BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Objek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

Perusahaan PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung (PT IMIT) merupakan aset masyarakat dan aset daerah Pemerintah Daerah Kabupaten Tulungagung pemerintah menetapkan berdirinya Proyek Marmer Tulungagung berada di Desa Besole, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung dan pembangunannya diresmikan oleh Menteri Perindustrian Rakyat pada tanggal 27 januari 1962 dengan Kepala Proyek adalah H.S Moerdani.

Proyek Marmer Tulungagung ini merupakan perintis berdirinya Industri Marmer di Indonesia dan berkembang maju. sehingga pada tanggal 21 Mei 19962 statusnya kembali dari Proyek Industri Marmer menjadi Badan Usaha Milik Negara (Persero) PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung.

Selama kurung waktu status perusahaan BUMN (Perssero) PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung banyak permintaan untuk lantai maupun dinding marmer untuk pembangunangedung DPR dan MPR di Jakarta, Masjid Istiqlal di Jakarta, Kantor Gubernur Jawa Timur, Kantor menggala Wana Bhakti Jakarta, Keraton Surakarta, Masjid AL-Munawar

Tulungagung, dan pembangunan berbagai kantor, bank, hotel, gedung milik negara maupun swasta.

BUMN (Perssero) PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung dimasukkan kedalam Direktorat jendral Aneka Industri Departemen Perindustrian Republik Indonesia. Hal ini dikarenakan pihak Departemen Perindustrianmenganggap cadangan marmer terlalu kecil dan tidak berpotensi, sebagaimana usaha tambang lain,misalnya minyak, tembaga, emas, dan batu bara.

Dengan pertimbangan bahwa komoditi marmer bukan merupakan kebutuhan hajat hidup orang banyak dan industri marmer sendiri telah mampu diilakukan oleh pihak swasta, maka pemerintah memutuskan untuk menjual seluruh saham perusahaan BUMN (Perssero) PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung kepada swasta. Dan dari hasil penjualan seluruh saham perusahaan melalui proses pelelangan, maka pda tanggal 25 Maret 1994 seluruh saham perusahaan diserahterimakan kepada PT. Gajah Perkasa Surabaya sebagai pemenang tender.

Dengan demikian sejak tanggal 25 maret 1994 Pertambangan dna Industri Marmer di Desa Besole, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung merupakan perusahaan swasta dengan tetap mempertahankan identitasnya, yaitu PT Industr Marmer Indonesia Tulungagung atau disingkat PT IMIT.

Perizinan PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung (PT IMIT), selama ini mendapatkan Surat Izin Pertambangan Daerah (SIPD) selama

10 tahundari Dinas Sumberdaya Mineral (ESDM) Provinsi Jawa Timur di Surabaya. Tetapi mengingat mulai tahun 2010, izin dialihkan ke Pemerintah Daerah Kabupaten Tulungagung dan dikenal dengan Izin Usaha Pertambangan (IUP), maka pada bulan April 2010 PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung mengajukan perpanjangan Izin Usaha Pertambangan (IUP) ke Bupati Tulungagung.

2. Logo PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

Berikut ini adalah logo dari induk perusahaan yaitu PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung:

Gambar 4.1
Logo PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

Sumber: PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), 2020

3. Visi, Misi, Tujuan, dan Fungsi PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

Ada beberapa visi, misi, tujuan dan fungsi dari PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) adalah sebagai berikut:

a. Visi

Berusaha menjadi perusahaan marmer terbesar di Indonesia.

b. Misi

- Membangun kebersamaan antara perusahaan, karyawan, dan masyarakat sekitar untuk memberdayakan hasil alam.
- Berkomitmen secara kreatif untuk mentransformasikan sumber daya alam menjadi sejahtera dan pembangunan yang berkelanjutan.

c. Tujuan

- Untuk menjadi perusahaan terbaik di Indonesia karena terkenal akan potensi dan kualitasnya.
- Membuat pemasarannya bisa menembus pasar Internasional.
- Untuk menjadi sentra industri kerajinan batu marmer yang cukup potensial.
- Sebagai industri percontohan di seluruh Indonesia.

d. Fungsi

- Memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen.
- Menjalin hubungan yang baik antara produsen dan konsumen.
- Memberikan informasi mengenai produk perusahaan kepada konsumen.

- Selalu menjaga produk perusahaan dengan baik dan memberikan kualitas yang terbaik.

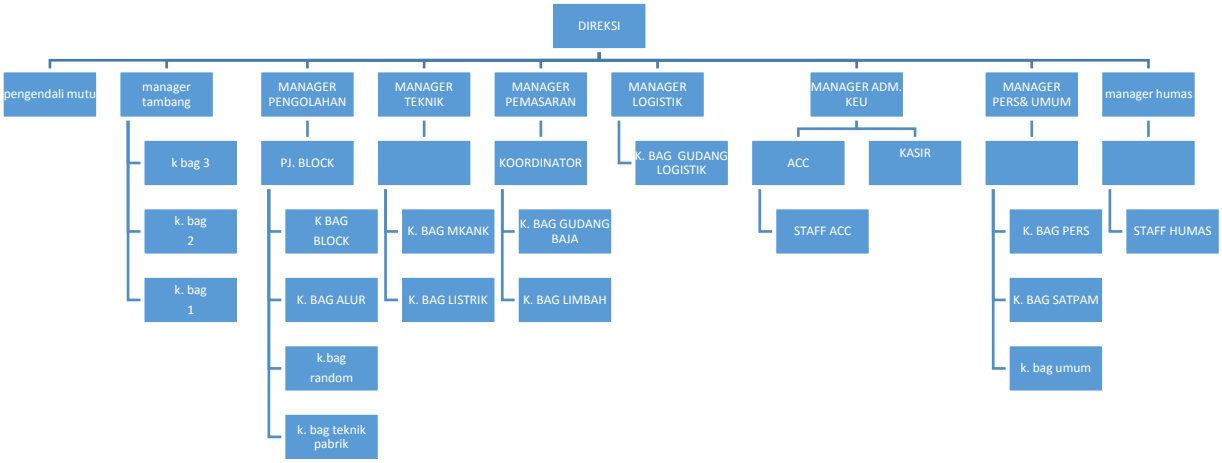
4. Lokasi dan Kesampaian Daerah

Lokasi penambangan marmer PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) terletak di Desa Besole, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur. Total daerah penambangan seluas 11,93Ha. Lokasi tersebut dapat dicapai dari kota Tulungagung ke arah pantai Popoh melalui jalan raya kabupaten Tulungagung, sejauh kurang 23km. Kemudianbelok ke arah timur melalui jalan proyek, sejauh lebih kurang 1,5km. Untuk mencapai lokasi wilayah Izin Usaha Operasi Pertambangan Produksi PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) dapat melalui rute sebagai berikut:

a. Dari Palangkara Raya – Surabaya melalui jalur udara menggunakan pesawat menuju Bandara Juanda Surabaya kurang lebih 1 jam.
b. Dari Surabaya – Tulungagung melalui jalur darat menggunakan kendaraan umum (bus, kereta api, mobil) menuju lokasi tambang di Desa Besole, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur kurang lebih 4 jam

5. Struktur Organisasi PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

Gambar 4.2
Struktur Organisasi PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)



Sumber: PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), 2020

6. Proses Penambangan Marmer PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

a. Stripinng (Pengupasan), Proses ini menentukan bagian bagian yang ingin dikupas terlebih dahulu. Tentunya dengan prosedur yang mempunyai ruang pda bagian kanan dan kirinya. Untuk mengathui besarnya cadangan suatu tubuh marmer, biasanya dilakukan eksplorasi geofisikan agar diketahui penyebaran horizontal maupun penyebara ertikal dari bahan galian marmer. Kemudian dibuat sumur uji dan dilakukan proses pemboran untuk mengetahui ketebalan lapisan. Sedangkan untuk mengetahi kualitas marmer di suatu lokasi, maka

dapa diambil semel yang diuji laboratorium, baik fisika, kimia, maupun secara mikroskopis.

b. pemboran lubang untuk membuat jalur kawat menggunakan core drill. Pembongkaran blok marmer dapat dilakukan dengan jalan membuat lubang jalur kawat secara vvertical maupun horizontal. Biasanya pemboran dilakukan dengan mengebor vertikal hingga kedalaman 110 cm pada sisi panjang dengan ukuran 260 cm dan sisi lebar (mendatar) sebesar 135 cm. Sedangkan pemahaman mendatar dimaksud untuk melepas blok dengan ukuran standart 260 cm x 110 cm x 135 cm. Kegiatan ini dibantu dengan ankat atau tarik, alat dorong, serta alat angkut. Setelah muncul teknologi baru yaitu dengan menggunakan alat pengerut bermata diamond, maka segala kegiatan eksploitasi dapat dilakukan di lokasi marmer berada. Untuk tahap awal dilakukan pemolaan diameter di loasi marmer berada. Untuk tahap awal dilakukan pemolaan diameter batu akan dibelah dan dipotong. Selanjutnya dibor hingga kedalaman tertentu kemudian dilakukan proses pengerataan.

c. Pengerjaan menggunakan diamond wire. Setelah mendapatkan lubang, proses selanjutnya adalah memasukkan kabel-kabel gergaji kawat instan kedalam lubang yang telah dibuat. Kemdian menyalakan mesing gergaji kawan intan dan membiarkannya bekerja, akan didapatkan hasil berupa blok-blok batu marmer dalam dimensi yang besar.

d. Perobohan, Setelah proses pengergajian menggunakan diamond wire selesai dan dinding sudah tepisah dari induk, maka dilakukan proses perobohan blok marmer. Sebelum blok dirbohkan perlu dibuat landasan dari tanah dengan ketebalan kurang lebih 1 m agar blok marmer tidak terpecah belah. Alat yang digunakan dalam proses perobohan dikenal dengan naa bull jack.

e. Proses pemolaan dan pemboran. Alat yang digunakan adaah boor specsial, yaitu dengan jalan membentuk atau mencegah dinding marmer yang telah dirobohkan sesuai dengan pola terlebih dahulu dan selanjutnya dibor dengan jarak menurut pola yang dibentuk.

f. Pembongkaran /pemisahan/pengiriman. Blok marmer dinaikan ke dala truk bak terbuka dengan menggunakan batrol. Sisa dari proses sebelumnya akan dibersihkan dengan menggnakan excavator. Blok-blok marmer tersebut dibawa menuju pabrik pengolahan untuk dilakukan proses selanjutnya.

7. Proses Pengoalahan Marmer PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

Pengolahan marmer merupakan proses kegiatan yang dilakukan untuk memperhalus marmer hingga menjadi produk yang siap dipasarkan. Proses pengolahan marmer dengan menggunakan teknologi lama dapat dapat dituliskna sebagai berikut : blok batu pualam berukuran 260cm x 100 cm x 135 cm digergaji mejadi lempengan lempengan dengan ketebalan 2cm. Lempengan batu pualam tersebut kemudian dipotong

menjadi barang setengah jadi, sesuai ukuran standart pemesarnan.barang setengah jadi tersebut digerinda sebanyak dua tahap dan kemudian disempurnakan dengan jalan menambal dan memoles bagian lapisan marmer yang lubang hingga dihasilkan marmer yang mengkilap.

B. Paparan Data

1. Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

Strategi pemasaran merupakan dasar dalam melakukan kegiatan pada bidang usaha mulai dari perencanaan produk hingga distribusi produk kepada konsumen untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif dan efiisien sehingga penjualan perusahaan akan ikut naik. Strategi pemasaran merupakan dasar dalam pembuatan strategi pemasaran. Dalam strategi pemasaran banyak metode yang digunakan. Strategi pemasaran yang paling sering digunakan yaitu strategi bauran pemasaran (*marketing mix*).

Strategi *marketing mix* merupakan perpaduan antara kegiatan utama dari suatu pemasaran, indikator yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi respon para konsumen. Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan oleh PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) di Kecamatan Campurdarat yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat atau saluran distribusi (*place*). Seperti yang telah dipaparkan

bahwa strategi pemasaran meliputi semua kegiatan yang ada dalam suatu bisnis termasuk dalam pemasaran bisnis pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT). Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) pada PT. IMIT adalah sebagai berikut:

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan kepada para konsumen dan juga pelanggan. Produk merupakan komponen yang sangat penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Produk itu sendiri juga menjadi icon dari suatu perusahaan tersebut. PT. IMIT merupakan salah satu perusahaan marmer yang paling terkenal di daerah Tulungagung dan sekitarnya. Produk yang ditawarkan juga beragam seperti yang disampaikan oleh Mbak Siti selaku agen atau distributor dari PT. IMIT:

> *"PT. IMIT memiliki produk unggulan berupa lembaran marmer atau biasa disebut slab marmer. Selain itu PT. IMIT juga menerima request dari para konsumen. Jadi konsumen itu bisa mendesain sendiri produk yang diinginkan. Disini juga menyediakan beberapa kebutuhan rumah tangga seperti wastafel dan bathup".*[61]

Hal ini sesuai dengan yang dipaparkan oleh Bapak Hutam selaku Karyawan dari PT. IMIT:

> *"Kalau produk dari IMIT itu slab marmer yang memiliki ukuran random mbak. ukurannya bisa 40x40 adajuga yang 60x60 ada juga 100 lebih tergantung permintaan. Ada juga produksi wastafel, disini itu produksi untuk barang yang besar-besar mbak untuk*

[61] Wawancara dengan Mbak Siti selaku Agen atau Distributor dari PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

barang atau limbah yang kecil-kecil diolah oleh para pengrajin marmer sekitar sini."[62]

Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Bapak Sumarli selaku Manager PT. IMIT:

"Produk utama yang dihasilkan dari PT. IMIT ini slab marmer atau lembaran marmer yang menjadi bahan baku dari dinding dan lantai. Untuk slab marmernya itu ukurannya bermacam-macam ada yang kecil dan juga besar tergantung permintaan pasar dan konsumen. Produk lainnya juga masih ada seperti wastafel, bathup. Kalau slab marmernya itu juga banyak jenisnya seperti kawi, wilis, tengger, bromo, dan masih banyak lainnya. Itu juga menghasilkan warna dan corak yang berbeda-beda."[63]

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti dapat disimpulkan bahwa strategi produk yang digunakan oleh PT. IMIT dalam meningkatkan volume penjualan diantaranya yaitu dengan menjaga kualitas produk dan melakukan pelayanan yang terbaik, seperti memilih bahan baku yang bagus untuk menjadikan produk-produk marmer yang berkualitas. Selain itu, konsumen dapat mendesain sendiri bentuk dan ukuran marmer yang diinginkan.

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan jumlah yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau memperoleh suatu barang atau jasa yang dibutuhkan. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam strategi *marketing mix*. Penentuan harga harus diperhatikan karena harga merupakan salah satu faktor dari laku atau tidaknya barang tersebut.

---

[62] Wawancara dengan Bapak Hutam selaku Karyawan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

[63] Wawancara dengan Bapak Sumarli selaku Manager PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

Penetapan harga yang dilakukan oleh PT. IMIT dilihat dari segi kualitas, harga pasaran, bahan baku yang digunakan serta tingkat kesulitan dalam proses pembuatannya. Seperti yang dipaparkan oleh Mbak Siti selaku agen atau distributor PT. IMIT:

> *"Kalau terkait harga memang disini tidak ada standarnya ya mbak. karena tergantung ukuran, jenis batu, dan tingkat kesulitan yang menjadi patokan harga. Selain itu, biaya bahan baku, biaya produksi juga ikut dalam hal penentuan harga. Kalau untuk harga di PT. IMIT sendiri itu sudah sesuai dengan barang yang didapatkan. Harga itu juga sesuai dengan kualitasnya. Jadi keluar dana lebih mahal sedikit tapi memperoleh barang yang bagus itu kan juga tidak masalah. Untuk harga reseller dan distribrutor kami mendapatkan harga khusus mbak. jadi kalau mau jual lagi tetap untung meskipun harga jual saya tidak telalu tinggi dari sini".*[64]

Hal serupa diungkapkan oleh Bapak Hutam selaku Karyawan PT. IMIT:

> *"Kalau harga itu melihat dari jenis batu yang digunakan mbak. selain jenis batu, tingkat kesulitan dan biaya operasional juga diperhitungkan. Memang disini itu kualitas sangat diutamakan sehingga konsumen juga tidak keberatan untuk membelinya."*[65]

Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Bapak Sumarli selaku Manager PT. IMIT:

> *"Penentuan harga jual produk kita tergantung dari bahan baku ya utamanya itu. Apalagi kalau jenis marmer dan ukurannya serta tingkat kesulitannya itu juga mempengaruhi harga dari kita ya. Strategi harga dari kami, kami memberi harga pasaran di pasar. Kan kalau misal kita bikin harga sendiri, sedangkan yang lain lebih murah dengan harga dan kualitas yang sama kan juga malah merusak pasaran."*[66]

---

[64] Wawancara dengan Mbak Siti selaku Agen atau Distributor dari PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

[65] Wawancara dengan Bapak Hutam selaku Karyawan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

[66] Wawancara dengan Bapak Sumarli selaku Manager PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dalam penentuan harga yaitu dilihat dari ukuran tingkat kesulitan, biaya bahan baku, biaya produksi, dan biaya lainnya. Harga juga mengikuti pasaran karena saingan usaha yang sejenis juga tidak sedikit serta diimbangi dengan perbaikan kualitas produk. Penetapan harga yang dilakukan ini untuk meningkatkan volume penjualan pada PT. IMIT.

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dan memperkenalkan produknya kepada pasar serta sasaran mengenai keistimewaan produknya, kegunaannya untuk mendorong orang membeli produk tersebut. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan kegiatan pemasaran. Tujuan promosi adalah untuk memodifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan produk kepada konsumen, mmebujuk agar konsumen membeli produk yang ditawarkan. Bentuk-bentuk promosi dapat digunakan melalui periklanan, penjualan langsung, dan promosi penjualan. Pada PT. IMIT dalam meningkatkan volume penjualan promosi yang dilakukan yaitu seperti yang dipaparkan oleh Bapak Hutam selaku Karyawan PT. IMIT:

> *"Kalau dulu pemasarannya bisa menggunakan banner, tapi kalau sekarang kita sudah pakai wabsite juga. Biasanya kalau ada blog pemasarannya bisa sekian meter kubik dalam satu bulan. Selain itu, apabila ada beberapa event yang dilakukan oleh pemerintah*

kami juga mengikuti seperti pada waktu itu kami ikut pameran di Pemda dan juga di Gor".[67]

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Siti selaku agen atau distributor PT. IMIT:

"sebelum saya membeli produk marmer biasanya saya melihat dulu diwebsite kan ada keterangannya terkait jenis-jenis produk marmer. Setelah itu daya bisa memesan dan membelinya dengan jenis ukuran yang konsumen inginkan. Saya disini kan juga sebagai agen jadi pertamanya saya membeli produk di IMIT karena permintaan dari konsumen dan saya bisa menjual kembali produk yang saya beli dengan harga yang lebih murah setelah itu konsumen biasanya membeli dalam bentuk eceran maupun dalam jumlah besar".[68]

Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Bapak Sumarli selaku Manager PT. IMIT:

"Pemasaran secara online di perusahaan juga ada seperti website dan email. Perusahaan memiliki alamat email yang nantinya perusahaan membuka komunikasi dengan pembeli dengan pihak-pihak yang ingin mengetahui informasi terkait produk marmer dan kami bisa memberikan informasi tersebut lewat email. Selain itu, promosi yang diterapkan oleh PT. IMIT dalam menjual produk yaitu melalui agen dan distributor."[69]

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan streategi promosinya yaitu melalaui pameran, lewat agen, banner dan dengan media sosial atau via online. Dengan cara promosi yang dilakukan oleh PT. IMIT tentunya mendapat pengaruh berupa peningkatan volume penjualan dan semakin terkenal

---

[67] Wawancara dengan Bapak Hutam selaku Karyawan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

[68] Wawancara dengan Mbak Siti selaku Agen atau Distributor dari PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

[69] Wawancara dengan Bapak Sumarli selaku Manager PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

nama PT. IMIT yang nantinya akan memudahkan dalam menjalin kerjasama dengan berbagai pihak.

d. Tempat atau Saluran Distribusi (*Place*)

Tempat atau saluran distribusi merupakan lembaga atau tempat yang saling berkaitan untuk menjadikan produk atau jasa siap digunakan. Tanpa saluran distribusi yang efektif maka sulit bagi konsumen untuk memperoleh barang yang mereka butuhkan dan inginkan. Pada PT. IMIT dalam penyaluran produknya terdapat beberapa cara, salah satunya yaitu baik secara langsung maupun tidak langsung. Penyaluran produk yang benar dan efektif tentunya mampu memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yaitu mampu meningkatkan volume penjualan seperti yang diungkapkan oleh Bapak Hutam selaku Karyawan PT. IMIT:

> *"Untuk produk kami sudah tersalurkan hampir di seluruh wilayah Indonesia mulai dari Aceh sampai Papua, bahkan kita juga sudah ekspor ke ebberapa negara seperti Australia, Jepang, Korea, Amerika dan negara besar lainnya."*[70]

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Siti selaku agen atau distributor PT. IMIT:

> *"Masalah poduk biasanya kami salurkan ke beberapa wilayah yang ada di Indonesia seperti Bali, Medan, Jakarta, Tulungagung dan sekitarnya."*[71]

Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Bapak Sumarli selaku Manager PT. IMIT:

---

[70] Wawancara dengan Bapak Hutam selaku Karyawan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

[71] Wawancara dengan Mbak Siti selaku Agen atau Distributor dari PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

> *"Untuk penyaluran produknya kita salurkan ke beberapa wilayah Indonesia mulai dari Aceh sampai Papua. Selain itu, adanya showroom-showroom membuat saluran distribusi kita langsung ditembus kepada pembeli dari dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu, kita juga menerima pesanan dari pelanggan. Jadi kita juga menyesuaikan selera para konsumen."*[72]

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa saluran distribusi PT. IMIT dengan pengelolaan yang tepat akan membawa manfaat baik dari segi materi dan non-materi bagi PT. IMIT itu sendiri, seperti peningkatan laba, peningkatan pelanggan, peningkatan kualitas produk dan yang terakhir yaitu peningkatan volume penjualan. Penyaluran produk yang dilakukan pada PT. IMIT bisa dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

2. Kendala dan Solusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

Penerapan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk, harga, promosi, dan tempat pada PT. IMIT tentunya menemui beberapa kendala. Dengan adanya kendala tersebut tentunya akan mempengaruhi volume penjualan perusahaan tersebut. Apalagi dengan banyaknya pesaing yang muncul pada saat ini membuat setiap perusahaan saling berlomba menentukan strategi yang dinilai baik untuk kemajuan usahanya. Adapun kendala yang dihadapi dan solusi yang diteraokan oleh PT. IMIT diantaranya:

---

[72] Wawancara dengan Bapak Sumarli selaku Manager PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

a. Produk (*Product*)

Produk adalah bagian terpenting dalam usaha. Dengan adanya pemasaran akan meningkatkan produk dan peningkatan volume penjualan bagi perusahaan. Akan tetapi, dengan adanya kendala yang ditemui pastinya akan mempengaruhi volume penjualan perusahaan tersebut. akan tetapi, kendala tersebut dapat diminimalisir, Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Hutam selaku Karyawan PT. IMIT:

> *"Kalau kendala terkait produk pada bahan bakunya mbak. pelanggan kami itu mayoritas tidak mengerti jenis-jenis marmer, yang mereka tahu itu semua marmer sama saja. Jadinya mereka itu pesan banyak dengan motif yang sama. Jadi kami juga lumayan kesusahan dalam pembuatannya. Sedangkan yang coraknya sama itu juga terbatas. Selain itu, kendala yang paling berpengaruh itu cuaca. Kadang bahan baku kalau musim hujan itu telat dari tambang. Kan kalau telat produksinya juga akan terhambat. Kalau untuk solusinya biasanya kita stok bahan baku dan bahan bantu. Kalau bahan bantu itu kami impor. Jadi sekalian stok agak banyak untuk mengurangi ongkis kirim yang terlalu banyak"*[73]

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Siti selaku agen atau distributor PT. IMIT:

> *"Menurut saya kendala itu dari bahan baku dan cuaca mbak. jika cuaca tidak mendukung maka produksinya juga akan terhambat apabila tidak memiliki stok barang. Selain itu, motifnya kadang hanya terbatas tidak bisa memesan sesuai dengan konsumen saya. Kalau solusinya setahu saya pada saat musim kemarau itu perusahaan mengambil barang cukup banyak untuk persediaan pada saat musim hujan seperti ini"*[74]

Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Bapak Sumarli selaku Manager PT. IMIT:

---

[73] Wawancara dengan Bapak Hutam selaku Karyawan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

[74] Wawancara dengan Bapak Siti selaku Agen atau Distributor PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

"Kendala terkait produk itu ada pada bahan baku dan juga cuaca. Karena bahan bakunya kan dari alam jadi kita tidak bisa memasok banyak akan bahan baku itu. Selain itu, dengan berbagai jenis marmer yang beragam juga menghasilkan corak dan motif yang beragam pula. Jadi kadang tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Kalau kendala dari cuaca yaitu jika musim penghujan maka bahan baku juga sulit untuk didapatkan karena tertutup lumpur dan akhirnya tidak tahu batunya bagus atau tidak. Untuk menyiasatinya kami melakukan pengambilan dari tambang yang cukup untuk persediaan pada saat musim hujan. Kalau untuk coraknya kita menyiasati dengan membeli bahan bantu dari luar untuk hasil produk agar lebih terlihat mengkilap"[75]

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi yaitu adanya keterbatasan bahan baku, cuaca dan juga jenis marmer yang beragam. Hal ini mempengaruhi volume penjualan yang dialami oleh PT. IMIT. Akan tetapi, PT. IMIT memiliki solusi untuk menghadapi kendala tersebut yaitu dengan menambah stok bahan baku maupun bantu yang nantinya akan tetap memperlancar jalannya produksi sehingga produksi tetap bisa dilakukan dan pelanggan dapat memperoleh barang yang diinginkan.

b. Harga (*Price)*

Harga merupakan penentu konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Dalam menentukan harga banyak yang harus dipertimbangkan oleh pengelola usaha termasuk kendala yang dialami dan solusi yang diterapkan PT. IMIT seperti yang disampaikan oleh Bapak Hutam:

"Gini mbak kalau masalah harga kendalanya ada pada bahan baku pada saat musim hujan. Pada musim hujan bahan bakunya

[75] Wawancara dengan Bapak Sumarli selaku Manager PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

lebih mahal. Sehingga produk yang dihasilkan juga dijual dengan harga yang lebih mahal daripada biasanya. Selain itu, ada perusahaan lain yang menjual dengan harga lebih murah. Sehingga apabila kita menjual dengan harga yang lumayan mahal juga tidak laku di pasaran, kalau dijual murah kita juga rugi. Jadi lebih tepatnya akan ada persaingan harga mbak. Disini kan juga banyak usaha dibidang yang sama. Untuk solusinya yaitu dengan peningkatan kualitas produk yang kami hasilkan sehingga konsumen tidak keberatan dan tetap puas dengan produk kami. Selain itu, adanya harga khusus atau potongan harga yang diberikan kepada mitra kerja atau distributor kami."[76]

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Siti selaku agen atau distributor PT. IMIT:

"Kendalanya di harga itu kadang harganya suka naik turun. Apalagi kalau musim hujan gini. Tapi kalau saya sebagai distributor tetap dapat harga yang beda. Tapi kalau saya tanya-tanya ke karyawannya sini katanya kalau musim hujan memang bahan bakunya susah untuk didapat. Kalau harganya tetap kan sini pastinya juga rugi mbak. kalau saya sih bisa ngertiin hal yang seperti ini. Pastinya perusahaan lain kan juga sama saja."[77]

Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Bapak Sumarli selaku Manager PT. IMIT:

"Kalau kendala dari strategi harga itu banyaknya usaha sejenis yang lebih murah. Kan masyarakat itu lebih senang ke kerajinan yang kecil-kecil seperti vas bunga, patung, kursi, meja kan lebih suka ke perabotan rumah tangga. Sedangkan disini itu jualnya yang skala besar. Untuk harganya kami sih bisa menyesuaiakan sesuai dengan bahan baku dan kualitas. Akan tetapi terkadang pada saat musim hujan bahan bakunya itu cenderung lebih mahal jadi kami jualnya produk ya lumayan mahal. Meskipun kami punya pertambangan sendiri tapi kan pekerja juga nuntun untuk upah yang lebih besar karena medannya yang sulit, kan kalau musim hujan itu juga banyak lumpurnya. Untuk menyiasati kenaikan harga bahan baku, kita memberikan kualitas produk semaksimal mungkin. Selain itu, kita tetap memberikan harga khusus untuk para distributor kami. Penjualan distributor sangat mempengaruhi

[76] Wawancara dengan Bapak Hutam selaku Karyawan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

[77] Wawancara dengan Ibu Siti selaku Agen atau Distributor PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

penjualan dari PT. IMIT ini mbak. terbanyak itu malah dari distributor kami."[78]

Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa kendala pada strategi pada penentuan harga yaitu adanya pesaing yang bermunculan serta ketersediaan bahan baku yang cukup mahal karena sulitnya memperoleh bahan baku dari pertambangan. Selain itu, cuaca yang tidak menentu juga mempengaruhi harga dari bahan baku tersebut. Dengan kenaikan harga bahan baku tersebut juga akan berdampak pada harga produk yang PT. IMIT hasilkan. Hal ini juga menyebabkan adanya persaingan harga dengan industri sejenis yang ada di sekitar Kabupaten Tulungagung. Solusi dari kendala tersebut yaitu kita memberikan pelayanan yang memuaskan dan peningkatan kualitas produk sehingga meskipun banyaknya pesaing dan juga kenaikan harga konsumen tetap mau membeli produk dari perusahaan dan merasa puas dengan produk mereka dapatkan.

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi menjadi penentu dalam pemasaran produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Karena melalui promosi para konsumen dapat mengetahui produk tersebut. Adanya promosi maka konsumen yang dituju akan tepat sasaran. Akan tetapi, promosi tidak selalu berjalan mulus sesuai dengan yang direncanakan. Kadang kala, terdapat beberapa hambatan atau kendala yang dihadapi oleh PT. IMIT

[78] Wawancara dengan Bapak Sumarli selaku Manager PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

dalam mempromosikan produknya. seperti yang dipaparkan oleh Bapak Hutam selaku Karyawan PT. IMIT:

> *"Untuk promosi kita masih belum aktif ya, karena promosi hanya lewat agen atau mitra kerja dan kartu nama. Untuk websitenya kita belum berjalan secara efektif. Dulu kita juga pernah ikut pameran tetapi sekarang sudah jarang karena ada biaya tambahan seperti biaya transportasi atau biaya-biaya lainnya. Untuk pemasaran baik langsung maupun saya raya tidak ada kendala mbak selama ini. Untuk solusinya kami berupaya menambah mitra kerja atau distributor sehingga mampu memperluas dan menambah jumlah penjualan pada PT kami. selain itu, kdedepannya kami akan merekrut karyawan khusus untuk mengelola penjualan serta menangani informasi secara online untuk mengoptimalkan penjualan barang secara online."*[79]

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Siti selaku agen atau distributor PT. IMIT:

> *"Terkait kendala promosi mungkin sama seperti kita yaitu biaya yang dikeluarkan dalam pameran. Sekarang sini dan pengrajin sudah jarang mengikuti pameran. Kalau dari online biasanya itu balasnya agak lama terus juga banyak oknum-oknum yang meniru desain maupun corak dati PT ini. Jadi kesannya itu kayak pasaran produknya. solusinya apa ya mbak, paling ya memanfaatkan penjualan secara langsung aja atau bekerja sama dengan banyak agen aja mbak. agar jangkauannya semakin luas."*[80]

Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Bapak Sumarli selaku Manager PT. IMIT:

> *"Sebenarnya ya mbak, kalau kendala yang cukup besar terkait promosi itu disini tidak ada. Karena sebagian besar kita menggunakan penjualan secara langsung baik dari perusahaan maupun dari agen distributor kami. Selain itu, untuk kendala yang lewat online seperti blog ataupun website itu kan tidak hanya masyarakat lokal saja sudah dijangkau oleh orang luar mbak, jadi kami juga lumayan kesulitan untuk berkomunikasi dengan mereka. Disini juga masih belum ada admin khusus yang menghendel untuk*

---

[79] Wawancara dengan Bapak Hutam selaku Karyawan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

[80] Wawancara dengan Ibu Siti selaku Agen atau Distributor PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

situs onlinenya. Jadi respon kami kadang juga slowrespon. Untuk kedepannya kita menambah karyawan di bagian staff admin yang nantinya khusus mengurusi informasi dari konsumen dan menerima pesanan yang dari via online.''[81]

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kendala promosi yang dialami oleh PT. IMIT sebenarnya tidak ada. Karena penjualan lebih besar dilakukan secara langsung dan langsung dengan distributor. Akan tetapi, apabila promosi lewat pameran itu terkendala oleh biaya yang cukup besar. Sedangkan untuk promosi lewat media online masih belum dilakukan secara optimal. Untuk kedepannya PT. IMIT akan merekrut karyawan yang khusus menangani dan mengelola informasi pemesanan konsumen via online untuk memanfaatkan kemajuan tekhnologi yang nantinya akan lebih memperluas jangkauan pasar yang nantinya dapat meningkatkan volume penjualan.

d. Tempat atau Saluran Distribusi (*Placce*)

Tempat adalah lokasi dimana perusahaan menawarkan produk kepada konsumen dan terjadinya proses jual beli. Dalam hal ini tempat atau saluran distribusi yang diterapkan oleh PT. IMIT memiliki peranan yang sangat penting dalam menarik minat pembeli. Akan tetapi, dengan banyaknya pesaing memberikan kendala pada strategi tempat atau saluran distribusi. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Hutam selaku Karyawan PT. IMIT:

[81] Wawancara dengan Bapak Sumarli selaku Manager PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

"Kendala dari tempat atau showroom itu kita adalah banyaknya showroom-showroom kerajinan marmer yang lebih diminati oleh para ibu rumah tangga. Kan disini terkenal dengan industri marmernya ya mbak, baik skala besar maupun rumah tangga. Selain itu, pengiriman kita yang kebanyakan ke luar kota paling itu terkendala dengan cuaca yang tidak mendukung . Untuk solusinya lebih mengedepankan dalam pengirimannya lebih mengutamakan keamanan barang sehingga mengurangi adanya riject dan komplen dari konsumen. Akan tetapi selama ini pelanggan sudah merasa puas dengan keamanan dari produk yang kita kirimkan."[82]

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Siti selaku agen atau distributor PT. IMIT:

"Kalau kendalanya itu showroomnya disini kan tidak Cuma satu dan letaknya itu saling berdekatan. Sehingga konsumen itu banyak pilihan sehingga peluangnya kita juga semakin sedikit. Jadi ya untung-untungan. Tapi kita juga mengutamakan kualitas dan kenyaman para pelanggan yang datang ke showroom."[83]

Hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Bapak Sumarli selaku Manager PT. IMIT:

"Kendala yng mungkin terjadi saat penyaluran barang itu pada saat pengiriman kan terkadang ada barang yang riject atau komplen dari pelanggan. Hal ini menyebabkan sedikit kesulitan karena produk yang kita tawarkan itu ukurannya besar-besar. Kalau untuk masalah tempat kita tidak begitu mempermasalahkan karena pelanggan kami sudah banyak yang mengetahui lokasi ini. Untuk solusinya lebih mengedepankan dalam hal pengiriman dan lebih mengutamakan keamanan barang sehingga mengurangi adanya riject dan komplen dari konsumen. Akan tetapi selama ini pelanggan sudah merasa puas dengan keamanan dari produk yang kita kirimkan. Sehingga pelanggan lebih percaya dan merasa puas dengan produk kami."[84]

---

[82] Wawancara dengan Bapak Hutam selaku Karyawan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

[83] Wawancara dengan Ibu Siti selaku Agen atau Distributor PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

[84] Wawancara dengan Bapak Sumarli selaku Manager PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), Pada Tanggal 5 Desember 2020

Beradsarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa pada strategi tempat atau saluran distribusi yaitu pe ndistribusian secara tidak langsung memiliki beberapa kendala diantaranya yaitu terjadinya kerusakan, keterlambatan barang dalam proses pengiriman barang hingga sampai ke tangan pelanggan. Sedangkan kendala pada pendistribusian barang secara langsung yaitu banyaknya showroom yang menjual barang yang sejenis di sekitar showroom PT. IMIT. Solusi dalam menghadapi hal tersebut yaitu ebih mengutamakan keamanan barang dalam pengiriman sehingga mengurangi adanya resiko *riject* dan komplen dari konsumen. Akan tetapi selama ini pelanggan sudah merasa puas dengan keamanan dari produk yang kita kirimkan.

C. Temuan Penelitian

1. Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

Upaya yang dicapai oleh PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) perlu melakukan berbagai strategi pemasaran yang efektif dan optimal. Adanya strategi pemasaran yang tepat maka tujuan yang telah ditetapkan perusahaan akan dapat tercapai. Setelah melakukan pengamatan dan wawancara untuk menggali informasi pada industri marmer pada PT. IMIT, strategi pemasaran yang digunakan terdiri dari

empat indikator, yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat atau saluran distribusi (*place*).

Adapun produk yang diproduksi dan ditawarkan oleh PT. IMIT ada berbagai macam jenis marmer. Seperti kawi, wilis, tengger, bromo, dieng, toba, dan kelud yang menghasilkan berbagai macam corak dan warna. Selain itu, PT. IMIT memproduksi wastafel dan slab marmer berbagai ukuran yang menjadi bahan dasar lantai dan dinding. PT. IMIT dalam produksi tergantung dengan permintaan konsumen, sehingga konsumen dapat mendesain sendiri bentuk dan ukuran marmer yang diinginkan. Dalam melakukan strategi pemasaran produk PT. IMIT selalu menjaga kualitas produk dan melakukan pelayanan yang terbaik, seperti memilih bahan baku yang bagus untuk menjadikan produk-produk marmer yang berkualitas.

Penentuan harga yang dilakukan oleh PT. IMIT dalam meningkatkan volume penjualan yaitu dapat dilihat dari ukuran, tingkat kesulitan, biaya bahan baku, biaya produksi dan biaya lainnya. Harga yang diberikan oleh PT. IMIT juga mengikuti harga pasar karena persaingan harga yang sejenis juga sangat banyak di Kecamatan Campurdarat.

Dalam meningkatkan volume penjualan industri marmer, strategi yang dilakukan oleh PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) yaitu dengan menggunakan strategi promosi yang tepat. Banyak strategi komunikasi pemasaran PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) menggunakan *promotion mix* sebagai strateginya dalam

menigkatkan volume penjualannya. Strategi promotion mix yang dilakukan oleh PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) yaitu terdiri dari *advertising, sales promotion, personal selling, publicity*, dan *direct marketing.*

Strategi tempat atau saluran distribusi yang diterapkan oleh PT. IMIT dalam meningkatkan volume penjualan yaitu dengan cara pendistribusian langsung maupun tidak langsung. Selain mendistribusikan barang ke luar kota PT. IMIT juga sudah melakukan ekspor sampai ke luar negeri seperti Australia, Jepang, Korea, Amerika dan negara besar lainnya. Selain itu, PT. IMIT juga memeliki ruang atau *showroom* khusus dan disitu dipasang berbagai macam produk marmer yang dihasilkan oleh perusahaan. Meskipun pembeli tidak langsung ke gudang ataupun pabrik untuk melihat maka pembeli bisa secara langsung melihat contoh-contoh produk marmer di kantor ataupun diruangan khusus. Produk tersebut dipajang ataupun ditempel di dinding secara langsung dengan berbagai macam dan ukuran. Strategi yang dilakukan biasanya perusahaan menunjukkan hasil produksinya kepada calon pembeli, setelah itu dipersilahkan untuk memilih mana produk yang diinginkan.

2. Kendala dan Solusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

Kendala strategi pemasaran yang dialami oleh PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) dalam meningkatkan volume penjualan pada strategi produk yaitu Kendala pada strategi produk yaitu adanya

keterbatasan bahan baku, cuaca dan juga jenis marmer yang beragam yang mengakibatkan ada bebrapa corak yang tidak sesuai dengan spesifikasi dari konsumen. Selain itu, pada kondisi seperti sekarang ini adanya pandemi juga berdampak pada berkurangnya pesanan yang didapatkan dari konsumen. Hal ini mempengaruhi volume penjualan yang dialami oleh PT. IMIT

Akan tetapi, PT. IMIT memiliki solusi untuk menghadapi kendala tersebut yaitu dengan menambah stok bahan baku maupun bahan bantu yang nantinya akan tetap memperlancar jalannya produksi sehingga produksi tetap bisa dilakukan dan pelanggan dapat memperoleh barang yang diinginkan.

Kendala yang dialami PT. IMIT dalam hal penentuan harga yaitu adanya pesaing yang bermunculan serta ketersediaan bahan baku yang cukup mahal karena sulitnya memperoleh bahan baku dari pertambangan. Selain itu, cuaca yang tidak menentu juga mempengaruhi harga dari bahan baku tersebut. Dengan kenaikan harga bahan baku tersebut juga akan berdampak pada harga produk yang PT. IMIT hasilkan. Hal ini juga menyebabkan adanya persaingan harga dengan industri sejenis yang ada di sekitar Kabupaten Tulungagung. Solusi dari kendala tersebut yaitu PT. IMIT memberikan pelayanan yang memuaskan dan peningkatan kualitas produk sehingga meskipun banyaknya pesaing dan juga kenaikan harga konsumen tetap mau

membeli produk dari perusahaan dan merasa puas dengan produk yang mereka dapatkan.

Kendala strategi promosi yang dialami oleh PT. IMIT yaitu kurangnya promosi yang dilakukan melalui sosial media. Karena penjualan lebih besar dilakukan secara langsung dengan konsumen dan distributor. Akan tetapi, apabila promosi lewat pameran itu terkendala oleh biaya yang cukup besar. Sedangkan untuk promosi lewat media online masih belum dilakukan secara optimal. Untuk kedepannya PT. IMIT akan merekrut karyawan yang khusus menangani dan mengelola informasi pemesanan konsumen via online untuk memanfaatkan kemajuan tekhnologi yang nantinya akan lebih memperluas jangkauan pasar yang dapat meningkatkan volume penjualan.

Kendala strategi tempat atau saluran distribusi yaitu pendistribusian secara tidak langsung sering tejadi diantaranya yaitu terjadinya kerusakan, keterlambatan barang dalam proses pengiriman barang hingga sampai ke tangan pelanggan. Sedangkan kendala pada pendistribusian barang secara langsung yaitu banyaknya showroom yang menjual barang yang sejenis di sekitar *showroom* PT. IMIT. Solusi dalam menghadapi hal tersebut yaitu lebih mengutamakan keamanan barang dalam pengiriman sehingga mengurangi adanya resiko *riject* dan komplen dari konsumen. Dengan adanya kendala tersebut mengakibatkan PT. IMIT mengalami kerugian karena harus

mengganti barang yang rusak tersebut. Akan tetapi selama ini pelanggan sudah merasa puas dengan keamanan dari produk yang kita kirimkan.