

**INOVASI PRODUK DAN PEMASARAN MODEL *EVENT*  
DALAM MEMPERTAHANKAN KEARIFAN LOKAL DI  
KAMPUNG TAHU DESA GITIK KECAMATAN  
ROGOJAMPI KABUPATEN BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:  
**Silfa Minati**  
**NIM: E20182005**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JANUARI 2023**

**INOVASI PRODUK DAN PEMASARAN MODEL *EVENT*  
DALAM MEMPERTAHANKAN KEARIFAN LOKAL DI  
KAMPUNG TAHU DESA GITIK KECAMATAN  
ROGOJAMPI KABUPATEN BANYUWANGI**


**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

**Oleh:**

**Silfa Minati**  
**NIM : E20182005**

**Disetujui Pembimbing:**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER  
  
**Supriani, S.E., M.Si**  
**NIP: 198404162019032008**

**INOVASI PRODUK DAN PEMASARAN MODEL *EVENT*  
DALAM MEMPERTAHANKAN KEARIFAN LOKAL DI  
KAMPUNG TAHU DESA GITIK KECAMATAN  
ROGOJAMPI KABUPATEN BANYUWANGI**

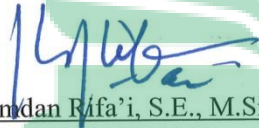
**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Senin  
Tanggal: 02 Januari 2023

**Tim Penguji**

Ketua



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si  
NIP. 196808072000031001

Sekretaris



Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si  
NIP. 1989072320190320

Anggota:

1. Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I

2. Suprianik, S.E., M.Si

Menyetujui  
Dekan-Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S. E., M.Si  
NIP. 196808072000031001

## MOTTO

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلَّمْتُمْ بِالْقَيْسِطِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Artinya: “Dan sempurkanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”. (Q.S. Al-Isro: 35)<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahan ( Jakarta Pusat: CV Al-Isra, 2021), 272.

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang dan bagi Rasul Nabi Muhammad SAW, semoga skripsi ini dapat Ridho di sisi-Nya dan sebagai tanda terimakasih, saya persembahkan karya tulis ini kepada orang-orang yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis, baik dukungan berupa doa maupun tenaga dalam mengerjakan skripsi ini diantaranya:

1. Kepada Ibu saya tercinta, Ibu Mulik Junaidah yang berjuang sendirian dan selalu memberikan doa terbaik untuk saya, membimbing saya, memberikan dukungan baik secara moral maupun moril, serta kasih sayang yang luar biasa untuk keberhasilan saya.
2. Kepada Kakek Jazuli dan Nenek Wasilah yang sudah merawat saya dari kecil sampai sekarang, yang selalu memberi kasih sayang dan dukungan agar penulis bisa berhasil sampai tahap ini.
3. Kepada para sahabat saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terimakasih banyak karena kalian semua telah meberikan dorongan, semangat dan membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada UKM Komunitas Seni Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang menjadi organisasi selama di kampus menjadi wadah tempat berproses mengasah *skill* dan belajar segala hal.

5. Kepada dhulur-dhulur AO17 Komunitas Seni Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang sudah menemani berproses dan memberikan begitu banyak pengalaman.
6. Kepada almamater tercinta Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, terimakasih karena telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini.
7. Seluruh Guru Sekolah Mulai TK sampai MA, Guru Mengaji dan Dosen yang telah memberikan ilmu bermanfaat.
8. Kepada seluruh teman kelas saya Ekonomi Syariah 1 angkatan 2018 tercinta yang saling memberikan dukungan dan saling memotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji syukur kami (penulis) sampaikan kepada Allah SWT yang maha segalanya dan tidak ada yang tidak mungkin atas-Nya dimana telah memberikan taufiq hidayah dan kekuatan sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini untuk mendapatkan Gelar Sarjana 1 (S1). Shalawat serta salam tetap kami curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa peradaban jahiliyah menuju peradaban ilmu dengan penuh keberkahan seperti saat ini.

Dalam penyusunan karya ini tidak terlepas dari keterlibatan berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung, baik itu berupa motivasi, berupa dorongan maupun sebuah inspirasi untuk membangun semangat bagi penulis. Sebagai penghargaan penulis ucapkan banyak sekali terimakasih kepada:

1. Prof Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan fasilitas selama penulis berada di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan fasilitas dan pelayanan selama penulis berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Achmad Siddiq.

3. Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberi kemudahan dalam proses pembuatan skripsi.
4. Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah yang memberi kemudahan dalam proses pembuatan skripsi.
5. Suprianik, S.E., M.S.i sebagai Dosen Pembimbing saya yang telah mengorbankan banyak waktu dan tenaganya dalam memberikan bimbingan dan arahan serta banyak memberikan inspirasi dan motivasi dalam menyusun skripsi ini.
6. Muhammad Saiful Anam, M.Ag selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) Yang telah membimbing dan memberikan arahan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya.
8. Iwan Wasito selaku Pembina Organisasi Rengit yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama melaksanakan penelitian Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.
9. Kepada Organisasi Rengit yang telah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian penelitian skripsi ini.
10. Kepada Pelapak yang telah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian penelitian skripsi ini.

Tiada kata yang dapat penulis ucapkan selalu doa dan ucapan terimakasih sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan atas



semua jasa yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih mempunyai banyak kekurangan, sehingga masih perlu tahap penyempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dalam penelitian selanjutnya.

Jember, 10 Agustus 2022

**Silfa Minati**

**NIM. E20182005**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

**Silfa Minati, Suprianik, S.E., M.Si 2022 : Inovasi Produk Dan Pemasaran Model Event Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.**

Inovasi produk merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan di kelola menjadi hal yang baru sehingga menghasilkan nilai tambah dan kepuasan untuk konsumen.

Fokus penelitian yang di teliti dalam skripsi ini yaitu 1) Bagaimana inovasi produk dalam mempertahankan kearifan lokal di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi? 2) Bagaimana pemasaran model *event* di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi?

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui inovasi produk dalam mempertahankan kearifan lokal di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi? 2) untuk mengetahui pemasaran model *Event* di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif, dan jenis deskriptif dengan subyek penelitian menggunakan purposive dan metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data deskriptif, untuk menguji keabsahan data dan peneliti menggunakan triangulasi sumber.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan 1) Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono melakukan berbagai inovasi agar bisa bersaing dengan Festival yang lain. Inovasi produknya yang awalnya hanya berjualan olahan tahu kini berinovasi ke berbagai macam varian olahan tahu seperti Pizza Tahu, Brownis Tahu dll. Untuk inovasi proses mereka melakukan tester sebelum produk dijual. Untuk inovasi pemasarannya menggunakan *online* dan *offline*. Untuk inovasi jasa ada hiburan yang berbeda-beda. Untuk inovasi Organisasi setelah mengadakan acara Organisasi Rengit selalu mengadakan evaluasi. 2) produk yang dijual sebenarnya ingin mengikuti *trend* tetapi terbatas ketrampilan. Cara penerapan harga total biaya keseluruhan dibagi beberapa produk yang jadi kemudian ditambah biaya kerja. Promosi yang di terapkan ada dua cara pemasarannya menggunakan *offline* dengan cara mengajak saudara dan orang lain agar datang untuk *online* menyebarkan *pamflet* yang sudah ada. Tempat Festival sudah tersedia di google maps. Pelayanan yang dilakukan kepada konsumen menyediakan tempat untuk menikmati makanannya. Protokol kesehatan masih dijalankan. Untuk penataan *stand* ada tiga area, area pertama pelapak yang berjualan tahu, kedua olahan banyuwangi yang ketiga area bebas. Peralatan yang dimiliki Organisasi rengit yaitu meja, payung, *soundsystem*, lampu, mikrofon dan *banner*.

Kata Kunci : *Inovasi Produk, Pemasaran, Kearifan Lokal*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II : LANDASAN TEORITIS .....</b>	<b>15</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	15
B. Kajian Teori .....	27
1. Inovasi produk.....	27
2. Pemasaran .....	31

3. Kearifan Lokal .....	35
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Metode Penelitian.....	37
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
C. Lokasi Penelitian.....	38
D. Subjek Penelitian.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Analisis Data.....	42
G. Teknik Keabsahan Data .....	44
H. Tahap- Tahap Penelitian .....	44
<b>BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	46
B. Penyajian Data Analisis Data.....	52
1. Inovasi Produk dalam mempertahankan kearifan local di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. ....	52
2. Pemasaran Model <i>Event</i> di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.....	60
C. Pembahasan Temuan.....	72
1. Inovasi Produk dalam mempertahankan kearifan lokal di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi .....	72
2. Pemasaran Model <i>Event</i> di Kampung Tahu Desa Gitik	

Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.....	76
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran-Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1 : Matriks Penelitian	
Lampiran 2 : Surat Keterangan Lulus Plagiasi	
Lampiran 3 : Pernyataan keaslian Tulisan	
Lampiran 4 : Surat Keterangan Selesai Bimbingan	
Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian	
Lampiran 6 : Surat Selesai Penelitian	
Lampiran 7 : Pedoman Penelitian	
Lampiran 8 : Jurnal Kegiatan	
Lampiran 9 : Dokumentasi Penelitian	

**BIODATA PENULIS**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR TABEL

2. 1 Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	25
---	----



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

### 4.1 Struktur Organisasi Rengit (Reinarnasi Remaja Organisasi

Nekat Gitik Timurejo).....	52
----------------------------	----



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Di Indonesia, UMKM mempunyai peran penting dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi, hal tersebut dilihat dari segi jumlah usaha baik mikro, usaha kecil maupun usaha menengah yang setiap tahun mengalami peningkatan, selain itu usaha kecil dan menengah yang inovatif berperan sangat penting terhadap perekonomian Indonesia karena mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat mendorong pertumbuhan ekonomi dan mewujudkan stabilitas nasional. Usaha kecil mikro dan menengah juga merupakan salah satu pilar utama ekonomi Indonesia sehingga membutuhkan kesempatan untuk dijadikan prioritas, dukungan, perlindungan, dan pengemangan seluas-luasnya.

Dengan meningkatkannya jumlah UMKM, seorang pelaku UMKM atau unit usaha harus berfikir secara kreatif dan inovatif untuk meningkatkan kinerja usahanya agar tidak kalah bersaing dengan saingannya serta mensukseskan kegiatan usahanya terlebih di Indonesia ini, dimana pasar akan terus mengalami pertumbuhan dan bergerak sangat dinamis. Bagi perusahaan kecil (*small business*) inovasi merupakan jantung bagi kemampuan perusahaan kecil untuk dapat bersaing dengan pesaing mereka. Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan manusia kunci untuk dapat



bertahan tumbuh, dan tetap menguntungkan adalah dengan terus menerus berinovasi mengembangkan produk dan proses baru.<sup>2</sup>

Setiap Perusahaan ingin produk yang dihasilkan sesuai dengan tujuan dan sasarannya, maka dari itu produksi yang dihasilkan bisa terjual ke para pembeli dengan harga yang tinggi dan memberikan keuntungan dalam jangka panjang. Perusahaan dapat menjamin kehidupan dan kestabilan dalam usahanya dengan cara menghasilkan produk. Setiap perusahaan harus memiliki berbagai macam strategi untuk memasarkan produknya, tujuan dari perusahaan itu sendiri yaitu untuk memuaskan para konsumen, jika produk ini laris dikalangan masyarakat maka dapat dikatakan bahwa perusahaan ini berhasil menghasilkan produk yang bagus.<sup>3</sup>

Banyak ahli yang telah mendefinisikan tentang strategi adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan lintas fungsi (*cross-functional*) yang memberdayakan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Oleh karenanya manajemen strategi berpusat pada penyatuan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, riset dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Strategi sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selain itu strategi merupakan tindakan yang bersifat

---

<sup>2</sup>Maraya Azizah Rashin, Astri Ghina, "Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing", *Jurnal Penelitian Pendidikan*, Vol.18, No 2 (2018), 214.

<sup>3</sup>Nur Hasni Burhanuddin, "Strategi Pemasaran Makanan Khas Tradisional Di Kecamatan Wotu", *Dinamis Journal of Islamic Management and Bussines*, Vol. 1, No. 2 (2018), 21.

*incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.<sup>4</sup>

Strategi juga sangat berpengaruh dengan situasi dan kondisi dan di tempat apa strategi itu digunakan, termasuk kondisi masyarakat yang ada pada setiap daerah tentunya memiliki banyak macam strategi yang di gunakan, namun apabila suatu kegiatan atau pemasaran tidak dilakukan dengan strategi yang baik dan benar maka tidak memungkinkan kegiatan atau pemasaran itu gagal.

Dalam skripsi yang saya lakukan bagaimana strategi UMKM, karena usaha-usaha modern yang memiliki perusahaan besar sudah memiliki strateginya sendiri dengan didukung instansi terkait, dalam hal ini saya berfokus pada bagaimana sistem inovasi produk yang berpengaruh dengan nilai jualnya, meningkatkan nilai jual bukan berarti meninggikan harganya tanpa melihat aspek yang ada. Meningkatkan nilai jual berarti meningkatkan kualitas produk agar bisa bersaing dengan perusahaan modern yang ada, hal ini berhubungan dengan strategi pemasaran yang akan di teliti.

Strategi pemasaran tidak hanya diperuntukkan bagi usaha berskala besar saja. Usaha kecil juga membutuhkan strategi pemasaran untuk usahanya,

---

<sup>4</sup>Prasmono Adhi, "Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah Produksi Krupuk", *Teknika engineering and sains journal*, Vol. 1, No. 1 (2017), 17.

karena sering kali pada saat kondisi kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Adapun salah satu strategi pemasaran yang sering dilakukan oleh suatu perusahaan adalah dengan cara melakukan penyebaran pemasaran itu sendiri, atau yang biasa kita kenal dengan istilah bauran pemasaran.<sup>5</sup> Arus globalisasi dan kecanggihan informasi disegala bidang yang berkembang saat ini maupun akan datang, menghadapkan pada suatu masalah yang sulit untuk membendung pengaruh-pengaruh yang datang dari luar menghadang kita dalam kehidupan sehari-hari. Dunia *marketing* yang awalnya hanya dikenal bagi dunia usaha dengan perannya yang sederhana dalam suatu perusahaan yang mencari keuntungan pada akhirnya telah merasuk dalam kehidupan sehari-hari baik sebagai individu, kelompok organisasi non laba maupun organisasi laba bahkan negara.<sup>6</sup>

Melihat peran UMKM Tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, telah membuktikan bahwa UMKM Tahu merupakan salah satu sektor yang harus dikembangkan. Tahu di Dusun Timurejo Desa Gitik juga memiliki rasa yang khas, bertekstur kering tapi lembut didalam. Selain itu bahan yang digunakan masih alami tanpa pengawet, Pembuatannya masih menggunakan cara tradisional agar mempertahankan kearifan lokal yang ada di Desa Gitik tersebut.

Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas. Kearifan lokal merupakan

---

<sup>5</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), 33.

<sup>6</sup> Marius P. Anggipora, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 3.

produk budaya masa lalu yang patut secara terus-menerus dijadikan pegangan hidup. Meskipun bernilai lokal tetapi nilai yang terkandung di dalamnya dianggap sangat universal.<sup>7</sup>

Kearifan Lokal merupakan suatu bentuk warisan budaya Indonesia yang telah berkembang sejak lama. Kearifan Lokal lahir dari pemikiran dan nilai yang diyakini suatu masyarakat terhadap alam dan lingkungannya. Didalam kearifan lokal terkandung nilai-nilai, norma-norma, sistem kepercayaan dan ide-ide masyarakat setempat. Oleh karena itu kearifan lokal di setiap daerah berbeda-beda. Kearifan lokal berkaitan erat dengan pengelolaan sumberdaya alam dan lingkungan. Masyarakat memiliki sudut pandang tersendiri terhadap alam dan lingkungannya. Masyarakat mengembangkan cara-cara tersendiri untuk memelihara keseimbangan alam dan lingkungannya guna memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>8</sup>

Di Banyuwangi tepatnya di Kecamatan Rogojampi Desa Gitik dikenal dengan Kampung Tahu karena mayoritas masyarakat disana mempunyai Pabrik Tahu kurang lebih ada 35 pabrik, UMKM tahu di Dusun Timurejo Desa Gitik merupakan sektor usaha yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi dimana dengan memberdayakan secara efektif dapat menanggulangi masalah pokok dewasa ini yaitu pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya di Desa Gitik. Hal tersebut, dikarenakan usaha pangan merupakan kebutuhan dasar yang sangat penting bagi kehidupan setiap manusia baik secara fisiologis maupun

---

<sup>7</sup> Patta Rapanna, *Membumikan Kearifan Lokal Dalam Kemandirian Ekonomi* (Makassar: CV Sah Media, 2016), 4.

<sup>8</sup>Ibid., 6.

psikiologis. Pembangunan pangan dilakukan sebagai upaya pembangunan di lintas sektor yang berkaitan dalam mencukupi kebutuhan pangan masyarakat secara merata baik dalam jumlah pendapatan.

Sebagai bagian dari masyarakat, pemuda memiliki kekuatan besar untuk menjadi tombak dalam arus kemajuan bangsa. Negara yang tangguh salah satunya dapat dilihat dari sosok pemudanya, salah satu pilar yang dibutuhkan dalam membangun suatu bangsa adalah dari pemuda. Tidak dipungkiri keterlibatan pemuda sebagai (*agen of change*) karena dapat diartikan sebagai agen perubahan yang dirasakan masyarakat sangat baik sekalipun bukan satu-satunya.

Salah satu upaya menanggulangi hal tersebut adalah dengan membentuk sebuah Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) untuk mencapai tujuan yang lebih baik. Dengan membangun Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono dapat meningkatkan kesejahteraan, kemandirian, dengan memanfaatkan potensi yang sudah ada. Hal ini membawa proses perubahan yang ada di Dusun Timurejo Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi, yang digagas oleh para Remaja Organisasi Rengit dengan membentuk Festival Kuliner Kampung Tahu dalam mewujudkan sebuah perubahan.

Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono merupakan suatu *Event* yang diselenggarakan oleh sebuah Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yang dilakukan pada minggu pertama setiap bulannya pada hari Sabtu yang disitu disediakan *stand* yang berjumlah 35

*stand*, pada *Event* itu untuk para produsen tahu dan UMKM yang lain untuk memperkenalkan dan memasarkan produk yang dimiliki dengan berbagai inovasi yang ada, yang menarik dalam hal ini organisasi dan pelapak berupaya untuk meningkatkan penjualan melalui penganekaragaman produk, baik lewat pengembangan produk baru atau mengembangkan produk yang sudah ada seperti yang dilakukan di Festival Kuliner tersebut menyuguhkan berbagai makanan Olahan berbahan dasar Tahu seperti Brownis Tahu, Tahu Goreng, Tahu Walik, Tahu Bayam, Pizza Tahu, Puding Tahu dan lain-lain.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis merasa tertarik mengkaji secara mendalam mengenai penelitian yang berkaitan dengan inovasi produk dan pemasaran model *Event* dalam mempertahankan kearifan lokal di Kampung Tahu. Penulis ingin mengetahui tentang pelaksanaan *Event* kampung tahu. Maka penulis membuat penelitian berjudul “Inovasi Produk Dan Pemasaran Model *Event* Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi”

## **B. Fokus Penelitian**

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimatnya.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 44.

Adapun fokus penelitian dalam penelitian ini di dasarkan pada latar belakang diatas, adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana inovasi produk dalam mempertahankan kearifan lokal di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi?
2. Bagaimana pemasaran model *Event* di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.<sup>10</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Inovasi Produk dalam mempertahankan kearifan lokal di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui pemasaran model *Event* di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.

### D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk perkembangan ilmu ekonomi. Selain itu, hasil penelitian ini dapat

---

<sup>10</sup>Ibid., 45.

memberikan informasi serta wawasan terhadap penulis dan pembaca mengenai Inovasi Produk dan Pemasaran Model *Event* Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.

## 2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberi informasi bagi:

- a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mengembangkan kompetensi penulis dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan penulis mengenai inovasi produk dan pemasaran model *event* dalam mempertahankan kearifan lokal di kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.
- b. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dan kebutuhan perpustakaan bagi mahasiswa-mahasiswa yang akan meneliti lebih lanjut mengenai Inovasi Produk dan Pemasaran Model *Event* Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.
- c. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai inovasi produk dan pemasaran model *event* dalam mempertahankan kearifan lokal di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.



## E. Definisi istilah

Definisi istilah ini berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.<sup>11</sup>

### 1. Inovasi Produk

Inovasi merupakan cara untuk terus membangun dan mengembangkan organisasi yang dapat dicapai melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk produk-produk dan pelayanan-pelayanan, pengembangan pasar baru dan memperkenalkan bentuk-bentuk baru organisasi, perpaduan berbagai aspek inovasi tersebut pada gilirannya membentuk area inovasi.<sup>12</sup>

Produk berasal dari bahasa Inggris “*product*” yang berarti sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya. Produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, *property*, organisasi, informasi dan ide.<sup>13</sup>

Jadi yang dimaksud peneliti mengenai Inovasi Produk adalah penciptaan suatu produk baru yang menarik dan unik melalui kemampuan dan ide seseorang sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan

<sup>11</sup>Ibid., 45.

<sup>12</sup> A.A. Miftah, dkk, *Budaya Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Kearifan Lokal* (Malang: Ahlimedia Press, 2020), 149.

<sup>13</sup> Made Fajar Fernando, Ni Made Asti Aksari, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar ”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.7, No. 1, (2018), 443.

para konsumen agar muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian.

## 2. Pemasaran Model *Event*

Pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.<sup>14</sup>

Model adalah representasi dari suatu objek, benda, atau ide-ide dalam bentuk yang disederhanakan dari kondisi atau fenomena alam yang dibuat dengan tujuan untuk mempelajari fenomena sistem yang sebenarnya.<sup>15</sup>

*Event* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.<sup>16</sup>

Jadi yang dimaksud peneliti mengenai Pemasaran Model *Event* yaitu sebuah strategi bisnis yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan suatu produk agar memuaskan keinginan dan mencapai sasaran kepada konsumen yang dikaitkan dengan suatu acara atau kegiatan yang memiliki

---

<sup>14</sup> Farida Yulianti, Lamsah, Periyadi, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 1.

<sup>15</sup> Sarliaji Cayaray, *Model Layanan Perpustakaan Sekolah Luar Biasa* (Universitas Pendidikan Indonesia, 2014), 13.

<sup>16</sup> Any Noor, *Manajemen Event* (Bandung: alfabeta, 2009), 7.

tema dengan tujuan untuk menciptakan pengalaman bagi konsumen dan promosi sebuah produk atau jasa.

### 3. Kearifan Lokal

Kearifan berarti kebijaksanaan, kecendekiaan sebagai sesuatu yang dibutuhkan dalam berinteraksi. Kata lokal, yang berarti tempat atau pada suatu tempat atau pada suatu tempat tumbuh, terhadap hidup sesuatu yang mungkin berbeda dengan tempat lain atau terdapat disuatu tempat yang bernilai mungkin berlaku setempat atau juga mungkin berlaku universal.<sup>17</sup>

Kearifan lokal dapat diartikan sebagai pandangan hidup yang berkembang dalam suatu komunitas sosial dan etnik tertentu yang dibatasi oleh unsur kedaerahan, geografis, dan pengalaman sejarah yang unik. Oleh karena itu, budaya lokal tidak dipandang sebagai dua entitas yang berhadapan, melainkan sebagai unsur yang membentuk identitas suatu komunitas budaya.<sup>18</sup>

Jadi, yang dimaksud peneliti mengenai kearifan lokal yaitu adat dan kebiasaan yang telah mentradisi dilakukan oleh sekelompok masyarakat secara turun temurun yang hingga saat ini masih dipertahankan keberadaannya oleh masyarakat hukum adat tertentu di daerah tertentu.

---

<sup>17</sup>Rinitami Njatrijani, "Kearifan Lokal Dalam Perspektif Budaya Kota Semarang", *Gema Keadilan*, Vol 5, No. 1 (2018), 18.

<sup>18</sup>Erna Mena Niman, "Kearifan Lokal Dan Upaya Pelestarian Lingkungan Alam", *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan Missio*, Vol. 11, No. 1 (2019), 94.

## F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari Bab pendahuluan hingga Bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif bukan seperti daftar isi. Gambaran umum secara singkat dari pembahasan skripsi ini adalah:

**BAB I** Pendahuluan, yang berisi latar belakang masalah, fokus masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, sistematika pembahasan.

**BAB II** Kajian kepustakaan, yang berisi tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini serta memuat tentang kajian teori.

**BAB III** Metode penelitian, yang berisi tentang metode yang digunakan peneliti yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, keabsahan data dan yang terakhir tahapan-tahapan penelitian.

**BAB IV** Hasil penelitian, yang berisi tentang inti atau hasil penelitian, objek penelitian, penyajian data, analisis data, dan pembahasan temuan.

**BAB V** Kesimpulan dan saran, yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran dari peneliti dan diakhiri dengan penutup.

Terakhir, pada skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka, lampiran-lampiran yang berisikan matriks penelitian, dokumentasi, pernyataan keaslian,

surat izin penelitian, surat keterangan telah selesai penelitian dan biodata penelitian.



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Melalui penelitian yang telah penulis ajukan, maka tinjauan kepustakaan (*Literature Review*) adalah tentang “Inovasi Produk dan Pemasaran Model *Event* Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.”

Berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan, sudah ada kajian yang membahas tentang masalah yang mengarah pada hal tersebut. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan. Peneliti berusaha membandingkan dengan skripsi lain diantaranya:

1. Nadila Ayuning Putri, dkk, pada tahun 2021 melakukan penelitian dengan judul “*Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Tiwul Sebagai Destinasi Wisata Kuliner Di Gunung Kidul Jogja.*”

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa strategi pemasaran makanan tradisional tiwul sebagai destinasi wisata kuliner di daerah Gunung Kidul terdiri dari empat strategi, diantaranya strategi produk, strategi harga, strategi kebersihan dan kenyamanan serta strategi promosi.

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran makanan tradisional tiwul sebagai destinasi wisata kuliner di

daerah gunung kidul. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif deskriptif, data yang dikumpulkan oleh penulis yakni melalui wawancara secara mendalam dengan responden penelitian.

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah membahas tentang strategi pemasaran. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan yang diteliti oleh peneliti adalah fokus penelitian, subyek penelitian dan hasil penelitian.<sup>19</sup>

2. Dinul Aziza Fitri, Diva Somya Refinda, Meylan Puspa Sari, Ozi Ginti Azary, Wera Reprita Sari, Dkk, pada tahun 2021 melakukan penelitian dengan judul “*Inovasi Produk Pada UMKM Tara Bakery Padang.*”

Hasil penelitian yang dilakukan adalah bahwa UMKM Tara Bakery Padang telah menerapkan enam jenis inovasi produk yang terdiri dari inovasi produk berbasis modulasi, inovasi produk berbasis ukuran, inovasi produk berbasis kemasan, inovasi produk berbasis desain, inovasi produk berbasis pengembangan bahan komplementer, inovasi produk berbasis pengurangan upaya.

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah untuk mengetahui inovasi produk pada UMKM Tara Bakery Padang. Pada penelitian ini peneliti dengan mewawancarai pemilik usaha dalam menerapkan inovasi produk.

---

<sup>19</sup> Nadila Ayuning Putri, “Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Tiwul Sebagai Destinasi Wisata Kuliner Di Gunung Kidul Jogja”, *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 4, No 3 (2021).

Persamaan pada penelitian ini adalah membahas tentang Inovasi Produk. Perbedaan pada penelitian ini adalah fokus penelitian, subyek penelitian dan hasil penelitian.<sup>20</sup>

3. Nadhiya Destari. Pada tahun 2020 melakukan penelitian dengan judul “*Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat*”

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa inovasi produk kue nazka selambat-lambatnya minimal satu minggu sekali, dari segi rasa lebih diutamakan, bentuknya atau karakternya lebih divariasikan agar tetap menarik konsumen. Konsumen merasa puas, karena sering membeli produk kue nazka lebih dari tiga kali, lalu mempromosikan kepada teman atau kerabatnya, produknya enak dan harga terjangkau, pelayanan yang ramah dan lokasi strategis dekat dengan jalan raya.

Fokus penelitian difokuskan pada dua permasalahan yaitu, bagaimana inovasi produk kue nazka di Sukabumi Jawa Barat dan apakah inovasi produk kue nazka mampu meningkatkan kepuasan konsumen di Sukabumi Jawa Barat. Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Adapun subjek dalam penelitian adalah pemilik Toko Kue Nazka dan Karyawan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik pengabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Untuk analisis

---

<sup>20</sup>Dinul aziza Fitri, Diva Somya Refinda, Meylan Puspa Sari, Ozi Ginti Azary, Wera Reprita Sari, Dkk, “Inovasi Produk Pada UMKM Tara Bakery Padang”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1, No. 2 (2021).



data peneliti menggunakan *Data Collection*, *Data Reduction*, *Data Display* dan *Conclusion Drawing*.

Persamaan pada penelitian ini adalah membahas tentang Inovasi Produk. Perbedaan pada penelitian ini adalah hasil penelitian dan Subjek Penelitian.<sup>21</sup>

4. Rilatul Marifah, pada tahun 2019 melakukan penelitian dengan judul “*Inovasi Produk Wisata Kampung Warna-Warni Jodipan Kota Malang*”.

Hasil penelitian yang dilakukan adalah perluasan lini dalam inovasi yang dilakukan pada Wisata Kampung Warna-Warni Jodipan dengan cara pewarnaan rumah-rumah warga, pewarnaan jalan dan pemberian pagar besi, serta pemberian ornamen-ornamen pada jalan-jalan Kampung Wisata Warna-Warni Jodipan dan produk baru dalam bentuk jasa melalui inovasi yang dilakukan pada Wisata Kampung Warna-Warni Jodipan pembangunan jembatan kaca ngalam Indonesia yang pertama di Kota Malang.

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah perluasan lini yang dilakukan dalam inovasi produk pada Wisata Kampung Warna-Warni Jodipan di Kota Malang dan produk baru dibentuk dalam inovasi produk pada Wisata Kampung Warna-Warni Jodipan di Kota Malang. Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis kualitatif pendekatan deskriptif dalam menentukan sumber data menggunakan teknik *purposive* data yang

---

<sup>21</sup> Nadhiya Destari, “Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat”, ( Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, Palangka Raya, 2020).

dikumpulkan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Persamaan dalam penelitian ini adalah inovasi produk menggunakan Wisata dan perbedaan dalam penelitian ini adalah subyek penelitian dan hasil penelitian.<sup>22</sup>

5. Syafri Harto, pada tahun 2019 melakukan penelitian dengan judul “*Model Penguatan Kearifan Lokal Dalam Menjaga Keautentikan Wisata Kuliner Lomang Di Kabupaten Kuantan Singin.*”.

Hasil penelitian yang dilakukan menjelaskan faktor pendorong penguatan kearifan lokal, menjaga, melestarikan, dan mewariskan kearifan-kearifan lokal.

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah mengali model penguatan kearifan lokal dalam menjaga keautentikan wisata kuliner lomang di Kabupaten Kuantan Singing. Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi data yang dikumpulkan oleh peneliti yakni menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Persamaan dalam penelitian ini adalah mendorong penguatan kearifan lokal dengan menggunakan Wisata Kuliner dan *Event* dengan memanfaatkan masyarakat, dan komunitas yang masih menjaga tradisi

---

<sup>22</sup> Rilatul Marifah, "Inovasi Produk Wisata Kampung Warna-Warni Jodipan Kota Malang", (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember, 2019).

sehingga menjadi daya tarik untuk membangun perekonomian. Sedangkan perbedaannya adalah fokus penelitian, dan subyek penelitian.<sup>23</sup>

6. Suhandi, Hafidz Hanafiah, Pramudi Harsono, pada tahun 2019 melakukan penelitian dengan judul “*Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Keripik Talas Beneng Dengan Penerapan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan*”.

Hasil penelitian yang dilakukan yaitu menunjukkan bahwa pemasaran produk keripik talas beneng perlu adanya penerapan *marketing mix* (produk, harga, promosi, dan tempat) dengan harapan bisa meningkatkan penjualan keripik talas.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Fokus penelitian pada penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisa proses pemasaran produk keripik talas beneng.

Persamaan pada penelitian ini adalah membahas tentang strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya adalah fokus penelitian, subyek penelitian dan hasil penelitian.<sup>24</sup>

7. Yeni Kusumawaty, pada tahun 2018 melakukan penelitian dengan judul “*Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu)*.”

<sup>23</sup>Syafri Harto, “Model Penguatan Kearifan Lokal Dalam Menjaga Keautentikan Wisata Kuliner Lomang Di Kabupaten Kuantan Singin”, *Jurnal Niara*, Vol. 12, No. 1 (2019).

<sup>24</sup> Suhandi, Hafidz Hanafiah, Pramudi Harsono, “Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Keripik Talas Beneng Dengan Penerapan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan”, *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 10, No. 02 (2019).

Hasil penelitian yang dilakukan yaitu produk telah dinilai baik oleh konsumen dan memiliki lima unsur strategi produk yaitu atribut produk, merk, kemasan dan label tetapi variasi cita rasa produk dan tampilan kemasan perlu ditingkatkan terutama untuk produk rengginang ubi kayu, Penetapan harga produk keripik nenas dan rengginang ubu kayu ditetapkan oleh produsen berdasarkan pendekatan orientasi biaya, aspek promosi dalam penjualan pribadi (*personal selling*) telah dilakukan, juga keripik nenas dan rengginang sudah dipasarkan melalui pedagang pengecer (75%) dan langsung kepada konsumen (25%) sehingga produsen memiliki posisi tawar lebih lemah karena ketergantungan yang tinggi kepada pengecer karena keterbatasan modalnya.

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah mengkaji strategi pemasaran dan memberikan saran pemasaran alternatif untuk produk keripik nenas dan rengginang ubi kayu. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. untuk mengkaji aspek pemasaran, teknik pengambilan menggunakan purposive sampling terhadap pemasar produk keripik nenas dan rengginang ubi kayu. Data penelitian ini dari data primer dan data sekunder.

Persamaan pada penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya adalah fokus penelitian, subyek penelitian dan hasil penelitian.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup>Yeni Kusumawaty, "Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu)", *Jurnal Agribisnis*, Vol. 20, No. 2 (2018).

8. Nur Hasni Burhanuddin, pada tahun 2018 melakukan penelitian dengan judul “*Strategi Pemasaran Makanan Khas Tradisional Di Kecamatan Wotu.*”

Hasil penelitian yang dilakukan adalah strategi pemasaran makanan khas tradisional pada rumah makan satria Di Kecamatan Wotu menerapkan lima strategi yaitu strategi produk, strategi harga, strategi kebersihan, strategi promosi, dan strategi pengantaran.

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran makanan khas tradisional pada rumah makan satria Di Kecamatan Wotu. Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, sumber data yang dilakukan dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data yang diperoleh dari penelitian ini melalui hasil wawancara terhadap informan yang memiliki pengetahuan mengenai penelitian ini.

Persamaan pada penelitian ini adalah membahas mengenai strategi pemasaran makanan khas tradisional. Sedangkan perbedaannya adalah fokus penelitian, subyek penelitian dan hasil penelitian<sup>26</sup>

9. Maidar Simanihuruk, pada tahun 2018 melakukan penelitian dengan judul “*Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Potensi Makanan Tradisional Di Desa Sakerta Timur, Cirebon*”

Hasil penelitian yang dilakukan adalah mengembangkan potensi hasil perkebunan dengan membuat inovasi kudapan atau makanan

---

<sup>26</sup> Nur Hasni Burhanuddin, “Strategi Pemasaran Makanan Khas Tradisional Di Kecamatan Wotu”, *Dinamis Journal Of Islamic Management and Bussines*, Vol. 1, No. 2 (2018).

tradisional yang dibuat dengan bahan dasar ubi kayu, pisang dan umbi-umbian menjadi bahan makanan pokok juga dapat mengembangkan hasil produksi kudapan dan mematenkan hak cipta hasil produksi kudapan sebagai ciri khas makanan ringan dan minuma dari Desa Sakerta Timur.

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah untuk mengembangkan potensi dan memanfaatkan hasil pertanian tersebut menjadi makanan tradisional. Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan studi kualitatif dengan metode pengamatan, hasil obseravasi dan wawancara dalam penelitian.

Persamaan pada penelitian ini adalah membahas tentang strategi pemasaran. Perbedaan pada penelitian ini adalah fokus penelitian, subyek penelitian dan hasil penelitian.<sup>27</sup>

10. Victor Ringhard Pattipeilohy, pada tahun 2018 melakukan penelitian dengan judul *“Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Nasi Kuning Di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon).”*

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa inovasi produk melalui penciptaan produk-produk pendukung yang baru mampu menaikkan kinerja pemasaran. Selanjutnya keunggulan bersaing dengan indikator kondisi keuangan yang baik dan kualitas serta rasa produk yang unggul semakin meningkatkan kinerja pemasaran usaha nasi kuning.

---

<sup>27</sup>Maidar Simanihuruk, “Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Potensi Makanan Tradisional Di Desa Sakerta Timur, Cirebon”, *Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata*, Vol. 5, No.1 (2018).

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh langsung variabel inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 50 responden, serta menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel, teknik analisa data menggunakan analisa regresi berganda.

Persamaan pada penelitian ini adalah membahas tentang inovasi produk. Sedangkan perbedaannya adalah fokus penelitian, subyek penelitian dan hasil penelitian.<sup>28</sup>

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

NO	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Nadila Ayuning Putri, dkk (2021)	Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Tiwul Sebagai Destinasi Wisata Kuliner Di Gunung Kidul Jogja.	Sama-sama membahas tentang strategi pemasaran.	Fokus penelitian, subyek penelitian, dan hasil penelitian.
2	Dinul Aziza Fitri, Diva Somya Refinda, Meyla Puspa Sari, Ozi Ginti Azary, Wera Reprita Sari, dkk, (2021)	Inovasi Produk Pada UMKM Tara Bakery Padang	Sama-sama membahas tentang inovasi Produk.	Fokus penelitian, subyek penelitian, dan hasil penelitian.

<sup>28</sup> Victor Ringhard Pattipeilohy, "Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning Di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)", *Jurnal Maneksi*, Vol. 7, No. 1 (2018).

NO	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
3	Nadhiya Destari (2020)	Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat	Sama-sama membahas tentang Inovasi Produk.	Fokus penelitian, subyek penelitian dan hasil penelitian.
4	Rilatul Marifah, (2019)	Inovasi Produk Wisata Kampung Warna-Warni Jodipan Kota Malang	Inovasi produk menggunakan wisata	Fokus penelitian, dan Subyek penelitian.
5	Syafri Harto, (2019)	Model Penguatan Kearifan Lokal Dalam Menjaga Keautentikan Wisata Kuliner Lomang Di Kabupaten Kuantan Singing.	Sama-sama membahas tentang penguatan kearifan lokal dengan menggunakan wisata kuliner dan event dengan memanfaatkan masyarakat, dan komunitas yang masih menjaga tradisi sehingga menjadi daya tarik untuk membangun perekonomian.	Fokus penelitian dan Subyek penelitian.
6	Suhandi, dkk, (2019)	Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Keripik Talas Beneng Dengan Penerapan <i>Marketing Mix</i> Untuk	Sama-sama membahas tentang strategi pemasaran.	Fokus penelitian, subyek penelitian dan hasil penelitian.



NO	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
		Meningkatkan Penjualan		
7	Yeni Kusumawaty, (2018)	Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu).	Sama-sama membahas tentang strategi pemasaran.	Fokus penelitian, subyek penelitian dan hasil penelitian.
8	Nur Hasni Burhanuddin. (2018)	Strategi Pemasaran Makanan Khas Tradisional Di Kecamatan Wotu.	Sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran makanan khas.	fokus penelitian, subyek penelitian, dan hasil penelitian.
9	Maidar Simanihuruk. (2018)	Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Potensi Makanan Tradisional Di Desa Sakerta Timur, Cirebon	Sama-sama membahas tentang strategi pemasaran.	Fokus penelitian, subyek penelitian dan hasil penelitian,
10	Victor Ringhard Pattipeilohy (2018)	Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning Di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)	Sama-sama membahas tentang inovasi Produk	Fokus penelitian, Subyek penelitian dan hasil penelitian

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu

## B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori terkait yang dijadikan sebagai dasar pijakan dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori yang terkait dengan penelitian secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan.<sup>29</sup>

### 1. Inovasi Produk

#### a. Pengertian inovasi Produk

Inovasi merupakan cara untuk terus membangun dan mengembangkan organisasi yang dapat dicapai melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk produk-produk dan pelayanan-pelayanan, pengembangan pasar baru dan memperkenalkan bentuk-bentuk baru organisasi, perpaduan berbagai aspek inovasi tersebut pada gilirannya membentuk arena inovasi.<sup>30</sup>

Produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan calon konsumen, dimiliki konsumen, kemudian digunakan dan dikonsumsi untuk bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.<sup>31</sup>

Inovasi produk adalah salah satu faktor terpenting dalam keberhasilan sebuah perusahaan melalui produk yang diciptakan guna memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan pelanggan. Kunci

<sup>29</sup> Tim penyusun IAIN, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press: 2018), 64.

<sup>30</sup> A. A. Miftah, dkk, *Budaya Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Kearifan Lokal* (Malang: Ahlimedia Press, 2020), 149.

<sup>31</sup> Eko Waluyo, *Inovasi Dan Pengembangan Produk Pangan* (Malang: UB Press, 2021), 6.

dari keberhasilan sebuah produk adalah produk tersebut mampu beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi pada konsumen dan masyarakat.<sup>32</sup>

Inovasi dalam ekonomi yaitu mengenalkan barang baru dimana pelanggan belum mengenalnya atau kualitas baru dari sebuah barang yaitu:

- 1) Mengenalkan metode produksi baru yang dibutuhkan, ditemukan melalui serangkaian uji coba ilmiah
- 2) Membuka pasar baru, dimana perusahaan sejenis tidak memasukinya, baik pasar tersebut ada atau belum ada ketika perusahaan memasukinya
- 3) Menguasai sumber bahan baku baru untuk industri barang
- 4) Menjalankan organisasi baru seperti menciptakan monopoli, atau membuka monopoli perusahaan lain.<sup>33</sup>

b. Klasifikasi inovasi pada usaha kecil

Ada beberapa klasifikasi yang dijelaskan dalam melakukan inovasi di usaha kecil antara lain adalah sebagai berikut:

1) Inovasi produk

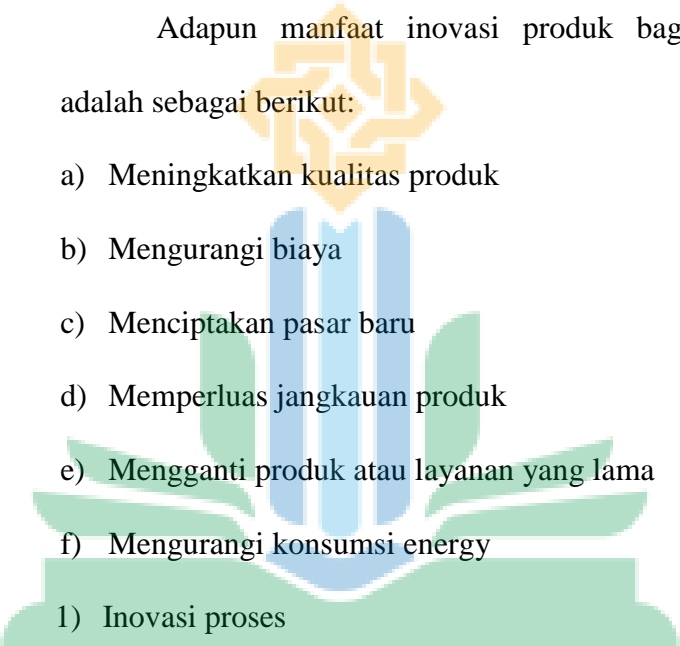
Inovasi produk diartikan sebagai proses pengembangan ide dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dikelola dengan cara baru sehingga mampu memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Inovasi produk merupakan kegiatan yang

<sup>32</sup> Ibid., 6.

<sup>33</sup> Suyatno, "Inovasi Market Orientation Dan Advertising Internal Audience Serta Pengaruhnya Terhadap Pengambil Keputusan", *Jurnal STIE Semarang*, Vol.2, No.1 (2010). 47.

dilakukan pada produk usaha kecil seperti adanya perbaikan spesifikasi teknis, komponen dan bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk tersebut. Inovasi produk yang dilakukan dapat berupa pengembangan produk baru, fitur produk, desain dan rancangan produk, perubahan desain, dan penggunaan teknik baru.

Adapun manfaat inovasi produk bagi usaha kecil adalah sebagai berikut:

- 
- a) Meningkatkan kualitas produk
  - b) Mengurangi biaya
  - c) Menciptakan pasar baru
  - d) Memperluas jangkauan produk
  - e) Mengganti produk atau layanan yang lama
  - f) Mengurangi konsumsi energy
- 1) Inovasi proses

Inovasi proses pada usaha kecil merupakan kegiatan yang dilakukan dalam proses menciptakan barang. Inovasi proses akan dilakukan secara terus menerus dengan berbagai perbaikan dalam proses produksi.

- a) Inovasi pemasaran

Inovasi pemasaran digunakan dalam usaha kecil untuk menciptakan ide baru dari produk yang dihasilkan baik berupa perubahan design kemasan, bentuk produk,

penempatan produk, promosi dan harga produk. Inovasi pemasaran akan memperluas pasar, meningkatkan konsumsi, membuka pasar baru dan memposisikan produk di pasar dan tujuan akhirnya adalah meningkatkan penjualan.

b) Inovasi jasa

Inovasi jasa merupakan kegiatan yang dilakukan usaha kecil dalam meningkatkan kinerja pelayanan dengan melakukan perubahan dalam melayani pelanggan. Inovasi jasa dilakukan dengan melakukan berbagai kombinasi dari faktor-faktor pelayanan yang ada.

c) Inovasi organisasi

Inovasi organisasi merupakan perubahan yang dilakukan dalam pengatur kerja untuk mendorong terciptanya sumber daya manusia yang unggul dan kompetitif. Inovasi yang bergerak di organisasi seperti adanya inovasi implementasi metode praktek, hubungan internal dan eksternal.<sup>34</sup>

c. Manfaat inovasi usaha kecil

Beberapa manfaat inovasi terhadap usaha kecil antara lain adalah sebagai berikut:

<sup>34</sup> Sisca, dkk, *Manajemen Inovasi* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 20-22.

- a) Meningkatnya investasi usaha seperti penambahan peralatan, penggunaan mesin produksi, dan sebagainya
- b) Adanya peningkatan kualitas sumber daya manusia seperti peningkatan pengetahuan dan kemampuan kerja
- c) Mendorong adanya infrastruktur yang menunjang kegiatan usaha
- d) Penggunaan sumber daya lebih efektif dan efisien
- e) Meningkatnya pengelolaan finansial
- f) Mendorong terciptanya inovasi-inovasi lainnya baik berupa teknik baru, teknologi baru dan pengetahuan baru.<sup>35</sup>

## 2. Pemasaran

### a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Pengertian pemasaran secara formal adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Ibid., 23.

<sup>36</sup> Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* ( Jakarta: Erlangga, 2009), 5.

## b. Konsep Pemasaran

Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan, pertukaran, transaksi dan hubungan pemasaran, pemasaran dan pasar.

Kita dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.<sup>37</sup>

## c. Tujuan pemasaran

Pemasaran memiliki beberapa tujuan, adapun tujuan dari kegiatan pemasaran suatu produk atau jasa secara umum adalah sebagai berikut:

- 1) Memaksimumkan konsumsi, memudahkan dan merangsang konsumsi
- 2) Memaksimumkan kepuasan konsumen
- 3) Memaksimumkan pilihan
- 4) Memaksimumkan mutu hidup (kualitas, kuantitas, ketersediaan, harga pokok barang, mutu lingkungan fisik dan mutu lingkungan kuktur)

<sup>37</sup> Farida Yulianti, Lamsah, Periyadi, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 2-3.

- 5) Meningkatkan penjualan barang dan jasa
- 6) Ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing
- 7) Memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa
- 8) Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa<sup>38</sup>

d. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran juga diartikan sebagai suatu kegiatan memasarkan barang atau jasa untuk menarik masyarakat melalui Produk, Harga, Promosi, Tempat dan Distribusi, Orang, Proses dan Bukti Fisik yang ditawarkan oleh sebuah lembaga, agar masyarakat menggunakan barang dan jasa. Adapun tujuh elemen dalam bauran pemasaran adalah sebagai berikut:

1) Produk (*product*)

Produk (*product*) adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik produk dari produk itu sendiri tetapi membeli *benefit* dan *value* dari produk tersebut yang disebut *the offer*.

2) Harga (*price*)

Strategi penerapan harga sangat signifikan dalam keputusan pembelian pada konsumen dan mempengaruhi *image* produk. Kebijakan strategi dan taktik seperti tingkat harga, syarat

---

<sup>38</sup> Kasmir & Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2003), 42.



pembayaran dan diskon menjadi pertimbangan konsumen memilih produk yang ditawarkan.

### 3) Promosi (*promotion*)

Promosi meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial. Metode-metode tersebut biasanya terdiri atas periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, dan *public relations* sehingga untuk memperkenalkan dan menampakkan jasa itu sendiri. tujuan komunikasi dalam jasa pendidikan adalah:

- (1) Untuk melihat dan meningkatkan citra jasa itu sendiri
- (2) Untuk menarik calon siswa
- (3) Untuk mengkoreksi informasi yang kurang akurat

### 4) Tempat dan distribusi (*place*)

Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara menyampaikan jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

### 5) Proses (*process*)

Proses produksi atau operasional merupakan faktor penting bagi konsumen. Pelanggan restoran misalnya sangat terpengaruh oleh staf melayani mereka dan lamanya menunggu selama proses produksi.

#### 6) Orang (*people*)

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka orang yang menangani langsung konsumen dalam aktifitas pemasaran pastinya sangat berpengaruh kepada kualitas jasa itu sendiri. Oleh sebab itu setiap organisasi jasa harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan.

#### 7) Bukti fisik (*physical evidence*)

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi oleh konsumen.<sup>39</sup>

### 3. Kearifan lokal

#### a. Pengertian Kearifan lokal

Kearifan lokal merupakan suatu bentuk warisan budaya Indonesia yang telah berkembang sejak lama. Kearifan lokal lahir dari pemikiran dan nilai yang diyakini suatu masyarakat terhadap alam dan lingkungannya. Didalam kearifan lokal terkandung nilai-nilai, norma-norma, sistem kepercayaan, dan ide-ide masyarakat setempat. Oleh karena itu kearifan lokal di setiap daerah berbeda-beda. Kearifan lokal berkaitan erat dengan pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan. Masyarakat memiliki sudut pandang tersendiri terhadap alam dan lingkungannya. Masyarakat mengembangkan cara-cara

<sup>39</sup> Wahyu Abdillah, Andry Herawati, "Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)", *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, Vol. 2, No. 2 (2018), 312-313.

tersendiri untuk memelihara keseimbangan alam dan lingkungannya guna memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>40</sup>

b. Ciri-Ciri Kearifan Lokal

- 1) Mampu bertahan terhadap budaya luar
- 2) Memiliki kemampuan mengakomodasi unsur-unsur budaya luar
- 3) Mempunyai kemampuan mengintegrasikan unsur budaya luar ke dalam budaya asli
- 4) Mempunyai kemampuan mengendalikan
- 5) Mampu memberi arah pada perkembangan budaya.<sup>41</sup>

c. Fungsi Kearifan Lokal

Bentuk- bentuk kearifan lokal yang ada dalam masyarakat dapat berupa nilai, norma, kepercayaan, dan aturan-aturan khusus. Bentuk yang bermacam-macam ini mengakibatkan fungsi kearifan lokal bermacam-macam pula. Fungsi tersebut antara lain:

- 1) Kearifan lokal berfungsi untuk konservasi dan pelestarian sumber daya alam
- 2) Kearifan lokal berfungsi untuk mengembangkan sumber daya manusia
- 3) Berfungsi sebagai pengembangan kebudayaan dan ilmu pengetahuan
- 4) Berfungsi sebagai petuah, kepercayaan, sastra dan pantangan.<sup>42</sup>

<sup>40</sup> Patta Rapanna, *Kearifan Lokal Dalam Kemandirian Ekonomi* (Makassar: CV Sah Media, 2016), 6.

<sup>41</sup> Ibid., 15-16.

<sup>42</sup> Ibid., 16.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Metode penelitian menjelaskan semua langkah yang dikerjakan peneliti sejak awal hingga akhir. Pada bagian ini dapat dimuat hal-hal yang berkaitan dengan anggapan dasar atau fakta yang dipandang benar tanpa adanya verifikasi dan keterbatasan, yaitu aspek-aspek tertentu yang dijadikan kerangka berpikir. Selanjutnya dilakukan analisis masalah dan variabel (topik kajian) yang terdapat dalam judul kajian. Analisis masalah menghasilkan variabel dan hubungan antar variabel. Selanjutnya dilakukan analisis variabel dengan mengajukan pertanyaan mengenai masing-masing variabel dan pertanyaan yang berkaitan dengan hubungan antar variabel. Analisis ini diperlukan untuk menyusun alur berpikir dalam memecahkan masalah.<sup>43</sup>

#### B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia, berdasarkan pada penciptaan gambar *holistic* yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan disusun dengan latar belakang ilmiah. yakni dengan menganalisis praktik inovasi produk dan pemasaran model *Event* dalam mempertahankan kearifan lokal.

---

<sup>43</sup> Tim penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 46.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif, yaitu sebagai kegiatan yang meliputi pengumpulan data dalam rangka menjawab pertanyaan yang menyangkut keadaan pada waktu yang sedang berjalan dari pokok suatu penelitian. Jadi, jenis metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati, diarahkan dari latar belakang individu secara utuh (*holistic*) tanpa mengisolasi individu dan organisasinya dalam variabel tetapi memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Melalui jenis penelitian deskriptif dengan menerapkan pendekatan kualitatif, pendekatan ini bertujuan untuk menjelaskan tentang Inovasi Produk dan Pemasaran Model *Event* Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.

### **C. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian menunjukkan dimana lokasi penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah Penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks dan sebagiannya), dan Unit analisis.<sup>44</sup>

Penelitian ini akan dilakukan di Kampung Tahu yang terletak di Jl. Alisakti, Desa Gitik, Kecamatan Rogojampi, Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur.

Adapun alasan memilih lokasi penelitian tersebut dikarenakan kampung tahu adalah lokasi yang memanfaatkan sebuah festival untuk

---

<sup>44</sup>Tim penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 46.

mempertahankan kearifan lokal dan memasarkan produk tahu yang beranekaragam. Dengan membangun Festival kuliner dapat meningkatkan kesejahteraan, kemandirian, dengan memanfaatkan potensi yang sudah ada.

#### **D. Subyek Penelitian**

Untuk mendukung data yang peneliti perlukan, maka dalam penelitian ini pencarian dan pengumpulan data diperoleh dari informasi dengan menggunakan purposive. Yaitu Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.<sup>45</sup>

Maksudnya adalah peneliti hanya memilih informan dengan kriteria tertentu dari orang yang paling tahu terhadap fenomena disertai alasan mengambil fenomena tersebut.

Dalam penelitian ini yang menjadi informan utama adalah sebagai berikut:

1. Pembina Organisasi Rengit (Bapak Iwan Wasito)
2. Pihak Penyelenggara Festival yaitu Pengurus Organisasi Rengit (Sinta)
3. Pelapak 1 di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono (Ibu Sriwati)
4. Pelapak 2 di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono (Ibu Sri)
5. Pelapak 3 di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono (Ibu Nita)

---

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2021), 289.

6. Konsumen di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono  
(Hani)
7. Konsumen di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono  
(Dea)

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian ini adalah mendapatkan data. Pada bagian ini diuraikan Teknik pengumpulan data yang akan digunakan, misalnya observasi partisipatif, wawancara, terstruktur, dan dokumentasi.<sup>46</sup>

Tanpa mengetahui Teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Ada beberapa metode dalam proses pengumpulan data yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Dalam pengertian yang sederhana, observasi meliputi kegiatan pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian – kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena – fenomena yang diminati.

Teknik yang digunakan dalam observasi ini adalah observasi partisipatif pasif (*passive participation*) yakni peneliti datang di tempat

---

<sup>46</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 47.

kegiatan objek yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.<sup>47</sup>

## 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara semi terstruktur. Dalam pelaksanaannya lebih bebas daripada teknik terstruktur. Tujuan dari wawancara semi terstruktur yaitu untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, yang mana pihak informan yang diwawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.<sup>48</sup>

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.<sup>49</sup>

Penggunaan teknik ini digunakan untuk memperoleh data-data berupa catatan tertulis maupun peristiwa tertentu yang dapat digunakan untuk mendeskriptifkan data terkait Inovasi Produk dan Pemasaran Model *Event* Di Kampung Tahu.

---

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2021), 229.

<sup>48</sup> *Ibid.*, 306.

<sup>49</sup> *Ibid.*, 314.



## F. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>50</sup>

Dalam penelitian analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus dan tuntas sehingga datanya sudah lengkap.

### 1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Kegiatan utama pada penelitian adalah menumpulkan data. Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/objek yang diteliti, semua yang dilihat dan di dengar direkam semua. dengan demikian peneliti memperoleh data yang sangat banyak dan bervariasi.<sup>51</sup>

### 2. *Data Reduction* (reduksi data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti turun ke lapangan, maka jumlah data yang diperoleh semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum,

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 320.

<sup>51</sup> *Ibid.*, 322.

serta memilih hal-hal pokok, memfokuskan hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.<sup>52</sup>

### 3. Data *Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart*.<sup>53</sup>

### 4. *Conclusion drawing/ Verification*

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif yakni penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung dengan bukti-bukti yang telah valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang didapatkan yaitu kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan

---

<sup>52</sup>Ibid., 323.

<sup>53</sup>Ibid., 325.

sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian di lapangan.<sup>54</sup>

### **G. Keabsahan Data**

Keabsahan data bertujuan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar – benar sebuah penelitian ilmiah, sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode triangulasi sumber, yang mana untuk menguji Kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan sumber-sumber data tersebut.<sup>55</sup>

### **H. Tahap – Tahap Penelitian**

Beberapa tahapan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti diantaranya:

#### **1. Tahap Pra Lapangan**

Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah mencari permasalahan dan mencari referensi terkait. Peneliti mengambil permasalahan mengenai “Inovasi Produk Dan Pemasaran Model *Event* Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.”

---

<sup>54</sup>Ibid., 329.

<sup>55</sup>Ibid., 369.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Setelah mendapatkan izin penelitian, peneliti akan memasuki objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan observasi dan wawancara untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam model *Event*.

## 3. Tahap Penyusunan Laporan

Setelah peneliti mendapatkan data, dan data tersebut sudah dianalisis, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat laporan penelitian. Laporan penelitian tersebut kemudian diserahkan kepada dosen pembimbing untuk dikoreksi dan direvisi jika ada kesalahan dan kekurangan.



## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Profil Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi**

Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi yang berada di wilayah tengah Kabupaten Banyuwangi, Memiliki arti strategis karena wilayah ini merupakan kawasan desa persawahan yang memiliki tingkat kesuburan tanah yang tinggi, sehingga sangat memungkinkan untuk pengembangan komoditas tanaman pangan seperti padi, kedelai, jagung, melon, semangka, cabai merah besar dan sayur-sayuran.

Desa gitik merupakan dataran rendah yang luasnya mencapai 125,95 Ha, dari luas tersebut digunakan untuk persawahan sebanyak 83,49 Ha atau 66,29 persen, pekarangan seluas 6,4 Ha atau 5,08 persen, dan yang digunakan untuk pemukiman mencapai 8,57 Ha atau 6,80 persen, sedangkan sisanya yang mencapai 27,49 Ha atau 21,83 persen merupakan fasilitas umum seperti jalan, lapangan, kuburan, tempat ibadah, sekolah, sungai dan prasarana lainnya.

Lahan persawahan yang mencapai 66,29 persen merupakan sawah irigasi teknis yang mampu ditanami tanaman pangan berupa padi dan polowijo sebanyak tiga kali masa tanam setahun, hal ini karena didukung adanya sungai-sungai yang mengalir sepanjang tahun diantaranya sungai racek, cerme, yang berada di bagian selatan dan sungai kemuning, kalai bukung yang berada di sebelah utara meskipun dimasa-masa musim

kering/ panas mengalami penurunan debit airnya. Dari luas lahan sawah 83,49 Ha mampu ditanami padi sebanyak tiga kali tanam dan polowijo sebanyak satu kali tanam. Produktifitas tanaman padi mencapai 2,8 ton per hektar, Lahan pekarangan luasnya hanya 6,4 hektar merupakan perkebunan rakyat dengan komoditas yang ditanam sebagian besar adalah kelapa dan jenis kayu-kayuan seperti sengon, jabon dan jati.

Desa Gitik merupakan desa persawahan sangat memungkinkan untuk usaha peternakan, karena dari lahan sawah selalu menyediakan pakan ternak berupa rumput yang sangat melimpah. Usaha peternakan yang ada masih berskala kecil/perorangan sehingga keberadaannya tidak mengganggu terhadap lingkungan, bahkan dari limbah usaha ternak diproses menjadi kompos yang sangat dibutuhkan oleh petani guna pemupukan tanaman baik tanaman pangan maupun tanaman perkebunan. Potensi sumber daya air di Desa Gitik terdapat empat sungai yang mengalir sepanjang tahunnya diantaranya sungai Cerme, Racek, Kemuning dan Kali Bukung. Dari kedua sungai tersebut mampu mengairi semua sawah-sawah yang berada di Desa Gitik.

Ketersediaan ruang publik di Desa sangat terbatas yaitu hanya ada satu lapangan olahraga yang luasnya mencapai 400 m<sup>2</sup>, keberadaan lapangan olahraga ini sangat penting karena dimanfaatkan untuk aktifitas generasi muda dalam meningkatkan prestasinya, juga untuk Ruang Terbuka Hijau (RTH) dan untuk aktifitas yang lain.

Penduduk Desa Gitik Sebagian besar adalah etnis Using yang merupakan suku asli Banyuwangi, namun masih bisa membaur dengan etnis yang lainnya, hal ini dapat dilihat dari tidak adanya kejadian-kejadian yang berbaur sara.<sup>56</sup>

## **2. Profil Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) Dan Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi**

Terbentuknya Organisasi Rengit pada tahun 1990 tetapi pada saat itu masih bernama organisasi Rengit (Remaja Nekat Gitik Timurejo). Organisasi Rengit (Remaja Nekat Gitik Timurejo) dibentuk oleh pemuda-pemuda yang berada di Desa Gitik Dusun Timurejo. Namun, Pada saat itu Organisasi Rengit sempat vakum karena beberapa senior banyak yang merantau. Sebab itu Organisasi Rengit tidak ada yang mengurus jadi sempat vakum untuk beberapa tahun. Pada awal Desember 2018 Bapak Iwan Wasito mengumpulkan remaja-remaja Desa Gitik Dusun Timurejo dan berinisiatif untuk membangkitkan kembali Organisasi tersebut. Pada 28 Desember tahun 2018 bertemu dengan seluruh pengurus Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yang diselenggarakan di kediaman rumah Bapak Iwan Wasito. Beliau mengajukan proposal mengenai Festival Kuliner. Pada keesokan harinya beliau mengadakan rapat kembali dengan warga Dusun Timurejo Desa Gitik Di Mushola Nurul Hikmah dan mendapatkan respon antusias oleh warga setempat.

---

<sup>56</sup><http://desagitik.blogspot.com/2016/09/profil-desa.html>. (di akses pada tanggal 9 Juli 2022).

Sehingga terdapat kesepakatan bersama bahwa tanggal 5 Januari 2019 diselenggarakan *Grand Opening Festival Kampung Tahu*.

Desa Gitik dikenal sebagai penghasil tahu, hal tersebut warga Desa Gitik Dusun Timurejo berinisiatif untuk membuka pasar tradisional aneka olahan yang berbahan dasar tahu. Inisiatif tersebut dilakukan karena warga ingin produk tahu buatan mereka dikenal lebih luas oleh warga karena memiliki ciri khas yakni bertekstur kering namun lembut di dalam. Para perajin tahu di Desa Gitik masih mempertahankan proses pembuatan secara tradisional dan masih mempertahankan kearifan lokal, yakni menggunakan kayu sebagai bahan bakarnya, bahan yang digunakan terbuat dari bahan alami tanpa pengawet. Dengan kekhasan itulah, warga ingin agar tahu yang banyak diproduksi masyarakat Gitik lebih dikenal oleh masyarakat secara luas.

### **3. Visi- Misi Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono**

#### **a. Visi Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono**

Menjadi rujukan Wisata Kuliner di Banyuwangi yang menyediakan tentang pengetahuan dan informasi terkini terkait produk alternatif dan inovatif yang berbahan dasar Tahu yang dapat dijadikan sebagai pedoman dalam pengembangan UMKM, penelitian dan pemberdayaan masyarakat. Serta sebagai media dalam memperkenalkan aneka makanan dan kesenian tradisional khas Banyuwangi.



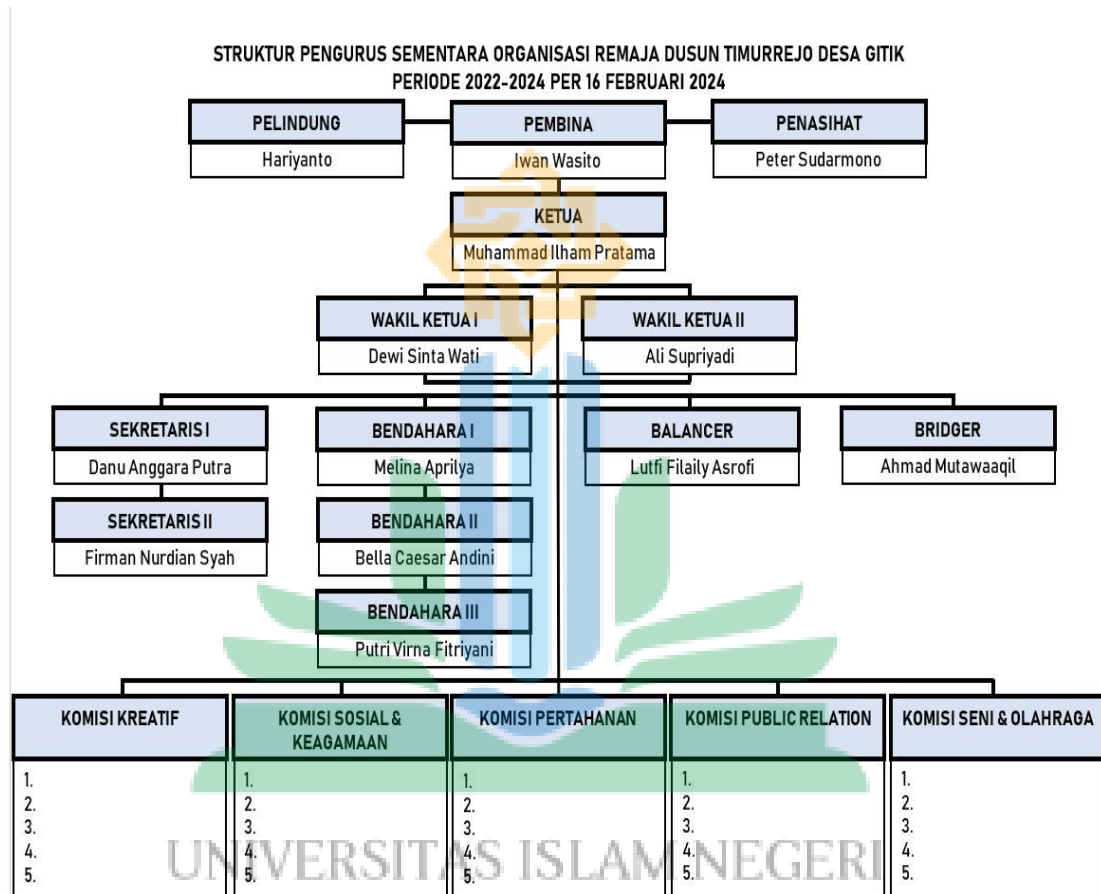
b. Misi Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono

- 1) Menyediakan pengetahuan dan informasi terkini tentang produk alternatif yang berbahan dasar Tahu di Banyuwangi
- 2) Menyediakan sarana diskusi bagi *community of practice* (Cop) untuk menyebarluaskan dan mengembangkan pengetahuan tentang aneka produk olahan makanan Tahu
- 3) Mendukung pelaksanaan praktik produksi makanan tradisional yang inovatif di Banyuwangi
- 4) Menyediakan informasi terkait kandungan gizi dan manfaat Tahu
- 5) Mengedukasi masyarakat mengenai proses pengolahan Tahu sebagai makanan alternatif yang baik sehingga menghasilkan produk inovatif yang memenuhi aspek keamanan pangan dan meminimalisir kehilangan zat gizi dalam makanan
- 6) Mengembangkan UMKM dan pemberdayaan masyarakat Timurejo-Gitik khususnya dalam menambah pendapatan sehari-hari
- 7) Menjadi wadah yang nyaman dalam mempromosikan dan menompang sektor pariwisata di Banyuwangi terutama Wisata Kuliner

**4. Struktur Organisasi Rengit (Reinarnasi Remaja Organisasi Nekat Gitik Timurejo)**

Struktur organisasi mempunyai peran penting dalam menunjang tercapainya tujuan suatu organisasi. Dengan adanya sebuah struktur

organisasi dapat diketahui alur wewenang dan tanggung jawab yang ada dalam organisasi. Ditinjau dalam wewenang dan hubungan kerja organisasi. Berikut merupakan struktur organisasi rengit sebagai berikut:



Sumber: Organisasi Rengit

## B. Penyajian dan Analisis Data

Sebagaimana yang sudah dijelaskan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, serta dokumentasi untuk mendukung penelitian ini. Berikut disajikan data-data hasil penelitian yang berfokus pada masalah sebagai berikut:

Penyajian data merupakan bagian dari menungkapkan data yang dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dalam rumusan masalah serta analisa data yang relevan, adapun penyajian data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Inovasi Produk Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi**

Langkah Sebelum melakukan inovasi produk adalah mensosialisasikan Festival Kuliner Kampung Tahu kepada masyarakat.

Pernyataan ini didukung oleh Bapak Iwan Bapak Iwan Wasito selaku Pembina Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yaitu:

upaya Organisasi Rengit mensosialisasikan Festival Kampung Tahu kepada masyarakat yaitu masyarakat pada saat itu masih belum mengenal yang namanya pamflet jadi pada saat itu masih menggunakan tulisan tangan dan memperkenalkan langsung kepada masyarakat untuk mensosialisasikan kegiatannya. Tetapi disamping itu juga Kepala Dusun Timurejo kebetulan sangat mengerti dengan agenda ini karena setiap Organisasi Rengit melakukan kegiatan selalu konfirmasi ke Bapak Kepala Dusun jadi tidak pernah ketinggalan dengan tokoh-tokoh yang ada di Kampung Desa Gitik ini jadi mempermudah kita menjalin jaringan antara warga masyarakat dengan Organisasi Rengit. Untuk mensosialisasikan Festival Kuliner ini Organisasi rengit *Door To Door* saling menyampaikan dari warga masyarakat satu dengan yang lain. Kalau untuk yang internal kita menyampaikannya sosial kita sendiri tapi kalau untuk yang luar kita sudah menggunakan Medsos.<sup>57</sup>

Hal ini juga selaras dengan hasil wawancara bersama Mbak Sinta selaku pengurus Organisasi Rengit yaitu:

Gini Mbak, Kampung tahu itu berdiri kembali bisa dibilang mas iwan dan pengurusnya waktu itu. Kebetulan saya sendiri bukan termasuk pengurus waktu kampung tahu didirikan. Sehingga saya sendiri

---

<sup>57</sup> Iwan Wasito, *wawancara*, Banyuwangi, 18 Juli 2022

kurang faham awal mula organisasi Rengit mensosialisasikan Festival Kampung tahu. Semenjak ganti kepengurusan saya ikut di dalamnya tetapi bukan pengurus inti. Saya melihat cara mereka mensosialisasikannya dengan menyebarkan brosur pamflet secara online maupun offline, kemudian pembina berupaya untuk mendaftarkan Kampung tahu ke Dispar dan mengikuti sebuah acara sehingga mendapatkan penghargaan, tidak hanya itu pembina juga berupaya untuk mendatangkan Bapak Bupati kebetulan waktu itu masih masa jabatan Bapak Abdullah Azwar Anas dengan penuh perjuangan tanpa adanya bantuan dari pihak desa dan kecamatan, sehingga pembina mencoba mencari tau sendiri pihak pihak yang bisa untuk dihubungi terkait kunjungan Bupati dan Alhamdulillah Bupati bisa datang, sehingga semakin terkenal nama Kampung Tahu dikalangan masyarakat Rogojampi karena sudah pernah didatangi oleh Bapak Bupati, selain itu kampung tahu juga join di acara *launching arabian street food*, dikampung tahu dulu awal *launching* sampai sesi keberapa gitu selalu menampilkan pertunjukan seni sehingga banyak warga masyarakat pecinta seni mengunjungi kampung tahu juga. Itu juga adalah bentuk sosialisasi organisasi rengit untuk memperkenalkan Kampung Tahu. Kalo pengurus sebelumnya itu beda cerita karena masa jabatan mereka hanya selesai pada waktu pendaftaran nama dan mendapatkan penghargaan Setelah itu ganti kepengurus selanjutnya yang di datangi oleh Bupati. Oh iya. Kita juga didatangi tim apa gitu sehingga pembina waktu itu diwawancara dan masuk TV tetapi kepengurusan Organisasi Rengit yang pertama.<sup>58</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa sebelum melakukan inovasi produk dan pemasarannya mereka mensosialisasikan terlebih dahulu agar mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan cara mensosialisasikan dengan menggali potensi yang sudah ada di Desa Gitik maka selanjutnya seorang pelaku UMKM harus berpikir secara kreatif dan inovatif untuk meningkatkan kinerja usahanya agar bisa bersaing dengan UMKM yang lain.

Desa Gitik dikenal sebagai penghasil tahu, hal tersebut warga Desa Gitik Dusun Timurejo berinisiatif untuk membuka pasar tradisional aneka

<sup>58</sup> Sinta, wawancara, Banyuwangi, 06 September 2022

olahan yang berbahan dasar tahu. Inisiatif tersebut dilakukan karena warga ingin produk tahu buatan mereka dikenal lebih luas. Tetapi seiring dengan waktu Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono melibatkan para UMKM yang lain agar berjualan di kampung tahu.

Penjelasan ini disampaikan oleh Bapak Iwan Wasito selaku Pembina Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yaitu:

Dari segi produk yang dijual cara meyakinkan para pelapak terkait Festival Kuliner Kampung Tahu yaitu karena dulu awal konsepnya adalah Kuliner Tahu kemudian dimusyawarahkan banyak yang berpendapat bahwa jika kita hanya menjual Produk Tahu bagaimana dengan orang yang punya UMKM lain seperti orang yang jualan nasi, orang yang punya kreativitas jajanan tradisional Banyuwangi. Jadi Organisasi Rengit Pada saat itu awalnya memprioritaskan Produk Tahu di Kampung Tahu dan akhirnya kita tambahi belakangnya yaitu lan sembarang ono jadi sekarang Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yang artinya Tahu dan Semuanya Ada. Jadi disitu sudah melibatkan semuanya orang yang jualan nasi ,jajanan Tradisional Banyuwangi, barbershop, baju, sandal, jadi semuanya yang punya usaha yang sekiranya bisa kita tampilkan di Festival tersebut kita cakup dan kita rangkul. Untuk meyakinkan masyarakat sendiri adalah saling bekerja sama.<sup>59</sup>

Hal ini selaras dengan wawancara Mbak Sinta selaku Pengurus

Organisasi Rengit yaitu:

Festival kita beda. Organisasi Rengit menggunakan sistem apa mata pencaharian yang ada di Desa kita itu yang kita kembangkan. Sehingga orang akan lebih menyukai karena mereka ingin tau produk apa yang bisa dihasilkan selain tahu goreng dan tahu putih, Lebih tepatnya pelapak yakin dengan kreatifitas mereka tidak sama dengan festival yang lain, Jika dibandingkan dengan Festival-Festival yang ada di kecamatan rogojampi kita sampai saat ini masih bertahan.<sup>60</sup>

langkah selanjutnya yaitu berinovasi agar produk yang dihasilkan sesuai dengan tujuan. Inovasi produk merupakan kegiatan yang dilakukan

<sup>59</sup> Iwan Wasito, *wawancara*, Banyuwangi, 18 Juli 2022

<sup>60</sup> Sinta, *wawancara*, Banyuwangi, 06 September 2022

pada produk usaha kecil seperti adanya perbaikan spesifikasi teknis, komponen dan bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk tersebut memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Inovasi produk yang dilakukan dapat berupa pengembangan produk baru, fitur produk, desain dan rancangan produk, perubahan desain, dan penggunaan teknik baru. Dalam menjalankan Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono mempunyai cara agar setiap produk yang mereka hasilkan dapat meningkatkan penjualan terdapat beberapa inovasi yang digunakan untuk mempertahankan kinerja pemasarannya. Inovasi produk diyakini mampu untuk meningkatkan kinerja pemasaran terutama bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk mencapai keberhasilan dan daya saing UMKM yang lain.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Iwan Wasito selaku Pembina Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yaitu:

inovasi yang dilakukan oleh pelapak serta Organisasi Rengit untuk mengembangkan Festival Kuliner Tahu yaitu inovasi dari produknya, inovasi pemasaran, dan inovasi bagaimana para pelapak menampilkan kepada para pengunjung. Jadi setelah acara Organisasi Rengit selalu mengadakan rapat evaluasi apa yang kurang, apa yang harus dipertahankan, apa yang harus diperbaiki mereka sampaikan kepada warga masyarakat. Contohnya mulai dari mendadak informasi akhirnya pengunjungnya minim, produknya kurang banyak lagi variannya, tempatnya kurang bagus. Jadi inovasi yang dilakukan oleh para pelapak yang pertama mereka menyesuaikan kondisi tempat mereka berjualan terlebih dahulu baru disusul oleh promo misalnya beli lima gratis satu, belanja diatas dua puluh ribu pembeli dapat diskon kita sudah terapkan itu. Jadi inovasi selain dari Organisasi Rengit para pelapak juga memikirkan gimana para pengunjungnya bisa nambah setiap edisi dan bisa laku keras. seberapa banyak inovasi yang telah dilakukan oleh pelapak Festival Kuliner Kampung Tahu lan sembarang ono yaitu mulai dari penambahan produk olahan tahu, memperindah area lokasi lapaknya dan pemasarannya lebih diperluas lagi secara *offline* maupun *online*, mengikat dan menarik para pelapak dari luar yang punya relasi dengan para pelapak dari sana jadi kita

memperbolehkan pelapak dari luar sana untuk bisa bergabung ke acara Festival Kuliner Kampung Tahu untuk menambah salah satunya jumlah pelapak dan relasi mereka diluaran sana juga bisa ketarik jadi promonya Organisasi Rengit ada disana. Produk yang dijual di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono setelah adanya pandemi ada dua puluh dua varian tahu karena disini para pelapak dibatasi untuk berjualan. Inovasi produknya ada tahu lahar, pizza tahu, tahu pocong, tahu bayam, tahu setan, nugget tahu, brownis tahu, pudding tahu jadi sesuatu yang tidak pernah ditemukan orang-orang jualan dengan bahan dasar tahu di pinggiran jalan, misalnya kalau orang jualan gorengan pasti yang di temukan kita sudah familiar dengan tahu petis, tahu walik tapi dengan adanya Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono kita ingin lebih mengangkat dari tahu itu bisa menjadi berpuluh-puluh varian. Kita belum menemui pizza, brownis dan pudding berbahan dasar tahu ternyata di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono itu ada jadi varian tahu di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono itu banyak. Produk andalannya yang pasti kalau dari Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono masih mengandalkan produk-produk olahan tahunya untuk yang prioritas. Kalau untuk yang produk yang lain itu yang menjadi andalannya yang ada di tepat kita ini ya jajanan tradisional Banyuwangi kemudian juga ada istilahnya itu pemicatnya orang buat datang kesana ini setiap sesinya Organisasi Rengit selalu mengadakan hiburan yang selalu berbeda ada yang kesenian tradisional, ada yang berbau modern, ada yang istilahnya *mix* antara tradisional dan modern seperti itu. Kalau untuk produknya tahu menjadi prioritasnya itu pasti kalau di suruh nyebutin ya misalnya diminta untuk menyebutkan produk apa sih yang menjadi andalan ini salah satunya produk keluarganya mbak sinta kebetulan ini punya lapak juga tahu laharnya itu buka jam 16.00 WIB gak ada 30 menit langsung ludes terjual habis jadi istilahnya juga bisa dibuat salah satu produk andalan kemudian ada pizza tahu, tahu bayam itu juga laris banget. Kalau untuk dikatakan produk andalan kita masih sangat mengandalkan produk tahunya karena Organisasi Rengit tetap mempertahankan namanya juga Festival Kampung Tahu prioritas pertama yang berbahan dasar tahu kita taruh yang paling atas, untuk mempertahankan Kualitas rasa para pelapak meracik dan menciptakan produk tersebut secara individual dan secara bersama jadi ketika produk itu mereka sudah menguasai mereka akan memproduksi secara individu tapi kalau produk itu dirasa baru yang contohnya brownis tahu itu kan di luaran sana masih belum ada jadi beberapa pelapak ini istilahnya membuat sebuah kerja sama supaya rasanya ini dimana tahu menjadi sebuah brownis bisa dinikmati oleh pengunjung nantinya, Jadi mereka bikin sendiri kemudian dengan cita rasa yang sudah dilakukan beberapa kali percobaan kemudian ditester sebelum dijual pasti dan tahunya tidak akan pernah ketinggalan untuk dimasukkan kedalam produk tersebut



kan misalnya ada nih brownis tahu identik kan brownis itu kan manis tapi ketika dimasukkan produk tahu gimana ya rasanya itu sudah dilakukan percobaan dan tester sebelum benar-benar dijual. Jadi untuk masalah kualitas rasa dan bahan dasarnya itu para pelapak sangat bisa mempertanggungjawabkan produk tersebut.<sup>61</sup>

Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan pendapat yang disampaikan oleh Mbak Sinta selaku Pengurus Organisasi Rengit yaitu:

Mengenai inovasi kalau dari pelapak kami menghimbau untuk selalu menambah varian olahan tahu agar kreasi tahu semakin meningkat. Kalau dari organisasi kami membuat konsep area kampung tahu dengan tema yang berbeda beda, dan ada spot foto yang bisa digunakan untuk pengunjung sehingga pengunjung tertarik untuk datang lagi ke kampung tahu. Sebelum adanya pandemi inovasi olahan produk tahunya kurang lebih ada 50 inovasi varian tahu yang dijual di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono. Beberapa produk yang dijual di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono ada Tahu lahar, Tahu bayam, Tahu isi lare, Pizza tahu, Tahu walik, Rolade sosis tahu, Nugget tahu, Tahu crispy, Kripik tahu, Tahu lumut. sebelum menentukan varian tahu yang dijual mereka mencoba dulu untuk dirasakan untuk dibuat tester.<sup>62</sup>

Pernyataan tersebut juga didukung oleh Ibu Sriwati selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

inovasi produk saya yaitu sama-sama olahan dari tahu tetapi belum ada yang menciptakan olahan produk tahu tersebut. Produk saya juga sudah bisa *frozenfood*. Inovasi produk saya yaitu tahu lahar, tahu lumut dan nugget tahu. pertama sebelum produk dijual itu kan diuji coba atau buat tester gimana tentang rasanya. Kalau di-rasa sudah siap dijual maka pakai resep itu. Jadi, setiap jualan resep yang dipakai yang sudah teruji sehingga untuk rasa bisa dipastikan tetap seperti pertama kali konsumen coba. Kalau cara pembuatan untuk tahu lahar yang pertama tahu segitiga disobek bawahnya diisi petis dan daging kemudian dimasukkan ke tepung terigu basah kemudian dilumuri vanir kemudian digoreng. Kalau cara proses pembuatan tahu lumut yaitu tahu putih di hancurkan di campur agar-agar saset yang sudah dikasih air diaduk-aduk di panci panas kemudian setelah menggelembung dimatikan dipindah ke Loyang. Kalau nugget tahu Proses pembuatannya sama kaya nugget biasanya cuma untuk bahannya pake tahu bukan daging.<sup>63</sup>

<sup>61</sup> Iwan Wasito, *wawancara*, Banyuwangi, 18 Juli 2022

<sup>62</sup> Sinta, *wawancara*, Banyuwangi, 06 September 2022

<sup>63</sup> Sriwati, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Oktober 2022



Didukung juga oleh Ibu Sri selaku Pelapak di Festival Kuliner

Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

produknya itu dari Tahu yang saya bikin waktu acara Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yang pertama saya bikin olahan yaitu tahu bayam, tahu isi, nugget tahu, tahu walik punya Ibu cuma itu. produknya itu dari Tahu yang saya bikin waktu acara Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yang pertama saya bikin olahan yaitu tahu bayam, tahu isi, nugget tahu, tahu walik punya Ibu cuma itu. Beberapa produk yang paling banyak diminati dari produknya ibu ya tahu bayam, karena di Rogojampi yang jualan produk tahu bayam itu tidak ada jadi adanya cuma di Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono adanya satu bulan sekali, jadi Alhamdulillah banyak yang peminatnya. beberapa produk yang paling banyak diminati dari produknya ibu ya tahu bayam karena di Rogojampi yang jualan produk tahu bayam itu tidak ada jadi adanya cuma di Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono adanya satu bulan sekali, jadi Alhamdulillah banyak peminatnya. ya itu saja sudah awalnya tahu bayam dibuat cuma gitu saja tetapi kata si pembeli kurang enak jadi saya marinasi lagi jadi tahunya yang putih itu saya kasih penyedap rasa saya rendam lama-lama kan rasanya terasa. Dulu pertama saya bikin gak terasa cuma terasa bumbu yang diluar saja yang didalam itu enggak jadi kurang enak jadi saya marinasi dulu terus didalamnya saya kasih gilingan daging. Dulu pertama kali saya liat di daerah Wonosobo dan saya pernah beli tahu bayam tetapi cuma tahu dibalur sama bayam udah gitu aja lalu digoreng dengan tepung adonan. Lalu saya ber inovasi sendiri saya tambah dengan gilingan adonan pentol jadi tambah enak tahu bayamnya, jadi sekarang banyak yang nyari.<sup>64</sup>

Didukung juga oleh Ibu Nita selaku Pelapak di Festival Kuliner

Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

Kalau untuk inovasi produk mengembangkan produknya itu belum ada pelatihan UMKM jadi saya manual saja sebisanya. inovasi pemasaran yang saya gunakan yaitu dengan cara lewat *online* saya antar sendiri. kalau sekarang kan lewat *handphone online* pamflet saya sebar di *facebook*, *instagram* dan *whatsapp*. kalau untuk olahan tahunya ada tahu walik, pepes tahu, nugget tahu, tahu wortel, dan macem-macem, kalau selain produk olahan tahunya ada sosis bakar, es, es campur dan nasi juga. Kalau pas waktu acara Festival Kuliner Kampung Tahu kan semuanya serba tahu harus ada produk tahunya gitu. kalau produk

<sup>64</sup> Sri, wawancara, Banyuwangi, 07 Agustus 2022

yang paling diminati oleh konsumen ya ayam geprek, jadi meskipun disini Festival Kampung Tahu tetapi yang dijual bukan hanya produk tahu saja.<sup>65</sup>

Didukung juga oleh Hani selaku Konsumen di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

Kalo dari pandangan saya sebagai konsumen di Festival tersebut senang ya mbak, kebetulan juga rumah saya dekat dengan Festival tersebut, makanan yang disajikan juga olahan Tahu yang bermacam-macam yang tidak saya temukan di luaran, seperti Nugget Tahu, Pizza Tahu. Produk yang pernah saya beli ada Tahu Bayam, Nugget Tahu, Pudding Tahu dan Tahu Walik Mbak.<sup>66</sup>

Didukung juga oleh Dea selaku Konsumen di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono Yaitu:

Produk yang dijual di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono sangat bervariasi ada yang jual Pizza Tahu, Tahu Walik, Pepes Tahu dan masih banyak lagi mbak, produk yang pernah saya beli ada beberapa diantaranya Tahu Walik, Tahu Isi, Tahu Kocek, dan Nugget Tahu.<sup>67</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa inovasi produk sangat penting agar produk yang dihasilkan lebih beranekaragam. penerapan inovasi yang dilakukan oleh organisasi rengit dan pelapak dalam Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono mereka menerapkan inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, inovasi jasa dan inovasi organisasi.

<sup>65</sup> Nita, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Agustus 2022

<sup>66</sup> Hani, *wawancara*, Banyuwangi, 05 Januari 2023

<sup>67</sup> Dea, *wawancara*, Banyuwangi, 05 Januari 2023

## 2. Pemasaran Model *Event* di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi

Pemasaran yaitu usaha untuk dapat memenuhi sebuah kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap suatu produk dan jasa. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan cara penyebaran pemasaran itu sendiri atau disebut dengan bauran pemasaran. hal ini sejalan dengan teori yang ada yaitu produk, harga, promosi, tempat dan distribusi, proses, orang dan bukti fisik agar masyarakat menggunakan barang dan jasa tersebut.

### a. Produk (Product)

Produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Konsumen tidak hanya membeli fisik produk dari produk itu sendiri tetapi membeli *benefit* dan *value* dari produk tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Iwan Wasito selaku Pembina Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yaitu:

produk tahu yang dijual di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono ini sebenarnya Organisasi Rengit ingin menyesuaikan dengan *trend* tetapi ketrampilannya belum sampai sana. Organisasi Rengit pernah mau di undang di Pendopo oleh ibu Ipuk (Bupati Banyuwangi) pada bulan September 2020 karena ibu Ipuk pernah berkunjung di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono. Ibu Ipuk sendiri ingin memberikan pelatihan kepada Pelapak bahwa produk tahu ini bisa dijadikan *Frozenfood* agar bisa dikirim ke luar Kabupaten, tetapi karena kesibukan ibu Ipuk sampai saat ini belum di panggil. Jadi untuk saat ini dan sejauh ini para pelapak mengikuti *trendnya* bukan hanya sebatas yang ada dilapangan tetapi sebisa dari para pelapaknya kemudian juga menyesuaikan kebutuhan yang sekiranya yang paling laku dan paling diminati seperti Pizza Tahu itu peminatnya seperti apa jadi di luaran sana tetap kita lihat apa saja yang

lagi *ngetrend* semisal Brownis Tahu, Nugget Tahu atau yang lainnya juga penyesuaian dari kemampuan para pelapak mengolahnya seperti apa, ketrampilan Organisasi Rengit itu juga dibutuhkan tetapi sejauh ini inovasi atau mengikuti *trend* itu menyesuaikan kondisi.<sup>68</sup>

Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan pendapat yang disampaikan oleh Mbak Sinta selaku Pengurus Organisasi Rengit yaitu:

“Produknya bisa dikatakan mengikuti *trend* karena ada salah satu pelapak yang menjual produk varian tahu yang dioleh seperti makanan saat ini.”<sup>69</sup>

Didukung oleh Ibu Sriwati selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

“Produk saya termasuk mengikuti *Trend* yang ada pada saat ini karena produk saya sudah bisa *frozenfood*.”<sup>70</sup>

#### b. Harga (*Price*)

Strategi penerapan harga sangat signifikan dalam keputusan pembelian pada konsumen dan mempengaruhi *Image* produk. Kebijakan strategi dan taktik seperti tingkat harga, syarat, pembayaran dan diskon menjadi pertimbangan konsumen memilih produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Iwan Wasito selaku Pembina Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yaitu:

Kalau untuk menerapkan harganya pelapak itu kan misalnya mau jual produknya jadi di itung-itung dulu beli tahunya berapa, cabainya berapa, intinya beli bahan-bahannya berapa kemudian jadi berapa buah produk itu misalnya Pizza Tahu jadi berapa irisan kayak gitu nanti disesuaikan harganya jadi berapa kalau misalnya terlalu mahal berarti ukurannya diperkecil kalau emang nanti tidak mengikuti modalnya berarti agak diangkat harganya jadi

<sup>68</sup> Iwan Wasito, *wawancara*, Banyuwangi, 18 Juli 2022

<sup>69</sup> Sinta, *wawancara*, Banyuwangi, 06 September 2022

<sup>70</sup> Sriwati, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Oktober 2022

penyesuaian dengan bahan dasar yang mereka bikin dengan nanti jadinya berapa produk dengan kualitas rasa yang diberikan.<sup>71</sup>

Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan pendapat yang disampaikan oleh Mbak Sinta selaku Pengurus Organisasi Rengit yaitu:

Cara menentukan harga produknya yaitu karena kebanyakan yang jual ibu-ibu. Mereka tidak tau bagaimana rumus dari menentukan harga jual. Mereka menggunakan kemampuan terbatas mereka dengan menentukan berapa total biaya keseluruhan dalam proses produksi dibagi berapa produk yang jadi kemudian ditambah biaya tenaga kerja mereka.<sup>72</sup>

Didukung oleh Ibu Sriwati selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

“Cara saya menentukan harga yaitu saya lihat dulu biaya yang dikeluarkan ditambah keuntungan yang ingin di dapat dari biaya yang dikeluarkan”.<sup>73</sup>

Didukung juga oleh Ibu Sri selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

cara saya menerapkan harga ya nanti kalau masalah produk tahu dengan harga saya kondisikan kalau memang kedelai itu mahal saya kan bikin sendiri kan tahunya bukan beli jadi enak kalau beli kan agak mahal kalau bikin sendiri itu enak jadi saya beli kedelai terus saya bikinkan ke pembuat tahu jadi hasilnya agak banyak. Cuma untuk produknya saya kurangi irisannya saja diperkecil tapi tidak terlalu kecil sih saya akalannya dari situ jadi menambahi harga itu biar sama biar ada pendapatan. Untuk harga produk saya semua dari harga Rp 1.000.00 standar aja sudahkan untuk wilayah desa wilayah perdesaan ginikan kampung lah ya Rp 1.000.00 itu udah.<sup>74</sup>

Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Nita selaku pelapak di Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

kalau dulu untuk harga tahu walik Rp. 500.00 sekarang semuanya kan naik jadi Rp. 2.000.00 dapat 3, ada juga yang Rp. 1000.00.

<sup>71</sup> Iwan Wasito, *wawancara*, Banyuwangi, 18 Juli 2022

<sup>72</sup> Sinta, *wawancara*, Banyuwangi, 06 September 2022

<sup>73</sup> Sriwati, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Oktober 2022

<sup>74</sup> Sri, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Agustus 2022

kalau untuk jualan selain olahan tahu dulu untuk harga nasi awalnya dulu saya menentukan harga sebelum apa-apa naik itu harga Rp. 5.000.00 sudah dapat nasi ada *Kentucky*, sayuran (terong, timun), tempe sama sambel sepaket itu Rp. 8.000.00 terus naik-naik jadi Rp. 10.000.00 juga tergantung dagingnya kalau dada Rp. 10.000.00 kalau paha Rp. 12.000.00 itu sudah sepaket. Kalau dulu biasanya orang cari lauknya saja ya kalau untuk lauknya harganya Rp.8.000.00. tetapi kalau untuk di Desa untuk harga naik dari harga Rp. 12.000.00 kayaknya tidak bisa karena dilihat dari jualannya di dalam Kampung. Jadi untuk harganya mengikuti pasarnya orang-orang sini. Kalau dijual lebih murah dari mereka nanti disangka merusak pasarannya, harganya, tetapi kalau naik nanti pelanggan kita yang lari jadi kita mengikuti saja yang ada disini.<sup>75</sup>

Didukung juga oleh Hani selaku Konsumen di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono Yaitu:

“Untuk harganya dibilang cukup terjangkau mbak”<sup>76</sup>

Didukung juga oleh Dea selaku Konsumen di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono Yaitu:

“Harganya masih terjangkau mbak karena sesuai dengan kondisi masyarakatnya mbak, kadang pelapak memberikan diskon diatas pembelian berap gitu mbak”<sup>77</sup>

### c. Promosi (*Promotion*)

Promosi meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Iwan Wasito selaku Pembina Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yaitu:

Promosinya dilakukan secara *online* dan *offline* jadi Organisasi Rengit H-14 hari sudah punya pamflet yang siap untuk disebarluaskan secara online, Organisasi Rengit juga mempunyai

<sup>75</sup> Nita, wawancara, Banyuwangi, 07 Agustus 2022

<sup>76</sup> Hani, wawancara, Banyuwangi, 05 Januari 2023

<sup>77</sup> Dea, wawancara, Banyuwangi, 05 Januari 2023

media sosial secara pribadi dari Kampung Tahu tersebut dari Instagram, Facebook dan whatsapp masing-masing secara *online* saya rasa tidak mempunyai kendala. Yang menjadi permasalahan sejauh ini sekitar Tiga tahun yaitu promosi secara *offline* yang agak susah karena meyakinkan orang luar Rogojampi untuk bisa datang ke Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono sepertinya minim bukan minim tetapi untuk menggapainya itu seperti masih terdapat kesulitan. Kita pernah sebar brosur dari *pamflet* secara *online* itu kita cetak lalu kita sebar di pasar, stasiun dan sekolah-sekolah itu masih kurang berdampak maksimal. Jadi Organisasi Rengit sekarang lebih berfokus main sebar *online* karena mengikuti dunia kan sudah era digital jadi Organisasi Rengit harus lebih main-main di *online*.<sup>78</sup>

Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan pendapat yang disampaikan oleh Mbak Sinta yaitu:

“Promosi yang kita lakukan dengan cara membuat pamflet lalu disebar di media sosial sebelum diadakannya Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono mbak.”<sup>79</sup>

Didukung juga oleh Ibu Sriwati selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

“Promosi yang saya lakukan sejauh ini masih melalui media sosial dan mengajak saudara saya untuk datang ke festival Kuliner”.<sup>80</sup>

Didukung juga oleh Ibu Sri selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

Cara saya mempromosikan jualan olahan tahu saya dengan cara pasang pamflet yang sudah dibuat oleh Organisasi Rengit saya sebar lewat media sosial saya. Cara promosi saya jugawaktu prepare pas waktu penjualan saya kan orang Tanya apa ini Tahu bayam kan tidak ada orang yang mengerti ya saya jelaskan gitu kemudian saya suruh cicipin terlebih dahulu tidak usah membayar jadi orang-orang nyicipi kalau enak nanti orang-orang pada beli gitu.<sup>81</sup>

<sup>78</sup> Iwan Wasito, *wawancara*, Banyuwangi, 18 Juli 2022

<sup>79</sup> Sinta, *wawancara*, Banyuwangi, 06 September 2022

<sup>80</sup> Sriwati, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Oktober 2022

<sup>81</sup> Sri, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Agustus 2022

Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Nita selaku pelapak di Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

Cara promosi saya lewat online saya ajak saudara teman saya suruh datang pas waktu acara Festival Kuliner. kalau untuk melayani konsumen kita memberikan *free* ongkir area Rogojampi, kalau untuk luar Rogojampi saya minta ongkir Rp. 5.000.00 ongkos ganti capeknya, jadi yang beli jarang orang sini pasti orang luar karena saya pemasarannya lewat *online* jadi saya anter sendiri sama temen saya.<sup>82</sup>

d. Tempat dan Distribusi (*Place*)

Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara menyampaikan jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Iwan Wasito selaku Pembina Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yaitu:

“Untuk lokasi Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono sudah tersedia di google maps jadi Kampung Tahu itu jika digoogle maps sudah ada gambarnya tahu kuning simbolnya rumah dan dibawahnya Tahu warna kuning”.<sup>83</sup>

Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan pendapat yang disampaikan oleh Mbak Sinta selaku Pengurus Organisasi Rengit yaitu:

“Kalau untuk lokasi Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono sudah tercantum di google maps”.<sup>84</sup>

<sup>82</sup> Nita, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Agustus 2022

<sup>83</sup> Iwan Wasito, *wawancara*, Banyuwangi, 18 Juli 2022

<sup>84</sup> Sinta, *wawancara*, Banyuwangi, 06 September 2022



e. Proses (*Process*)

Proses produksi atau operasional merupakan faktor penting bagi konsumen. Misalnya staf melayani mereka dan lamanya menunggu selama proses produksi

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Iwan Wasito selaku Pembina Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yaitu:

Meskipun kondisi saat ini ada peraturan *new regulation* yang menyatakan bahwa kita sudah bisa buka masker ditempat umum tapi kita tetap mendapatkan himbauan dari Dinas-Dinas terkait dari Dispar dari Tim Gugus dari Kecamatan dari Desa tetap kita mengindahkan protokol kesehatan jadi cuci tangan masih ada masker masih kita terapkan baik itu pelapak, panitia dan juga pengunjung supaya apa ya istilahnya gini kita tidak mengabaikan habis pandemi yaudah yuk kita ga usah pakai masker gitu. satu itu peraturannya yang kedua untuk saling menjaga kalau nanti misalnya muncul plaster terbaru dari Kampung Tahu kita juga yang susah Organisasi Rengit yang bingung begitu istilahnya Prokes tetap kita jalankan meskipun di era yang sudah kembali normal seperti ini begitu.<sup>85</sup>

Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan pendapat yang disampaikan oleh Mbak Sinta selaku Pengurus Organisasi Rengit yaitu:

“Untuk penyelenggara, pelapak dan pengunjung Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono masih menerapkan protokol kesehatan meskipun covid sudah membaik tetap kita patuhi prokesnya”<sup>86</sup>

Didukung oleh Ibu Sriwati selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

“Protokol kesehatan tetap kita patuhi”<sup>87</sup>

<sup>85</sup> Iwan Wasito, *wawancara*, Banyuwangi, 18 Juli 2022

<sup>86</sup> Sinta, *wawancara*, Banyuwangi, 06 September 2022

<sup>87</sup> Sriwati, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Oktober 2022

f. Orang (*People*)

Dalam hubungan dengan pemasaran, maka orang yang menangani langsung konsumen dalam aktifitas pemasaran pastinya sangat berpengaruh kepada kualitas jasa itu sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Iwan Wasito selaku Pembina Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yaitu:

“Pelayanan yang diberikan pelapak kepada konsumen yaitu dengan cara melayani dengan sebaik-baiknya, mempersilahkan para pengunjung untuk menikmati makanan yang dibeli ke tempat yang sudah disediakan”.<sup>88</sup>

Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan pendapat yang disampaikan oleh Mbak Sinta selaku Pengurus Organisasi Rengit yaitu:

“Bentuk pelayanan yang diberikan pelapak biasanya mereka mempersilahkan konsumen untuk menikmati makanan yang mereka beli di tempat yang sudah pelapak siapkan”.<sup>89</sup>

Didukung oleh Ibu Sriwati selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

“Pelayanan saya kepada konsumen saya menyediakan tempat dan mempersilahkan pengunjung untuk makan di tempat”.<sup>90</sup>

Didukung juga oleh Ibu Sri selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

“Kalau untuk pelayanan konsumen ya saya banyak senyum aja dah menarik pembeli menawarkan pembeli dengan tester produk secara gratis”.<sup>91</sup>

<sup>88</sup> Iwan Wasito, *wawancara*, Banyuwangi, 18 Juli 2022

<sup>89</sup> Sinta, *wawancara*, Banyuwangi, 06 September 2022

<sup>90</sup> Sriwati, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Ooktober 2022

<sup>91</sup> Sri, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Agustus 2022

g. Bukti Fisik (*Phsycal evidence*)

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi oleh konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Iwan Wasito selaku Pembina Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yaitu:

Untuk penataan *Stand* dulu itu kita menerapkan Tiga area. Tiga area itu yang pertama dari pintu gerbang itu adalah area bagi produk-produk olahan tahu spesial prioritas kedua jajanan Tradisional Banyuwangi, yang terakhir itu lain-lain pelapak yang jualan Baju, Barbershop, Sandal dan lain-lain itu berada dipaling barat paling nomer tiga. Kita sudah memilah-memilah zonasi untuk pelapak ini harus ada dimana jadi mereka yang jualan Produk Tahu harus didepan untuk apa inikan Festival Kampung Tahu orang baru masuk disuguhkan oleh Produk-Produk Tahu semakin masuk kedalam produk tahunya akan semakin yang didalem ini selain tahu jadi kita sudah menerapkan zonasi tersebut sampai saat ini mungkin perubahannya lebih ada di jumlah pelapaknya jadi kalau jumlah pelapaknya bukan berkurang tetapi kondisional misalnya bulan ini si A buka tetapi bulan depan belum tentu buka karena mungkin kondisinya lagi diluar kota atau mungkin lagi sakit jadi kita tetap datang ke beliaunya *door to door* H-14 hari Organisasi Rengit selalu mengkonfirmasi ikut atau enggak seperti itu. Kalau bukti fisik yang ada di area yang kita miliki sudah pasti peralatan pelapak kita punya seperti Meja, Payung, Banner yang diarea Kampung Tahu untuk tempat cuci tangan semuanya masker kita sudah disediakan oleh Dinas Pariwisata pun kita sudah ada jadi secara fisik kita memiliki istilahnya perlengkapan yang dibutuhkan pada saat Festival tersebut berjalan kecuali perlengkapan masak kita masih mengajukan ditahun ini tahun depan baru mendapatkan pelapaknya. Banyak sekali sebenarnya bukti fisiknya yaitu Meja, Payung, Kursi, *soundsystem*, Peralatan kelistrikan seperti lampu mikrofon kita sudah punya sendiri. Kalau bukti fisik dari produknya itu masih kita belum memiliki istilahnya ini dari pelapak si A ini dari si B produk-produknya, produknya ada tetapi kalau untuk istilahnya dikemas seperti apa masih belum karena yang pertama kita terkendala pelatihan dan juga terkendala bahan. Jadi para pelapak sebenarnya ingin menciptakan ini dari beli di lapakku misalnya ada tempat sendiri kemudian ada lapak apa manis manja mungkin ditulisi seperti itu ingin seperti itu tapi karena masih penyesuaian semua lapaknya masih belum demikian jadi istilahnya masih menggunakan

kresek yang sama untuk pengemasannya dari lapak si A si B si C itu masih sama dan untuk pengemasannya masih belum sejauh ini. Dengan diadakan Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono ini memberikan dampak yang dirasakan oleh Organisasi Rengit Juga pelapaknya.<sup>92</sup>

Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan pendapat yang disampaikan oleh Mbak Sinta selaku Pengurus Organisasi Rengit yaitu:

untuk *Stand* barisan paling depan khusus untuk pelapak yang berjualan olahan tahu dan untuk barisan selanjutnya sampai ke belakang yaitu UMKM yang berjualan selain olahan tahu. kalau untuk bukti fisiknya kita mempunyai meja dan payung. kalau dampak untuk Organisasi Rengit sendiri yaitu untuk mengangkat dan memperkenalkan Desa Gitik khususnya agar lebih dikenal oleh masyarakat luar sebagai Kampung Tahu yang mempunyai Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono.<sup>93</sup>

Didukung oleh Ibu Sriwati selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

“Kalau untuk tempat saya berjualan atau *stand* itu dihiasi sesuai tema Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono jadi lebih menarik pengunjung untuk mampir ke tempat saya.”<sup>94</sup>

Setelah melakukan Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono tentu mendapatkan dampak yang dirasakan oleh Organisasi Rengit dan Pelapak. Dampak yang dirasakan tentu ada perubahan dalam segi pendapatan maupun dan jumlah volume penjualan meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Iwan Wasito selaku Pembina Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) yaitu:

<sup>92</sup> Iwan Wasito, *wawancara*, Banyuwangi, 18 Juli 2022

<sup>93</sup> Sinta, *wawancara*, Banyuwangi, 06 September 2022

<sup>94</sup> Sriwati, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Oktober 2022

Dampak pertama yang dirasakan oleh Organisasi Rengit itu dampaknya bagi mereka ini keluar dari masa-masa vakum jadi mereka yang bertahun-tahun tidak pernah ada kegiatan, mereka yang bertahun-tahun istilahnya muncul kepermukaan dengan adanya Festival Kuliner Kampung Tahu lan sembarang ono ini Organisasi Rengit di kenal tidak hanya di Kampung, di Desa, di Kecamatan dan di masyarakat luas di Banyuwangi. Kemudian dampak berikutnya Festival Kuliner Kampung Tahu lan sembarang ono sudah terdaftar di Dinas Pariwisata secara resmi. kemudian Organisasi Rengit sudah pernah kedatangan Bapak Bupati, beberapa Camat dari Kecamatan yang ada di Banyuwangi. Organisasi Rengit juga ikut bazar tingkat Kabupaten di Kampung Arab tahun 2020 dan relasi mereka sudah lumayan banyak, pendapatan mereka untuk kas perputaran keuangan mereka untuk mengadakan kegiatan yang lain juga ada penambahan tidak hanya berdiam diri atau istilahnya tidak ada penambahan apapun pendapatan Organisasi Rengit berputar untuk mengadakan kegiatan-kegiatan yang lain jadi Alhamdulillah dengan ini sangat terbantu untuk mereka ini dikenal orang. Kalau untuk dampak bagi masyarakat sendiri yang pertama sudah sangat jelas penambahan pendapatan bagi beliau-beliau yang memang punya UMKM berjualan berbahan dasar tahu mereka yang punya UMKM selain tahu misalnya yang berjualan baju, nasi, barbershop pun mereka mendapatkan tambahan pendapatan dari kegiatan ini jadi istilahnya untuk Organisasi Rengit juga oke untuk masyarakat juga oke dampaknya dari segi ekonomi sangat membantu sekali.<sup>95</sup>

Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan pendapat yang disampaikan oleh Mbak Sinta selaku Pengurus Organisasi Rengit yaitu:

“Untuk dampak yang dirasakan dari pelapak sendiri yaitu bisa mempunyai tambahan penghasilan sebulan sekali begitu mbak.”<sup>96</sup>

Didukung oleh Ibu Sriwati selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

“Dampak yang saya rasakan dengan adanya Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono ini menambah penghasilan saya sebulan sekali.”<sup>97</sup>

<sup>95</sup> Iwan, *wawancara*, Banyuwangi, 18 Juli 2022

<sup>96</sup> Sinta, *wawancara*, Banyuwangi, 06 September 2022

<sup>97</sup> Sriwati, *wawancara*, Banyuwangi, 07 Oktober 2022

Didukung juga oleh Ibu Sri selaku Pelapak di Festival Kuliner

Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

Untuk dampaknya ya pasti ada orang yang belum tau Desa Gitik identik dengan produk tahunya jadi tahu kalau dampaknya ya ada cuma tidak signifikan. Kalau untuk dampak yang dirasakan yang pertama yaitu jika cuaca cerah maka omsetnya banyak tapi kalau cuacanya agak hujan yaudahlah kan orang kan gak ada yang datang. Kalau dampak dari segi ekonomi dari pendapatan yang didapat ya Alhamdulillah ya adalah hasilnya keringat ada tidak rugi.<sup>98</sup>

Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Nita selaku pelapak di

Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu:

Dampak positifnya lebih rame penjualannya juga lebih banyak omset pun lebih banyak dari biasanya, kalau dampak negatifnya capek gaada yang membantu. Kalau untuk dampak dari segi ekonomi berdampak positif ya alhamdulillah untuk uang jajan lebih bertambah memang kan kita awal pertama ada Festival Kuliner itu untuk menambah penghasilan orang sini jadi siapa yang minat berjualan ya monggo. Dulu awal bukan dari UMKM kita pribadi dari dusun pribadi. Biasanya ada mahasiswa yang ikut berjualan kadang jualan es, burger, macam-macam cemilan yang unik yang sedang trend, unik biasanya mahasiswa ikut, kalau disini warganya butuh pelatihan karena ibu-ibu masakanya sebisanya menurut mereka tidak mengikuti tren yang ada tidak mengikuti pelatihan-pelatihan gak ada, Jadi sebisanya mereka atau ini ada yang jualan ini pasti yang lain juga ikut. Kalau semisal ada pelatihan kan kita kan ikut-ikut saja mau-mau aja kan itu untuk ilmu juga untuk kita juga, Meskipun gak ada Kampung Tahu kan Kampung Tahu cuma diadakan satu bulan sekali tetapi kalau semisal diadakan pelatihan kayak gitu ada seminar bisa bermanfaat untuk sehari-hari.<sup>99</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan

bahwasannya dalam pemasaran model *Event* yakni Festival Kuliner Kampung

Tahu Lan Sembarang Ono pelapak menggunakan bauran pemasaran yaitu

produk, harga, promosi, tempat dan distribusi, proses, orang dan bukti fisik.

<sup>98</sup> Sri, wawancara, Banyuwangi, 07 Agustus 2022

<sup>99</sup> Nita, wawancara, Banyuwangi, 07 Agustus 2022

Dengan adanya Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono ini dapat membantu perekonomian Organisasi Rengit maupun Para Pelakunya.

### **C. Pembahasan Temuan**

Setelah data diperoleh melalui hasil penelitian dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Data tersebut disajikan dan dianalisa melalui pembahasan temuan. Data yang disajikan tersebut merupakan pokok pikiran atau pernyataan-pernyataan dari metode penelitian dan kajian teori yang dibahas pada bagian sebelumnya.

Pembahasan tersebut akan diuraikan dengan temuan-temuan penelitian selama peneliti melakukan wawancara. Fokus penelitian yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

#### **1. Inovasi Produk Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi**

Inovasi merupakan cara untuk terus membangun dan mengembangkan organisasi yang dapat dicapai melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk produk-produk dan pelayanan-pelayanan, pengembangan pasar baru dan memperkenalkan bentuk-bentuk baru organisasi, perpaduan berbagai aspek inovasi tersebut pada gilirannya membentuk arena inovasi.

Sebelum melakukan inovasi produk Organisasi Rengit melakukan Sosialisasi terlebih dahulu. Jika dikaitkan dengan data temuan di lapangan menunjukkan cara organisasi rengit pertama kali mengadakan Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono dengan cara mensosialisasikan terlebih dahulu kepada masyarakat agar mendapatkan izin pendirian Festival setelah

itu mengkonfirmasi kegiatan kepada Bapak Kepala Dusun. Cara mensosialisasikan Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu dengan cara *Door To Door* Menyampaikan kepada masyarakat satu dengan yang lain. Untuk masyarakat luar Desa sudah menggunakan media sosial. Setelah melakukan strategi Organisasi Rengit dan para pelapak melakukan Inovasi Produk agar yang dijual di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono beranekaragam. Jika dikaitkan dengan data temuan di lapangan menunjukkan cara Organisasi Rengit untuk melakukan Inovasi Produk yaitu dengan cara inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, inovasi jasa dan inovasi organisasi.

a. Inovasi produk

Inovasi produk diartikan sebagai proses pengumpulan ide dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dikelola dengan cara baru sehingga mampu memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

Jika dikaitkan dengan data temuan dilapangan yaitu inovasi produk yang dilakukan Organisasi Rengit dan Pelapak Yaitu penambahan produk baru. Banyak diluar sana yang menjual produk tahu akan tetapi di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono ini masih mempertahankan produk yang berbahan dasar tahu juga ingin lebih mengangkat produk olahan tahu itu bisa menjadi berpuluh-puluh varian. Produk olahan tahu yang dijual di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono yaitu produk jarang ditemukan misalnya Pizza Tahu, Brownis Tahu, Puding Tahu, Tahu Setan, Nugget tahu dll.



b. Inovasi Proses

Inovasi proses pada usaha kecil merupakan kegiatan yang dilakukan dalam proses menciptakan barang. Inovasi proses akan dilakukan secara terus menerus dengan berbagai perbaikan dalam proses produksi.

Jika dikaitkan dengan data yang ditemukan dilapangan yaitu untuk mempertahankan kualitas rasa para pelapak meracik dan menciptakan produk tersebut secara individual dan secara bersama jadi ketika produk itu mereka sudah menguasai mereka akan memproduksi secara idividu. Jika dirasa produk itu baru contohnya brownis tahu diluaran sana masih belum ada yang menjual jadi beberapa pelapak melakukan kerja sama supaya rasanya bisa dinikmati oleh pengunjung nantinya. Jadi intinya sebelum produk mereka dijual mereka melakukan uji coba atau tester beberapa kali jika dirasa produk sudah berhasil maka para pelapak siap untuk menjual produknya.

c. Inovasi pemasaran

Inovasi pemasaran digunakan untuk menciptakan ide baru dari produk yang dihasilkan berupa perubahan *design* kemasan, bentuk produk, penempatan produk, promosi dan harga produk. Inovasi pemasaran akan memperluas pasar, meningkatkan konsumsi, membuka pasar baru dan memposisikan produk di pasar dan tujuan akhirnya adalah meningkatkan penjualan.

Jika dikaitkan dengan data yang ditemukan di lapangan yaitu untuk pemasarannya dengan cara *offline* dan *online*. Mengikat dan menarik para pelapak dari luar yang punya relasi dengan para pelapak dari festival yang lain, jadi kita memperbolehkan pelapak dari luar sana untuk bisa bergabung ke acara Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono untuk menambah salah satunya jumlah pelapak dan relasi. Untuk penjualannya kita menerapkan promo misalnya beli lima gratis satu, belanja diatas dua puluh ribu pembeli mendapatkan diskon itu sudah diterapkan.

d. Inovasi jasa

Inovasi jasa merupakan kegiatan yang dilakukan usaha kecil dalam meningkatkan kinerja pelayanan dengan melakukan perubahan dalam melayani pelanggan.

Jika dikaitkan dengan data di lapangan yaitu pelayanan yang dilakukan oleh Organisasi Rengit dan pelapak agar para pengunjung lebih bersemangat datang di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono dengan cara mengadakan hiburan yang selalu berbeda-beda ada kesenian tradisional dan modern juga ada yang *mix* antara tradisional dan modern.

e. Inovasi Organisasi

Inovasi organisasi merupakan perubahan yang dilakukan dalam pengatur kerja untuk mendorong terciptanya sumber daya manusia yang unggul dan kompetitif.

Jika dikaitkan dengan data dilapangan yaitu setelah melakukan acara Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono Organisasi Rengit selalu mengadakan evaluasi apa yang kurang, apa yang harus dipertahankan dan apa yang harus diperbaiki mereka sampaikan kepada warga masyarakat agar Festival Selanjutnya lebih baik lagi.

## 2. Pemasaran Model *Event* Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi

Setelah melakukan inovasi produk langkah selanjutnya yaitu bagaimana memasarkan produk tersebut agar mencapai tujuan yang diinginkan. Bauran pemasaran yaitu suatu kegiatan memasarkan barang atau jasa untuk menarik masyarakat melalui produk, harga, promosi, tempat dan distribusi, proses, orang dan bukti fisik.

### a. Produk

Produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen.

Jika dikaitkan dengan data di lapangan yaitu produk yang dijual di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono sebenarnya melakukan *trend* tetapi terbatas dengan ketrampilan para pelapaknya sehingga sejauh ini para pelapak mengikuti tren dengan sebisanya kemudian menyesuaikan kebutuhan produk yang banyak diminati. Produk yang dijual di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono menjual produk seperti pizza tahu, brownis tahu, tahu petis, tahu lahar dan aneka olahan tahu yang lain selain berjualan produk olahan tahu di

Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono menjual berbagai makanan tradisional Banyuwangi.

b. Harga

Strategi harga sangat signifikan dalam keputusan pembelian pada konsumen dan mempengaruhi *image* produk.

Jika dikaitkan dengan data lapangan yaitu cara penerapan harga yang dilakukan pelapak yaitu dengan menggunakan kemampuan terbatas dengan menentukan berapa total biaya keseluruhan dalam proses produksi dibagi berapa produk yang jadi kemudian ditambah biaya kerja mereka.

c. Promosi

Promosi meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial.

Jika dikaitkan dengan data di lapangan yaitu bentuk promosi yang dilakukan oleh Organisasi Rengit dan Pelapak dengan menggunakan cara *Online* dan *Offline*. Promosi yang dilakukan yaitu dengan membuat pamflet yang siap dipersebarluaskan secara online.

d. Tempat dan distribusi

Tempat dan jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara menyampaikan jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Jika dikaitkan dengan data di lapangan yaitu untuk lokasi Festival Kampung Tahu Lan Sembarang Ono sudah tersedia di Google maps.

Untuk gambarnya tahu kuning simbolnya rumah dan dibawahnya tahu warna kuning.

e. Proses

Proses produksi atau operasional merupakan faktor penting bagi konsumen. Bagaimana cara melayani konsumen selama proses produksi.

Jika dikaitkan dengan data di lapangan yaitu pelayanan yang diberikan kepada para pengunjung yaitu mempersilahkan untuk menikmati makanan yang mereka beli di tempat yang sudah pelapak siapkan.

f. Orang

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka Orang yang menagani langsung konsumen dalam aktifitas pemasaran pastinya sangat berpengaruh kepada kualitas itu sendiri. Setiap organisasi jasa harus jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan.

Jika dikaitkan dengan data di lapangan yaitu meskipun kondisi saat ini ada peraturan *new regulation* bahwa kita sudah bisa membuka masker di tempat umum tetapi di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang ono ini masih dihimbau dari Dinas-Dinas, Dispar juga dari Kecamatan dan Desa tetap mematuhi protokol kesehatan baik dari Panitia, Pelapak dan Pengunjung.

g. Bukti fisik

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi oleh konsumen.

Jika dikaitkan dengan data di lapangan yaitu untuk penataan *stand* menerapkan tiga area. Tiga area itu yang pertama dari pintu gerbang adalah area bagi pelapak yang menjual produk-produk tahu, area kedua pelapak yang menjual jajanan tradisional Banyuwangi dan area yang ketiga pelapak yang menjual baju, *barbershop* dan lain-lain. Kalau untuk peralatan memiliki seperti meja, payung, kursi, *soundsystem*, lampu, mikrofon dan banner yang diarea kampung tahu. Untuk tempat cuci tangan dan masker sudah disediakan oleh Dinas Pariwisata. Untuk kemasan produknya para pelapak masih menggunakan kantong plastik.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasanyang telah diuraikan, maka kesimpulan yang di dapat dari hasil penelitian sebagai berikut:

#### 1. Inovasi Produk Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi

Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono melakukan Lima Klasifikasi Inovasi yaitu Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Pemasaran, Inovasi Jasa dan Inovasi Organisasi. Inovasi produknya seperti Pizza Tahu, Brownis Tahu, Pepes Tahu, dll. Inovasi Proses mereka melakukan tester terlebih dahulu. Inovasi Pemasarannya mereka menggunakan cara *online* dan *offline*. Inovasi Jasa Kampung Tahu mengadakan hiburan yang berbeda-beda. Untuk Inovasi Organisasi setelah melakukan acara Organisasi Rengit selalu mengadakan evaluasi.

#### 2. Pemasaran Model *Event* di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi

Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono untuk produk yang dijual sebenarnya ingin mengikuti *trend* akan tetapi terbatas dengan ketrampilan. Cara menerapkan harga total biaya keseluruhan dibagi berapa produk kemudian ditambah biaya kerja

mereka. Promosi yang dilakukan dengan cara *online* dan *offline*. Tempat dan distribusi sudah tersedia di google maps. Pelayanan yang dilakukan kepada konsumen menyediakan tempat untuk menikmati makanannya. Protokol Kesehatan masih dijalankan. Untuk penataan *stand* ada Tiga area. Peralatan yang dimiliki yaitu meja, kursi, payung, *soundsystem*, lampu, mikrofon dan banner.

## B. Saran

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas maka terdapat beberapa saran yang penulis sampaikan antara lain:

### 1. Bagi Organisasi Rengit

Disarankan kepada Organisasi Rengit terus memberikan dan pendampingan kepada para pelapak yang ikut serta dalam Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono. Dibutuhkan juga pelatihan kepada pelapak agar lebih berkembang.

### 2. Bagi pelapak

Bagi pelapak selalu melakukan inovasi produk agar produk bisa lebih bervariasi dan bisa menarik konsumen.

### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya bisa lebih memperluas cakupannya dan melibatkan banyak para pelapak untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih luas mengenai inovasi produknya.



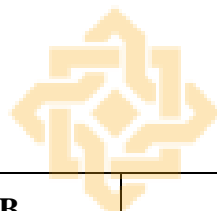
## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Wahyu, Andry Herawati. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, Vol. 2 No. 2.
- Abdullah Ma'ruf. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Presindo.
- Adhi Prasmono. 2017. Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah Produksi Krupuk. *Teknika engineering and sains journal*. Vol. 1 No. 1.
- Anggipora Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Burhanuddin Nur Hasni. 2018. *Strategi Pemasaran Makanan Khas Tradisional Di Kecamatan Wotu*. *Dinamis Journal of Islamic Management and Bussines*. Vol. 1 No. 2.
- David Fred R. 2011. *Strategic Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Destari Nadhiya. 2020. *Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- Fernando Made Fajar, Ni Made Asti Aksari. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar* E- Jurnal Manajemen Unud, Vol.7 No. 1.
- Fitri Dinul Aziza, Diva Somya Refinda, Meylan Puspa Sari, Ozi Ginti Azary, Wera Reprita Sari, Dkk. 2021. Inovasi Produk Pada UMKM Tara Bakery Padang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol.1 No. 2.
- Harto Syafri. 2019. Model Penguatan Kearifan Lokal Dalam Menjaga Keautentikan Wisata Kuliner Lomang Di Kabupaten Kuantan Singin. *Jurnal Niara* Vol. 12 No. 1.
- Hermawan Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- <http://desagitik.blogspot.com/2016/09/profil-desa.html>. (di akses pada tanggal 9 Juli 2022).
- Kasmir & Jakfar. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.

- Kotler Philip , Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumawaty Yeni. 2018. Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu). *Jurnal Agribisnis*. Vol. 20 No. 2.
- Marifah Rilatul. 2019. *Inovasi Produk Wisata Kampung Warna-Warni Jodipan Kota Malang*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Miftah A.A., dkk. 2020. *Budaya Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Kearifan Lokal*. Malang: Ahlimedia Press.
- Niman Erna Mena. 2019. Kearifan Lokal Dan Upaya Pelestarian Lingkungan Alam. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan Missio*. Vol. 11 No. 1.
- Njatrijani Rinitami. 2018. Kearifan Lokal Dalam Perspektif Budaya Kota Semarang. *Gema Keadilan*. Vol 5 No. 1.
- Noor Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung: alfabeta.
- Pattipeilohy Victor Ringhard. 2018. Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning Di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*. Vol. 7 No. 1.
- Priangani Ade. 2013. Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*. Vol.2 No. 4.
- Putri Nadila Ayuning. 2021. Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Tiwul Sebagai Destinasi Wisata Kuliner Di Gunung Kidul Jogja. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 4 No 3.
- Rappana Patta. 2016. *Membumikan Kearifan Lokal Dalam Kemandirian Ekonomi*. Makassar: CV Sah Media.
- Rashin Maraya Azizah, Astri Ghina. 2018. "Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing", *Jurnal Penelitian Pendidikan* Vol.18 No 2.
- Satiadji Amirosa Ria. 2017. Pemanfaatan Event Bagi Pemasaran Produk Kain Tenun Tradisional Bali. *Jurnal Kepariwisata*. Vol. 16 No. 1.
- Simanihuruk Maidar. 2018. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Potensi Makanan Tradisional Di Desa Sakerta Timur, Cirebon. *Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata*, Vol. 5 No.1.
- Sisca, dkk. 2021. *Manajemen Inovasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandi, Hafidz Hanafiah, Pramudi Harsono. 2019. Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Keripik Talas Beneng Dengan Penerapan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* .Vol. 10 No. 02.
- Suyatno. 2010. Inovasi Market Orientation Dan Advertising Internal Audience Serta Pengaruhnya Terhadap Pengambil Keputusan. *Jurnal STIE Semarang* .Vol.2 No.1.
- Teddy Christianto. 2015. *Cita Ekonomika* .jurnal Ekonomi Vol. 9 No. 2.
- Tim Penyusun. 2018. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Yulianti Farid, Lamsah, Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.





## MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODEOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Inovasi Produk dan Pemasaran Model <i>Event</i> Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi	Inovasi Produk dan Pemasaran Model <i>Event</i> Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal	1. inovasi Produk 2. Pemasaran 3. Kearifan Lokal	a. Pengertian inovasi produk b. Klasifikasi inovasi pada usaha kecil c. Manfaat Inovasi usaha kecil a. Pengertian Pemasaran b. Konsep Pemasaran c. Tujuan Pemasaran d. Bauran Pemasaran a. Pengertian kearifan lokal b. Ciri-ciri kearifan lokal c. Fungsi kearifan lokal	<b>Informan:</b> 1. Pembina Organisasi Rengit 2. Organisasi Rengit 3. Pelapak 4. Konsumen  <b>Dokumen</b> 1. Sejarah terbentuknya Organisasi Rengit 2. Visi dan Misi 3. Foto- Foto	<b>1. Pendekatan Penelitian:</b> Kualitatif <b>2. Jenis Penelitian:</b> Deskriptif <b>3. Lokasi Penelitian:</b> Banyuwangi <b>4. Teknik Pengumpulan Data:</b> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi <b>5. Analisis Data:</b> a. Pengumpulan data b. Reduksi data c. Penyajian data d. Penarikan kesimpulan <b>6. Keabsahan data:</b> Triangulasi Sumber <b>7. Tahap-tahap Penelitian</b> a. Tahap Pra Lapangan b. Tahap Pelaksanaan c. Tahapan Penyusunan Laporan	1. Bagaimana inovasi produk dalam mempertahankan kearifan lokal di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi 2. Bagaimana pemasaran model <i>Event</i> dikampung tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Nomor: B-02.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/11/2022

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Silfa Minati  
NIM : E20182005  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Inovasi produk dan pemasaran model event dalam mempertahankan kearifan lokal produk tahu di kampung tahu desa gitik kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 02 November 2022

An. Dekan  
Kepala Bagian Akademik  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Syahrul Mulyadi

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Silfa Minati  
NIM : E20182005  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi dengan judul “ Inovasi Produk Dan Pemasaran Model *Event* Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Produk Tahu Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi” adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Banyuwangi, 03 November 2022

Saya yang menyatakan,



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## ORGANISASI RENGIT

Jl. Alisakti Gitik Timurejo, Rogojampi, Banyuwangi

Jawa Timur

Instagram : Organsasi Rengit

Telepon: 082132689183

### SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Iwan Wasito  
Jabatan : Pembina Organisasi Rengit

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang bernama:

Nama : Silfa Minati  
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 10 Desember 2000  
NIM : E20182005  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melakukan penelitian di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono sebagai salah satu syarat penyusunan skripsi dengan judul “Inovasi Produk dan Pemasaran Model Event Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Produk Tahu di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER  
Banyuwangi, 13 Oktober 2022  
Pembina Organisasi Rengit

Iwan Wasito





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-271/Un.22/7.a/PP.00.9/03/2022 29 Maret 2022  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.  
Pembina Organisasi Rengit  
Jl. Ali Sakti Desa Gitik, Rogojampi, Banyuwangi, Jawa Timur 68462

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Silfa Minati  
NIM : E20182005  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Inovasi Produk Dan Pemasaran Model Event Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Produk Tahu Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



Nur Widiyanti Islami Rahayu





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN**

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Silfa Minati  
NIM : E20182005  
Semester : IX (Sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Dosen Pembimbing

**Suprianik, S.E., M.Si**  
NIP. 198404162019032008

Jember, 02 November 2022  
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

**M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.**  
NIP. 197608122008011015

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PEDOMAN PENELITIAN

### A. Pedoman Observasi

1. Sejak kapan Terbentuknya Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo).
2. Sejarah terbentuknya Festival Tahu di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.
3. Apa yang melatar belakangi diadakannya Festival Kuliner Kampung Tahu?

### B. Pedoman Wawancara

1. Ketika Festival Kuliner Kampung Tahu Desa Gitik ini pertama didirikan bagaimana upaya organisasi rengit mensosialisasikan pendirian Festival Kampung Tahu?
2. Dari segi produk yang dijual apa yang meyakinkan para pelapak Festival Kuliner Tahu Desa Gitik dapat bersaing dengan jenis usaha yang lain?
3. Inovasi apa yang dilakukan oleh pelapak serta Organisasi Rengit untuk mengembangkan Festival Kuliner Kampung Tahu?
4. Seberapa banyak inovasi yang telah dilakukan oleh pelapak Festival Kuliner?
5. Apa saja produk tahu yang dibuat untuk dijual?
6. Apa saja produk andalan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Pelapak sehingga bisa bertahan sampai saat ini?
7. Dalam proses pembuatan produk tahu kiat-kiat apa saja yang dilakukan oleh pelapak untuk mempertahankan kualitas rasa?
8. Apakah festival tahu diadakan di hari khusus atau hari biasa?
9. Apakah produk tahu yang dijual di festival kampung tahu ini telah menyesuaikan dengan produk trend saat ini?
10. Bagaimana para pelapak menentukan harga produk tahu?
11. Bentuk promosi seperti apa yang diterapkan oleh Organisasi Rengit dalam memperkenalkan Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono?
12. Apakah lokasi terselenggarakannya festival kampung tahu sudah tersedia digoogle maps?

13. Apakah dalam proses produksi seluruh pelapak mengenakan masker dan menerapkan protokol kesehatan ?
14. Bagaimana sistem pelayanan yang dilakukan oleh pelapak dalam memberikan pelayanan kepada konsumen?  
Bagaimana penataan stand antar pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu?
15. Apa saja Bukti fisik yang dimiliki oleh penyelenggara Festival Kuliner Kampung Tahu?

**C. Pedoman Dokumentasi**




1. Profil Organisasi Rengit (Reinkarnasi Remaja Nekat Gitik Timurejo) penyelenggara Festival Kuliner Kampung Tahu (Visi, Misi, Struktur Organisasi)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Nama : Silfa Minati  
 Nim : E20182005  
 Judul : Inovasi Produk Dan Pemasaran Model *Event* Dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Produk Tahu Di Kampung Tahu Desa Gitik Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi  
 Lokasi : Jl. Alisakti Gitik Timurejo, Kec. Rogojampi, Kab. Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur

No	HARI/TANGGAL	JENIS KEGIATAN	TTD
1.	Rabu, 12 Januari 2022	Obervasi sekaligus minta Izin dan melakukan Pra Penelitian Kepada Pembina Organisasi Rengit Bapak Iwan Wasito dan Pengurus Organisasi Rengit	
2.	Selasa, 29 Maret 2022	Mengantar Surat Izin Penelitian kepada Pembina Organisasi Rengit Bapak Iwan Wasito	
3.	Senin, 18 Juli 2022	Melakukan wawancara lanjutan kepada Pembina Organisasi Rengit Bapak Iwan Wasito	
4.	Minggu, 07 Agustus 2022	Melakukan wawancara kepada Ibu Sri selaku Pelapak Di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono	
5.	Minggu, 07 Agustus 2022	Melakukan wawancara kepada Ibu Nita selaku Pelapak Di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono	
6.	Selasa, 06 September 2022	Melakukan Wawancara Kepada Mbak Sinta selaku Pengurus Organisasi Rengit	
7.	Jum'at, 07 Oktober 2022	Melakukan Wawancara kepada Ibu Sriwati selaku Pelapak Di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono	

## DOKUMENTASI



*Dokumentasi : Wawancara Pra Penelitian dan minta Izin Dengan Bapak Iwan Wasito Selaku Pembina Organisasi Rengit pada hari Rabu tanggal 12 Januari 2022*



*Dokumentasi : Wawancara Pra Penelitian Dengan Pengurus Organisasi Rengit pada hari Rabu tanggal 12 Januari 2022*



*Dokumentasi* : Wawancara Lanjutan bersama Bapak Iwan Wasito  
Selaku Pembina Organisasi Rengit pada hari Senin Tanggal 18 Juli  
2022



*Dokumentasi* : Wawancara Lanjutan bersama Pengurus Organisasi  
Rengit pada hari Senin Tanggal 18 Juli 2022





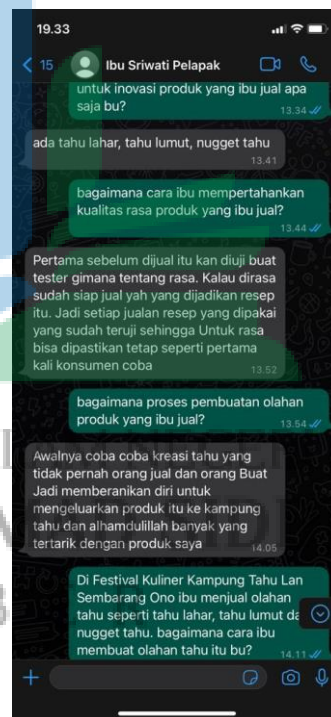
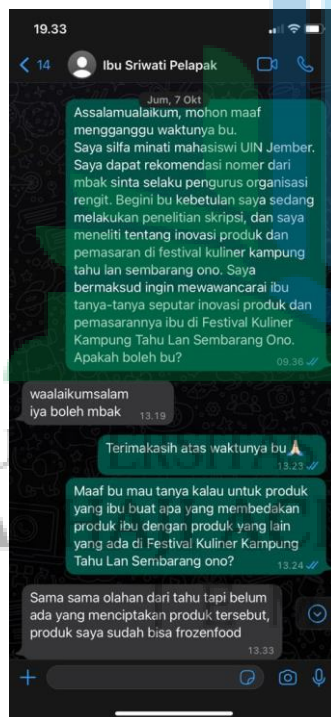
*Dokumentasi : Wawancara Bersama Ibu Sri selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono pada Hari Minggu tanggal 07 Agustus 2022*



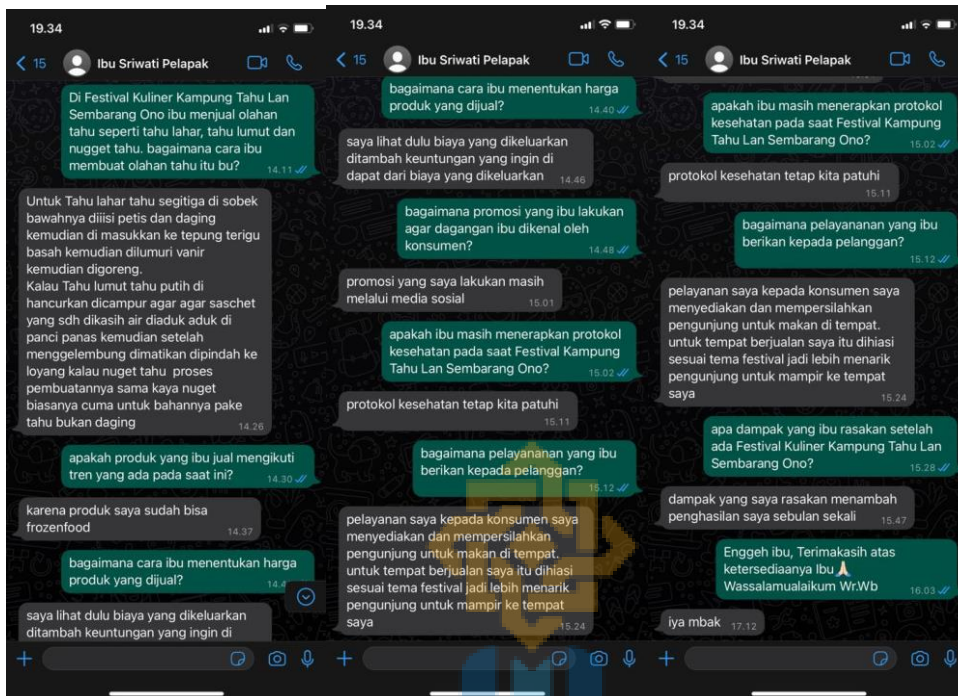
*Dokumentasi : Wawancara Bersama Ibu Nita selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono Pada Hari Minggu Tanggal 07 Agustus 2022*



*Dokumentasi : Wawancara Bersama Mbak Sinta selaku Pengurus Organisasi Rengit pada hari Selasa tanggal 06 September 2022*



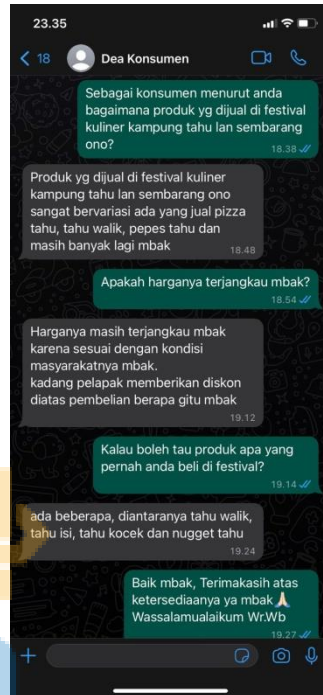
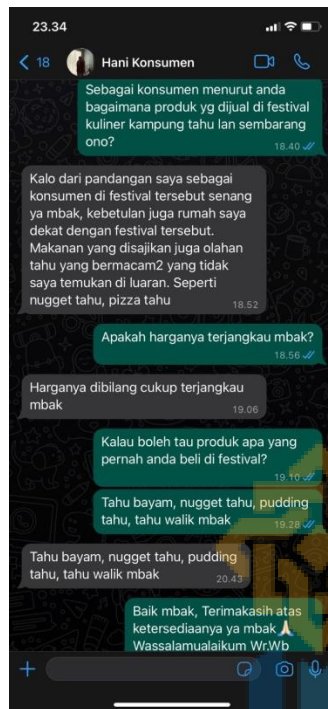




*Dokumentasi: Bukti Wawancara Online Bersama Ibu Sriwati selaku Pelapak di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono pada hari Jumat tanggal 07 Oktober 2022*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



*Dokumentasi:* Bukti Wawancara Online Bersama Mbak Hani Dan Mbak Dea Selaku Konsumen di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono Pada hari kamis tanggal 05 Januari 2023



*Dokumentasi:* Lokasi Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono



*Dokumentasi* : Observasi ke lokasi Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono



*Dokumentasi*: Beberapa stand di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono



*Dokumentasi*: Pentas hiburan di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono





*Dokumentasi: Varian produk yang ada di Festival Kuliner Kampung Tahu Lan Sembarang Ono*

## BIODATA PENULIS



### Profil Pribadi

Nama : Silfa Minati  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tanggal Lahir : Banyuwangi, 10 Desember 2000  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Dusun Tegalpare, Desa Wringinputih, Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi  
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Jurusan/Angkatan : Ekonomi Islam / 2018

### Riwayat Pendidikan

Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember : 2018-2022  
Ma Miftahul Huda : 2015-2018  
Mts Miftahul Huda : 2012-2015  
MI Miftahul Huda : 2006-2012  
Tk Khodijah 14 : 2004-2006

### Pengalaman Organisasi

Komunitas Seni Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

### Pengalaman Magang

Dinas Sosial Jember Tahun 2021

### Informasi Kontak

No. HP : 082233081501

### Motto Hidup

Aku hanya akan berusaha demi diriku, karena hanya aku yang tahu usahaku