses pengolahan Dangke Menjadi Kerupuk Dangke pada Usaha Kerupuk Dangke Rosma di Kecamatan Anggeraja. (2). Mendeskripsikan jumlah produksi dan menganalisis pendapatan pada usaha kerupuk dangke. (3). Menganalisis strategi bauran pemasaran Usaha Kerupuk Dangke Rosma. (4). Menganalisis nilai tambah yang diperoleh pada usaha pengolahan dangke menjadi kerupuk dangke. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Mandatte, Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen sebanyak 30 orang dan Informan adalah Pemilik dan karyawan bagian produksi dan pemasaran.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Proses pengolahan Kerupuk Dangke melalui tahapan yang dimulai dari pemilihan bahan baku yaitu Dangke sebesar 10 gram sekali produksi kemudian melakukan proses pencampuran bahan penunjang yang di mixer selama 1jam, kemudian adonan yang sudah siap digoreng dengan cetakan kaktus setelah semuanya digoreng lalu kerupuk dangke dikemas dengan berat 160 gram. (2) Produksi Usaha Kerupuk Dangke dilakukan sebanyak 4 kali sebulan menghasilkan 1.200 kemasan/pes dan isi dengan berat 160gram/pes, sedangkan pendapatan Usaha Kerupuk sebulan sebesar Rp 5.224.777. (3) Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Usaha Rosma telah menerapkan strategi bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*) dengan cukup baik. Produk memiliki rasa dan kemasan yang menarik, harga kompetitif, lokasi penjualan yang strategis dan terjangkau, serta promosi sederhana namun efektif rekomendasi dari orang terdekat lebih dipercaya dibanding iklan. (4) Rasio nilai tambah yang diperoleh pada Usaha Kerupuk Dangke sebesar 64,19 % hal ini menunjukkan bahwa rasio nilai tambah kerupuk dangke tergolong tinggi karena lebih besar dari 50%.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Nilai Tambah, Proses Produksi, Pendapatan