

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

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

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada industry limbah marmer CV Selo Makmur Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung menunjukkan bahwa dalam memasarkan produknya dengan cara melakukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dilakukan industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam meningkatkan omset penjualan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*distribution*), dan promosi (*promotion*).

##### **a. Produk (*Product*)**

Strategi produk yang dilakukan CV Selo Makmur dengan menggunakan berbagai strategi yaitu pengembangan produk dan memberikan berbagai macam produk. Tujuannya agar keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Adanya strategi produk juga memberikan kepuasan tersendiri terhadap konsumen. Menurut Kotler dan Keller produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk

barang fisik, jasa, pengalaman, acara, tempat, property, organisasi, informasi, dan ide.<sup>93</sup>

Strategi produk yang dilakukan industry limbah marmer CV Selo Makmur sebagai berikut:

1) Pengembangan produk

Strategi produk yang dilakukan industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam meningkatkan omset penjualan yaitu dengan mengembangkan produk yang sudah ada. CV Selo Makmur yang awalnya hanya memproduksi serbuk pakan ayam dengan seiring berkembangnya waktu CV Selo Makmur memberikan produk-produk unggulan dengan berbagai macam produk dan variasi produk. Dalam bukunya Sofjan Assauri adanya pengembangan produk yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan suatu produk mengalami perubahan menjadi arah yang lebih baik, sehingga memberikan kepuasan, daya guna lebih terhadap produk tersebut.

Pada kegiatan pengembangan produk yaitu merencanakan dan melakukan secara sadar dengan memperbaiki produk yang ada atau menambah banyak variasi produk dan dipasarkannya. Pengembangan produk ini perlu dilakukan secara terus menerus dari produk

---

<sup>93</sup> Kotler, *Manajemen Pemasaran....*, hal 4

apa yang dihasilkan dan perlu diadakan sampai pada keputusan untuk menghilangkan suatu produk tertentu.<sup>94</sup>

## 2) Memberikan berbagai macam produk

Strategi produk yang dilakukan industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam meningkatkan omset penjualan yaitu dengan memberikan berbagai macam produk seperti serbuk pakan ayam, batu hias, dan batu sikat. Adanya berbagai macam produk yang ada, CV Selo Makmur juga memberikan berbagai jenis warna sesuai dengan permintaan dan keinginan konsumen.

Bagi pelaku bisnis pemasar harus menciptakan produk yang tepat sesuai kebutuhan konsumen, hal tersebut membuat langkah strategis untuk memperluas produk dengan melakukan perluasan dan meningkatkan kedalam lini produk tersebut.<sup>95</sup>

## 3) Menjaga Kualitas Produk

Strategi produk yang dilakukan industry limbah marmer CV Selo Makmur dalam meningkatkan omset penjualan yaitu dengan menjaga kualitas produk dan tepat waktu dalam proses pembuatan sampai dengan pengiriman. Apabila dalam memberikan kualitas produk yang baik dan

---

<sup>94</sup> Assauri, *Manajemen Pemasaran...*, hal 200

<sup>95</sup> Musfar, *Manajemen Pemasaran,...*, hal 12

tepat waktu dalam pengiriman produk kan konsumen merasa puas dan tidak merasa kecewa, nantinya konsumen juga memberikan kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan.

Seperti teori yang diungkapkan Sofjan Assauri yaitu dalam melakukan strategi produk, kualitas produk merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan terutama dalam perusahaan atau produsen, mengingat kualitas produk yang berkaitan erat dengan kepuasan konsumen yang memiliki tujuandari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Suatu perusahaan harus memiliki tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan dan mempertahankan posisi produk pada sasaranannya.<sup>96</sup>

b. Harga

Strategi harga yang dilakukan CV Selo Makmur dalam menjual produk dengan memberikan harga stabil artinya harga yang diberikan terhadap produk tersebut tidak mengalami perubahan. Penentuan harga CV Selo Makmur dilihat dari harga bahan baku, karena harga bahan baku tidak mengalami perubahan. Harga yang diberikan konsumen dalam menjual produk sesuai dengan harga pasaran, karena banyaknya pesaing yang menjual produk sejenis.

---

<sup>96</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hal 211

Sedangkan dalam bukunya Musfar penentuan harga akan membentuk persepsi produk terhadap konsumen. Bahwa dalam penentuan harga yang rendah di mata konsumen berarti barang tatanan, karena konsumen akan membandingkann dengan pesaing. Apabila harga yang diberikan perusahaan terlalu tinggi maka akan membuat biaya lebih besar daripada manfaat yang diberikan kepada konsumen. Penetapan harga produk, pemasar harus mempertimbangkan nilai dan manfaat yang dirasakan.<sup>97</sup>

c. Distribusi

Adanya memperluas pasar perlu adanya saluran distribusi yang tepat guna menyalurkan produk dari produsen sampai ke konsumen. Strategi distribusi yang dilakukan CV Selo Makmur dalam menyalurkan barang kepada konsumen dengan berbagai cara yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Tujuannya agar konsumen lebih mudah menjangkau dalam pembelian produk.

Pemilihan saluran distribusi yang tepat sangatlah penting, hal tersebut guna untuk memperluas pasar dan juga mencapai target yang diinginkan. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana memproduksi barang atau jasa sebanyak mungkin, tetapi perusahaan juga berfikir bagaimana cara memasarkan barang dan jasa yang dihasilkan

---

<sup>97</sup> Musfar, *Manajemen Pemasaran*,..., hal 12-15

dengan baik sampai ke tangan konsumen dan meraih pangsa pasar yang luas.<sup>98</sup>

Menurut Buchari Alma bahwa pemasaran sangat erat kaitanya dengan penjualan karena melalui pemasaran hasil produksi dapat diperkenalkan dan dikonsumsi oleh konsumen, apabila hasil produksi baik dan penyaluran distribusi barangnya baik dan cepat sampai ke tangan konsumen maka akan menimbulkan peningkatan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dan secara langsung akan meningkatkan hasil penjualan.<sup>99</sup>

Strategi distribusi yang dilakukan oleh CV Selo Makmur sebagai berikut:

1) Distribusi langsung

CV Selo Makmur dalam mendistribusikan produk dengan penyaluran barang langsung ke konsumen, sehingga konsumen dapat melihat secara langsung barang atau produk yang akan dibeli. CV Selo Makmur juga menjual barang atau produk yang dihasilkan melalui pos penjualan.

2) Distribusi tidak langsung

---

<sup>98</sup> Mela Apniza Putri, et.al, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Menengah (UKM)", dalam *Jurnal Valuta*, Vol 4, No.2, 2018, hal 117

<sup>99</sup> Alma, *Manajemen Pemasaran...*, hal 9

CV Selo Makmur dalam mendistribusikan produk dengan cara kirim barang atau produk melalui perantara. Tujuannya untuk membantu dan memudahkan konsumen yang tidak dapat mengambil barang secara langsung ke produsen. Disamping itu konsumen juga dapat memperoleh produk yang diinginkan sesuai dengan waktu yang diperlukan. Produsen dan konsumen mempunyai kesenjangan, waktu, nilai, keragaman, dan kepemilikan produk karena perbedaan tujuan serta persepsi masing-masing. Distribusi yang dilakukan secara efektif dan efisien perusahaan dapat mengatasi kesenjangan antara produsen dan konsumen.<sup>100</sup>

d. Promosi

Strategi promosi merupakan strategi pemasaran terakhir yang sangat penting dilakukan dalam setiap usaha. Tujuan dari strategi promosi yaitu untuk memperkenalkan produk guna meningkatkan penjualan. Strategi promosi yang dilakukan CV Selo Makmur dalam mempromosikan dan mengenalkan produk dari mulut ke mulut atau penjualan langsung (*personal selling*) yaitu memberikan informasi dengan jelas kepada konsumen mengenai kegunaan serta manfaat pada suatu produk.

---

<sup>100</sup> Thessa Natasya Karundeng, et.al, “Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus di CV Karya Abadi, Manado)”, dalam *Jurnal EMBA*, Vol. 6, No. 3, 2018, hal 1750

Menurut Buchari Alma promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.<sup>101</sup>

## **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. Pembahasan tentang faktor pendukung strategi pemasaran 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 dapat

---

<sup>101</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal 179



didukung penuh oleh masyarakat sekitar, karena adanya pengolahan limbah ini dapat mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan.

Adanya faktor pendukung produk industry limbah marmer CV Selo Makmur memiliki kesamaan dengan penelitian Qorry Prastiwi bahwa peluang merupakan faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan untuk memanfaatkannya. Peluang tidak hanya kebijakan atau peluang dalam hal mendapatkan modal berupa uang, akan tetapi berupa respon terhadap produk yang dimiliki perusahaan. Peluang mendukung UMKM Pabrik roti alfaris Bakery Medan yaitu memiliki hubungan baik antara perusahaan dan konsumen.

Selain itu, perusahaan atau UMKM Pabrik alfaris bakery Medan juga memiliki citra produk yang baik dimata konsumennya. Oleh karena itu, UMKM Pabrik roti alfaris bakery Medan harus memanfaatkan peluang ini.<sup>102</sup>

#### b. Harga

Faktor pendukung strategi harga dari industri limbah marmer CV Selo Makmur yaitu dalam penentuan harga jual dengan memberikan harga stabil dan sesuai dengan harga pasar.

Sedangkan dalam bukunya Musfar penentuan harga akan membentuk persepsi produk terhadap konsumen. Bahwa dalam penentuan harga yang

---

<sup>102</sup> Qorry Prastiwi, *Analisis Strategi, ....*, hal 46

rendah di mata konsumen berarti barang tatanan, karena konsumen akan membandingkann dengan pesaing. Apabila harga yang diberikan perusahaan terlalu tinggi maka akan membuat biaya lebih besar daripada manfaat yang diberikan kepada konsumen. Penetapan harga produk, pemasar harus mempertimbangkan nilai dan manfaat yang dirasakan.<sup>103</sup>

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. penentuan tempat distribusi yang mudah dijangkau dan dapat terlihat oleh konsumen, maka akan memudahkan konsumen untuk dapat mengetahui, melihat dan memahami suatu produk yang akan ditawarkan oleh perusahaan.<sup>104</sup>

d. Promosi

Faktor pendukung strategi promosi industri limbah marmer CV Selo Makmur yaitu dengan mempromosikan langsung dari mulut ke mulut.

---

<sup>103</sup> Musfar, *Manajemen Pemasaran, .....*, hal 12-15

<sup>104</sup> Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT Grafindo, 2007), hal 61

Adanya promosi inilah nantinya akan memberikan informasi dengan jelas kepada konsumen mengenai kegunaan dan manfaat pada suatu produk.

Sedangkan dalam bukunya Mokhtar Sayyid dalam adanya kehadiran pemasaran bagi konsumen dapat memberikan kebebasan bagi konsumen untuk menentukan pilihan atas produk yang diinginkan, konsumen juga akan mendapatkan informasi yang jelas mengenai manfaat dan kegunaan barang atau jasa yang diinginkan, keuntungan lain dari konsumen akan mendapatkan kepastian mengenai garansi atas produk yang akan dibeli.<sup>105</sup>

Pembahasan tentang faktor penghambat strategi pemasaran 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. Selain itu adanya pandemic covid-19 ini penjualan industry limbah marmer CV Selo Makmur tidak stabil.

---

<sup>105</sup> Mokhtar Sayyid, *Strategi Pemasaran, ...*, hal 19

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 rendah. Sedangkan dalam bukunya Kusnadi seorang bisnis harus mampu menghasilkan suatu produk atau jasa dengan biaya rendah sehingga strategi dalam menetapkan harga tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan produk atau jasa para pesaing lainnya. Jika mampu dapat juga ditambahkan bahwa suatu produk atau jasa memiliki nilai (bernilai) lebih dibandingkan dengan harga para pesaing lainnya.<sup>106</sup>

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 banyak terjadi kendala yang menghambat dalam proses pemasaran, keterlambatan meliputi, keterlambatan proses produksi dan proses pengiriman.

---

<sup>106</sup> H. Kusnadi, et.al., *Pengantar Bisnis dan Wirausaha*, (Malang: t.p, 2001), hal 468

#### 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.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Mulyani bahwa dalam mempromosikan produk harus aktif dalam melakukan pemasaran, mungkin perlu menambah strategi pemasaran yang baru agar konsumen tertarik pada suatu produk yang dijual, meskipun banyaknya pesaing dengan usaha sejenis dimana-mana dan bahkan jauh lebih murah daripada produk yang dijual dengan cara memasang iklan di media sosial, seperti whatsapp, instagram, twitter, atau memberikan *diskon*, atau bisa juga *vocer* maupun pemberian hadiah bagi pelanggan setia.<sup>107</sup>

Suatu perusahaan dalam upaya meningkatkan penjualan, harus melakukan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran merupakan suatu proses yang menghantarkan organisasi pada peluang pasar yang besar untuk meningkatkan penjualan dan meraih keunggulan yang

---

<sup>107</sup>Mulyani, *Strategi Pemasaran, ...,* hal 67

diharapkan perusahaan. Strategi pemasaran juga merupakan alat penting agar perusahaan mampu memenangkan persaingan.<sup>108</sup>

---

<sup>108</sup> Suryadi Prawirosentono, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu total quality Manajemen abad 21 Studi Kasus & Analisis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hal 152