

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Paparan Data**

##### **1. Sejarah CV Selo Makmur**

CV Selo Makmur berada di Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung yang didirikan oleh Bapak Arifin dan Ibu Masrikah, tetapi yang menjalankan usaha ini adalah istrinya yaitu Ibu Masrikah. Beliau asli warga Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung. CV Selo Makmur bergerak dibidang industry dari limbah pemotongan batu marmer. Industry ini mulai beroperasi pada tahun 1985 sampai sekarang. Industry limbah marmer ini diberi nama Selo Makmur yang memiliki arti “SELO” yang berarti batu, “MAKMUR” yang berarti hidup makmur atau sejahtera. Diberikan nama Selo Makmur ini harapannya agar adanya batu ini semoga dapat hidup makmur dan memperoleh kesejahteraan.

Industri limbah marmer ini dapat diketahui bahwa limbah hasil dari pemotongan batu marmer dapat diproduksi menjadi barang berharga dan memiliki banyak manfaat. Limbah tersebut diperoleh dari para pengepul yang berbentuk brokol lalu digiling. CV Selo Makmur awalnya hanya memproduksi serbuk pakan ayam, seiring berkembangnya waktu dengan berbagai inovasi sehingga dapat memberikan produk-produk unggulan. Produk yang diproduksi awalnya hanya berbentuk

serbuk lalu diinovasi menjadi produk yang memiliki kegunaan dan memiliki nilai jual tinggi, seperti gentong, wastapel, karpot, dan batu sikat.

## **2. Visi dan Misi**

### **a. Visi**

Meningkatkan kesejahteraan masyarakat lingkungan sekitar

### **b. Misi**

1. Meningkatkan kesejahteraan lingkungan
2. Untuk kemaslahatan umat terutama untuk ekonomi

## **3. Tujuan**

Adanya CV Selo Makmur ini, memberikan lapangan pekerjaan, untuk mensejahterakan keluarga dan tujuan utamanya untuk membangun sekolah yang berbasis dakwah.

## **4. Struktur Organisasi**

- a. Nama Pemilik : Bapak Arifin dan Ibu Masrikah
- b. Nama Karyawan : Idris, Wahyu, Feri, Willy dan Riski

## **B. Temuan Penelitian**

Temuan penelitian dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menyajikan data-data apa adanya yang diperoleh dari informan terkait dengan permasalahan yang dibahas yang berkaitan dengan dengan rumusan masalah pada penelitian agar tidak meluas kepermasalahan lain. Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Industri Limbah Marmer CV Selo Makmur dalam Meningkatkan Omset Penjualan.

Langkah pertama mendirikan bisnis yang harus dilakukan adalah membuat perencanaan bisnis, karena hal tersebut sangat diperlukan untuk mengetahui arah tujuan suatu bisnis. Strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam berkembangnya dan berlangsungnya hidup bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Strategi pemasaran adalah perencanaan kegiatan yang dijadikan sebagai rencana atau pedoman terutama pada bidang pemasaran dengan melakukan persaingan agar dapat meningkatkan penjualan. Perencanaan pemasaran sendiri dimulai dari pemilihan pasar, perencanaan produk, penetapan harga, system distribusi dan promosi. Prinsip pemasaran pada dasarnya adalah tercapainya tujuan bisnis yang mempengaruhi kemampuan untuk mendapatkan keuntungan.

Cara membuat strategi pemasaran yang baik pada suatu bisnis yaitu dengan menggunakan variabel-variabel dari bauran pemasaran, yaitu meliputi: produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*distribution*) promosi (*promotion*). Semua variabel tersebut saling mendukung untuk tercapainya tujuan bisnis. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV Selo Makmur agar dapat meningkatkan omset penjualan dalam memperoleh keuntungan.

Strategi pemasaran yang dilakukan pada industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam meningkatkan omset penjualan sebagai berikut:

a. Produk (*product*)

Produk merupakan bagian penting dalam suatu bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang. Adanya strategi produk juga akan memberikan pengaruh besar terhadap suatu bisnis. Desa Besole merupakan Desa yang terkenal dengan industry marmer, selain itu juga memberikan limbah marmer yang dapat diproduksi kembali menjadi berbagai jenis produk unggulan. Seperti yang disampaikan oleh ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo Makmue sebagai berikut:

*“Mengenai produk disini dengan memproduksi berbagai jenis olahan dari limbah pemotongan marmer mbk. Sehingga limbah marmer dapat diproduksi menjadi produk unggulan. Konsumen juga banyak yang tertarik dengan produk limbah ini, karena konsumen juga sudah mengetahui kegunaan dalam produk itu”.*<sup>57</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan MbK Tika selaku konsumen CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Saya itu mempunyai ketertarikan mengenai limbah marmer ini lo mbk, karena kan dapat digunakan sebagai hiasan terus sebagai karpot pengganti paving iku lo mbk. Jadi kalau batunya itu dipasang hasilnya terlihat bagus gitu mbk”.*<sup>58</sup>

Dari penjelasan di atas bahwa produk yang diproduksi CV Selo Makmur dari limbah pemotongan marmer. Limbah marmer dapat

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

<sup>58</sup> Wawancara dengan MbK Tika (konsumen CV Selo Makmur), pada tanggal 08 Mei 2021

dijadikan produk unggulan. Banyak konsumen yang tertarik dengan produk limbah ini.

*“Dalam strategi produk yang dilakukan dengan memberikan berbagai macam produk unggulan. Selain itu CV Selo Makmur dapat memberikan produk unggulan dari limbah marmer yang awalnya saya hanya memproduksi tepung menir untuk pakan ayam saja, pakan ayam itu kan berbentuk serbuk tetapi seiring berkembangnya waktu saya mempunyai inisiatif mengolah serbuk itu menjadi beberapa produk. Produk yang saya jual itu seperti batu sikat, batu hias dan tepung menir untuk pakan ayam”..<sup>59</sup>*

Pembuatan produk CV Selo Makmur awalnya hanya memproduksi tepung menir yang berbentuk serbuk, dengan berkembangnya waktu pengolahan tepung tersebut dapat dikembangkan dan diinovasi menjadi berbagai macam produk.

*“Selain itu dalam penjualan produk yang saya jual itu sudah memberikan berbagai variasi, warna dan banyak jenisnya. Dalam pemilihan warna pada produk itu sesuai dengan permintaan konsumennya mbk”.<sup>60</sup>*

Hal tersebut senada dengan pernyataan MbK Yetik selaku konsumen CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“ Untuk terkait produknya sudah memberikan berbagai variasi dan warna produk mbk. Kemarin waktu saya memesan produk itu kan saya mempunyai keinginan warnanya ini seperti ini*

---

<sup>59</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 30 Januari 2021

<sup>60</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 30 Januari 2021

*terus sama karyawannya itu dibuatkan sesuai dengan keinginan saya mbk”.*<sup>61</sup>

Hal tersebut dipertegas dengan pernyataan Mas Idris selaku karyawan CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Dalam menjual produknya itu sudah memberikan berbagai macam variasi, warna, dan jenis mbk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dalam memberikan warna produk itu sesuai dengan selera dan keinginan konsumen, nanti apabila konsumennya itu menginginkan warnanya itu seperti apa nanti dibuatkan sesuai dengan keinginannya konsumen mbk”.*<sup>62</sup>

Dari pernyataan di atas dijelaskan bahwa CV Selo Makmur dalam penjualan produk yang dijual sudah bervariasi dan banyak jenisnya. CV Selo Makmur awalnya hanya memproduksi serbuk pakan ayam dengan seiring berkembangnya waktu pengolahan serbuk diolah menjadi beberapa produk unggulan, seperti tepung menir untuk pakan ayam, batu sikat dan batu hias. CV Selo Makmur memberikan berbagai macam variasi dan warna produk sesuai dengan keinginan konsumen.

Setiap industry limbah marmer tentu memiliki strategi produk guna meningkatkan omset penjualan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo Makmur:

*“Terkait dengan strategi yang dilakukan untuk meningkatkan omset penjualan yaitu dengan menjaga kualitas produk dan tepat waktu dalam proses pembuatan sampai dengan pengiriman. Apabila dalam memberikan kualitas produk yang*

---

<sup>61</sup> Wawancara dengan MbK Yetik (konsumen CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2020

<sup>62</sup> Wawancara dengan Mas Idris (karyawan CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

*baik dan tepat waktu dalam pengiriman produk kan konsumen merasa puas dan tidak merasa kecewa, nantinya konsumen juga memberikan kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan”.*<sup>63</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan Mas Idris selaku karyawan CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Untuk kualitas yang diberikan itu diusahakan memberikan kualitas yang terbaik mbk. Pada waktu pengolahan produk limbah itu pasti didampingi oleh pemiliknya sendiri mbk, jadi dalam membuatnya itu harus benar-benar sesuai dengan permintaan, keinginan dan selera konsumen agar konsumen itu tidak merasa kecewa dengan produk yang dihasilkan”.*<sup>64</sup>

Hal tersebut dipertegas dengan pernyataan oleh Mas Iwan selaku konsumen CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Dalam memberikan kualitas produk itu sangat penting mbk, produk disini kualitasnya bagus saya juga sudah langganan pesan disini. Kalau kualitasnya ndak bagus saya kan juga ndak pesan lagi mbk”.*<sup>65</sup>

Berdasarkan hasil penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa produk yang dijual CV Selo Makmur sudah bervariasi dan banyak jenisnya seperti batu sikat, batu hias, tepung menir untuk pakan ayam. CV Selo Makmur dapat memberikan berbagai macam produk, mampu mengembangkannya dan mampu menjaga kualitas produk yang baik,

---

<sup>63</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

<sup>64</sup> Wawancara dengan Mas Idris (karyawan CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

<sup>65</sup> Wawancara dengan Mas Iwan (konsumen CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

maka akan menarik minat konsumen dalam membeli produk dan mempertahankan konsumen yang sudah ada maupun konsumen baru untuk tetap membeli produk tersebut, sehingga industry limbah marmer CV Selo Makmur dapat meningkatkan omset penjualan.

b. Harga (*Price*)

Harga adalah jumlah yang harus dibayar konsumen atas produk itu. Cara penentuan harga harus sesuai dengan nilai produk dan sesuai dengan pasar, supaya pembeli tidak beralih ke produsen lain. Seperti yang disampaikan oleh ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Dalam menentukan harga yang saya tentukan ya dilihat dari pasarannya dulu itu berapa. Untuk harga jual yang saya tentukan itu tetap “tidak berubah-ubah” semua warna harganya itu sama. Karena harga bahan bakunya tetap, untuk bahannya itu dikirim oleh pengepul dengan bentuk kricak (krikil) brokol dari limbah gergaji batu, dari pengepulnya sendiri itu harganya ya tetap. Jadi harga yang saya jual itu ya tetap yaitu tetap stabil, beda kayak beras itu hargane kan naik turun.”<sup>66</sup>*

Hal tersebut senada dengan pernyataan MbK Yetik selaku konsumen CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Terkait dengan penentuan harganya itu memang sesuai dengan pasar ya mbk. Walaupun harga yang diberikan itu sama dengan orang lain, tetapi saya itu mempunyai ketertarikan dalam membeli produk disini. Dalam menentukan harga jualnya itu sama walaupun warna yang saya inginkan*

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 30 Januari 2021



*itu berbeda-beda. Kalau saya membeli produk itu warnanya beda-beda kan mbk sesuai dengan keinginan saya, tetapi harga yang diberikan itu tetap sama”.*<sup>67</sup>

Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan MbK Tika selaku konsumen

CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Untuk harga yang ditentukan itu stabil mbk dan sesuai dengan pasar, harganya juga sesuai dengan kualitas barang”.*<sup>68</sup>

Berdasarkan hasil penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penentuan harga harus sesuai dengan pasar. CV Selo Makmur ini dalam menentukan harga jual dengan memberikan harga tetap, artinya dalam penjualan produk harga yang ditentukan tidak berubah-ubah semua warna harganya sama. Hal tersebut karena bahan yang dikirim oleh pengepul harganya tetap, jadi CV Selo Makmur ini dalam menentukan harga jual dengan tetap stabil. Cara menentukan harga yang dilakukan industry limbah marmer CV Selo Makmur agar dapat meningkatkan omset penjualan.

#### c. Distribusi

Distribusi adalah kegiatan penyaluran barang dari produsen kepada konsumen melalui proses perantara seperti distributor, grosir, agen dan pengecer. Pada industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam

---

<sup>67</sup> Wawancara dengan MbK Yetik (konsumen CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

<sup>68</sup> Wawancara dengan MbK Tika (konsumen CV Selo Makmur), pada tanggal 08 Mei 2021

penyaluran produknya melalui cara langsung maupun tidak langsung yang disampaikan oleh ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Cara mendistribusikan produk ya ada yang lewat agen, ada yang pembeli langsung datang kesini mbk. Kalau saya penjualannya itu sebagai grosiran mbk. Cara konsumen memesan barang ya konsumen memesan barang berapa ton gitu dan diberi dp 50%, barang diantar lalu dibayar lunas. Nantinya yang menanggung biaya pengiriman barang ya pembeli mbk. Untuk biaya pengiriman barang tergantung jarak yang ditempuh mbk”.*<sup>69</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan Mas Iwan selaku konsumen CV Selo Makmur sebagai berikut :

*“ Saya itu biasanya dalam melakukan pemesanan barang itu langsung dari pemiliknya sendiri mbk. Tetapi kadang juga lewat agen, kalau saya tidak sempat datang langsung ke pabrik untuk melihat barangnya”.*<sup>70</sup>

Berdasarkan hasil penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa CV Selo Makmur dalam pendistribusian produk melalui distribusi langsung maupun distribusi tidak langsung yaitu melalui agen atau pembeli langsung. CV Selo Makmur dalam penjualan produk sebagai grosir. Cara konsumen memesan barang dengan cara konsumen memesan barang dengan dp 50%, selanjutnya barang diantar, konsumen membayar lunas dan yang menanggung biaya pengiriman yaitu

---

<sup>69</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 30 Januari 2021

<sup>70</sup> Wawancara dengan Mas Iwan (konsumen CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

pembeli. Dalam menentukan biaya pengiriman barang tergantung pada jarak yang ditempuh.

#### d. Promosi

Promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mempromosikan dan mengenalkan produk terhadap konsumen. Tujuan promosi adalah mengenalkan produk kepada konsumen, membujuk konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Promosi yang digunakan dengan cara penjualan langsung (*personal selling*). Seperti yang disampaikan Ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Dalam melakukan promosi dan mengenalkan produk melalui konsumen secara langsung yang datang ke pabrik mbk selain itu dalam penjualan produk strategi yang digunakan dengan dilihatkan gambar lalu dijelaskan fungsinya untuk apa kegunaannya ya untuk menghias rumah-rumah. Kemudian konsumen merasa tertarik”.*<sup>71</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan MbK Tika selaku konsumen CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Saya itu awalnya tidak tau kalau membeli batu hias itu dimana ya mbk, akhirnya saya itu diberitahu oleh tetangga saya, bahwa yang menjual batu hias itu di CV Selo Makmur Desa Besole, kemudian saya diarahkan untuk membeli disana. Sehingga saya langsung datang ke pabriknya langsung dan disana itu juga dilihatkan mengenai gambar dan dijelaskan kegunaannya”.*<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 30 Januari 2021

<sup>72</sup> Wawancara dengan MbK Tika (konsumen CV Selo Makmur), pada tanggal 08 Mei 2021

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dijelaskan bahwa CV Selo Makmur dalam mempromosikan produk secara penjualan langsung melalui mulut ke mulut. Adanya promosi langsung inilah dapat memberikan penjelasan mengenai gambaran dan kegunaan produk yang dijual.

*“Selain itu juga lewat handphone lewat telephon mbk nanti dihubungi. Jadi mediane promosi ya tetep hp, ndak tau kalau orang-orang kalau aku kan cuma grosir, ndak tau kalau orang-orang yang pedagang-pedagang ndak tau lewat apa, kalau aku kan ndak. Nanti konsumen ya langsung datang kesini, biasanya orang Jakarta ya datang kesini. Untuk promosinya saya ndak pakai media sosial”<sup>73</sup>*

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dijelaskan bahwa CV Selo Makmur dalam memasarkan dan mengenalkan produk beliau tidak menggunakan media sosial. Konsumen akan datang langsung dan menghubungi langsung. CV Selo Makmur dalam penjualan produk sebagai grosir.

Walaupun Ibu Masrikah dalam melakukan promosi produknya tidak menggunakan media sosial, pemasaran produk dari limbah tersebut tetap mengalami peningkatan penjualan, karena dalam melakukan promosi beliau dibantu oleh anak-anaknya yang berada di luar kota.

---

<sup>73</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 30 Januari 2021

Seperti yang disampaikan oleh Ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo

Makmur sebagai berikut:

*“Selain itu strategi promosi yang dilakukan dengan cara saumpama anak saya buka showroom di Kalimantan nanti sama anak sayalihatkan contoh (sample) barangnya ini, terus nanti anak saya telephon kesini atau konsumennya langsung menghubungi saya, lalu disini tinggal kirim. Jadi yang ikut mempromosikan itu anak-anak saya kalau disini itu grosiran kalau anak saya di Kalimantan sebagai pengecer”<sup>74</sup>*

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dijelaskan bahwa CV Selo Makmur dalam melakukan strategi promosi dibantu oleh anak-anaknya yang berada di luar kota dengan caralihatkan contoh (sampel) barangnya.

Adanya strategi promosi yang digunakan mampu meningkatkan penjualan yang dapat dilihat dari pengeluaran produk. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Adanya strategi pemasaran yang dilakukan maka penjualannya produk setiap tahunnya terus mengalami peningkatan dapat dilihat dari banyaknya pengeluaran barang yang dulunya 1 ton menjadi 2 ton. Dalam 1 kali produksi itu kapasitasnya itu 2 ton, biasanya untuk 1 kali pengiriman itu berkisaran 8 ton barang.”<sup>75</sup>*

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 30 Januari 2021

<sup>75</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 16 Februari 2021

**Tabel 4.2**

**Data Penjualan Industri Limbah Marmer CV Selo Makmur dari Tahun  
2012-2020**

Tahun	Jumlah Penjualan	Pertumbuhan	
		(Dalam +/-)	(Dalam %)
2012	Rp. 320.000.000		
2013	Rp. 332.000.000	Rp. 12.000.000	3,75%
2014	Rp. 346.000.000	Rp. 14.000.000	4,2%
2015	Rp. 370.000.000	Rp. 24.000.000	6,9%
2016	Rp. 425.000.000	Rp.55.000.000	14,8%
2017	Rp. 495.000.000	Rp. 70.000.000	16%
2018	Rp. 590.000.000	Rp. 95.000.000	19%
2019	Rp. 710.000.000	Rp. 120.000.000	20%
2020	Rp. 580.000.000	-Rp.130.000.000	18%

Sumber: Data Rekap Penjualan Industri Limbah Marmer CV Selo Makmur

Dari data penjualan di atas dapat diketahui bahwa CV Selo Makmur setiap tahunnya mengalami kenaikan jumlah penjualan, kecuali pada tahun 2020. Jumlah kenaikan penjualan pada tahun 2012-2019 jumlah kenaikan rata-rata sebesar 2%-3% pertahun. Sedangkan pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 2%, karena adanya faktor lain yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi penjualan yang ada pada industri limbah marmer CV Selo Makmur.

Berdasarkan hasil penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam mempromosikan produk melalui penjualan langsung, walaupun dalam mempromosikan produk Ibu masrikah tidak menggunakan media sosial maka pemasaran produk tetap mengalami peningkatan penjualan, karena dalam mempromosikan produk beliau dibantu oleh anak-anaknya yang berada di luar kota. Ibu Masrikah dalam menjual produk sebagai grosir sedangkan anak beliau menjual sebagai pengecer. Jadi anak-anak beliau dalam memasarkan produk itu dengan dilihatkan sample kepada konsumen. Sehingga konsumen dapat memesan barang dengan cara menghubungi langsung. Jadi secara langsung maupun tidak langsung proses pemasaran terus berjalan melalui ibu Masrikah sendiri selaku pemilik CV Selo Makmur dan melalui perantara selaku anak beliau. Adanya promosi yang dilakukan CV Selo Makmur tentunya dapat memluas pemasaran dan untuk meningkatkan omset penjualan.

## 2. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran Industry Limbah Marmer CV Selo Makmur dalam Meningkatkan Omset Penjualan.

CV Selo Makmur dalam menjalankan usahanya dengan melakukan berbagai strategi pemasaran yaitu dengan menggunakan variabel-variabel dari bauran pemasaran, yaitu meliputi: produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*distribution*) promosi (*promotion*). Namun dalam melakukan usahanya ada beberapa faktor pendukung dan penghambat yang akan mempengaruhi omset

penjualan. Apalagi banyaknya pesaing yang memilih berbagai strategi dalam menjalankan usahanya untuk kemajuan perusahaan. Faktor pendukung strategi pemasaran yang dihadapi industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam meningkatkan omset penjualan sebagai berikut:

a. Produk

Produk merupakan suatu bagian penting dalam bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang. Adanya produk juga akan memberikan pengaruh besar terhadap suatu bisnis dalam meningkatkan omset penjualan. Adanya faktor pendukung diharapkan akan berpengaruh besar terhadap perusahaan dalam meningkatkan omset penjualan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Faktor pendukung dalam strategi produk itu dilihat dari bahan bakunya dulu ya mbk. Bahan bakunya itu kan mudah didapat langsung dari para pengepul dari pabrik-pabrik besar. Limbah marmer dapat diolah menjadi berbagai produk unggulan. Adanya pengolahan limbah tersebut juga didukung penuh oleh masyarakat sekitar. Karena adanya pengolahan limbah ini dapat mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan”.*<sup>76</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan Ibu Suji selaku masyarakat Desa Besole sebagai berikut:

*“Adanya pengolahan limbah tentu mempunyai dampak baik terhadap lingkungan mbk. Sebelumnya banyak masyarakat yang mengeluh terhadap dampak tersebut yang berupa pencemaran lingkungan. Dampak tersebut akibat dari limbah*

---

<sup>76</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021



*pembuangan dari pabrik-pabrik besar yang dihasilkan dari pemotongan marmer”.*<sup>77</sup>

Hal tersebut dipertegas dengan MbK Arum selaku masyarakat Desa Besole sebagai berikut:

*“Munculnya industri limbah marmer ini memberikan dampak baik terhadap masyarakatnya mbk untuk mengurangi limbah pembuangan yang nantinya akan menyebabkan polusi di mana-mana dan akhirnya limbah tersebut dapat dimanfaatkan kembali untuk membuat segala jenis produk dari limbah”.*<sup>78</sup>

Berdasarkan hasil pernyataan di atas dapat dijelaskan bahwa adanya faktor pendukung dari strategi produk yaitu bahan baku yang mudah didapat langsung dari para pengepul dari pabrik-pabrik besar. Adanya pengolahan limbah juga didukung penuh oleh masyarakat sekitar, karena adanya pengolahan limbah ini dapat mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan.

#### b. Harga

Suatu bisnis dalam menjalankan usahanya pasti melakukan jual beli, harga merupakan penentuan konsumen dalam melakukan pembelian produk. Setiap usaha dalam penentuan harga harus jelas sesuai dengan kualitas produk. Adanya penentuan harga juga akan memberikan pengaruh besar terhadap suatu bisnis dalam meningkatkan omset penjualan. Adanya faktor pendukung diharapkan akan berpengaruh

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan Ibu Suji (Masyarakat), pada tanggal 07 Mei 2021

<sup>78</sup> Wawancara dengan Mbak Arum (Masyarakat), pada tanggal 16 Februari 2021

besar terhadap perusahaan dalam meningkatkan omset penjualan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Faktor pendukung dari strategi harga, dalam penentuan harga jual itu memberikan harga stabil sesuai dengan pasaran. Karena harga bahan bakunya sendiri tetap, bahannya itu dikirim oleh para pengepul dengan harga tetap”.*<sup>79</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan MbK Yetik selaku konsumen CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Terkait dengan penentuan harganya itu memang sesuai dengan pasar ya mbk. Walaupun harga yang diberikan itu sama dengan orang lain, tetapi saya itu mempunyai ketertarikan dalam membeli produk disini”.*<sup>80</sup>

Dari pernyataan di atas dapat dijelaskan bahwa faktor pendukung dari strategi harga dalam penentuan harga jual dengan memberikan harga stabil dan sesuai dengan harga pasar.

### c. Distribusi

Tempat (saluran distribusi) merupakan tempat penyaluran barang dari produsen ke konsumen dalam proses jual beli. Setiap bisnis dalam penentuan tempat sangat penting dilakukan untuk menjangkau dan

---

<sup>79</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 30 Januari 2021

<sup>80</sup> Wawancara dengan MbK Yetik (konsumen CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

menarik minat konsumen dalam proses jual beli. Industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam pemilihan tempat sangatlah strategis. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Faktor pendukung dari tempat, dalam penentuan tempat ini sangat strategis mbk. Karena tempat ini dekat dengan jalan raya dan tempat ini juga jalur untuk menuju pantai selatan yang banyak di lewati oleh masyarakat, selain itu banyaknya wisatawan yang melintas di jalur ini. Hal ini nantinya juga dapat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli. Konsumen itu juga pengen tahu kegunaan produk ini biasanya setelah produksi, barangnya itu saya tumpuk-tumpuk di depan pabrik gitu mbk. Orang-orang itu pengen tahu itu buat apa, kegunaannya untuk apa, sehingga orang-orang juga mengalami ketertarikan dengan produk itu dan membelinya”.*<sup>81</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan Yetik selaku konsumen CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Gini ya mbk awalnya itu waktu saya lewat situ kok banyak tumpukkan barang, akhirnya saya kan tanya orang yang rumahnya itu sekitaran CV Selo Makmur dan orang itu menjelaskan tentang barang itu dan mengenai produk yang dijual.”*<sup>82</sup>

Dari pernyataan di atas dapat dijelaskan bahwa tempat atau saluran distribusi secara langsung yaitu dalam penyaluran barang yang

---

<sup>81</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

<sup>82</sup> Wawancara dengan MbK Yetik (Konsumen CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

ditentukan sangat strategis, karena tempat tersebut dekat dengan jalan raya dan jalur untuk menuju wisatawan.

d. Promosi

Promosi merupakan kegiatan menawarkan produk kepada konsumen untuk dapat membelinya. Adanya promosi ini para konsumen atau calon konsumen mengetahui produk yang dijual oleh produsen. Adapun faktor pendukung dalam melakukan strategi promosi agar dapat meningkatkan omset penjualan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Masrikah selaku CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Untuk faktor pendukung strategi promosinya itu ya memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen. Dipromosikan dan diperkenalkan secara langsung apabila konsumen itu datang ke pabrik nanti konsumen itu dilihat gambar, dijelaskan fungsi dan kegunaannya. Nantinya kan konsumen mengalami ketertarikan dengan produk itu”.*<sup>83</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan Mas Idris selaku karyawan CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Terkait dengan promosinya itu kalau konsumen datang ke sini itu, nanti sama saya atau pemiliknya langsung itu diperkenalkan produk tersebut. Dengan dilihat mengenai pemasangan barang yang sudah jadi, kemudian dijelaskan mengenai kegunaan dan fungsinya itu untuk apa gitu mbk. Jadi konsumen juga tertarik mengenai produk ini”.*<sup>84</sup>

---

<sup>83</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 30 Januari 2021

<sup>84</sup> Wawancara dengan Mas Idris (Karyawan CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

Dari pernyataan di atas dapat dijelaskan bahwa faktor pendukung dari strategi produk yaitu dengan mempromosikan langsung dari mulut ke mulut. Adanya promosi inilah nantinya akan memberikan informasi dengan jelas kepada konsumen mengenai kegunaan dan manfaat pada suatu produk.

Faktor penghambat strategi pemasaran yang dihadapi industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam meningkatkan omset penjualan sebagai berikut:

a. Produk

Produk merupakan suatu bagian penting dalam suatu bisnis. Tetapi dalam adanya faktor penghambat yang dihadapi perusahaan tentu akan mempengaruhi omset penjualan dalam perusahaan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Faktor penghambat yang sering terjadi pada saat proses produksi bentuk produk yang dihasilkan itu kadang tidak sesuai yang diinginkan konsumen. Keterbatasan karyawan kalau waktu permintaan banyak karyawannya itu kurang dapat menghambat proses produksi dan kalau karyawannya tidak kerja kan juga menghambat proses pengiriman. Begitu juga kerusakan mesin pada saat produksi juga akan menghambat proses produksi, dan faktor penghambat lagi hujan kalau hujan itu ndak ada batu, batunya ndak bisa turun jadi pengiriman bahan bakunya itu telat karena bahan bakunya itu kan dari alam dan faktor hujan tanah dari pegunungan itu turun kan banjir jadi kalau hujan itu ndak kerja.”<sup>85</sup>*

---

<sup>85</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

Hal tersebut senada dengan pernyataan Mas Wahyu selaku karyawan CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Untuk penghambatnya itu biasanya terbatasnya karyawan ya mbk. Biasanya kalau waktu permintaan banyak terus karyawannya sangat minim, hal itu juga dapat menghambat proses produksi. Kerusakan pada mesin itu juga dapat menghambat pada waktu produksi”.*<sup>86</sup>

Dari penjelasan di atas dapat dijelaskan bahwa ada beberapa faktor yang menghambat terkait produk dalam meningkatnya omset penjualan yaitu produk yang dihasilkan kadang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, adanya keterbatasan karyawan, mengalami kerusakan pada mesin, adanya faktor alam yang tidak menentu.

*“Selain itu faktor penghambat lainnya itu sekarang ini lo mbk, setahun belakangan permintaan produk itu mengalami penurunan. Karena pademi sekarang ini penjualan produk itu mengalami penurunan mbk”.*<sup>87</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan Mas Wahyu selaku karyawan CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Adanya pandemic sekarang ini penjualan produknya itu ndak stabil mbk. Permintaan konsumen itu berkurang”.*<sup>88</sup>

---

<sup>86</sup> Wawancara dengan Mas Wahyu (Karyawan CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

<sup>87</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

<sup>88</sup> Wawancara dengan Mas Wahyu (Karyawan CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa setahun belakangan ini permintaan produk mengalami penurunan dikarenakan adanya pandemi covid19, maka penjualan industri limbah marmer CV Selo Makmur dalam penjualan produknya tidak stabil.

b. Harga

Harga merupakan penentu konsumen dalam melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh produsen. Penentuan harga sangat perlu diperhatikan dalam mempertimbangkan beberapa hal yang dapat menghambat penjualan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Masrikah selaku CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Faktor penghambat harga itu biasanya dalam penentuan harga ada pengusaha lain yang menjual dengan produk sejenis harganya itu lebih murah dari harga yang saya berikan dan banyaknya pesaing yang menjual dengan produk yang sama, otomatis konsumen lebih memilih membeli di produsen lain, sehingga saya kan harus mengikuti harga pasaran ya mbk. Agar konsumen itu tidak pindah ke produsen lain”.<sup>89</sup>*

Dari pernyataan di atas dapat dijelaskan bahwa terkait faktor penghambat harga yang dialami industri limbah marmer CV Selo Makmur yaitu banyaknya pesaing yang menjual produk sejenis dan memberikan harga lebih murah.

---

<sup>89</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

c. Distribusi

Saluran distribusi merupakan proses terjadinya jual beli. Pemilihan distribusi ini perlu diperhatikan karena memiliki peranan penting dalam meningkatkan penjualan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“Faktor penghambat dari distribusi tidak langsung yaitu kan dari penyaluran barang itu rata-rata kan kirim barangnya itu kan keluar kota, misal kalau kendalanya itu telat dalam waktu pengirimannya, karena biasanya itu faktor dari cuaca kan mbk. Pas waktu hujan itu kan juga menghambat dalam proses produksi maupun pengiriman barang sampai ke konsumen”.*<sup>90</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan Mas Ebit selaku jasa pengiriman barang sebagai berikut:

*“Untuk faktor penghambat distribusi itu biasanya karena faktor hujan ya mbk dan waktu perjalanan ke luar kota itu juga sering macet. Adanya kendala ini dapat menghambat pengiriman barang sampai ke tempat tujuan mbk”.*<sup>91</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas dapat dijelaskan bahwa faktor penghambat dari saluran distribusi yaitu apabila penyaluran distribusi itu tidak langsung, maka dalam penyaluran barangnya terhambat.

---

<sup>90</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

<sup>91</sup> Wawancara dengan Mas Ebit (Jasa Pengirim Barang), pada tanggal 08 Mei 2021



#### d. Promosi

Promosi merupakan penentuan pemasaran pada produk yang ditawarkan oleh produsen. Adanya promosi yang dilakukan konsumen dapat mengetahui produk yang ditawarkan oleh produsen. Tetapi dalam melakukan promosi itu tidak mudah, maka harus benar-benar tepat sasaran. Faktor penghambat dari promosi ini juga dapat mempengaruhi tingkat penjualan. Seperti yang disampaikan Ibu Masrikah selaku pemilik CV Selo Makmur sebagai berikut:

*“ Faktor penghambat promosi itu karena kurangnya media dalam mempromosikan barang ya mbk. Karena dalam mempromosikan barang itu saya cuma penjualan pribadi dan apabila konsumen yang mau datang ke pabrik gitu aja mbk. Tetapi dalam mempromosikan saya itu juga dibantu sama anak-anak saya yang berada di luar kota mbk. Dalam mempromosikan saya tidak menggunakan media sosial sehingga kurang luas cakupannya kan mbk. Tetapi kendala yang sekarang ini penjualannya mengalami penurunan, biasanya itu selalu mengalami peningkatan sekarang mengalami penurunana akibat dari pandemi ini mbk”.<sup>92</sup>*

Berdasarkan pernyataan di atas dapat dijelaskan faktor penghambat promosi yaitu kurang media dalam melakukan promosi barang, karena dalam penjualan masih bersifat pribadi.

---

<sup>92</sup> Wawancara dengan Ibu Masrikah (Pemilik CV Selo Makmur), pada tanggal 07 Mei 2021

### C. Analisis Data

#### 1. Strategi Pemasaran Industri Limbah Marmer CV Selo Makmur dalam Meningkatkan Omset Penjualan.

Setiap bisnis dalam upaya meningkatkan omset penjualan industry limbah marmer CV Selo Makmur perlu adanya berbagai strategi pemasaran yang memadai dengan dilakukannya strategi pemasaran diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan. Setelah peneliti melakukan pengamatan di industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam melakukan strategi pemasaran yang lakukan terdiri dari empat variabel, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi sebagai berikut:

- a. Strategi produk yang digunakan CV Selo Makmur yaitu dalam penjualan produk dijual CV Selo Makmur sudah bervariasi dan banyak jenisnya seperti batu sikat, batu hias, tepung menir untuk pakan ayam. CV Selo Makmur memberikan berbagai macam produk, mampu mengembangkannya dan mampu menjaga kualitas produk yang baik, maka akan menarik minat konsumen dalam membeli produk dan mempertahankan konsumen yang sudah ada maupun konsumen baru untuk tetap membeli produk tersebut, sehingga industry limbah marmer CV Selo Makmur dapat meningkatkan omset penjualan.
- b. Strategi harga yang ditawarkan pada CV Selo Makmur yaitu dalam penentuan harga harus sesuai dengan pasar. CV Selo Makmur dalam menentukan harga jual dengan memberikan harga tetap, artinya dalam

penjualan produk harga yang ditentukan tidak berubah-ubah semua warna harganya sama. Hal tersebut karena bahan yang dikirim oleh pengepul harganya tetap, jadi CV Selo Makmur ini dalam menentukan harga jual dengan tetap stabil. Penetapan harga yang diberikan guna untuk meningkatkan omset penjualan.

- c. Strategi distribusi yang dilakukan CV Selo Makmur yaitu dalam pendistribusian produk melalui agen atau pembeli langsung. CV Selo Makmur dalam penjualan produk sebagai grosir. Strategi distribusi yang dilakukan CV Selo Makmur dalam menyalurkan barang kepada konsumen dengan cara saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung.
- d. Strategi promosi yang dilakukan pada CV Selo Makmur yaitu dalam melakukan promosi dan mengenalkan produk melalui konsumen yang datang langsung ke pabrik yaitu dari mulut ke mulut atau penjualan langsung. Beliau tidak menggunakan media sosial dalam melakukan promosi maka pemasaran produk tetap mengalami peningkatan penjualan, karena dalam memasarkan produk beliau dibantu oleh anak-anaknya yang berada di luar kota. Jadi anak-anak beliau dalam memasarkan produk itu denganlihatkan sample kepada konsumen. Sehingga konsumen dapat memesan barang dengan cara menghubungi langsung. Jadi secara langsung maupun tidak langsung proses

pemasaran terus berjalan melalui ibu Masrikah sendiri selaku pemilik CV Selo Makmur dan melalui perantara selaku anak beliau.

## 2. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran Industry Limbah Marmer CV Selo Makmur dalam Meningkatkan Omset Penjualan.

CV Selo Makmur dalam menjalankan usahanya dengan melakukan berbagai strategi pemasaran yaitu dengan menggunakan variabel-variabel dari bauran pemasaran, yaitu meliputi: produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*distribution*) promosi (*promotion*). Namun dalam melakukan usahanya ada beberapa faktor pendukung dan penghambat yang akan mempengaruhi omset penjualan. Apalagi banyaknya pesaing yang memilih berbagai strategi dalam menjalankan usahanya untuk kemajuan perusahaan. Ada beberapa faktor pendukung yang dihadapi industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam meningkatkan omset penjualan sebagai berikut:

### a. Produk

Faktor pendukung strategi produk dari industri limbah marmer CV Selo Makmur yaitu bahan baku yang mudah didapat langsung dari para pengepul dari pabrik-pabrik besar. Adanya pengolahan limbah juga didukung penuh oleh masyarakat sekitar, karena adanya pengolahan limbah ini dapat mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan.

### b. Harga

CV Selo Makmur dalam penentuan harga ada faktor pendukung dari industry limbah marmer CV Selo Makmur yaitu dalam penentuan harga jual dengan memberikan harga stabil dan sesuai dengan harga pasar.

c. Distribusi

Faktor pendukung strategi tempat dari industry limbah marmer CV Selo Makmur yaitu tempat atau saluran distribusi secara langsung dalam penyaluran barang yang ditentukan sangat strategis, karena tempat tersebut dekat dengan jalan raya dan jalur untuk menuju wisatawan.

d. Promosi

Faktor pendukung strategi promosi industri limbah marmer CV Selo Makmur yaitu dengan mempromosikan langsung dari mulut ke mulut. Adanya promosi inilah nantinya akan memberikan informasi dengan jelas kepada konsumen mengenai kegunaan dan manfaat pada suatu produk.

Ada beberapa faktor penghambat yang dihadapi industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam meningkatkan omset penjualan sebagai berikut:

a. Produk

Faktor penghambat strategi produk yang dialami industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam meningkatkan omset penjualan yaitu produk yang dihasilkan kadang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, adanya keterbatasan karyawan, mengalami kerusakan pada

mesin, adanya faktor alam yang tidak menentu dan sekarang. Selain itu faktor penghambat lainnya adanya pandemi covid-19 ini industry limbah marmer CV Selo Makmur penjualannya tidak stabil.

b. Harga

Faktor penghambat dalam penentuan harga yang dialami industry limbah marmer CV Selo Makmur yaitu banyaknya pesaing yang menjual produk sejenis dan memberikan harga lebih murah.

c. Distribusi

Faktor penghambat startegi distribusi yang dialami industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam meningkatkan omset penjualan yaitu apabila penyaluran distribusi itu tidak langsung, maka dalam penyaluran barangnya terajdi keterlambatan dalam proses produksi dan proses pengiriman.

d. Promosi

Faktor penghambat strategi promosi yang dialami industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam meningkatkan omset penjualan yaitu kurangnya media dalam melakukan promosi barang, karena dalam penjualan masih bersifat pribadi.