

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan juga wawancara mengenai Strategi Pemasaran Susu Sapi dalam Peningkatan Penjualan di Badan Usaha Milik Desa Makmur Abadi Desa Bendosari. Maka diperoleh hasil pembahasan dengan mencocokkan data temuan dengan teori-teori yang sudah dikemukakan penulis dengan poin sebagai berikut:

A. Strategi Pemasaran di BUMDES Makmur Abadi

Strategi adalah rencana-rencana perusahaan dalam menghadapi tantangan lingkungan, serta memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh sebuah organisasi. Strategi dilakukan dengan cara berskala besar lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuannya.⁵⁷ Strategi pemasaran adalah rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu dalam peningkatan penjualan suatu perusahaan. Strategi pemasaran sangat mempunyai peranan yang

⁵⁷ Sondang P. Siagian, Manajemen....., hal. 17

besar dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena fungsinya untuk menentukan nilai ekonomi suatu perusahaan. Pada saat sekarang ini

maupun kedepannya, strategi pemasaran harus disesuaikan tidak hanya pada sasaran konsumen semata, tetapi juga pada para pesaing yang mengincar para konsumen yang sama dalam perusahaan biasanya menggunakan marketing MIX.

Setelah diadakan penelitian BUMDES Makmur Abadi termasuk menggunakan strategi Marketing MIX, Marketing MIX adalah kombinasi dari empat variable atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yakni sebagai berikut:⁵⁸

1. Produk

Dalam penggolongan produk termasuk pula perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang baik untuk dipasarkan oleh perusahaan. Perlu adanya suatu pedoman untuk mengubah produk yang ada, menambah produk baru, atau mengambil tindakan lain yang dapat mempengaruhi kebijakan dalam menentukan produk. Selain itu keputusan-keputusan juga diambil menyangkut masalah pemberian merk, pembungkusan, warna dan bentuk produk lainnya.

Produk milik bumdes ini diberi nama n'dosari. Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran produk Di BUMDES

⁵⁸ Willy PratamaWidharta dan Sugiono Sugiharto, Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan.....hal. 03

Makmur Abadi sangatlah menjaga kualitas produknya, ini lah yang menjadi salah satu strategi BUMDES dalam menarik minat konsumen dengan cara memberi jaminan produk olahan susu sapi tidak menggunakan bahan tambahan, seperti pemaparan ketua BUMDES sebelumnya bahwa produk olahan susu sapi milik BUMDES Makmur Abadi menggunakan susu sapi murni 100% tanpa bahan campuran, dan juga tidak menggunakan pengawet sehingga jaminan aman dan sehat jelas ada dalam produk olahan susu sapi. BUMDES Makmur Abadi menggunakan model pengolahan dengan cara pasteurisasi sehingga produk olahan susu sapi milik BUMDES bisa bertahan kurang lebih 7 hari. Untuk membuat para konsumen tertarik dengan produk olahan susu sapi BUMDES Makmur Abadi menyediakan berbagai macam varian rasa olahan susu sapi, ada 7 varian rasa yang disediakan BUMDES Makmur Abadi yaitu original, coklat, capucino, manga, stroberi, melon dan juga durian. Dengan menambah banyak varian rasa hal ini dianggap akan membuat daya Tarik konsumen meningkat atas produk olahan susu sapi milik BUMDES Makur Abadi.

Gambar 5.1**Gambar Produk BUMDES Makmur Abadi**

2. Harga

Dalam kebijakan harga manajemen harus menentukan harga dasar dari produknya, kemudian menentukan kebijakan menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos kirim dan hal-hal lain yang berhubungan dengan harga.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran, produk milik bumdes ini ditujukan untuk segala kalangan, Di BUMDES Makmur Abadi memiliki strategi tersendiri dalam penetapan harga, pihak BUMDES menetapkan harga Rp. 5.000 untuk kemasan 1 botol susu sapi siap minum, harga ini merupakan harga patokan dari BUMDES. Sedangkan untuk olahan susu sapi milik BUMDES Makmur Abadi yang dijual di beberapa tempat

wisata BUMDES memberi saran untuk menjual dengan harga Rp. 7.000 untuk kemasan 1 botol susu sapi siap minum. Pertimbangan penetapan harga ini diambil agar harga bisa dijangkau oleh para konsumen dan juga dapat bersaing dengan produk olahan sejenis. Selain itu BUMDES juga mematok ongkos kirim Rp. 1.000 untuk pengantaran di daerah Blitar Kota, hal ini dianggap akan membuat konsumen merasa tidak terbebani dengan ongkos kirim yang BUMDES patok.

Tabel 5.1
Laba Bersih Tahun 2016-2017

No	Bulan	Tahun 2016	Tahun 2017
1	Januari	Rp. 500.000,-	Rp. 3.000.000,-
2	Februari	Rp. 1.000.000,-	Rp. 4.000.000,-
3	Maret	Rp. 1.500.000,-	Rp. 5.000.000,-
4	April	Rp. 1.500.000,-	Rp. 5.000.000,-
5	Mei	Rp. 2.250.000,-	Rp. 5.000.000,-
6	Juni	Rp. 3.000.000,-	Rp. 5.000.000,-
7	Juli	Rp. 3.250.000,-	Rp. 5.500.000,-
8	Agustus	Rp. 3.500.000,-	Rp. 5.500.000,-
9	September	Rp. 3.000.000,-	Rp. 6.000.000,-
10	Oktober	Rp. 3.500.000,-	Rp. 6.500.000,-
11	November	Rp. 2.000.000,-	Rp. 6.000.000,-
12	Desember	Rp. 1.500.000,-	Rp. 6.000.000,-

3. Promosi

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah

a. periklanan adalah salah satu kegiatan promosi yang banyak dilakukan oleh perusahaan maupun perseorangan hal ini pula yang dilakukan oleh penulis makmur abadi yang memanfaatkan media online sebagai sarana untuk mengiklankan produk olahan susu sapi dari bumdes selain itu bumdes makmur abadi memberi logo di botolnya bertuliskan Indosari pada produknya hal ini juga merupakan strategi periklanan agar produk mudah dikenali.

b. *Personal selling* adalah interaksi antar individu saling bertemu muka untuk menciptakan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan strategi promosi ini juga dilakukan oleh pak cucu selaku petugas yang bertugas memasarkan produk dengan menawari para pembeli dan juga para pemilik toko untuk membeli produknya secara langsung secara tatap muka di bunda sendiri juga menyediakan tempat khusus seperti kios agar para konsumen bisa langsung membeli produk n'dosari milik bumdes makmur abadi.

c. promosi penjualan yang dilakukan oleh penulis adalah mengikuti pameran-pameran yang ada di kota Blitar seperti pasar murah di kecamatan jambore karang taruna jambore bumdes di Malang dan lain sebagainya.,

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh BUMDES Makmur Abadi salah satunya adalah dengan promosi. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa BUMDES menggunakan beberapa media seperti *personal selling* atau berjualan secara langsung ke konsumen dengan cara tatap muka hal ini juga diterapkan di BUMDES Makmur Abadi sendiri dan juga membuka kios-kios yang ada di dekat BUMDES Makmur Abadi. BUMDES juga membangun hubungan kerjasama dengan beberapa orang untuk memasarkan produknya, dengan cara menggunakan media tester agar orang yang mau diajak kerjasama merasa yakin bahwa produk BUMDES bisa dan layak untuk dipasarkan. BUMDES juga memanfaatkan wisata edukasi yang berada di BUMDES Makmur Abadi sebagai salah satu media promosi. Selain dengan media langsung bertatap muka BUMDES Makmur Abadi juga memanfaatkan media online atau sosmed untuk media promosi dan periklanan hal ini dianggap akan membuat

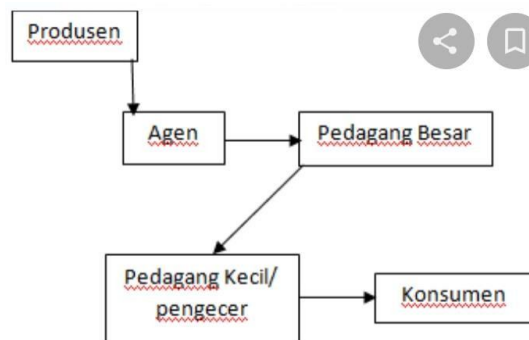
banyak orang lebih mudah mengenal produk olahan milik BUMDES Makmur Abadi.

4. Distribusi

Sebagian dari tugas distribusi adalah memilih perantara yang akan digunakan dalam saluran distribusi, serta mengembangkan sistem distribusi yang secara fisik menangani dan mengangkat produk melalui saluran tersebut. Ini dimaksudkan agar produknya dapat mencapai pasar yang dituju tepat pada waktunya.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh BUMDES Makmur Abadi salah satunya adalah dengan memberikan media perantara yang digunakan untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang, di sini BUMDES menggunakan media transportasi berupa montor untuk memasarkan produk olahan susu sapi, apabila pesanan dianggap banyak dan melebihi kapasitas maka pihak BUMDES akan menggunakan mobil atau kendaraan milik petugas BUMDES sendiri untuk mengantarkan produknya. Tetapi terkadang juga ada konsumen yang mau mengambil barang langsung ke BUMDES Makmur Abadi.

Gambar 5.2

Distribusi BUMDES Makmur Abadi

B. Kendala yang dihadapi BUMDES Makmur Abadi dalam Memasarkan Produknya

Kendala Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah halangan, rintangan atau faktor keadaan yang membatasi, menghalangi, atau mencegah pencapaian sasaran, kekuatan yang memaksa pembatalan pelaksanaan (hal-hal yang membatasi keleluasaan gerak sebuah benda atau suatu sistem).⁵⁹ Dalam sebuah usaha memasarkan produk pasti akan terdapat beberapa kendala, begitu juga dengan BUMDES Makmur Abadi yang memiliki kendala dalam memasarkan produknya. Beberapa kendala yang dihadapi BUMDES Makmur Abadi sebagai berikut:

1. Produk

⁵⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dalam <https://kbbi.web.id/kendala> , diakses pada tanggal 20 April 2020

Seperti yang kita ketahui bersama bahwa susu sapi merupakan produk yang sensitif (mudah basi). Mengingat bahwa produk susu sapi milik BUMDES tidak menggunakan bahan pengawet dan hanya bertahan selama 7 hari saja, hal inilah yang menjadi salah satu kendala bagi BUMDES Makmur Abadi sehingga akan beresiko jika barang yang diproduksi BUMDES tidak laku dalam rentang waktu tersebut maka BUMDES akan mengalami kerugian dalam produksinya. Dan hal ini juga beresiko tinggi apabila produk dikirim ke luar kota atau ketempat yang cukup jauh jarak tempuhnya.

2. Harga

Dalam masalah harga sebenarnya tidak terlalu banyak kendala, tetapi seperti yang telah dipaparkan oleh Bu Kanti sebelumnya apabila produk tersebut dijual dikios-kios sekitar desa ibu-ibu rumah tangga akan memikir dua kali untuk membeli produk susu sapi, mereka akan cenderung lebih memilih membeli bahan pokok dibandingkan produk olahan susu sapi mengingat diarea kios tersebut dekat dengan koperasi susu membeli susu sapi segar akan jauh lebih

murah dan juga akan merasa nyaman apabila dimasak sendiri.

3. Promosi

Untuk promosi yang menjadi kendala dalam BUMDES seperti yang dipaparkan oleh Bu Kanti sebelumnya yaitu tentang kurangnya pengetahuan dan anggapan bahwa apabila menggunakan media sosial sebagai media promosi akan membuat ribet.

4. Distribusi

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya oleh Ketua BUMDES Makmur Abadi yang menjadi kendala sampai saat ini adalah tentang alat transportasi yang tidak dimiliki oleh BUMDES Makmur Abadi sehingga hal ini menghambat distribusi yang dilakukan BUMDES dengan para rekan kerjanya.

C. Solusi yang dilakukan oleh BUMDES Makmur Abadi dalam Mengatasi Masalah Pemasaran Produknya

Seperti yang kita tahu apabila ada kendala pasti juga akan ada yang namanya solusi atau pemecahan masalahnya. Begitu juga dengan

penelitian yang dilakukan oleh Evilya Dias Hapsari bahwa pasti ada solusi dalam pelaksanaan strategi kemitraan, hal ini juga dilakukan oleh BUMDES Makmur Abadi yang memiliki solusi tersendiri untuk kendala-kendala dalam mengatasi masalah pemasaran produknya seperti berikut:

1. Produk

Untuk penyelesaian masalah produk yang dikirim ke luar kota dan tempat-tempat yang jarak tempuhnya cukup jauh pihak BUMDES Makmur Abadi menyiasatinya dengan cara memasukkan glues kedalam box yang sudah berisi produk olahan susu sapi milik BUMDES. Dan untuk solusi susu sapi yang sudah rusak atau tidak layak jual karena batas waktu yang sudah dianggap melebihi 7 hari maka susu sapi yang sudah rusak maka Bundes akan melihat terlebih dahulu bagaimana produksi tersebut dapat diterima atau tidak dengan kata lain bumdes akan memasarkan produknya sesuai dengan lokasi atau tempat tersebut strategis atau tidak untuk memasarkan produk tersebut

2. Harga

Untuk masalah harga pihak BUMDES sendiri memiliki beberapa cara untuk menyiaasati dengan cara

menambah beberapa jaringan dan tidak menjual hanya dalam satu tempat saja jadi kemungkinan bukan orang pedesaan saja yang menjadi target pasarnya.

3. Promosi

Untuk masalah kurangnya pengetahuan tentang media sosial sebagai alat promosi maka BUMDES memberikan solusi berupa pemasangan banner besar di depan kios-kios yang menjual produk-produk olahan susu sapi milik BUMDES Makmur Abadi sehingga hal ini juga akan membuat para konsumen tertarik untuk membeli produk olahan susu sapi.

4. Distribusi

Dalam hal distribusi kendaraan merupakan hal yang paling penting untuk memudahkan para penjual dan pembeli untuk bertransaksi apalagi pada zaman sekarang orang-orang lebih suka apabila pesanan mereka diantarkan sampai rumah meskipun harus menambah ongkos kirim. Untuk masalah kendala tentang kendaraan yang dipakai untuk mendistribusikan produk olahan susu sapi maka pihak BUMDES Makmur Abadi membuat solusi dengan cara

memakai kendaraan milik para petugas untuk mendistribusikan produk mereka.