BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Usaha Genteng Hasil Karya

Usaha genteng Hasil Karya merupakan sebuah perusahaan rumahan yang bergerak di bidang genteng tanah liat. Usaha genteng ini didirikan oleh Bapak Mat sejak tahun 1996 di Desa Baruharjo, Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek. Kabupaten Trenggalek terkhusus di Kecamatan Gandusari dan Kecamatan Durenan terkenal akan industri gentengnya. Sejak dulu banyak perusahaan genteng besar yang berada di Desa Baruharjo, bahkan hingga saat ini masih banyak ditemukan produsen-produsen genteng yang masih beroperasi. Bapak Mat merupakan salah satu produsen sekaligus pemasar genteng yang masih bertahan sampai saat ini.

Sejak muda Bapak mat sudah berkecimpung di industri genteng dengan bekerja di salah satu produsen genteng di Desa Baruharjo Kecamatan Durenan. Setelah sekian lama, pada awal 1990-an Bapak Mat berinisiatif untuk mendirikan usaha genteng sendiri dengan pertimbangan sudah memiliki pengalaman yang cukup dibidang genteng sehingga sedikit banyak sudah memahami terkait usaha genteng. Selain itu, Bapak Mat merasa apabila beliau tetap bekerja menjadi karyawan, beliau tidak

bisa berkembang ditambah lagi beliau memiliki keuntungan karena lokasi tempat tinggal berdekatan dengan sentra industri genteng dan batu bata. Hal tersebut tentunya bisa menjadi suatu peluang usaha yang baik apabila bisa memanfaatkannya.

Awal mula merintis usaha ini Bapak Mat masih terhambat oleh keterbatasan dana untuk modal mendirikan usaha genteng sendiri. Bapak Mat kembali memikirkan bagaimana cara beliau mendapatkan modal untuk mendirikan usaha genteng. Bapak Mat akhirnya memutuskan untuk mengawali usaha genteng ini dengan cara menawarkan atau menjual jasa sebagai blantik (makelar). Bapak Mat bekerja sama dengan beberapa produsen genteng dari beberapa wilayah antara lain, produsen genteng dari Baruharjo, Kamulan, Gador, Sumberejo, Notorejo, Sidem hingga ke Kecamatan Gandusari untuk ditawarkan produknya kepada konsumen di pasar.

Permintaan produk genteng semakin banyak sehingga usaha awal Bapak Mat untuk mendirikan usaha genteng berhasil. Seiring berjalannya waktu setelah memiliki banyak pelanggan dan modal yang terkumpul dirasa cukup, akhirnya Bapak Mat mulai menyetok produk genteng yang dibeli dari produsen genteng lain untuk dijual kembali. Produsen-produsen genteng yang dulunya Bapak Mat jualkan produknya menjadi pemasok di usaha beliau. Produk-produk genteng berbagai jenis didatangkan ke rumah Bapak Mat sekaligus lokasi pemasaran usaha genteng Hasil Karya ini. Genteng-genteng yang tersusun rapi didepan

serta lokasi pemasaran yang strategis menjadikan usaha ini mudah diketahui keberadaanya.

Semakin banyak permintaan akan genteng membuat usaha genteng ini berkembang hingga akhirnya mampu memproduksi genteng sendiri. Bapak Mat akhirnya membeli berbagai peralatan yang dibutuhkan untuk memproduksi genteng. Selain itu, beliau juga mendirikan gudangan, kobongan serta tempat untuk menjemur genteng. Gudangan merupakan tempat untuk proses pencetakan genteng serta tempat untuk menyimpan genteng mentah. Kobongan merupakan tempat pembakaran genteng tanah mentah hingga menjadi genteng matang. Tempat penjemuran genteng merupakan pelataran luas yang nantinya genteng mentah akan di jemur atau dipanaskan untuk mengeringkan atau menghilangkan air yang tersimpan di dalamnya.

Genteng-genteng hasil dari proses produksi yang telah selesai akan dipindahkan ke lokasi pemasaran. Semakin banyaknya jumlah stok genteng yang dimiliki, membuat pemilik usaha Hasil Karya memutuskan untuk menyewa pekarangan disamping rumah sebagai lokasi tambahan untuk pemasaran genteng. Bapak Mat selaku pemilik usaha genteng Hasil Karya berusaha memperbanyak kerja sama dengan produsen-produsen genteng lain dengan harapan mampu memenuhi permintaan pasar. Penjualan produk semakin meningkat pada usaha genteng ini, banyak toko (galangan) genteng dari daerah lain yang menjadi pelanggan tetap hingga sekarang. Penjualan genteng dari usaha genteng Hasil Karya lebih

banyak luar kota terutama di wilayah Surabaya, Gresik, Nganjuk, Malang, Lumajang dan kota-kota lainnya.

2. Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan merupakan susunan informasi terkait dengan peran masing-masing individu diperusahaan. Struktur perusahaan penting karena berkaitan dengan pembagian tugas dan tanggung jawab individu dalam melakukan kegiatan perusahaan. Struktur perusahaan yang disusun sesuai dengan keahlian atau kemampuan masing-masing individu sangat berpengaruh terhadap kelancaran kegiatan perusahaan.

Adapun struktur pada usaha genteng Hasil Karya masih sederhana yang terdiri dari:

a. Pemilik

Pemilik usaha genteng Hasil Karya ini yaitu Bapak Mat

b. Bagian Produksi

Bagian produksi pada usaha genteng Hasil Karya, yaitu:

1) Bapak Agus
2) Bapak Nanang
3) Bapak Umar
4) Bapak Muji

c. Bagian Distribusi

Bagian Distribusi pada usaha genteng Hasil Karya terdiri dari sopir truk dan kuli, yaitu:

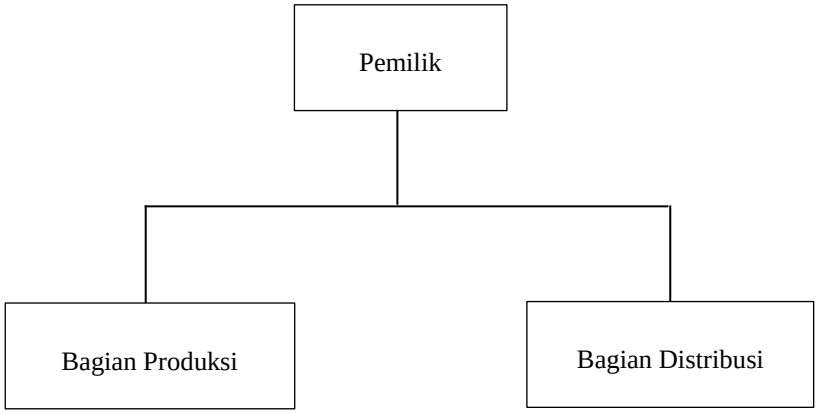
1) Bapak Budi

2) Bapak Warno

3) Bapak Giyo

Bagan 4.1

Struktur Perusahaan Genteng Hasil Karya



Sumber: usaha genteng Hasil Karya

Adapun pembagian tugas pada struktur perusahaan genteng Hasil Karya, sebagai berikut:

a. Pemilik

Pemilik perusahaan memiliki tugas:

1) Bertanggungjawab penuh atas seluruh kegiatan operasional perusahaan.
2) Bertanggungjawab atas kegiatan sehari-hari perusahaan.
3) Mengelola keuangan perusahaan.
4) Bertanggungjawab atas karyawan.
5) Mengendalikan stok produk perusahaan.
6) Mengendalikan bahan baku untuk produksi.
7) Melakukan kerja sama dengan produsen lain.

b. Bagian Produksi

Pimpinan perusahaan memiliki tugas:

1) Melaksanakan proses penggilesan tanah liat.
2) Melaksanakan proses pencetakan tanah liat menjadi produk mentah.
3) Melaksanakan penjemuran produk mentah.
4) Melaksanakan pembakaran produk.
5) Memindahkan produk jadi ke lokasi pemasaran.

c. Bagian Distribusi

Pimpinan perusahaan memiliki tugas:

1) Mengecek produk sebelum didistribusikan.
2) Mengirimkan produk ke pelanggan.

B. Temuan Penelitian

Temuan penelitian merupakan uraian data yang diperoleh dari lapangan yang sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan serta rumusan penelitian mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan volume pemasaran pada usaha genteng Hasil Karya. Data-data yang terkumpul berasal dari hasil wawancara beberapa informan yaitu pemilik usaha, karyawan, serta konsumen.

1. Strategi Pemasaran pada Usaha Genteng Hasil Karya dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Strategi pemasaran merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk mengembangkan serta memasarkan produk kepada konsumen.

Strategi pemasaran yang tepat akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian produk sehingga akan berpengaruh terhadap jumlah atau volume penjualan produk. Setiap perusahaan selalu memiliki strategi tersendiri dalam memasarkan produknya, tidak terkecuali usaha genteng Hasil Karya yang menerapkan beberapa strategi pemasaran. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha genteng Hasil Karya yaitu menerapkan bauran pemasaran 4P *(marketing mix)* yang terdiri dari strategi produk *(product)*, harga *(price)*, tempat *(place)*, promosi *(promotion)*.

a. Produk *(Product)*

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan perusahaan di pasar. Usaha genteng Hasil Karya dalam menjalankan kegiatannya memasarkan beberapa jenis genteng agar bisa memenuhi keebutuhan konsumennya. Strategi bauran produk tersebut dilakukan tidak hanya mengandalkan produk dari hasil produksinya sendiri akan tetapi juga bekerja sama dengan produsen genteng lain. Strategi bauran produk tersebut juga berdampak baik ke penjualan usaha genteng Hasil Karya. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Mat selaku pemilik usaha genteng Hasil Karya:

> "Untuk genteng yang saya tawarkan yang dari hasil produksi sendiri berupa genteng mantili tetapi saya juga menawarkan beberapa jenis genteng yang berbeda hasil dari kerja sama dengan produsen genteng lain, yaitu genteng mantili, gelombang, genteng basoke, genteng press, genteng karangpilang, genteng pegon, genteng kia, wuwung bulat, wuwung kotak, dan juga

> tergantung permintaan konsumen mbak. Variasi produk yang beragam tentu berpengaruh ke penjualan saya, kalau hanya jual satu jenis misalkan hanya memasarkan genteng hasil produksi sendiri dari segi penjualan kurang ditambah lagi kebutuhan pembeli juga tidak sama, akhirnya kalau tidak jual jenis yang beda-beda permintaan pembeli tidak dapat terpenuhi dan malah berdampak ke penjualan saya." [1]

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan Bapak Agus selaku karyawan usaha genteng Hasil Karya:

> "Jenis genteng yang ditawarkan banyak mbak, kalau jenis genteng yang selalu tersedia itu basoke, karangpilang, gelombang, press, mantili, pegon, wuwung, terus genteng kia yang genteng gilap itu lho mbak. Semakin banyak pilihan untuk jenis genteng ya semakin bagus untuk penjualan."[2]

Pernyataan tersebut ditambahi oleh Bapak Ekon selaku konsumen usaha genteng Hasil Karya:

> "Sudah lama saya berlangganan disini, lebih dari 10 tahun. Disini gentengnya komplit dari dulu setiap saya melakukan pembelian genteng berbeda-beda selalu ada."[3]

Salah satu upaya yang dilakukan usaha genteng Hasil Karya dalam menentukan layak tidaknya produk untuk dipasarkan kepada konsumen yaitu dengan mengutamakan kualitas produk. Kualitas produk dapat terlihat dari tampilan fisiknya mulai dari segi warna, kehalusan permukaan genteng dan kerapian pinggirannya. Kualitas produk penting diperhatikan agar konsumen memperoleh kepuasan. Hal tersebut disampaikan oleh Bapak Mat sebagai berikut:

---

[1] Hasil wawancara dengan Bapak Mat (pemilik usaha genteng Hasil Karya) pada 3 April 2021

[2] Hasil wawancara dengan Bapak Agus (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 15 April 2021

[3] Hasil wawancara dengan Bapak Ekon (konsumen usaha genteng Hasil Karya) pada 15 April 2021

> "Kelayakan genteng itu bisa ditentukan dari kualitas dan dapat dilihat dari fisiknya mbak, genteng yang kualitasnya bagus itu permukaannya halus dan rata, untuk suaranya kalau diketuk juga kenthing (nyaring), sedangkan kalau warnanya oranye kemerahan. Proses produksi itu yang paling berpengaruh terhadap kualitas, ketika produksi harus telaten dari awal sampai akhir. Dari proses penentuan bahan baku, pengilesan, pencetakan, pengeringan, sampai pembakaran. Intinya kalau untuk menjaga kualitas genteng yang bagus ya harus sungguh-sungguh ketika proses produksinya."[4]

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan dari Bapak Agus:

> "Kualitasnya sih yang paling utama untuk menentukan kelayakan genteng. Biasanya kan diperhatikan bagaimana warnanya, halus tidaknya, pinggiran gentengnya rapi atau tidak. Apabila tidak diperhatikan kualitasnya tentu akan membuat konsumen tidak puas."[5]

Berkaitan dengan kualitas produk, Bapak Sami memberikan pernyataan sebagai berikut:

> "Gentengnya Pak Mat selalu bagus kualitasnya, warnanya rata tidak selang-seling."[6]

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan dari Bapak Ekon sebagai berikut:

> "Selama membeli genteng disini belum pernah saya kecewa dengan kualitasnya. Selalu cocok dengan keinginan saya, terlebih lagi saya kan punya galangan genteng otomatis genteng-genteng ini akan saya jual lagi, pastinya dalam memilih genteng saya juga tidak asal, benar-benar saya perhatikan kualitasnya.

---

[4] Hasil wawancara dengan Bapak Mat (pemilik usaha genteng Hasil Karya) pada 3 April 2021

[5] Hasil wawancara dengan Bapak Agus (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 15 April 2021

[6] Hasil wawancara dengan Bapak Sami (konsumen usaha genteng Hasil Karya) pada 11 Mei 2021

> Kalau hanya asal pilih kan saya juga yang rugi, untungnya kualitas disini selalu bagus."[7]

Dalam menjalankan kegiatannya usaha genteng Hasil Karya selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Pelayanan yang dilakukan oleh usaha genteng Hasil Karya dengan menawarkan jaminan produk, memberi genteng polasi serta memperlakukan konsumen dengan baik. Pelayanan dengan berfokus pada konsumen agar konsumen merasa nyaman dan puas sehingga konsumen akan memberikan tanggapan atau respon yang baik serta tertarik melakukan pembelian di usaha genteng Hasil Karya.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Mat sebagai berikut:

> "Terkait pelayanan saya mengutamakan keramahan dan kejujuran dalam melayani agar pembeli merasa nyaman. Setiap pembeli kan karakternya berbeda dalam melayani juga harus sabar, saya tanyakan terlebih dahulu genteng apa yang dibutuhkan, lalu saya perlihatkan contoh genteng yang ada, saya beritahu detail-detailnya kepada pembeli. Selain itu, setiap pembelian 1000 biji genteng akan saya beri 10 polasi untuk berjaga-jaga apabila ada kerusakan. Apabila ada kerusakan yang parah saya siap ganti rugi. Dengan beberapa pelayanan yang saya berikan, saya berharap pembeli merasa tertarik melakukan pembelian disini."[8]

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan dari Bapak Warno selaku karyawan:

---

[7] Hasil wawancara dengan Bapak Ekon (konsumen usaha genteng Hasil Karya) pada 15 April 2021

[8] Hasil wawancara dengan Bapak Mat (pemilik usaha genteng Hasil Karya) pada 3 April 2021

> "Pelayanan ya memberikan jaminan kalau gentengnya rusak. Sebelum di kirim kondisi gentengnya di cek ulang sambil dimasukkan ke truk. Nanti genteng yang kurang bagus akan ditinggal terus di kasih polasi juga untuk jaga-jaga. Pelayanannya harus maksimal difokuskan ke pembelinya supaya pembeli merasa puas. Selama pemasaran kalau pelayanannya tidak menguntungkan pembeli juga bahaya, pembeli malah jera dan tidak mau melakukan pembelian disini." [9]

Pernyataan terkait pelayanan tersebut sejalan dengan pernyataan dari Bu Naning selaku konsumen:

> "Ketika membeli genteng selalu diberi tahu tentang kualitas sama harganya. Lalu ada genteng tambahannya, jumlahnya terserah saya, jadi pemiliknya nawarin."[10]

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas dapat diketahui bahwa terdapat beberapa strategi bauran produk yang diterapkan pada usaha genteng Hasil Karya yaitu dengan menyediakan variasi atau jenis produk yang beragam, memperhatikan dan menjaga kualitas produk serta memberikan berbagai pelayanan kepada konsumen.

b. Harga *(Price)*

Penetapan harga jual pada usaha genteng Hasil Karya dapat didasarkan pada biaya-biaya selama produksi, penyesuaian harga pesaing dan harga pasar serta biaya tranportasi untuk pengiriman. Selain itu dalam praktiknya usaha genteng Hasil Karya

---

[9] Hasil wawancara dengan Bapak Warno (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 10 Mei 2021

[10] Hasil wawancara dengan Bu Naning (konsumen usaha genteng Hasil Karya) pada 11 Mei 2021

memberikan potongan harga khusus kepada pelanggan lama. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Mat sebagai berikut:

> "Kalau terkait harga, mengikuti harga rata-rata penjual lain berapa, nanti saya juga ikut. Terus menyesuaikan biaya-biaya buat produksi pokoknya yang selama produksi seperti misalnya harga bahan baku atau harga kayunya berapa nanti ditotal buat dasar netapin harga. Nanti ketika proses pengiriman ditambahi biaya transportasi, semakin jauh lokasi pengiriman harga genteng juga bertambah. Biasanya juga kalau ada pembeli yang sudah langganan saya kasih potongan harga."[11]

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan dari Bapak Agus:

> "Harga produk menyesuaikan mbak, jauh dekatnya tempat pembeli itu beda harganya. Biaya selama produksinya berapa, harga dipasarannya berapa juga jadi patokan.."[12]

Pernyataan tersebut ditambahi dengan pernyataan dari Bapak Warno sebagai berikut:

> "Penetapan harga bisa dari transportasinya atau jenis gentengnya. Harga jual juga bisa disamakan dengan pengrajin-pengrajin lain."[13]

Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak Ekon selaku konsumen:

> "Harganya cukup bersaing ya, berdasarkan pengalaman yang dulu-dulu sebelum langganan disini, dibanding tempat lain malah lebih murah disini"[14]

---

[11] Hasil wawancara dengan Bapak Mat (pemilik usaha genteng Hasil Karya) pada 3 April 2021

[12] Hasil wawancara dengan Bapak Agus (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 15 April 2021

[13] Hasil wawancara dengan Bapak Warno (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 10 Mei 2021

[14] Hasil wawancara dengan Bapak Ekon (konsumen usaha genteng Hasil Karya) pada 15 April 2021

Harga genteng selalu mengalami perubahan pada waktu-waktu tertentu tidak terkecuali dengan harga di usaha genteng Hasil Karya. Ketersediaan produk yang terbatas berbanding terbalik dengan permintaan yang meningkat menjadi salah satu penyebab kenaikan harga produk. Hal tersebut biasa terjadi ketika musim penghujan ataupun musim proyek. Ketika musim penghujan umumnya pengusaha genteng akan terkendala pada proses produksi hal tersebut tentu berpengaruh pada harga genteng sehingga harga mengalami kenaikan.

Hal tersebut disampaikan oleh Bapak Mat sebagai berikut:

> "Kalau harga itu naik turun. Harga naik itu biasanya pas musim hujan. Kalau musim hujan kan hampir setiap hari tidak ada panas itu proses pengeringan genteng jadi lebih lama dan tenaganya jadi dua kali lipat dibanding waktu-waktu panas, jadinya harga naik. Musim proyek juga sering naik harganya karena permintaannya lebih banyak dibanding waktu biasa sedangkan pengrajin genteng produksinya tetap."[15]

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan dari Bapak Umar:

> "Harganya tidak menentu ya mbak. Kadang harga naik kadang turun, tergantung mbak. Kalau cuacanya jelek kayak hujan terus, itu harga bisa naik. Karena kita yang produksi juga repot, gentengnya tidak bisa di jemur hanya diangin-anginkan di gudangan. Ya proses produksinya jadi lama, dampaknya genteng bisa nelat."[16]

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan dari Bapak Imam Suyuti:

---

[15] Hasil wawancara dengan Bapak Mat (pemilik usaha genteng Hasil Karya) pada 3 April 2021

[16] Hasil wawancara dengan Bapak Umar (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 10 Mei 2021

> "Ada waktu-waktu tertentu yang membuat harga bisa lebih mahal, yang saya amati setiap musim hujan harga selalu mahal tidak seperti biasa. Saya juga sedikit bingung kalau harga pas mahal, tapi mau bagaimana lagi saya tetap butuh gentengnya jadi tetap saya beli."[17]

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas, dapat diketahui bahwa untuk memperlancar proses penjualan terdapat beberapa hal yang menjadi dasar pada usaha geteng Hasil Karya dalam menetapkan harga produk. Selain itu, terjadi perubahan pada harga produk yang tidak menentu dikarenakan musim. Musim penghujan akan menghambat proses produksi serta ketika musim proyek ketersediaan genteng dipasar akan terbatas.

c. Lokasi *(Place)*

Faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha dalam proses pemasaran produk tidak bisa lepas dari pemilihan lokasi yang strategis. Pada usaha genteng Hasil Karya, Bapak Mat selaku pemilik usaha memilih lokasi yang strategis sebagai salah satu strategi pemasaran dengan harapan peluang usaha diketahui konsumen lebih besar. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Mat selaku pemilik usaha genteng Hasil Karya:

> "Saya memilih tempat pemasaran disini karena lokasinya strategis dekat jalan raya, jadi peluang usaha saya diketahui konsumen lebih besar."[18]

---

[17] Hasil wawancara dengan Bapak Imam Suyuti (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 10 Mei 2021

[18] Hasil wawancara dengan Bapak Mat (pemilik usaha genteng Hasil Karya) pada 3 April 2021

Pernyataan tersebut sejalan dengan yang disampaikan oleh Bapak Warno sebagai berikut:

> "Lokasinya kalau untuk usaha ya pas mbak, di pinggir jalan raya, yang lewat juga ramai. Di tambah lagi tempatnya luas, lebih mudah terlihat juga gentengnya."[19]

Pernyataan diatas juga ditambahi oleh Bapak Joko sebagai berikut:

> "Menurut saya lokasinya strategis mudah di cari juga tempatnya. Buat isen genteng juga enak, soalnya halamannya luas jadi truk bisa langsung parkir. Di pinggir jalan raya juga, jadi kelihatan sama orang-orang yang lewat."[20]

Saluran distribusi berperan penting dalam dalam proses pemasaran produk. Semakin baik saluran distribusi suatu usaha, semakin lancar juga kegiatan penyaluran produk ke konsumen. Saluran distribusi yang diterapkan oleh usaha genteng Hasil Karya yaitu saluran distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Mat sebagai berikut:

> "Pendistribusian genteng bisa melalui galangan dulu baru ke pembeli, bisa juga langsung dari saya ke pembeli. Sekarang pemesanan melalui telfon jadi pembeli tidak langsung datang kesini, nanti saya tinggal ngirim gentengnya. Tapi beberapa masih ada yang datang langsung bawa kendaraan sendiri. Pelanggan saya kebanyakan dari luar kota, dari daerah Tulungagung, Kediri, Blitar, Surabaya, Gresik, Sidoarjo, Mojokerto, Nganjuk, Lumajang, Malang, Banyuwangi, dan dari Bali."[21]

---

[19] Hasil wawancara dengan Bapak Warno (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 10 Mei 2021

[20] Hasil wawancara dengan Bapak Joko (konsumen usaha genteng Hasil Karya) pada 11 Mei 2021

[21] Hasil wawancara dengan Bapak Mat (pemilik usaha genteng Hasil Karya) pada 3 April 2021

Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak Agus sebagai berikut:

> "Begini mbak kalau pengiriman ada dua cara, kadang genteng dikirim langsung ke konsumen bisa juga melalui galangan terlebih dahulu."[22]

Pernyataan-pernyataan tersebut ditambahi oleh Bapak Ekon sebagai berikut:

> "Biasanya dari sini langsung dikirim ke tempat saya, jadi Pak Mat ngirimnya ke galangan saya, tapi ketika saya tidak ada kepentingan saya ambil sendiri seperti sekarang."[23]

Pernyataan tersebut sejalan dengan yang disampaikan oleh Bapak Imam Suyuti sebagai berikut:

> "Kan gentengnya saya jual lagi jadi pengirimannya ditujukan ke saya. Saya belinya lewat telfon tidak datang langsung, setelah itu gentengnya di kirim ke Surabaya sini."[24]

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa usaha genteng Hasil Karya dalam proses pemasaran produknya memanfaatkan lokasi yang strategis. Selain itu, proses pendistribusian produknya menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Saluran distribusi langsung diterapkan dengan cara produk dikirimkan langsung ke konsumen akhir. Sementara pendistribusian tidak langsung proses

---

[22] Hasil wawancara dengan Bapak Agus (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 15 April 2021

[23] Hasil wawancara dengan Bapak Ekon (konsumen usaha genteng Hasil Karya) pada 15 April 2021

[24] Hasil wawancara dengan Bapak Imam Suyuti (konsumen usaha genteng Hasil Karya) pada 10 Mei 2021

pendistribusiannya tidak langsung ke konsumen akhir tetapi melalui galangan (toko).

d. Promosi *(promotion)*

Promosi merupakan suatu strategi perusahaan yang bertujuan untuk menarik minat konsumen dengan cara memberikan informasi-informasi terkait produk. Usaha genteng Hasil Karya melakukan strategi promosi melalui beberapa cara seperti memanfaatkan promosi mulut ke mulut hingga memanfaatkan media-media lain. Strategi promosi dilakukan dengan tujuan memperkenalkan produk di pasar sehingga akan memperoleh keuntungan dengan meningkatnya penjualan produk.

Seperti penjelasan dari Pak Mat sebagai berikut:

> "Kalau cara promosi selama ini mengandalkan promosi dari mulut ke mulut antar pembeli. Berdasarkan pengalaman, kalau ada satu pembeli yang kesini terus merasa puas, pasti akan cerita ke orang lain, jadinya orang yang di kasih tau akan beli juga ke sini. Kebanyakan pelanggan yang masih bertahan sampai sekarang juga saya dapat dari hasil promosi mulut ke mulut itu. Untuk media promosi saat ini mulai mengikuti online, sedikit demi sedikit pesanan dari luar daerah meningkat."[25]

Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Bapak Agus sebagai berikut:

> "Sekarang sudah mulai jual genteng lewat internet gitu lho mbak, kalau dulu hanya dari mulut ke mulut antar konsumen saja."[26]

---

[25] Hasil wawancara dengan Bapak Mat (pemilik usaha genteng Hasil Karya) pada 3 April 2021

[26] Hasil wawancara dengan Bapak Agus (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 15 April 2021

Pernyataan-pernyataan tersebut diimbuhi oleh pernyataan dari Bapak Ekon:

> "Saya kan sering beli genteng di daerah sini, sebelum beli ke Pak Mat saya belinya ditempat lain. Awalnya saya hanya sekedar tahu oh disitu ada yang jual karena kelihatan pas saya lewat, terus diberi tahu salah satu rekan yang sama-sama penjual genteng, beliau menyarankan saya untuk mencoba membeli genteng disini katanya gentengnya bagus, murah dan lain sebagainya. Akhirnya saya nyoba mengambil genteng disini ternyata cukup puas. Berlanjutlah sampai sekarang ini"[27]

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan dari Bapak Sami:

> "Awalnya saya butuh genteng untuk rumah saya terus dikasih tahu tetangga saya yang pernah beli di Pak Mat lalu saya beli, setelah itu ada proyek di sekolah jadi saya beli lagi ke Pak Mat. Lama kelamaan banyak orang yang membeli genteng lewat saya."[28]

Berdasarkan pernyataan diatas diketahui bahwa terdapat beberapa strategi promosi yang dilakukan oleh usaha genteng Hasil Karya untuk memperkenalkan produknya yaitu melalui promosi mulut ke mulut *(word of mouth)* antar konsumen serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi.

2. Faktor-Faktor yang Menjadi Penghambat dan Pendukung pada Usaha Genteng Hasil Karya

a. Faktor Penghambat pada Usaha Genteng Hasil Karya

Dalam melakukan sebuah kegiatan usaha tentunya terdapat beberapa hal yang menjadi penghambat. Penghambat tersebut juga terjadi pada usaha genteng Hasil Karya yang disebabkan oleh

[27] Hasil wawancara dengan Bapak Ekon (konsumen usaha genteng Hasil Karya) pada 15 April 2021

[28] Hasil wawancara dengan Bapak Sami (konsumen usaha genteng Hasil Karya) pada 10 Mei 2021

lingkungan perusahaan sehingga berdampak pada pemasaran produk, seperti harga yang naik turun, musim yang mempengaruhi produksi serta beberapa usaha serupa yang menjadi pesaing. Seperti pernyataan dari Bapak Mat sebagai berikut:

> "Kalau penghambat ya harga itu tadi, harga yang naik turun itu bisa jadi penghambat penjualan. Terlebih ketika harga sedang tinggi beberapa pembeli selalu mengeluh, berusaha menawar harga semaksimal mungkin. Untuk menyikapi hal tersebut saya selalu berusaha memberikan pengertian kepada pembeli terkait alasan kenaikan harga genteng. Di daerah sini masih banyak yang memiliki usaha serupa yaitu usaha genteng. Kalau dilihat secara sekilas memang tidak terlihat ada persaingan tapi kenyataannya beberapa kali galangan saya hampir diambil. Saya pribadi tidak merasa bahwa mereka saingan saya, beberapa kali saya malah ambil genteng ke mereka kalau stok saya kosong. Yakin rejeki sudah ada yang mengatur, kalau ada pembeli datang ke saya berati rejeki saya, kalau datang ke mereka berarti rejeki mereka. Cukup fokus dengan usaha saya sendiri supaya bisa bertahan. Lalu, ketika produksi bertepatan musim hujan itu bisa jadi penghambat karena prosesnya jadi lebih lama, terkadang bahan baku juga telat makanya kadang stok sedikit terus ngaruh ke harga cenderung naik. Itu tinggal kita harus pandai ngatur cara, waktu mendekati musim penghujan sudah mulai stok barang lebih banyak."[29]

Adapun pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan Pak Agus sebagai berikut:

> "Menurut saya harga yang tidak tetap mbak, sekarang ini memang harganya masih bagus nanti bisa saja tiba tiba harga naik. Ditambah lagi kalau musim penghujan itu kan jarang panas produksinya juga terkena dampak. Biasanya sebelum datang musim hujan itu sudah siap-siap produksinya di masimalkan"[30]

Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak Warno sebagai berikut:

---

[29] Hasil wawancara dengan Bapak Mat (pemilik usaha genteng Hasil Karya) pada 3 April 2021

[30] Hasil wawancara dengan Bapak Agus (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 15 April 2021

> "Semua usaha pasti ada penghambatnya, usaha genteng ini yang menjadi penghambat itu musim penghujan, terkadang jadinya genteng itu telat. Harga juga jadi tidak stabil karena musim penghujan tadi, saat musim penghujan cenderung mahal daripada musim kemarau. Di sekitar sini usahanya juga banyak yang sama, terkadang mereka merasa tersaingi sama Pak Mat karena usahanya lebih lancar."[31]

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa terdapat penghambat dalam menjalankan kegiatan pemasaran pada usaha genteng Hasil Karya yaitu harga yang tidak menentu yang menyebabkan terjadinya keluhan pelanggan sehingga Bapak Mat sebisa mungkin memberikan pengertian kepada pelanggan terkait alasan kenaikan harga. Selain itu, terdapat persaingan usaha yang menyebabkan usaha genteng Hasil Karya dengan begitu Bapak Mat berusaha untuk lebih fokus pada usahanya. Pada proses produksinya, usaha genteng Hasil Karya juga terdapat beberapa faktor penghambat yang disebabkan musim penghujan.

b. Faktor Pendukung pada Usaha Genteng Hasil Karya

Faktor pendukung pada usaha genteng Hasil Karya juga disebabkan dari lingkungan perusahaan. Faktor-faktor pendukung yang memberikan dampak baik bagi pemasaran perusahaan, seperti pelanggan, pemasok, lokasi pemasaran, promosi yang dilakukan serta produk yang ditawarkan. Seperti pernyataan dari Bapak Mat sebagai berikut:

[31] Hasil wawancara dengan Bapak Warno (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 10 Mei 2021

> "Faktor itu sebenarnya banyak, bisa dari pelanggan, pemasok, kalo dari produk itu variasinya itu bisa jadi pendukung mbak. Pelanggan yang saya maksud disini itu dari galangan. Mereka sering melakukan pembelian ulang di sini, jadi lebih memperlancar proses pemasaran dan pendistribusian produk. Kalau pemasok, biasanya ketika saya tidak punya persediaan tinggal saya ambil ke mereka karena kan disini benyak pengrajin genteng jadi cukup menguntungkan. Kualitas produk itu juga perlu diperhatikan, kalau saya pribadi selalu mengutamakan kualitas supaya pelanggan puas."[32]

Pernyataan tersebut juga ditambahi oleh Pak Agus sebagai berikut:

> "Kalau yang jadi pendukung itu tempatnya yang strategis, itu kan bisa membuat konsumen lebih mudah tahu selain itu kendaraan lebih mudah kalau mau isen karena luas. Lalu disini jenis gentengnya banyak jadi lebih memudahkan konsumen kalau mau beli. Di tambah lagi sekarang sudah promosi lewat internet jangkauannya bisa lebih luas."[33]

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan dari Pak Umar sebagai berikut:

> "Faktor pendukung yang berpengaruh di usaha itu seperti banyak pengrajin genteng lain disekitar jadi bisa diajak kerja sama untuk jadi pemasok disini. Karena banyaknya pemasok yang diajak kerja sama, sewaktu mau mengirim genteng itu mudah kalau stok tidak ada bisa langsung ngangkat genteng kesana."[34]

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa terdapat faktor pendukung pada usaha genteng Hasil Karya yang membantu memperlancar strategi pemasarannya yaitu adanya pelanggan tetap yang selalu melakukan pembelian ulang. Kerja sama dengan pemasok yang membuat stok genteng selalu tersedia sehingga proses

---

[32] Hasil wawancara dengan Bapak Mat (pemilik usaha genteng Hasil Karya) pada 3 April 2021

[33] Hasil wawancara dengan Bapak Agus (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 15 April 2021

[34] Hasil wawancara dengan Bapak Umar (karyawan usaha genteng Hasil Karya) pada 10 Mei 2021

pendistribusian produk tetap berjalan lancar. Lokasi strategis juga bepengaruh terhadap proses pemasaran dikarenakan konsumen akan cepat mengetahui perihal produk yang ditawarkan. Selain itu, promosi menggunakan media sosial merupakan salah satu cara agar strategi pemasaran menjangkau konsumen yang lebih luas. Memperhatikan produk mulai dari variasi serta kualitasnya juga merupakan faktor pendukung pada usaha genteng Hasil Karya ini.

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil temuan peneliti diatas terdapat temuan sebagai berikut:

1. **Strategi Pemasaran Usaha Genteng Hasil Karya Dalam Meningkatkan Volume Penjualan**

   Strategi pemasaran merupakan salah satu strategi utama dalam setiap perusahaan dan merupakan ujung dari setiap kegiatan perusahaan. Tanpa strategi pemasaran yang baik akan berpengaruh pada penjualan perusahaan. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan pada usaha genteng Hasil Karya:

   a. Produk

      Agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen, usaha genteng Hasil Karya menawarkan variasi produk yang beragam. Variasi produk yang ditawarkan berupa jenis genteng mantili, genteng gelombang, genteng basoke, genteng press, genteng karangpilang, genteng pegon, genteng kia, wuwung bulat, wuwung kotak. Tidak

hanya menawarkan genteng-genteng tersebut, usaha genteng Hasil Karya juga tetap melayani permintaan genteng dengan jenis lain.

Salah satu upaya yang dilakukan usaha genteng Hasil Karya agar konsumen tidak kecewa dengan produknya yaitu dengan menetukan layak tidaknya produk sebelum ditawarkan. Penentuan kelayakan produk tersebut dapat dilakukan dengan memperhatikan kualitasnya. Kualitas genteng dapat terlihat dari tampilan fisiknya yaitu warnanya yang oranye kemerahan, permukaannya yang halus serta pinggirannya rapi. Kualitas genteng tersebut dipengaruhi oleh proses produksinya.

Agar konsumen memperoleh kepuasan ketika melakukan pembelian produk, usaha genteng Hasil Karya selalu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Pelayanan tersebut yaitu memberikan genteng dengan kualitas terbaik, melakukan pengecekan kembali genteng yang akan dikirimkan ke konsumen, memberikan jaminan produk serta pemberian polasi (genteng cadangan).

b. Harga

Penetapan harga produk pada usaha genteng Hasil Karya bertujuan agar proses penjualan produk berjalan lancar. Penetapan harga produk pada usaha genteng Hasil Karya didasarkan dengan biaya produksi yaitu biaya bahan baku ataupun biaya lain yang dibutuhkan selama proses produksi. Penetapan harga produk juga

didasarkan dengan harga pesaing yaitu harga jual yang disesuaikan dengan harga produsen genteng lain.

Penetapan harga pada usaha genteng Hasil Karya ini tidak hanya didasarkan pada biaya produksi ataupun harga pesaing saja, tetapi juga didasarkan dengan harga geografis. Penetapan harga geografis yaitu harga yang menyesuaikan biaya transportasi dengan jarak lokasi pengiriman. Selain itu dalam praktiknya usaha genteng Hasil Karya memberikan potongan harga khusus kepada pelanggan lama agar tetap loyal.

Harga produk genteng di pasar terus mengalami ketidakstabilan. Harga genteng selalu mengalami perubahan pada waktu-waktu tertentu tidak terkecuali dengan harga di usaha genteng Hasil Karya. Ketersediaan produk yang terbatas yang biasa terjadi ketika musim penghujan ataupun musim proyek berbanding terbalik dengan permintaan konsumen banyak menjadi salah satu penyebab ketidakstabilan harga produk. Keadaan tersebut tentunya berpengaruh pada harga genteng sehingga harga mengalami kenaikan.

c. Tempat

Strategi yang dilakukan usaha genteng Hasil Karya dalam proses pemasaran produknya yaitu dengan memanfaatkan lokasi yang strategis serta penggunaan saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Dalam melakukan kegiatan pemasarannya, usaha genteng

Hasil Karya memilih lokasi di tepi jalan raya. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada peluang usahanya untuk diketahui konsumen menjadi lebih mudah.

Selain itu, proses pendistribusian produk yang dilakukan usaha genteng Hasil Karya ini menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Saluran distribusi langsung diterapkan dengan cara mengirimkan genteng langsung ke konsumen akhir. Sementara saluran distribusi tidak langsung pendistribusiannya tidak langsung ke konsumen akhir tetapi melalui galangan (toko). Untuk mempermudah pendistribusian produk ke konsumen, usaha genteng Hasil Karya juga menyediakan transportasi untuk mengirimkan gentengnya ke berbagai daerah.

d. Promosi

Usaha geteng Hasil Karya melakukan strategi promosi melalui beberapa cara seperti memanfaatkan promosi mulut ke mulut hingga memanfaatkan media lain. Strategi promosi tersebut dilakukan dengan tujuan memperkenalkan produk di pasar. Promosi mulut ke mulut dilakukan oleh konsumen yang pernah melakukan transaksi jual beli di usaha genteng Hasil Karya dan merekomendasikannya kepada pihak lain. Melalui promosi mulut ke mulut tersebut usaha genteng Hasil Karya lebih mudah memperoleh kepercayaan dari calon konsumen. Adapun strategi promosi lain yang dilakukan usaha genteng Hasil Karya dengan cara memanfaatkan media sosial.

2. **Faktor-Faktor yang Menjadi Penghambat dan Pendukung Strategi Pemasaran pada Usaha Genteng Hasil Karya**

   a. **Faktor Penghambat Strategi Pemasaran pada Usaha Genteng Hasil Karya**

      Berdasarkan pemaparan data diatas terdapat faktor penghambat pada proses pemasaran produk pada usaha genteng Hasil Karya. Adapun faktor penghambat strategi pemasaran usaha genteng Hasil Karya yaitu:

      1) Produksi

         Proses produksi genteng dapat terhambat oleh situasi tertentu seperti musim penghujan. Musim penghujan menyebabkan proses produksi menjadi lebih lama serta tenaga yang diperlukan juga semakin besar, akibatnya ketersediaan produk genteng di pasar lebih sedikit dibanding ketika musim kemarau. Oleh karena itu musim penghujan dapat menjadi penghambat proses produksi pada usaha Genteng Hasil Karya. Untuk mengantisipasi faktor penghambat tersebut, usaha genteng Hasil Karya akan memperbanyak ketersediaan produk sebelum musim penghujan.

      2) Persaing

         Banyaknya usaha serupa di sekitar usaha genteng Hasil Karya ini menyebabkan terjadinya persaingan usaha. Persaingan

usaha yang tidak terlihat secara langsung menyebabkan usaha genteng Hasil Karya hampir kehilangan pelanggan tetapnya, untuk menyikapi hal tersebut pemilik usaha genteng Hasil Karya berusaha untuk lebih fokus pada usahanya agar kejadian tersebut tidak terulang kembali.

3) Harga

Harga tidak menentu atau naik turun menjadi penghambat strategi pemasaran usaha genteng Hasil Karya. Harga yang tidak menentu tersebut menyebabkan terjadinya keluhan dari pelanggan, oleh karena itu sebisa mungkin ketika harga sedang tinggi usaha genteng Hasil Karya akan memberikan pengertian kepada pelanggan terkait alasan kenaikan harga.

b. Faktor Pendukung Strategi Pemasaran pada Usaha Genteng Hasil Karya

Berdasarkan pemaparan data diatas terdapat faktor pendukung pada proses pemasaran produk pada usaha genteng Hasil Karya. Adapun faktor pendukung strategi pemasaran pada usaha genteng Hasil Karya meliputi:

1) Pelanggan

Pelanggan tetap pada usaha genteng Hasil Karya yaitu galangan (toko) yang tersebar dibeberapa daerah hingga luar pulau. Galangan-galangan yang menjadi pelanggan akan selalu

melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu semakin banyak galangan yang dimiliki akan semakin memperlancar proses pemasaran.

2) Pemasok

Faktor pemasok tersebut merupakan pengrajin genteng yang bekerja sama dengan usaha genteng Hasil Karya agar ketersediaan produk dapat terjamin. Pengrajin genteng yang melakukan kerja sama yaitu pengrajin genteng gelombang, genteng basoke, genteng press, genteng karangpilang, genteng pegon, genteng kia, wuwung bulat, wuwung kotak.

3) Produk

Faktor pendukung yang terkait dengan produk yaitu kualitas yang bagus serta variasi yang beragam. Produk yang ditawarkan pada usaha genteng Hasil Karya sangat dijaga kualitasnya agar konsumen merasa puas. Selain itu, variasi produk yang beragam merupakan salah satu cara untuk memasarkan produk dengan tujuan agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Variasi produk dapat ditawarkan oleh usaha genteng Hasil Karya bekerja sama dengan para pengrajin genteng agar ketersediaan produk dapat terjamin. Tanpa pemasok proses pemasaran serta pendistribudian produk akan terhambat dikarenakan pada usaha genteng Hasil Karya hanya memproduksi genteng mantili sedangkan permintaaan pasar beragam.

4) Lokasi

Lokasi pemasaran yang strategis akan meningkatkan peluang suatu usaha dapat diketahui konsumen. Hal tersebut yang menjadi pertimbangan bagi usaha genteng Hasil Karya sehingga memilih lokasi yang tepat di pinggir jalan raya provinsi yang lalu lintasnya ramai. Hal tersebut akan mempermudah produk yang dipasarkan agar dikenali konsumen. Selain itu tempat pemasaran yang memiliki halaman luas dan terjangkau oleh kendaraan mempermudah proses distribusi produk ke konsumen yaitu proses bongkar muat.

5) Promosi

Pada praktiknya, dalam melakukan promosi usaha genteng Hasil Karya telah memanfaatkan beberapa cara untuk mempromosikan usahanya yaitu melalui promosi mulut ke mulut, serta pemanfaatan media sosial. Promosi mulut ke mulut sangat berperan bagi pemasaran dikarenakan banyak pelanggan yang mengetahui usaha genteng Hasil Karya dari cerita ataupun rekomendasi konsumen lama. Melalui promosi mulut ke mulut tersebut usaha genteng Hasil Karya lebih mudah memperoleh kepercayaan dari calon konsumen. Media sosial merupakan strategi yang dapat memperlancar pemasaran dikarenakan dapat menjangkau konsumen lebih luas.