

## Analisis Riset Produk Keripik Tempe

Rian Oki Firmansyah<sup>1</sup>, Syamsul Hidayat

<sup>1,2</sup>Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Email: [rianokifirmansyah@gmail.com](mailto:rianokifirmansyah@gmail.com)

Alamat: Jl.Raya Serang-Jakarta KM.3 No.1B, Kota Serang, Banten

Korespondensi penulis: : [rianokifirmansyah@gmail.com](mailto:rianokifirmansyah@gmail.com)

**Abstract.** *Tempeh chips are a snack made from tempeh. This type of snack is loved by most Indonesian people, several regions in Indonesia make tempeh chips as a typical souvenir from that region. Unstable economic conditions such as in Indonesia can cause people's livelihoods to decline, forcing producers to be more creative in producing product. Tempe chips craftsmen are one of the mainstays of Indonesia's agricultural industry. the activity of tempe chips craftsmen is an effort taken by the Indonesian government to overcome the problems of unemployment and poverty. In this research study, research on the production of tempeh chips has been carried out by many researchers. Some results from related previous research are as follows: Leni Nuraeni's first research (2017) states that marketing strategy is a combination of four variables, namely product, price, promotion and distribution, a product is everything that can be offered on the market and also meets needs. Consumer price is the sales value set by the producer for something that the consumer buys based on the desire to get what they want. Promotion is a type of communication that can provide explanations to consumers. Distribution is a strategy that is closely related to the producer's efforts to distribute the product so that it reaches consumers. . The method used in this research is quantitative or statistical. Quantitative research methods are methods used for research on certain populations or samples. Thus, this approach will allow analysts to find out the extent of research on tempeh chips products. Tempe chips craftsmen are one of the mainstays of Indonesia's agricultural industry. The activity of tempeh chips craftsmen is an effort taken by the Indonesian government to overcome the problem of unemployment and poverty. More people like tempeh chips products, namely women, 24 respondents compared to men.*

**Keywords:** Product research, tempeh chips

**Abstrak.** *Keripik tempe merupakan makanan ringan yang terbuat dari tempe. jenis makanan ringan ini di gemari kebanyakan masyarakat Indonesia, beberapa daerah di Indonesia menjadikan keripik tempe ini sebagai oleh-oleh khas dari daerah tersebut. Keadaan perekonomian yang tidak stabil seperti dinegara Indonesia dapat membuat mata pencaharian masyarakat menurun sehingga memaksa para produsen untuk lebih kreatif dalam menghasilkan produk. Pengrajin keripik tempe merupakan salah satu yang menjadi penopang dinegara Indonesia bergerak diindustri bidang pertanian. kegiatan pengrajin keripik tempe merupakan upaya yang ditempuh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. Pada Kajian penelitian ini mengenai riset produki keripik tempe yang telah banyak dilakukan oleh peneliti. Beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang terkait adalah sebagai berikut: penelitian pertama Leni nuraeni (2017) menyatakan bahwa strategi pemasaran*

Received: Januari 12, 2023; Accepted: Januari 28, 2024; Published: February 28, 2024

\*Corresponding author, [rianokifirmansyah@gmail.com](mailto:rianokifirmansyah@gmail.com)

*merupakan suatu kombinasi dari empat variabel yaitu produk, harga, promosi dan distribusi, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar dan juga memenuhi kebutuhan konsumen harga adalah nilai jual yg di tetapkan oleh produsen terhadap sesuatu yang di beli oleh konsumen Berdasarkan keinginan untuk mendapatkan apa yang diinginkan promosi adalah sejenis komunikasi yang dapat memberi penjelasan terhadap konsumen distribusi adalah strategi yang berkaitan erat dengan upaya produsen untuk mendistribusikan Produknya agar sampai kepada konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif atau statistic. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu. Dengan demikian, pendekatan ini akan memungkinkan para analis untuk mengetahui sejauh mana riset produk keripik tempe. Pengrajin keripik tempe merupakan salah satu yang menjadi penopang dinegara Indonesia bergerak diindustri bidang pertanian. kegiatan pengrajin keripik tempe merupakan upaya yang ditempuh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan., Produk keripik tempe lebih banyak yang menyukai yaitu Perempuan 24 responden di bandingkan Laki-Laki*

**Kata kunci:** Riset Produk, Kripik tempe

## **LATAR BELAKANG**

Keripik tempe merupakan makanan ringan yang terbuat dari tempe. jenis makanan ringan ini di gemari kebanyakan masyarakat Indonesia, beberapa daerah di Indonesia menjadikan keripik tempe ini sebagai oleh-oleh khas dari daerah tersebut. Keadaan perekonomian yang tidak stabil seperti dinegara Indonesia dapat membuat mata pencaharian masyarakat menurun sehingga memaksa para produsen untuk lebih kreatif dalam menghasilkan produk. Pengrajin keripik tempe merupakan salah satu yang menjadi penopang dinegara Indonesia bergerak diindustri bidang pertanian. kegiatan pengrajin keripik tempe merupakan upaya yang ditempuh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan.

Realita dilapangan menunjukkan bahwa, kebanyakan pengrajin keripik tempe di Indonesia, memiliki beberapa permasalahan yang sama, salah satunya adalah kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh pengrajin keripik tempe mengenai pasar. Strategi pemasaran merupakan upaya untuk memenangkan sebuah persaingan dilatar belakang oleh faktor-faktor yang harus dikuatkan dalam penjualan keripik tempe dengan melalui penjualan kios dan konsinyasi.

## **KAJIAN TEORITIS**

Pada Kajian penelitian ini mengenai riset produksi keripik tempe yang telah banyak dilakukan oleh peneliti. Beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang terkait adalah sebagai berikut: penelitian pertama Leni nuraeni (2017) menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu kombinasi dari empat variabel yaitu produk, harga, promosi dan distribusi, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar dan juga memenuhi kebutuhan konsumen harga adalah nilai jual yg di tetapkan oleh produsen

terhadap sesuatu yang di beli oleh konsumen Berdasarkan keinginan untuk mendapatkan apa yang diinginkan promosi adalah sejenis komunikasi yang dapat memberi penjelasan terhadap konsumen distribusi adalah strategi yang berkaitan erat dengan upaya produsen untuk mendistribusikan Produknya agar sampai kepada konsumen. penelitian kedua sunarti et al., (2015) menyatakan bahwa pemasaran perlu mendapat perhatian serius oleh pemerintah seperti para pengrajin keripik tempe.dengan demikian didalam prooses penetapan strategi pemasaran harus benar-benar matang,sehingga strategi pemasaran yang di pilih mampu menembus pasar, penelitian ketiga kusumawaty (2018) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan manusia yang di arahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pertukaran yang di lakukan sesuai dengan persetujuan oleh dua belah pihak, penelitian kelima yaitu ulfah et al., (2021) kegiatan pengrajin keripik tempe merupakan upaya yang di tempuh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif atau statistic. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu.

Dengan demikian, pendekatan ini akan memungkinkan para analis untuk mengetahui sejauh mana riset produk keripik tempe.

## **POPULASI DAN SAMPEL**

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat serang yang membeli produk keripik tempe, peneliti memfokuskan sampel penelitian pada Peneliti menggunakan strategi sampel acak untuk mengidentifikasi teknik pengambilan sampel, yaitu dengan menyebarkan link kuesioner ke masyarakat kota serang

## **TEKNIK ANALISIS DATA**

Teknik analisis data pada penelitian kuantitatif ini adalah menggunakan analisis Statistik. Teknik analisis data pada penelitian kuantitatif ini menggunakan bantuan spss. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptifr esponden dan teknik analisis regresi linear berganda.

## **ISTRUMEN PENELITIAN**

Pada Penelitian penulis menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan dalam bentuk angket dengan menggunakan metode Likert Summated Rattng (LSR), Dimana setiap poin pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi sebagai berikut:

1. Sangat tidak setuju = bobot 1
2. Tidak setuju = bobot 2
3. Netral = bobot 3

- 4. Setuju = bobot 4
- 5. Sangat setuju = bobot 5

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Karakteristik Responden**

Data responden yang diperoleh adalah penelitian ini berasal dari kuesioner yang di bagikan secara online melalui google form pada masyarakat kota serang. Responden yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 39 responden.

**Berdasarkan Gender**  
**Tabel 1**

Keterangan	Klasifikasi	Jumlah Responden	Responden %
Jenis Kelamin	Laki-laki	15	38,5%
	Perempuan	24	61,5%

Sumber: hasil kuesioner 2023

Berdasarkan Tabel 1 diatas tentang karakteristik gender pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden laki laki berjumlah 15 orang atau 38,5% dan responden Perempuan berjumlah 24 orang atau 61,5% Hal ini menunjukkan bahwa responden jenis kelamin Perempuan cenderung lebih banyak yang menyukai keripik tempe

**Berdasarkan Usia**  
**Tabel 2**

Usia	17-18	24	38,5%
	19-20	15	61,5%

Berdasarkan Tabel 2 diatas tentang karakteristik Usia pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden dengan usia 17-18 tahun berjumlah 24 orang atau 38,55% dengan usia 19-20 tahun berjumlah 15 Orang atau 61,5% Hal ini menunjukkan bahwa responden berumur 17-18 cenderung lebih banyak yang menyukai keripik tempe

**Uji Instrumen**

Uji validitas dan reabilitas

**Correlations**

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	Riset_produk
X1	Pearson Correlation	1	.769**	.558**	.225	.626**	.206	.765**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.169	.000	.208	.000
	N	39	39	39	39	39	39	39
X2	Pearson Correlation	.769**	1	.591**	.105	.590**	.188	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.526	.000	.251	.000
	N	39	39	39	39	39	39	39
X3	Pearson Correlation	.558**	.591**	1	.372*	.449**	.304	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.020	.004	.060	.000
	N	39	39	39	39	39	39	39
X4	Pearson Correlation	.225	.105	.372*	1	.237	.667**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.169	.526	.020		.146	.000	.000
	N	39	39	39	39	39	39	39
X5	Pearson Correlation	.626**	.590**	.449**	.237	1	.135	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.146		.413	.000
	N	39	39	39	39	39	39	39
X6	Pearson Correlation	.206	.188	.304	.667**	.135	1	.643**
	Sig. (2-tailed)	.208	.251	.060	.000	.413		.000
	N	39	39	39	39	39	39	39
Riset_produk	Pearson Correlation	.765**	.725**	.748**	.663**	.690**	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	39	39	39	39	39	39	39

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pada table uji validitas ini Hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 25 berdasarkan table data diketahui bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner Riset Produk X dikatakan valid

**Correlations**

		Y1	keripik_tempe
Y1	Pearson Correlation	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	39	39
keripik_tempe	Pearson Correlation	1.000**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	39	39

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada table uji validitas ini Hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 25 berdasarkan table data diketahui bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner Keripik tempe Y dikatakan valid

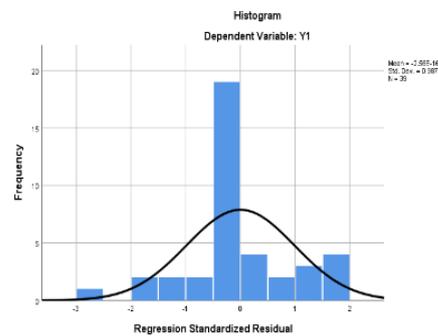
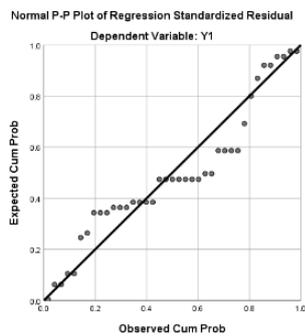
Uji reabilty

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	7

Tabel reliability statistics menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha = 0,775 dari 6 item variabel. Nilai reabilitas 0,775 adalah nilai moderat sehingga kuesioner ini dikatakan tidak konsisten (reliable).

### Uji asumsi



Uji normalitas histogram dan P-plot dinyatakan tidak normal di karnakan lebih kecil dari 0,05

### Uji Non Parametik

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		39
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.56192884
Most Extreme Differences	Absolute	.182
	Positive	.182
	Negative	-.162
Test Statistic		.182
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		.134

Point Probability	.000
-------------------	------

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Setelah di uji ke uji non parametik di nyatakan normal

### Uji Descriptiv

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	39	3	5	4.15	.709
X2	39	3	5	4.23	.706
X3	39	3	5	4.15	.670
X4	39	2	5	3.62	.877
X5	39	2	5	3.92	.739
X6	39	1	5	3.49	.914
Y1	39	3	5	4.13	.767
Valid N (listwise)	39				

Berdasarkan hasil pengolahn pada table diatas jumlah data, setiap variable adalah 39 data riset produk keripik tempe

- Varibel X1 memiliki nilai minimum 0,03, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 4,15 dan nilai standar devation sebesar 0,709
- Varibel X2 memiliki nilai minimum 0,03, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 4,23 dan nilai standar devation sebesar 0,706
- Varibel X3 memiliki nilai minimum 0,03, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 4,15 dan nilai standar devation sebesar 0,670
- Varibel X4 memiliki nilai minimum 0,02, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 3,62 dan nilai standar devation sebesar 0,877
- Varibel X5 memiliki nilai minimum 0,02, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 3,92 dan nilai standar devation sebesar 0,739

6. Variabel X6 memiliki nilai minimum 0,01, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 4,13 dan nilai standar devation sebesar 0,914
7. Variabel Y memiliki nilai minimum 0,03, nilai maksimumnya sebesar 5, nilai mean 4,13 dan nilai standar devation sebesar 0,767

## **PEMBAHASAN**

### **Riset Pasar**

Palam Sari merupakan usaha mikro yang memproduksi Keripik tempe dengan merk Palem Sari. Dengan bahan yang berkualitas , memproduksi keripik tempe yang renyah dan enak. Usaha Keripik Tempe palem Sari berpusat di Kejayan Kopti RT 001/005 Kramatwatu, Kab. Serang. Produk keripik tempe pada umumnya hanya memiliki satu jenis rasa dan dikemas dengan sangat sederhana menggunakan plastik bening. Dari hasil brainstorming dengan pemilik usaha, dibutuhkan suatu pengembangan produk yang meliputi varian rasa yang berbeda, kemasan yang lebih menarik, serta harga dan tempat menjual yang tepat gunamenghadapi persaingan tersebut. Namun untuk merealisasikan ide tersebut dibutuhkan biaya yang cukup besar, khususnya dalam hal kemasan yang baru dan menarik. Membuat suatu kemasan yang baru memiliki resiko yang cukup tinggi, mengingat minimum pesanan berjumlah 1000 pcs. Seperti yang diungkapkan Doman (1997), riset pasar perlu dilakukan pada saat akan memulai usaha baru, memperkenalkan produk baru, dan untuk mempertahankan usaha yang sudah ada. Oleh sebab itu riset pasar berperan penting pada situasi ini untuk menilai potensi dan minat pasar terhadap ide pengembangan produk yang akan dilakukan, agar dapat mengurangi segala resiko yang mungkin terjadi. Riset pasar pada penelitian ini juga berguna untuk memperoleh strategi peningkatan daya saing yang tepat sehingga usaha yang telah dirintis dapat terus bertahan dan berkembang.

## **KESIMPULAN**

Keripik tempe merupakan makanan ringan yang terbuat dari tempe. jenis makanan ringan ini di gemari kebanyakan masyarakat Indonesia,beberapa daerah di Indonesia menjadikan keripik tempe ini sebagai oleh-oleh khas dari daerah tersebut.Keadaan perekonomian yang tidak stabil seperti dinegara Indonesia dapat membuat mata pencaharian masyarakat menurun sehingga memaksa para produsen untuk lebih kreatif dalam menghasilkan produk. Pengrajin keripik tempe merupakan salah satu yang menjadi penopang dinegara Indonesia bergerak diindustri bidang pertanian. kegiatan pengrajin keripik tempe merupakan upaya yang ditempuh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan., Produk keripik tempe lebih banyak yang menyukai yaitu Perempuan 24 responden di bandingkan Laki-Laki

## REFERENSI

Bora, D. H., Prihatminingtyas, B., & Susanti, R. A. D. (2023). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Distribusi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Keripik Tempe Sari Rasa Sanan* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang).

Aditama, Y. (2014). Riset pasar produk keripik tempe sagu. *Jurnal Teknik Industri*, 1-28.

Alin, M. D., Indrihastuti, P., & Sulistiyowati, Y. (2021). *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada UKM Keripik Tempe Putra Ridhlo Malang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi).

Wijaya, D., Santoso, S. M., & Hidayat, N. (2012). Penentuan Karakteristik Produk Sebagai Bahan Pertimbangan Dalam Perencanaan Pengembangan Produk Keripik Tempe. (Studi Kasus Di Industri Keripik Tempe” Abadi” Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 1(2), 140-146

**Gambar 1. Data bahan keripik tempe**



Sumber : Google trends

Gambar 1, menunjukkan dalam data tersebut pada tanggal 11 desember pukul 01:32 Pada tanggal 11 desember 2023 pukul 05:56 terjadi kenaikan bahan keripik tempe Pada tanggal 11 desember 2023 pukul 09:32 terjadi penurunan bahan keripik tempe Pada tanggal 11 desember 2023 pukul 17:32 terjadi penurunan jadi bahan keripik tempe mengalami penurunan yg drastic.