

## HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima dengan baik Laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL)  
oleh Dosen Pembimbing dengan Judul:

**“ASPEK PEMASARAN PADA UMKM SALEH PISANG TUMBUH  
SEGAR”**

Mahasiswa

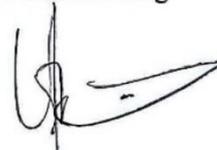


Luthfiah Zain

NIM 225504925

Kebumen, 03 Juli 2025

Dosen Pembimbing



Indah Rohyani, S.E., M.Si.

NIDN 0607117102

## **MOTTO**

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama  
kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Q.S Ar-Rum: 60)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini penulis persembahkan kepada:

1. Segala puji hanya bagi Allah SWT. Saya persembahkan karya ini sebagai ungkapan rasa syukur dan penghormatan atas rahmat, hidayah, dan kekuatan yang selalu diberikan-Nya dalam setiap langkah hidup saya.
2. Saya persembahkan karya ini kepada diri saya sendiri, sebagai bentuk penghargaan, usaha, ketekunan, dan perjuangan saya dalam menghadapi segala tantangan. Semoga menjadi motivasi untuk terus berkembang dan menjadi pribadi yang lebih baik.
3. Karya ini saya persembahkan dengan penuh cinta dan terima kasih kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan tanpa henti. Semoga segala pengorbanan dan kasih sayang yang telah diberikan menjadi berkah.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat dan karunia yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yang berjudul **“ASPEK PEMASARAN PADA UMKM SALEH PISANG TUMBUH SEGAR”** dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih banyak kekurangan, hal ini disebabkan karena terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang penulis miliki. Meskipun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang penulis miliki serta dari bimbingan dan arahan dari Dosen Pembimbing, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan baik moral maupun materiil sehingga laporan ini dapat selesai tepat pada waktunya, antara lain kepada:

1. Ibu Indah Rohyani, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan laporan Kuliah Kerja Lapangan yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi, dan bimbingan dalam proses penulisan dan penyusunan laporan Kuliah Kerja Lapangan.
2. Bapak Kukuh Adi Purnomo selaku pemilik UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan di UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar.

3. Semua karyawan UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar yang telah memberikan pengalaman dan pengetahuan sebagai masukan di dalam Kuliah Kerja Lapangan.
4. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan materiil dan non-materiil, motivasi, serta doa yang tak pernah terhenti kepada penulis.
5. Teman-teman Kuliah Kerja Lapangan (Sefvike Hikmah Nurika, Luthfiyah Azzahrah dan Ani Masitoh), serta teman-teman kelas Reguler Manajemen yang telah memberikan banyak pengetahuan dan semangat untuk menyelesaikan tugas laporan Kuliah Kerja Lapangan.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang turut memberikan bantuan dan kerja samanya dalam penyelesaian laporan Kuliah Kerja Lapangan.

Dengan keterbatasan yang penulis miliki, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 03 Juli 2025



Luthfiyah Zain

225504925

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Tujuan dan Manfaat KKL .....	8
1.3    Prosedur dan Pelaksanaan .....	11
<b>BAB II PEMBAHASAN</b> .....	<b>16</b>
2.1    Gambaran Umum Perusahaan.....	16
2.2    Aspek Pemasaran .....	20
2.3    Pemanfaatan Teknologi Informasi .....	34
2.4    Rencana Pengembangan Usaha.....	36
<b>BAB III KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>39</b>
3.1    Kesimpulan .....	39
3.2    Saran.....	40
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>41</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>42</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar II-1 Struktur Organisasi.....	17
--------------------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Table I-1 Data Kriteria UMKM .....	2
Table I-2 Data Perkembangan UMKM d Indonesia .....	3
Table I-3 Daftar Perkembangan UMKM di Kabupaten Cilacap .....	4
Table I-4 Rencana dan Kegiatan KKL .....	14
Tabel II-1 Produk Pada UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar.....	20
Tabel II-2 Daftar Produk Saleh Pisang Tumbuh Segar.....	30
Tabel II 3 Data Kompetitor UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar .....	32

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik II- 1 Data Penjualan UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar.....	22
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan KKL .....	42
Lampiran 2 Surat Pengajuan Judul .....	43
Lampiran 3 Surat Pernyataan Kesiapan Tempat KKL.....	44
Lampiran 4 Surat Pernyataan Kesiapan Unggah Video .....	45
Lampiran 5 Kartu Bimbingan .....	46
Lampiran 6 Kartu Kunjungan KKL .....	47
Lampiran 7 KTP Pemilik Usaha .....	48
Lampiran 8 NPWP .....	48
Lampiran 9 PIRT.....	49
Lampiran 10 Peta Lokasi .....	50
Lampiran 11 Foto Produk .....	51
Lampiran 12 Foto Proses Produksi .....	52
Lampiran 13 Foto Bersama Pemilik UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar .....	56
Lampiran 14 Link Video Kegiatan Perkelompok .....	56

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Keberadaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) tidak dapat dipisahkan dari masyarakat bangsa saat ini. UMKM memiliki peranan penting dalam mendistribusikan pendapatan di kalangan masyarakat. Selain itu, mereka juga mendorong kreativitas yang sejalan dengan upaya untuk melestarikan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi serta budaya lokal. Disisi lain, UMKM berkontribusi besar dalam menyerap tenaga kerja, mengingat jumlah penduduk Indonesia yang sangat tinggi. Hal ini berdampak positif dalam mengurangi tingkat pengangguran. Dengan demikian, keberadaan UMKM yang bersifat padat karya dan memanfaatkan teknologi sederhana dan mudah dipahami, menjadi wadah bagi masyarakat untuk berkontribusi dan menciptakan lapangan pekerjaan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini menjadi fokus perhatian pemerintah. Di Indonesia, UMKM berperan sebagai salah satu pilar utama perekonomian negara. UMKM adalah jenis usaha yang dijalankan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, atau usaha rumahan, dan tidak dianggap sebagai anak perusahaan. Kriteria dan batasan pendapatan untuk UMKM telah dijelaskan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008.

**Tabel I-1**  
**Data Kriteria UMKM**

No	Uraian	Kriteria	
		Aset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maksimal Rp. 500.000.000	Maksimal Rp. 300.000.000
2	Usaha Kecil	>50 Juta – 500 Juta	>300 Juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

*Sumber: UU Nomor 20 Tahun 2008*

Berdasarkan tabel I-1 diketahui bahwa kriteria Usaha Mikro memiliki aset berjumlah maksimal lima ratus juta rupiah dan memiliki omzet sebesar maksimal sampai tiga ratus juta rupiah, Usaha Kecil memiliki aset yang jumlahnya lebih dari lima puluh juta rupiah sampai lima ratus juta rupiah dan memiliki omzet sebesar lebih dari tiga ratus juta rupiah dan untuk Usaha Menengah memiliki aset yang jumlahnya lebih dari lima ratus juta rupiah dan memiliki omzet yang dimiliki lebih dari dua koma lima milyar untuk keseluruhan totalnya.

UMKM memiliki potensi yang sangat besar untuk berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, pengembangan inovasi, serta penyediaan barang dan jasa yang diperlukan masyarakat. Sering kali, UMKM menjadi garda terdepan dalam menyediakan produk dan layanan yang mudan diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, sekaligus berperan dalam mendistribusikan kekayaan secara lebih merata di seluruh wilayah. Setelah mengalami krisis ekonomi, UMKM terus menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun, yang

membuktikan kemampuannya untuk bertahan dan beradaptasi di tengah tantangan yang ada. Sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha, serta berkontribusi terhadap pembangunan perekonomian nasional dengan menerapkan prinsip demokrasi ekonomi yang adil.

Peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat besar, dengan jumlah UMKM mencapai lebih dari 64 juta unit usaha. Pada tahun 2025 kontribusi UMKM sebanyak 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional yang setara dengan Rp. 9.580 triliun dan menyerap hampir 97% tenaga kerja.

**Tabel II-2**  
**Data Perkembangan UMKM d Indonesia**

	2020	2021	2022	2023	2024
Jumlah UMKM (Juta)	64	65.46	65	66	>65
Pertumbuhan (%)	-2.24%	2.28%	-0.70%	1.52%	1%

*Sumber: KADIN Indonesia 2024*

Berdasarkan tabel I-2 data UMKM 2020-2024 jumlah UMKM di Indonesia diproyeksikan terus meningkat, dari 64 juta unit pada tahun 2020 menjadi >65 juta unit pada tahun 2024. Pertumbuhan UMKM mengalami peningkatan, dengan pertumbuhan tertinggi sebesar 2.28% pada tahun 2020 terjadi penurunan sebesar -0.70% pada tahun 2021.

Perkembangan UMKM di wilayah Cilacap sangat pesat dan ketat. Fenomena ini dapat dilihat dari tabel berikut.

**Tabel III-3**  
**Daftar Perkembangan UMKM di Kabupaten Cilacap**

Tahun	Kategori Industri			Jumlah
	Mikro	Kecil	Menengah	
2020	17.577	2.167	45	19.789
2021	18.159	2.167	45	20.371
2022	18.758	2.167	45	20.970

*Sumber : Portal Data*

Berdasarkan tabel I-3, data perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Cilacap berdasarkan kategori industri selama periode 2020-2022. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Cilacap terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun pada kategori industri mikro.

UMKM Saleh Pisang merupakan sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah yang berfokus pada pengolahan pisang menjadi produk khas, yaitu saleh pisang. UMKM Saleh Pisang memiliki keunggulan yang signifikan, terutama dalam hal kesehatan dan keunikan produk. Saleh pisang merupakan camilan tradisional yang diolah melalui proses pengeringan dan pengasapan, sehingga menghasilkan rasa manis alami tanpa penambahan gula yang berlebihan. Hal ini menjadikan saleh pisang pilihan camilan yang lebih sehat dibandingkan produk sejenis yang mengandung gula tambahan. Selain itu saleh pisang memiliki daya tahan yang baik, menjadikannya praktis untuk disimpan dan didistribusikan.

Minat konsumen terhadap suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah kualitas produk itu sendiri. Kualitas menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Keterikatan konsumen muncul karena adanya motif yang didasari oleh atribut-atribut yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka saat menggunakan layanan jasa. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis proses munculnya minat dari dalam diri konsumen. Dalam proses pembelian, minat beli atau niat untuk membeli kembali (*repurchase intention*) sangat terkait dengan motif yang dimiliki konsumen untuk menggunakan atau membeli produk tertentu. Setiap pelanggan memiliki motif pembelian yang berbeda-beda, di antaranya seperti harga dan promosi.

Saleh Pisang Tumbuh Segar merupakan UMKM yang berada di Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap yang berdiri sejak tahun 2009. UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar memproduksi saleh pisang yang dipasarkan di wilayah Kabupaten Cilacap dan sekitarnya. UMKM ini mampu memproduksi saleh pisang dalam jumlah besar dengan jenis yang bermacam-macam, seperti saleh pisang oven, saleh pisang lidah, saleh pisang gulung panjang dan mini, saleh pisang mentega, saleh pisang jari ambon, saleh pisang kering/keripik pisang manis. UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar selalu menjaga kualitas produknya, sehingga saleh pisang yang dihasilkan semakin diminati oleh pelanggan. Kualitas produk yang

tinggi berkontribusi pada meningkatnya minat beli konsumen, mendorong mereka untuk kembali membeli produk Saleh Pisang Tumbuh Segar.

Potensi pasar untuk UMKM Saleh Pisang di Indonesia sangat menjanjikan, mengingat pisang adalah salah satu buah tropis yang melimpah dan tumbuh subur di berbagai daerah. Produk saleh pisang tidak hanya populer di pasar lokal, tetapi juga telah berhasil menembus pasar internasional, menunjukkan peluang ekspor yang cerah. Kesadaran masyarakat akan pentingnya camilan sehat dan ramah lingkungan juga semakin meningkat, sehingga saleh pisang yang terbuat dari bahan alami dengan proses produksi yang cukup berkelanjutan memiliki daya tarik tersendiri di pasar modern. Dalam hal ini diperlukan adanya inovasi dan strategi pemasaran yang tepat agar UMKM Saleh Pisang dapat berpotensi menjadi sektor usaha yang menguntungkan dan berkelanjutan di Indonesia.

Strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif dirancang untuk memenangkan persaingan dengan menawarkan konsep yang jelas tentang produk serta menonjolkan keunggulan khas yang dimiliki. Pemasaran memiliki tujuan utama untuk membangun dan mempertahankan pelanggan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Pelanggan adalah faktor krusial yang perlu selalu diperhatikan oleh setiap perusahaan, karena mereka merupakan aset yang dapat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dengan demikian, upaya untuk menciptakan dan menjaga hubungan dengan pelanggan seharusnya menjadi prioritas utama bagi

perusahaan. Oleh karena itu, strategi yang tepat untuk menarik minat pelanggan harus disusun dengan cermat, agar mereka terdorong untuk membeli produk atau layanan yang ditawarkan. Faktor yang perlu diperhatikan agar UMKM dapat semakin berkembang adalah menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini penting agar pelanggan tetap setia dan tidak beralih ke produk lain.

Saat ini UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar masih terfokus pada wilayah lokal, dengan distribusi ke pasar tradisional di Kabupaten Cilacap. Selain itu, UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar menjalin kerjasama dengan *reseller* untuk memperluas jangkauan produk kepada konsumen yang lebih luas, dan melakukan pemasaran melalui media sosial dan *marketplace*, meskipun pemasaran digital sudah dilakukan yaitu dengan menggunakan media sosial *TikTok* dan *Shopee* tetapi pada kenyataannya pemasaran tersebut masih belum maksimal. Fenomena ini muncul akibat terbatasnya pengelolaan konten digital yang tidak menarik dan kurang konsisten, serta lemahnya strategi pemasaran yang terintegrasi, sehingga belum mampu menarik perhatian dan membangun loyalitas pelanggan dengan efektif. Selain itu, kurangnya pemahaman yang mendalam mengenai algoritma platform digital dan penggunaan fitur promosi berbayar juga menjadi hambatan dalam meningkatkan visibilitas produk secara daring. Akibatnya, potensi pasar digital yang sangat besar belum sepenuhnya dimaksimalkan, sehingga penjualan masih sangat tergantung pada saluran distribusi tradisional dan pengecer lokal. Hal ini menekankan

pentingnya pengembangan di bidang pemasaran digital serta perluasan strategi yang lebih kreatif dan adaptif untuk memaksimalkan penetrasi pasar di era digital saat ini.

Adanya hal tersebut, sangatlah penting untuk merancang strategi pemasaran yang efektif. Tujuannya adalah agar produk dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat dan mampu mengembangkan atau mempertahankan usaha bisnis di tengah persaingan ketat. Strategi pemasaran yang efektif tidak hanya berfungsi untuk mempertahankan fase hidup usaha, tetapi juga menjadi kunci dalam mencapai keberhasilan bisnis. Untuk dapat terus eksis dalam lingkungan kompetitif, diperlukan strategi bisnis yang terukur dan efektif.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang diatas, penulis memilih judul Kuliah Kerja Lapangan (KKL) “ **ASPEK PEMASARAN PADA UMKM SALEH PISANG TUMBUH SEGAR** ”.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat KKL**

Kuliah Kerja Lapangan (KKL) memberikan peluang bagi mahasiswa untuk mengenal dunia industri secara langsung. Tujuan dan manfaat dari KKL ini antara lain sebagai berikut:

### **1.2.1 Tujuan KKL**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka tujuan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui secara langsung strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar.
2. Memahami rencana pengembangan produk dan strategi peningkatan volume penjualan yang sedang dan akan dijalankan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar.
3. Menambah pengalaman dan pengetahuan mengenai aspek pemasaran serta tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan saleh pisang.

### **1.2.2 Manfaat KKL**

Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) adalah sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis merupakan keuntungan jangka panjang yang berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan atau disiplin ilmu yang sedang diteliti. Adapun manfaat teoritis dari Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini adalah sebagai berikut:

- a. Menyediakan tambahan referensi bagi pembaca, sehingga mereka dapat memahami penerapan sistem strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan. Selain itu, KKL ini juga berfungsi sebagai sarana untuk melatih kemampuan serta menerapkan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.

b. KKL ini diharapkan mampu memperkaya ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang manajemen pemasaran. Hal ini sangat bermanfaat bagi para akademisi yang ingin mempelajari strategi pemasaran guna meningkatkan volume penjualan.

## 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diberikan akan berdampak langsung pada komponen-komponen pembelajaran. Dari penelitian ini, manfaat praktis dapat diperoleh dengan menyajikan solusi konkret untuk masalah yang ada, serta *offering* alternatif yang dapat digunakan. Adapun manfaat teoritis dari Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai input dan pertimbangan bagi manajemen UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar dalam merumuskan strategi menghadapi persaingan. Dengan demikian hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan dan langkah-langkah yang berkaitan dengan aspek strategi pemasaran. Hal ini diharapkan dapat membantu usaha ini bertahan dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya dalam pengembangan strategi di masa depan.
- b. Sebagai referensi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian selanjutnya.

### **1.3 Prosedur dan Pelaksanaan**

Prosedur dan pelaksanaan pada Laporan Kerja Lapangan sebagai berikut:

#### **1.3.1 Tahap Persiapan**

1. Mencari objek KKL sesuai dengan tema yang telah ditentukan oleh program studi.
2. Mengajukan judul penelitian kepada dosen pembimbing KKL.
3. Meminta surat izin KKL dari Universitas Putra Bangsa yang nantinya diserahkan kepada pemilik objek KKL.

#### **1.3.2 Tahap Pelaksanaan**

Rencana tahapan pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yang dilaksanakan sebagai berikut:

1. Minggu pertama

Pada minggu pertama penulis bersama anggota kelompok mencari lokasi KKL, kemudian memutuskan untuk mendatangi UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar yang berada di Desa Bajing Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap untuk memperkenalkan sekaligus mengajukan permohonan izin kepada pemilik UMKM agar dapat melaksanakan kegiatan KKL di tempat tersebut.

2. Minggu ketiga

Pada minggu ketiga penulis melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing terkait lokasi yang akan dijadikan objek

KKL, pengajuan judul, serta penyusunan surat permohonan izin untuk pelaksanaan KKL.

### 3. Minggu keempat

Pada minggu keempat penulis bersama anggota kelompok menyerahkan surat permohonan izin KKL kepada pemilik UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar serta melakukan wawancara pertama untuk memperoleh informasi terkait profil UMKM sekaligus melakukan penyusunan laporan KKL dan bimbingan bersama dosen pembimbing untuk BAB I.

### 4. Minggu kelima

Pada minggu kelima penulis bersama anggota kelompok melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing terkait penyusunan laporan KKL BAB I dan BAB II.

### 5. Minggu ketujuh

Pada minggu ketujuh penulis bersama anggota kelompok melakukan wawancara ke dua untuk memperoleh informasi terkait pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar serta melakukan penyusunan laporan KKL pada BAB II.

### 6. Minggu kedelapan

Pada minggu kedelapan penulis bersama anggota kelompok melakukan pembuatan video terkait UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar dan wawancara lanjutan terkait metode

pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar dilanjutkan dengan penyusunan laporan KKL BAB II.

7. Minggu kesembilan

Pada minggu kesembilan penulis bersama anggota kelompok melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing terkait penyusunan laporan KKL BAB II.

8. Minggu kesepuluh

Pada minggu kesepuluh penulis bersama anggota kelompok melakukan pembuatan video terkait UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar.

9. Minggu kesebelas

Pada minggu kesebelas penulis bersama anggota kelompok melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing terkait penyusunan laporan KKL pada BAB II.

10. Minggu keduabelas

Pada minggu keduabelas penulis dan anggota kelompok melakukan pembuatan video terkait UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar dan wawancara terakhir terkait pemanfaatan teknologi informasi untuk pengelolaan SDM pada UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar. Selain itu, juga dilakukan bimbingan dengan dosen pembimbing terkait penyusunan laporan KKL pada BAB II dan III.

### 11. Minggu ketigabelas

Pada minggu ketigabelas penulis melakukan bimbingan untuk BAB II yang sudah direvisi dari minggu kesebelas, serta melakukan bimbingan untuk BAB III dan disetujui.

### 12. Minggu keempatbelas

Pada minggu keempatbelas penulis bersama anggota kelompok melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing terkait persetujuan dan pengesahan laporan KKL untuk diunggah ke website kampus. Selain itu juga berpamitan kepada UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar yang telah memberikan izin untuk melakukan Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di UMKM ini.

**Tabel IV-4**  
**Rencana dan Kegiatan KKL**

No	Kegiatan	Minggu Ke-													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Survey lokasi KKL	■													
2	Pengajuan judul			■											
3	Mengurus surat izin KKL			■											
4	Perkenalan dan penyerahan surat izin ke lokasi KKL				■										
5	Wawancara I					■									
6	Bimbingan dan penyusunan BAB I					■									
7	Bimbingan dan penyusunan BAB I dan II						■								
8	Wawancara II								■						



## **BAB II**

### **PEMBAHASAN**

#### **2.1 Gambaran Umum Perusahaan**

Saleh Pisang Tumbuh Segar merupakan UMKM yang di bangun oleh Bapak Kukuh Adi Purnomo, berdiri pada tahun 2009 yang bergerak pada bidang penjualan camilan saleh pisang yang beralamat di Jl. Mangga, Bajing, Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap. Dengan komitmen menjaga kesegaran dan keaslian bahan baku, Saleh Pisang Tumbuh Segar terus berkembang dan berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal sehingga menjadi salah satu pilihan camilan favorit masyarakat karena kualitas yang baik dan cita rasa produk yang khas.

##### **2.1.1 Data Perusahaan**

1. Nama Perusahaan : SALEH PISANG TUMBUH  
SEGAR
2. Bidang Usaha : Produksi
3. Jenis Produk : Makanan Ringan
4. Alamat : Jl. Mangga RT 03 RW 09,  
Bajing, Kecamatan Kroya,  
Kabupaten Cilacap
5. Nomor Telepon : 089651972495
6. Bentuk Badan Usaha : Perseorangan
7. Nomor P-IRT : 21433010112

8. Bank Perusahaan : BRI  
 9. Mulai Berdiri : Tahun 2009

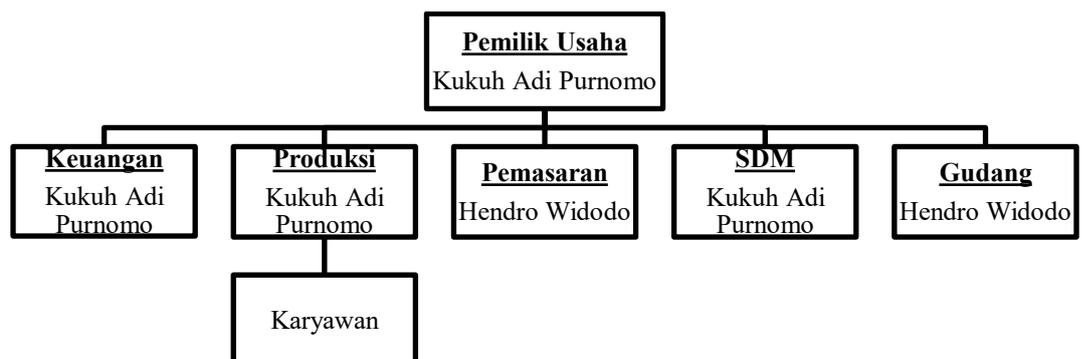
### 2.1.2 Biodata Pemilik/Pengurus

1. Nama : Kukuh Adi Purnomo  
 2. Jabatan : Pemilik Usaha  
 3. Tempat, Tanggal Lahir : Cilacap, 26 Juli 1991  
 4. Alamat : Desa Bajing, Kroya, Cilacap  
 4. Agama : Islam  
 5. Nomor Telepon : 089651972495  
 6. Pendidikan Terakhir : SMA

### 2.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka yang menunjukkan seluruh kegiatan untuk pencapaian tujuan organisasi, hubungan antar fungsi serta wewenang dan tanggung jawabnya. Berikut ini adalah struktur organisasi pada UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar.

**Gambar II-1**  
**Struktur Organisasi**



Berikut ini adalah tugas, tanggung jawab, dan wewenang dari masing-masing bagian pada UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar:

#### 1. Pimpinan

Bapak Kukuh Adi Purnomo merupakan pimpinan sekaligus pemilik dari UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar. Tugas, tanggung jawab, dan wewenangnya antara lain:

- a. Merencanakan dan mengelola strategi serta mengambil keputusan penting dalam menjalankan usaha UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar.
- b. Memimpin jalannya usaha dan membuat keputusan yang mendukung pencapaian tujuan perusahaan.
- c. Bertanggung jawab sepenuhnya atas seluruh aspek yang berkaitan dengan pekerjaan dan aktivitas usaha.
- d. Mengurus perizinan yang diperlukan untuk menjalankan usaha secara legal.
- e. Melaksanakan pengawasan dan pengendalian secara langsung terhadap operasional usaha.

#### 2. Bagian Keuangan

Bapak Kukuh Adi Purnomo juga memegang bagian keuangan. Tugas, wewenang, dan tanggung jawab pada bagian ini antara lain:

- a. Mengelola dan mengatur keuangan organisasi serta menyusun anggaran keuangan secara efektif.
- b. Menyediakan keuangan untuk pembelian bahan baku.
- c. Menyiapkan keuangan untuk pembayaran gaji karyawan.

### 3. Bagian Pemasaran

Pada bagian ini dilakukan oleh adik dari pemilik yaitu Bapak Hendro Widodo. Tugas, tanggung jawab, dan wewenangnya antara lain:

- a. Melakukan promosi saleh pisang baik secara langsung maupun melalui media sosial.
- b. Melakukan penjualan sesuai target yang telah ditetapkan.
- c. Melakukan pengiriman barang dan melayani konsumen.

### 4. Bagian Produksi

Bagian produksi juga dipimpin oleh Bapak Kukuh Adi Purnomo. Tugas, tanggung jawab, dan wewenang bagian ini antara lain:

- a. Mengupas pisang dan menggeprek pisang agar berbentuk pipih.
- b. Mencuci pisang dengan air bersih.
- c. Menjemur pisang yang sudah dipipihkan.
- d. Membuat adonan tepung untuk melapisi pisang.
- e. Menggoreng pisang.
- f. Melakukan packing saleh pisang yang sudah jadi.

## 2.2 Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran adalah faktor yang sangat penting untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan. Dengan mengenali aspek tersebut, perusahaan dapat menganalisa kebutuhan pasar sehingga strategi pasar yang dijalankan dapat berjalan dengan baik. Menurut Sumarwan (2015:17) pemasaran merupakan suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dengan konsumen.

### 2.2.1 Produk/Jasa yang Dihasilkan

Menurut Kotler dan Armstrong (2019), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat merumuskan keinginan atau kebutuhan. Produk yang dihasilkan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar adalah sebagai berikut:

**Tabel II-1**  
**Produk Pada UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar**

No	Jenis Produk Saleh Pisang	Harga Reseller	Harga Rest Area, Wisata
1.	Saleh Pisang Oven	Rp 8.000	Rp 12.000
2.	Saleh Pisang Lidah	Rp 8.000	Rp 12.000
3.	Saleh Pisang Gulung Panjang/Mini	Rp 8.000	Rp 12.000
4.	Saleh Pisang Mentega	Rp 8.000	Rp 12.000
5.	Saleh Pisang Jari Ambon	Rp 8.000	Rp 12.000
6.	Saleh Kering/Keripik Pisang Manis	Rp 8.000	Rp 12.000

*Sumber: UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar 2025*

Berdasarkan tabel II-1 produk yang dihasilkan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar berjumlah 6 jenis produk saleh pisang yaitu saleh pisang oven, saleh pisang lidah, saleh pisang gulung panjang/mini, saleh pisang mentega, saleh pisang jari ambon, saleh pisang kering/keripik saleh pisang manis. Setiap jenis produk memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri, masing-masing jenis produk disesuaikan dengan selera konsumen serta metode produksi yang berbeda, sehingga dapat memenuhi berbagai kebutuhan pasar.

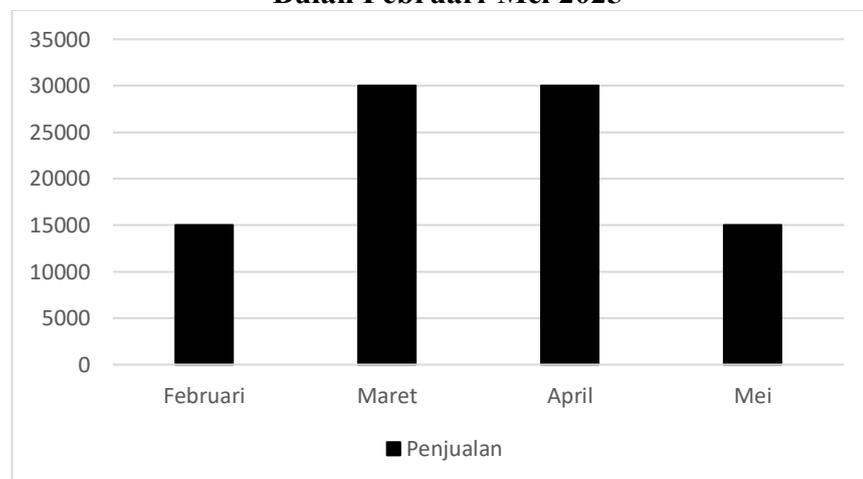
Proses produksi saleh pisang dilakukan setiap hari untuk memenuhi permintaan pelanggan. Setiap hari UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar memproduksi saleh sekitar saleh pisang sebanyak 300-500 pcs. UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar menggunakan pisang raja bandung/raja siem dan pisang ambon yang berkualitas dalam memproduksi saleh pisang.

### **2.2.2 Gambaran Pasar**

Menurut Kotler dan Keller (2016), pasar adalah kumpulan semua pembeli aktual dan potensial dari suatu produk atau jasa, yang menjadi dasar penting dalam memahami gambaran pasar untuk mengambil keputusan bisnis yang tepat. Saleh pisang merupakan produk yang dapat dijadikan camilan yang populer di Indonesia. Konsumen saleh pisang sangat beragam, mulai dari anak-anak hingga dewasa, sehingga kebutuhan di pasar cenderung stabil dan terus meningkat. Peluang yang sangat luas mendorong

UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar untuk selalu berkembang dan menghadirkan inovasi baru dalam setiap produknya, serta mempertahankan konsistensi kualitas agar dapat menguasai pasar. Kualitas produk yang tinggi memberikan kelebihan bagi masyarakat terhadap UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar. Berikut data penjualan UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar bulan Februari-April 2025:

**Grafik II- 1**  
**Data Penjualan UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar**  
**Bulan Februari-Mei 2025**



*Sumber : UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar*

Berdasarkan gambar grafik diatas, dapat dilihat bahwa target penjualan UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar setiap bulan sebesar 15.000pcs untuk semua jenis saleh pisang, namun grafiknya mengalami peningkatan penjualan di bulan Maret dan April, karena pada saat Ramadhan permintaan mengalami kenaikan sebesar dua kali lipat dibandingkan dengan hari biasa yaitu menjadi 30.000pcs semua jenis saleh pisang. Oleh karena itu,

setiap bulan UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar harus memenuhi target penjualan dan mengalami peningkatan signifikan pada bulan Ramadhan.

Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar yaitu dengan cara menitipkan produk di pasar tradisional dan memiliki 7 reseller yang aktif dalam menjual produk saleh pisang, selain itu pemasaran digital juga dilakukan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar melalui media sosial *Facebook*, *TikTok* dan *marketplace Shopee*.

### **2.2.3 Segmentasi Pasar yang Dituju**

Menurut Kotler dan Armstrong (2020), segmentasi pasar adalah proses membagi pasar ke dalam segmen-segmen pelanggan potensial yang memiliki kesamaan karakteristik dan perilaku pembelian sehingga dapat ditargetkan dengan strategi pemasaran yang sesuai. Pada dasarnya, pasar memiliki karakteristik yang beragam dan sangat luas dengan berbagai macam kebutuhan serta keinginan yang berbeda. Suatu perusahaan tidak dapat hanya menyediakan satu jenis produk untuk memenuhi berbagai konsumen yang beragam.

Setiap produk yang diproduksi ditunjukkan untuk memenuhi keinginan pasar. Produk tersebut harus dapat diterima oleh pelanggan dan tentunya harus mencerminkan preferensi serta keinginan mereka. Namun, karena kondisi pasar yang beragam dan

selera pelanggan yang terus berubah, produsen sering mengalami kesulitan untuk secara konsisten mengikuti tren yang ada. Dalam hal ini untuk mempermudah produsen, fokus pada kelompok konsumen yang homogen lebih disarankan sehingga memudahkan produsen dalam memahami selera konsumen. Segmen pasar perlu dipahami agar suatu bisnis dapat menjalankan pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran, sehingga peluang pertumbuhan bisnis semakin besar.

Berdasarkan wawancara kepada Pemilik Saleh Pisang Tumbuh Segar mengenai target yang dituju, segmentasi yang dituju oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar berfokus pada konsumen yang homogen, karena saleh pisang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Segmentasi yang diterapkan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar yaitu segmentasi demografis. Segmentasi demografis meliputi ciri-ciri demografis seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, pekerjaan, status pernikahan, dan lain-lain. UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar menargetkan konsumen rumah tangga yang menjadi targetnya karena olahan pisang merupakan produk yang disukai oleh semua anggota keluarga dari semua kalangan, usia, baik anak-anak hingga dewasa. Dengan fokus pada konsumen rumah tangga, UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar memiliki peluang untuk meraih pasar yang lebih besar.

#### **2.2.4 Trend Perkembangan Pasar**

Trend pasar adalah arah perubahan yang konsisten dan signifikan dalam perilaku, preferensi, dan pola pembelian konsumen, serta faktor-faktor lain yang memengaruhi pasar secara keseluruhan. Dalam hal ini meliputi evolusi kebutuhan dan keinginan konsumen, perubahan teknologi, dampak sosial budaya, serta dinamika ekonomi yang memengaruhi interaksi konsumen dengan produk atau layanan.

Trend pasar saat ini menunjukkan adanya peningkatan minat konsumen terhadap camilan tradisional yang disajikan dengan cara lebih modern dan kreatif. Konsumen kini menginginkan produk yang tidak hanya enak, tetapi juga mudah dibawa dan memiliki keunggulan tambahan seperti kemasan yang bersih serta berbagai pilihan rasa. Gaya hidup yang semakin padat mendesak kebutuhan akan camilan yang sehat dan siap konsumsi, sehingga produk saleh pisang yang terbuat dari pisang lokal menjadi pilihan menarik. Selain itu, kemajuan teknologi dalam teknik pengolahan dan pengemasan juga berkontribusi dalam meningkatkan mutu dan daya simpan produk, yang memungkinkan akses pasar yang lebih luas. Dari segi ekonomi, peningkatan pendapatan masyarakat serta akses distribusi yang lebih baik berperan dalam peningkatan konsumsi saleh pisang, terutama di pasar modern seperti supermarket dan toko oleh-oleh. Secara keseluruhan, trend ini

memberikan peluang signifikan bagi UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar untuk terus melakukan inovasi dan memperluas cakupan pasarnya.

### **2.2.5 Proyeksi Penjualan**

Menurut Mohammad Zainul (2019), proyeksi penjualan adalah proyeksi teknis dari permintaan pelanggan pada waktu tertentu di masa depan, yang digunakan sebagai dasar pengambilan kebijakan umum perusahaan. Proyeksi penjualan penting dilakukan karena memiliki peran strategis dalam berbagai aspek pengelolaan dan pengembangan bisnis.

UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar menetapkan proyeksi penjualan bulanan yang tetap sebesar 15.000 pcs untuk semua produk yang ditawarkan. Sasaran ini menjadi pedoman utama dalam perencanaan produksi dan strategi pemasaran guna menjaga stabilitas dalam memenuhi permintaan pasar. Penetapan target ini mencerminkan komitmen bisnis untuk kestabilan usaha. Selain itu, sasaran bulanan ini juga membantu dalam mengatur persediaan bahan baku dan proses produksi, sehingga operasional usaha dapat berjalan dengan efektif tanpa menghadapi masalah kekurangan atau kelebihan produk.

Pada waktu-waktu tertentu seperti Hari Raya Idul Fitri, penjualan Saleh Pisang Tumbuh Segar mengalami peningkatan yang sangat besar, mencapai dua kali lipat dari target bulanan

biasa, yaitu sekitar 30.000 pcs. Kenaikan ini terjadi karena tingginya minat dari konsumen yang ingin membeli saleh pisang sebagai oleh-oleh atau hidangan pada saat hari raya. Situasi ini menjadi peluang besar bagi bisnis untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas pangsa pasar. Untuk itu, selama periode hari besar, strategi penjualan dan produksi harus disesuaikan agar dapat memenuhi peningkatan permintaan tanpa mengurangi kualitas produk. Dengan cara ini, proyeksi penjualan yang mudah disesuaikan memungkinkan Saleh Pisang Tumbuh Segar untuk tetap bersaing dan cepat tanggap terhadap perubahan pasar selama setahun.

#### **2.2.6 Strategi Pemasaran**

Menurut Kotler (2017), strategi pemasaran adalah pola pikir yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan, yang dapat berupa strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi (*positioning*), bauran pemasaran (*marketing mix*), dan besarnya pengeluaran pemasaran. Strategi pemasaran yang digunakan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar yaitu *Marketing Mis Strategy*. *Marketing Mis Strategy* merupakan strategi pemasaran dengan berbagai variabel-variabel yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Variabel-variabel yang dimaksud yaitu disebut 4P:

*Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi).

UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar memilih menerapkan strategi Marketing Mix karena metode ini mencakup banyak elemen penting dalam pemasaran yang bisa mendukung pertumbuhan perusahaan dengan cara yang maksimal yaitu sebagai berikut:

#### 1. Strategi Pengembangan Produk

Menurut Waruwu dkk (2025), strategi pengembangan produk adalah upaya yang dilakukan melalui inovasi desain untuk meningkatkan daya saing produk di pasar yang kompetitif. Dalam proses pengembangan produk yang dilakukan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar, fokus utama yaitu pada peningkatan kualitas dengan menggunakan pisang segar pilihan sebagai bahan utama tanpa menambahkan bahan pengawet. Produk olahan dari pisang yang dihasilkan dalam berbagai rasa dan kemasan yang dapat disesuaikan dengan kondisi pasar serta selera konsumen yang beragam. Dengan pendekatan ini, UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar dapat memenuhi permintaan konsumen sekaligus menjaga keaslian dan kesegaran produk.

Selain produk olahan pisang, UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar juga memproduksi keripik sukun dan mino

sebagai bagian dari diversifikasi produk mereka. Keripik sukun dan mino diproses dengan standar kualitas yang sama yaitu menggunakan bahan baku segar dan pengolahan tanpa bahan pengawet, sehingga tetap mempertahankan cita rasa alami dan nilai gizi. Dengan memperluas variasi produk, UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar tidak hanya mampu menjangkau segmen pasar yang lebih luas, tetapi juga meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun regional melalui inovasi produk yang berkelanjutan dan responsif terhadap kebutuhan konsumen.

## 2. Strategi Penetapan Harga

Strategi penetapan harga merujuk pada langkah-langkah yang diambil oleh suatu perusahaan untuk menetapkan harga produk yang akan dijual. Terdapat beberapa teknik yang sering dipakai untuk menentukan harga, antara lain berdasarkan permintaan-permintaan dan penawaran, biaya produksi, serta situasi pasar. Dalam teknik permintaan dan penawaran, harga produk ditetapkan berdasarkan titik di mana jumlah barang yang tersedia sebanding dengan kebutuhan konsumen, yang disebut sebagai harga keseimbangan. Di sisi lain, teknik yang berlandaskan biaya produksi menentukan harga dengan menghitung seluruh pengeluaran yang dikeluarkan dalam proses pembuatan, lalu menambahkan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Sementara itu, teknik yang mengikuti keadaan pasar

memberi harga pada produk dengan memperhatikan harga-harga yang ada di pasar dan strategi harga kompetitor, agar harga yang ditentukan sejalan dengan perubahan pasar saat ini.

UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar dalam menetapkan harga yaitu dengan metode pendekatan pasar mengikuti harga dipasaran. Berikut tabel mengenai harga yang diterapkan UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar:

**Tabel II-2**  
**Daftar Produk Saleh Pisang Tumbuh Segar**

No	Jenis Produk Saleh Pisang	Harga
1.	Saleh Pisang Oven	Rp 8.000
2.	Saleh Pisang Lidah	Rp 8.000
3.	Saleh Pisang Gulung Panjang/Mini	Rp 8.000
4.	Saleh Pisang Mentega	Rp 8.000
5.	Saleh Pisang Jari Ambon	Rp 8.000
6.	Saleh Kering/Keripik Pisang Manis	Rp 8.000

*Sumber: UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar*

### 3. Strategi Promosi

Promosi penjualan merupakan kegiatan menyampaikan informasi, mempengaruhi, dan menarik perhatian pasar terhadap suatu produk supaya produk tersebut dapat diterima dan dibeli oleh konsumen. Setiap perusahaan berupaya melakukan promosi untuk memperkenalkan semua produk yang mereka tawarkan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar menggunakan jaringan reseller sebagai strategi utama dalam melakukan promosi. Selain itu, promosi juga digunakan melakukan saluran digital *WhatsApp* dan *Marketplace Shopee* meskipun pemanfaatannya belum maksimal. Dengan strategi tersebut diharapkan dapat memperluas cakupan pasar dengan memanfaatkan reseller yang secara langsung menjual produk kepada konsumen serta menggunakan media digital untuk meningkatkan keterlihatan produk.

#### 4. Strategi Pemilihan Lokasi

Lokasi usaha merupakan area di mana suatu usaha berfungsi dan melakukan aktivitas pemasaran untuk produk yang dihasilkan. Memilih lokasi sangat krusial karena mempengaruhi sejauh mana konsumen dapat mengakses produk yang disediakan. UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar memutuskan untuk menyebarkan produknya melalui beragam saluran, seperti reseller, toko-toko kecil, pasar tradisional, dan *rest area*. Strategi ini bertujuan agar saleh pisang dapat dengan mudah dijangkau oleh konsumen di berbagai lokasi strategis, sehingga memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

### 2.2.7 Aspek Pesaing

Persaingan adalah situasi di mana para penjual atau pelaku usaha saling berlomba untuk mendapatkan keuntungan, pangsa pasar, dan jumlah penjualan dengan menawarkan harga, kualitas, serta pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. Dalam kegiatan bisnis atau usaha, suatu perusahaan tidak akan lepas dari adanya pesaing bisnis atau usaha terutama yang berasal dari produk yang sejenis.

Persaingan antar perusahaan sejenis semakin hari semakin ketat guna mencari pangsa pasar dan menempatkan perusahaan pada posisi terbaik di dalam pasar. Persaingan yang sangat ketat menuntut perusahaan mengembangkan berbagai macam strategi untuk menciptakan pencapaian kinerja yang diinginkan. Berdasarkan observasi berikut ini adalah data kompetitor yang menunjukkan ketatnya persaingan saleh pisang.

**Tabel II-3**  
**Data Kompetitor UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar**

No	Nama UMKM	Kelebihan	Kekurangan
1	Saleh Pisang Kharisma	Rasa pisang unik dan pelayanan ramah	Variasi produk masih sedikit
2	Saleh Pisang Jannah	Harga terjangkau dan lokasi strategis	Promosi kurang maksimal
3	Saleh Pisang Enak dan Nikmat	Kualitas pisang selalu segar	Inovasi produk minim

*Sumber: Observasi 2025*

Berdasarkan Tabel II-2 hasil observasi terdapat 3 nama UMKM yang menjadi pesaing UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar. Ketiga UMKM tersebut bukan merupakan jumlah total usaha saleh pisang yang ada di Cilacap. Masih banyak lokasi-lokasi UMKM saleh pisang lainnya di Cilacap.

#### **2.2.8 Saluran Distribusi**

Menurut Subagyo, Nur, dan Indra (2017:138), Saluran distribusi merupakan pergerakan atau perpindahan barang atau jasa dari sumber sampai ke konsumen akhir, konsumen atau pengguna, melalui saluran distribusi (distribution channel), dan gerakan pembayaran dalam arah berlawanan, sampai ke produsen atau pemasok. Kelancaran penyaluran produk atau jasa kepada konsumen akan sangat memengaruhi kemajuan perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara kepada owner Saleh Pisang Tumbuh Segar mengenai saluran distribusi pada usahanya menerapkan beberapa saluran distribusi diantaranya:

1. Distribusi langsung, yaitu distribusi yang dilakukan langsung antara produsen dan konsumen.
2. Distribusi semi langsung, yaitu distribusi yang dilakukan melalui perantara dengan cara menitipkan ke toko atau warung.
3. Distribusi tidak langsung, yaitu memanfaatkan reseller sebagai perantara untuk memperluas jangkauan pasar.

## **2.3 Pemanfaatan Teknologi Informasi**

Pemanfaatan teknologi informasi di dalam suatu usaha atau bisnis memainkan peranan yang krusial untuk meningkatkan efisiensi kerja, memperluas jangkauan pasar, dan mempercepat proses pengambilan keputusan. Dengan adanya teknologi informasi, perusahaan dapat mengatur data dengan lebih sistematis dan tepat, mempermudah komunikasi baik di dalam maupun luar organisasi, serta mengoptimalkan strategi pemasaran menggunakan platform digital seperti media sosial dan *e-commerce*. Menurut Rahmawati dan Santoso (2022), penggunaan teknologi informasi terbukti mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing perusahaan dengan mempercepat proses transaksi dan memperluas akses pasar secara signifikan. Selain itu, teknologi informasi juga memungkinkan pelaku usaha untuk menganalisis data pelanggan secara langsung, yang memungkinkan mereka menyesuaikan taktik pemasaran dan layanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen. Dengan demikian, penerapan teknologi informasi dalam dunia usaha bukan hanya sekedar keharusan, melainkan juga menjadi elemen penting dalam meraih pertumbuhan dan kelangsungan bisnis di zaman digital saat ini.

### **2.3.1 Rencana Pemanfaatan Teknologi Informasi**

UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar dalam pemasarannya masih mengandalkan distribusi ke warung, toko, dan rest area, serta sebagian besar memanfaatkan reseller. Selain itu, owner Saleh Pisang Tumbuh Segar juga memanfaatkan media sosial

seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *TikTok*, dan *Shopee* tetapi masih belum maksimal. Saleh Pisang Tumbuh Segar untuk saat ini berencana memaksimalkan pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial *TikTok* dan *Marketplace Shopee* untuk memperluas jangkauan pasar secara signifikan dan meningkatkan interaksi dengan konsumen secara langsung.

### **2.3.2 Peralatan dan Sistem yang Sudah Dimiliki**

Dalam melakukan pemasaran untuk produk saleh pisang, UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar memanfaatkan alat komunikasi modern yang sangat krusial untuk meningkatkan penjualannya. Saat ini, keberadaan *handphone* menjadi sangat penting sebagai media komunikasi untuk UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar. Melalui *handphone*, UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar dapat mengakses berbagai aplikasi atau platform komunikasi untuk mencapai konsumen, menyampaikan informasi promosi, serta bertukar informasi secara langsung dan cepat. Hal ini tidak hanya membantu UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar dalam memperluas pangsa pasar, tetapi juga memungkinkan mereka untuk menanggapi permintaan konsumen dengan lebih efektif dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan konsumen.

### **2.3.3 Tahapan Pengembangan Teknologi Informasi**

UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar saat ini memanfaatkan *WhatsApp* sebagai salah satu alat komunikasi utama untuk

pemasaran. Namun, untuk memperluas cakupan pemasaran dan meningkatkan penjualan, UMKM Saleh Pisang Tumbuh akan merumuskan strategi pemasaran yang lebih baik dengan menggunakan *handphone* secara lebih efisien. Selanjutnya, UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar berencana untuk memaksimalkan pemanfaatan media sosial *TikTok* dan *Marketplace Shopee* untuk mendukung strategi pemasaran yang lebih efektif. Pemanfaatan di *TikTok*, UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar akan berfokus pada pembuatan konten video kreatif yang menarik dan informatif, seperti proses pembuatan saleh pisang, testimoni pelanggan, serta promosi produk untuk meningkatkan engagement dan memperluas jangkauan audiens. Sementara itu pemanfaatan *Shopee*, UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar akan mengoptimalkan fitur-fitur marketplace seperti promo, flash sale, dan layanan pengiriman yang cepat untuk menarik lebih banyak pembeli dan memudahkan transaksi.

## **2.4 Rencana Pengembangan Usaha**

### **2.4.1 Rencana Pengembangan Usaha**

UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar memahami betapa pentingnya perencanaan yang baik dalam mengembangkan usaha di tengah peluang pasar yang terus berkembang. Oleh karena itu, langkah-langkah strategis yang akan diambil kedepannya meliputi:

1. Memperluas jangkauan pasar yang lebih luas.

2. Menggunakan media sosial *TikTok* dan *Marketplace Shopee* sebagai alat pemasaran utama, dengan tujuan untuk memperkenalkan produk saleh pisang secara lebih luas sekaligus menambah segmen pasar yang lebih bervariasi dan dinamis. Dengan konten yang menarik dan interaktif di media sosial serta kemudahan dalam bertransaksi di *Marketplace*.
3. UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar berencana untuk mengembangkan konsep bisnis yang kreatif dan mampu beradaptasi dengan dinamika pasar, seperti menghadirkan produk baru dan memperbaiki layanan kepada pelanggan agar lebih cepat dan memuaskan.

#### **2.4.2 Tahap-tahap Pengembangan Usaha**

Pengembangan usaha UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar mencakup upaya sistematis untuk menganalisis dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, serta menerapkan strategi inovatif dan efisien guna mengoptimalkan proses produksi pemasaran. Melalui peningkatan kualitas produk, penerapan teknologi digital terbaru, dan peningkatan kapasitas produksi, UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar berkomitmen untuk menjamin bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi standar tinggi, tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah. Usaha ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, tetapi juga memberikan nilai lebih bagi

konsumen serta memperkuat daya saing di pasar yang semakin ketat. Dengan penekanan pada pengembangan yang berkelanjutan, UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar berharap dapat mencapai kemajuan usaha yang konsisten dan meraih keberhasilan jangka panjang. Berikut merupakan tahap-tahap pengembangan UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar:

1. Mencari konsumen baru di luar operasional yang ada saat ini, seperti di kota besar dan lokasi wisata, untuk memperluas jangkauan pasar dan memperbaiki distribusi produk.
2. Mengelola akun-akun media sosial *TikTok* serta *Marketplace Shopee* untuk mempromosikan produk secara lebih luas.
3. Menambah variasi produk baru, dengan memperkenalkan rasa atau kemasan yang lebih menarik dan praktis, untuk memenuhi selera serta gaya hidup konsumen yang bervariasi.
4. Meningkatkan standar produk dan layanan supaya pelanggan merasa puas.
5. Menambah jumlah tenaga kerja dan berinvestasi pada peralatan produksi yang lebih modern agar kapasitas produksi meningkat, sehingga dapat memenuhi permintaan pasar yang semakin besar tanpa mengurangi kualitas produk.

## BAB III

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 3.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil Kuliah Kerja Lapangan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar memiliki potensi besar di pasar lokal maupun internasional, didukung oleh kualitas produk yang tinggi dan keberagaman varian produk seperti saleh pisang oven, saleh pisang lidah, saleh pisang gulung panjang/mini, saleh pisang mentega, saleh pisang jari ambon, saleh kering/keripik pisang manis. Produk tersebut diminati karena rasanya yang enak dan praktis disimpan serta proses produksi yang berkelanjutan.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar meliputi pemanfaatan media sosial (*TikTok* dan *WhatsApp*), *marketplace* (*Shopee*), dan kerjasama dengan reseller untuk memperluas jangkauan pasar. Naum, penerapan strategi tersebut masih belum maksimal karena pengelolaan konten yang kurang menarik dan kurangnya pemahaman algoritma platform digital.
3. Kendala utama yang dihadapi oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar meliputi terbatasnya pengelolaan digital marketing serta strategi yang kurang terintegrasi sehingga potensi pasar daring belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal.

4. UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar lebih berfokus pada wilayah lokal dan pasar tradisional, namun memiliki peluang ekspor mengingat tingginya permintaan akan produk sehat dan alami di pasar internasional.

### **3.2 Saran**

Terdapat beberapa hal yang harus dilakukan oleh UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar yang direkomendasikan oleh penulis, agar dapat terus berkembang dalam usaha ini:

1. UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar dapat meningkatkan dan menjaga standar kualitas dari produknya agar konsumen dapat menerima atau berminat untuk melakukan pembelian ulang secara terus menerus.
2. Mengembangkan produk baru sesuai tren pasar dan meningkatkan layanan kepada pelanggan agar lebih cepat dan memuaskan untuk memperkuat kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Mengikuti pelatihan terkait pemasaran digital, pengelolaan media sosial, dan strategi pemasaran terintegrasi bagi pelaku UMKM agar mampu bersaing di pasar digital.
4. UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar diharapkan dapat memanfaatkan media sosial dengan maksimal dengan cara mengelola konten digital secara konsisten dan rutin dengan pesan yang menarik dan informatif untuk platform.
5. Melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran dan penjualan secara rutin, serta memperbaiki kekurangan yang ditemukan agar usaha tetap relevan dan efisien.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, F., dkk. (2022). Strategi Pemasara Digital Meningkatkan UMKM Kampung Kue Rungkut Surabaya. Prapanca: Jurnal Komunikasi dan Media, 2 (2), 357.
- Kastori, R. (2023). Pengertian Produk Menurut Ahli. Kompas.com. 7 Juli 2023.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management. 15th ed. Pearson Education.
- Persaingan (ekonomi). (2024). Wikipedia. [Persaingan \(ekonomi\) - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas](#)
- Pratiwi, Hana. (2020). Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2019. Jurnal Akuntansi, Program Studi Akuntansi, STIE Mahardika Surabaya.
- Putri, Derosa Arya. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan. Produk Saleh Pisang Putra-Putri Purwodadi. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang.
- Rahmawati, I., & Santoso, B. (2025). Optimalisasi Teknologi dan Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Bakpia Wong Yogyakarta. Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah, 3(1), 282-300, DOI: 10.61132/nuansa.v3i1.1630
- Rifaldi, Muhamad Iqbal, Rochdiani Dini, & Setia Budi. (2023). Strategi Pemasaran Sale Pisang Ambon. Agroinfo Galuh: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 10(1), 3.
- Saribu, Holfian Daulat Tambun., & Maranatha, Euodia Grace. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Pnejualan pada PT Astragraphia Medan. Jurnal Manajemen, 6(1), 3.

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1 Surat Permohonan KKL



## UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

Kampus Pusat : Jl. Ronggowarsito 18 Pejagoan Kebumen, Telp. 0287-384011  
Kampus Dua : Jl. Raya Buntu - Gombang KM 05 Kemranjen Banyumas, Telp. 0287-5296662

No : 15/Rek/KKL/E/IV/2025  
Lamp : -  
Hal : PERMOHONAN IZIN KULIAH KERJA LAPANGAN

Kebumen, 25 April 2025

Kepada  
Yth. Pimpinan UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar  
Jl. Mangga RT 03 RW 09, Desa Bajing, Kroya,  
Cilacap  
di Tempat

Dengan hormat,

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua.

Sehubungan dengan pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan ( KKL ) untuk mahasiswa Universitas Putra Bangsa, kami memohon izin agar mahasiswa kami dapat melakukan Kuliah Kerja Lapangan di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Tujuan dari mata Kuliah Kerja Lapangan ini adalah agar mahasiswa kami dapat mengetahui praktik-praktik bisnis/managerial secara nyata. Selanjutnya kami menerangkan bahwa:

Nama	NIM	Fakultas	Program Studi	No HP
Sefvike Hikmah Nurika	225504950	Ekonomi dan Bisnis	Manajemen	085325702388
Luthiyah Zain	225504925	Ekonomi dan Bisnis	Manajemen	088225282314
Luthiyah Azzahrah	225504924	Ekonomi dan Bisnis	Manajemen	085803417189
Ani Masitoh	225504764	Ekonomi dan Bisnis	Manajemen	088227782993

Adalah benar mahasiswa Universitas Putra Bangsa yang akan melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Kami mewajibkan mahasiswa mengunjungi instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin untuk melakukan wawancara dan pengumpulan data selama 1 bulan mulai tanggal 10 April 2025 s.d 05 Juli 2025.

Demikian permohonan ini kami sampaikan. Atas izin dan kesediaan Bapak/Ibu untuk membantu dan membimbing mahasiswa yang bersangkutan di dalam melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan tersebut, kami ucapkan terima kasih.

**UNIVERSITAS PUTRA BANGSA**  
**REKTOR**



**Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M.**  
NIDN. 0612097501

## Lampiran 2 Surat Pengajuan Judul

### PENGAJUAN JUDUL LAPORAN KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL)

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : LUTHFIYAH ZAIN

NIM : 225504925

Program Studi : Manajemen S1

dengan ini mengajukan judul Laporan KKL:

“ASPEK PEMASARAN PADA UMKM SALEH PISANG TUMBUH SEGAR”

Demikian permohonan judul Laporan KKL ini saya buat. Atas perhatian dan kebijaksanaan Bapak/Ibu, saya mengucapkan terimakasih.

Kebumen, 15 April 2025

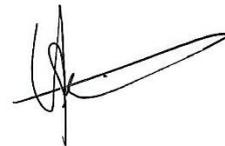
Mahasiswa



(LUTHFIYAH ZAIN)

NIM : 225504925

Dosen Pembimbing



(INDAH ROHYANI, S.E. M.Si)

NIDN : 0607117102

### Lampiran 3 Surat Pernyataan Kesiediaan Tempat KKL

#### SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI TEMPAT KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL)

Kepada  
Yth. Ketua Program Studi Manajemen S1  
Universitas Putra Bangsa

Di Tempat

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : KUKUH ADI PURNOMO  
Jabatan : Pemilik Usaha  
Instansi/Perusahaan : UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar  
Alamat : Jl. Mangga RT 03 RW 09, Desa Bajing, Kec. Kroya,  
Kab. Cilacap  
Nomor HP / WA : 0896-5197-2495

Menyatakan bersedia menjadi tempat Kuliah Kerja Lapangan (KKL) bagi mahasiswa Universitas  
Putra Bangsa Tahun Akademik 2024-2025.

Demikian agar surat pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Kebumen, 2 Mei 2025  
Yang menyatakan,



Kuku Adi Purnomo

## Lampiran 4 Surat Pernyataan Kesiediaan Unggah Video

### SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN UNGGAH VIDEO DOKUMENTASI KKL PADA KANAL YOUTUBE

Kepada  
Yth. Ketua Program Studi Manajemen S1  
Universitas Putra Bangsa

Di Tempat

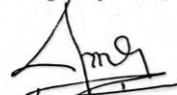
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : KUKUH ADI PURNOMO  
Jabatan : Pemilik Usaha  
Instansi/Perusahaan : UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar  
Alamat : Jl. Mangga RT 03 RW 09, Desa Bajing, Kec. Kroya,  
Kab. Cilacap  
Nomor HP / WA : 0896-5197-2495

Menyatakan bersedia dokumentasi video KKL pada Instansi/Perusahaan milik saya untuk diunggah pada kanal youtube mahasiswa Universitas Putra Bangsa sebagai luaran KKL.

Demikian agar surat pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Kebumen, 2 Mei 2025  
Yang menyatakan,



Kuku Adi Purnomo

## Lampiran 5 Kartu Bimbingan



## PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

Kampus Pusat : Jl. Ronggowarsito No. 18 Pejagoan Kebumen, Telp. 0287-384011  
Kampus Dua : Jl. Raya Buntu - Gombang KM. 05 Kemranjen Banyumas, Telp. 0282-5296662

### KARTU BIMBINGAN PENULISAN LAPORAN KKL PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Nama Mahasiswa : LUTHFIYAH ZAIN  
 NIM : 22.5504025  
 Judul KKL : Aspek Pemasaran pada UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar  
 Pembimbing KKL : Indah Rohyani, S.E., M.Si

No.	Tanggal	Materi bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	21 April 2025	Pengajuan judul kkl	
2.	6 Mei 2025	BAB I, Revisi	
3.	12 Mei 2025	Revisi BAB I, Lanjut BAB II	
4.	19 Juni 2025	Revisi BAB II, lanjut BAB III	
5.	03 Juli 2025	Bimbingan BAB I, II, III dan Acc	
6.	11 Juli 2025	Acc unggah	

Kebumen, 11 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Indah Rohyani, S.E., M.Si  
NIDN 0607117102

## Lampiran 6 Kartu Kunjungan KKL


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS PUTRA BANGSA**

 Kampus Pusat : Jl. Ronggowarsito No. 18 Pejagoan Kebumen, Telp. 0287-384011  
 Kampus Dua : Jl. Raya Buntu - Gombang KM. 05 Kemranjen Banyumas, Telp. 0282-5296662

**KARTU BIMBINGAN KEGIATAN KKL  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

 Nama Mahasiswa : LUTHFIYAH ZAIN  
 NIM : 225504025  
 Judul KKL : Aspek pemasaran pada UMKM salah pisanng tumbuh segar

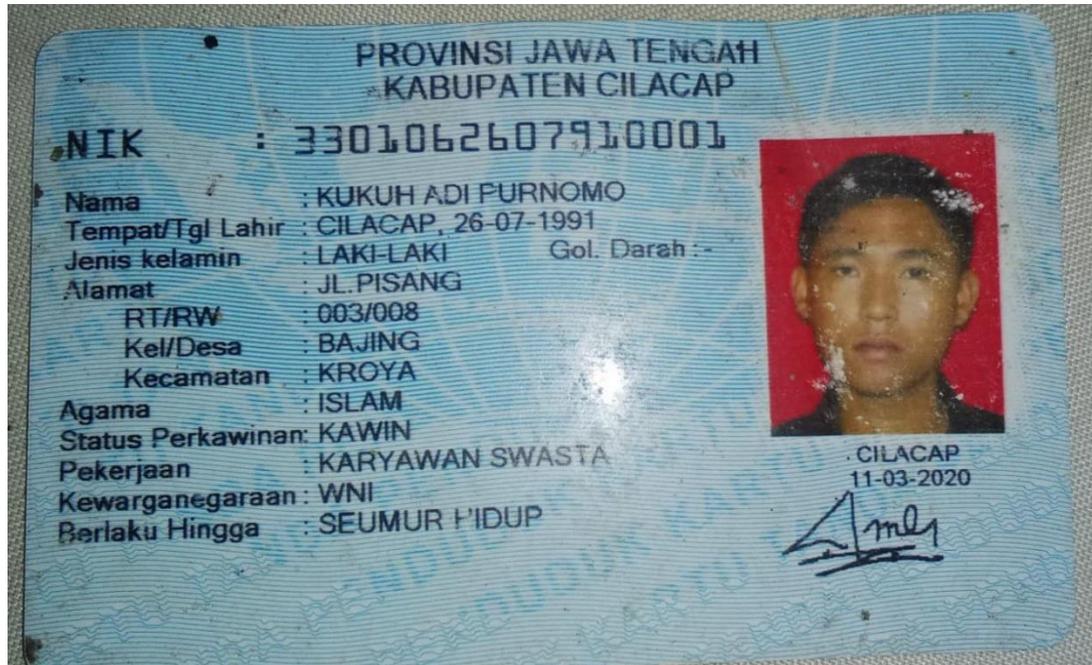
No.	Tanggal	Materi bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	10 April 2025	Survey lokasi KKL	
2.	3 Mei 2025	Perkenalan dan permohonan izin KKL	
3.	4 Mei 2025	Wawancara I	
4.	31 Mei 2025	Wawancara II	
5.	6 Juni 2025	Wawancara III	
6.	9 Juni 2025	pembuatan video	
7.	27 Juni 2025	Wawancara IV dan membuat video	
8.	5 Juli 2025	Pemenuhan kelengkapan data	
9.	11 Juli 2025	Perpisahan ke tempat KKL	

Kebumen, 11 Juli 2025.....

Pembimbing

Kukuh Adi Purnomo

## Lampiran 7 KTP Pemilik Usaha



## Lampiran 8 NPWP



## Lampiran 9 PIRT



### PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

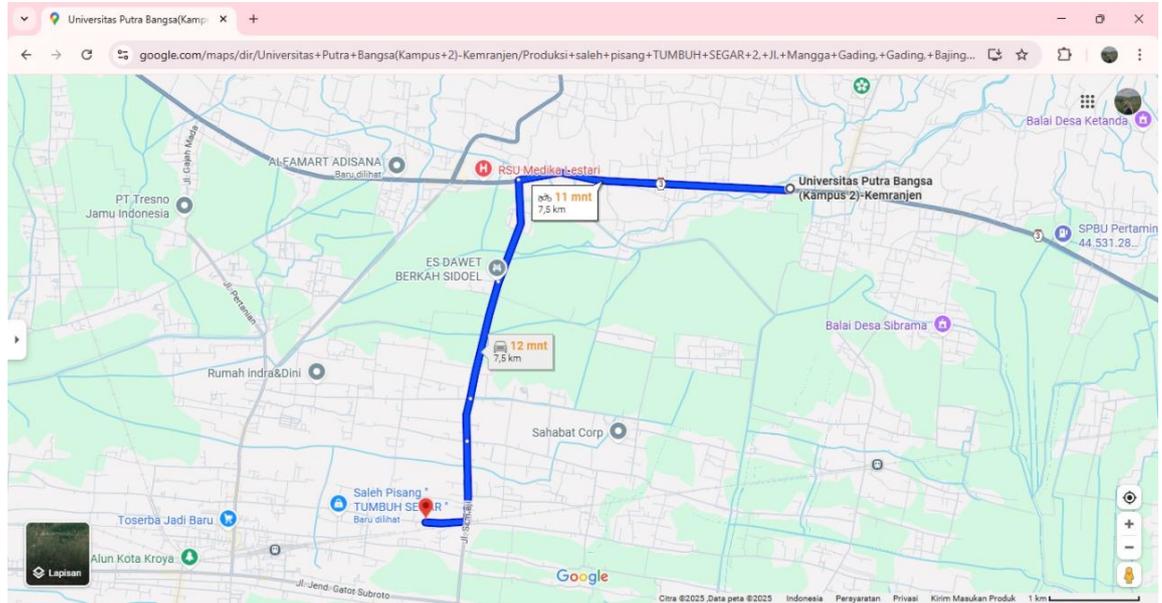
**PERIZINAN BERUSAHA UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA  
SERTIFIKAT PEMENUHAN KOMITMEN PRODUKSI PANGAN OLAHAN  
INDUSTRI RUMAH TANGGA (SPP-IRT)  
LAMPIRAN PB-UMKU: 08072401122370000001**

- |                             |   |
|-----------------------------|---|
| 1. No. Pendaftaran          | : P-IRT 2043301011283-29                    |
| 2. Nama IRTP                | : HENDRO WIDAGDO                            |
| 3. Nama Pemilik             | : HENDRO WIDAGDO                            |
| 4. Alamat                   | : Jln. Pisang, RT/RW 003/009                |
| 5. Provinsi                 | : JAWA TENGAH                               |
| 6. Kabupaten/Kota           | : KAB. CILACAP                              |
| 7. Kecamatan                | : Kroya                                     |
| 8. Desa                     | : Bajing                                    |
| 9. Jenis Produk Pangan      | : Hasil Olahan Buah, Sayur, dan rumput laut |
| 10. Nama Jenis Pangan       | : Sale pisang                               |
| 11. Branding Produk         | : SALEH PISANG PANGGANG 'Tumbuh Segar'      |
| 12. Komposisi               | : Pisang Siem Pilihan                       |
| 13. Kemasan Primer          | : Plastik                                   |
| 14. Masa Berlaku Sertifikat | : 08-07-2029                                |
| 15. Komitmen                | :   |
- a. Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan.
  - b. Memenuhi persyaratan cara Produksi Pangan Olahan yang baik untuk IRTP atau higiene, sanitasi, dan dokumentasi.
  - c. Memenuhi ketentuan label.
  - d. Memenuhi persyaratan keamanan dan mutu Pangan Olahan termasuk persyaratan penggunaan BTP dan cemaran sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Akan dipenuhi dalam waktu 3 bulan

- |   |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.</li> <li>2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.</li> <li>3. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.</li> </ol> |
|---|

## Lampiran 10 Peta Lokasi



**Lampiran 11 Foto Produk**

## Lampiran 12 Foto Proses Produksi

### 1. Proses Pengupasan Pisang



### 2. Proses Pengepresan Pisang



### 3. Proses Penjemuran Pisang



#### 4. Proses Menggoreng Pisang Dengan Tepung



## 5. Proses Meniriskan Saleh Pisang



## 6. Proses Pengemasan Saleh Pisang



### Lampiran 13 Foto Bersama Pemilik UMKM Saleh Pisang Tumbuh Segar



### Lampiran 14 Link Video Kegiatan Perkelompok



<https://youtu.be/fIrrjqZPCK4?si=eWQOBfq7eYvtJpYF>