

## ABSTRACT

Souvenir products are one type of tourists' expenditures during their travels. Souvenir products can take form of local food and beverage based on the natural resources in the tourist destination areas. Writer determines the initial location of the research in the north of Sleman district, specifically in the sub-district of Tempel, Turi, Pakem, and Cangkringan. The four sub-districts are tourist destination area that generally develop natural tourism, agro tourism, and rural tourism as their tourist attractions. This destination is supported by its natural resource that is snake fruits (salak) as their local souvenir. Nowadays, snake fruits become one of tourist souvenir spending choices when they visit Sleman district. Snake fruits known for its weaknesses when it comes as tourist souvenirs such as its relatively heavy and the durability is quite short. The problems were overcome by the emergence of processing snake fruits entrepreneurs from the surrounding community.

There are a lot of processing snake fruits business units in the Sleman district. Some of those are in the level of home industry, but some have reached the level of micro, small, and medium enterprises. Writer has chosen one micro enterprise from Turi sub-district that is “Cristal” as the object of discussion. This micro enterprise has been chosen because its ability to create and provide the most variety of processed snake fruit products, compared to the other enterprises in Sleman district. “Cristal” micro enterprise is located in Turi Street km. 5,5, Bandaran, number 04/ 32, Kembangarum, Donokerto, Turi, Sleman, Special Region of Yogyakarta. This enterprise is built by Mrs. Sri Sujarwati since 2010. “Cristal” micro enterprise has produced more than 10 variants of processed snake fruit and still actively market its products today.

To market “Cristal” enterprise's processed snake fruit as special souvenirs products from Sleman district, the first research that need to be done is finding the visitors' general profile. Visitors' information obtained by distributing and collecting questionnaires that contain of questions and statements in Indonesian about product components, prices, places, and promotions of “Cristal” enterprise. The purposes of this research are to analyze: (1) “Cristal” enterprise's visitors' general profile that later be explained in their segmentation and perception of processed snake fruit products; (2) the marketing strategies of “Cristal” enterprise's processed snake fruit as special food souvenir from Sleman district based on the visitors' general profile. Theories of reference in this research include market segmentation, the four P's marketing mix, and food souvenir. Beside survey via questionnaire, data collection methods that used in this research

are observation, interview, and literature reviews. The findings later discussed in both quantitative and qualitative descriptive analysis.

**Keywords:** processed snake fruit, Cristal micro enterprise, visitors' general profile, 4P's marketing mix, food souvenir.

## INTISARI

Produk oleh-oleh merupakan salah satu jenis pembelanjaan yang lazim dikeluarkan oleh wisatawan ketika melakukan perjalanan wisata. Produk oleh-oleh dapat berwujud makanan dan minuman lokal sesuai dengan sumber daya yang dimiliki suatu destinasi wisata. Penulis menentukan lokasi awal penelitian yaitu di wilayah utara Kabupaten Sleman, khususnya di Kecamatan Tempel, Turi, Pakem, dan Cangkringan. Empat kecamatan tersebut adalah kawasan wisata yang mengembangkan daya tarik wisata berupa wisata alam, wisata agro, dan wisata desa. Kawasan ini turut didukung dengan sumber daya alam berupa buah salak sebagai produk oleh-oleh lokal. Saat ini, salak memang masih menjadi salah satu pilihan pembelanjaan oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke wilayah utara Kabupaten Sleman. Meskipun demikian, salak mempunyai kelemahan jika dipasarkan sebagai produk oleh-oleh, seperti ukurannya relatif berat dan daya tahannya singkat. Permasalahan itu teratasi dengan munculnya para pengusaha olahan salak dari kalangan masyarakat di sekitarnya.

Unit usaha pengolahan salak di wilayah utara Kabupaten Sleman memang sudah banyak jumlahnya. Beberapa di antaranya merupakan usaha setingkat industri rumah tangga, tetapi ada pula yang sudah mencapai tingkat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penulis telah memilih satu UMKM dari Kecamatan Turi sebagai objek pembahasan yaitu UMKM “Cristal.” UMKM ini dipilih karena mampu menciptakan dan menyediakan pilihan varian produk olahan salak yang paling banyak jika dibandingkan dengan usaha sejenis lainnya di wilayah Kabupaten Sleman. UMKM “Cristal” berada di Jalan Turi km. 5,5, tepatnya di Dusun Bandaran, RT. 04/ RW. 33, Desa Kembangarum, Kelurahan Donokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). UMKM pengolahan salak ini didirikan oleh ibu Sri Sujarwati sejak tahun 2010. UMKM “Cristal” kini telah menghasilkan lebih dari 10 varian olahan salak dan masih aktif memasarkan produknya.

Untuk memasarkan produk oleh-oleh olahan salak UMKM “Cristal” sebagai produk oleh-oleh yang khas dari Kabupaten Sleman, maka lebih dahulu perlu dilakukan penelitian tentang profil umum pengunjung UMKM “Cristal.” Data pengunjung dihimpun dari penyebaran dan pengumpulan kuesioner yang berisi serangkaian pertanyaan dan pernyataan dalam Bahasa Indonesia tentang komponen produk, harga, tempat, dan promosi UMKM “Cristal.” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) profil umum pengunjung UMKM “Cristal” yang digambarkan dalam segmentasi dan persepsi pengunjung terhadap olahan salak; (2) strategi pemasaran produk olahan salak UMKM “Cristal” sebagai oleh-oleh makanan khas Kabupaten Sleman berdasarkan profil umum pengunjung.

Teori yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah segmentasi pasar, bauran pemasaran 4P, dan oleh-oleh makanan. Selain survei via kuesioner, metode pengumpulan data yang dilakukan antara lain observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil pengumpulan data ini kemudian dijabarkan menggunakan teknik analisis data deskriptif kuantitatif-kualitatif.

*Kata kunci: Olahan salak, UMKM Cristal, profil umum pengunjung, bauran pemasaran 4P, oleh-oleh makanan.*