

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

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

##### **1. Profil Sentra Industri Genteng Desa Notorejo**

###### **a. Sejarah Terbentuknya Sentra Industri Genteng Desa Notorejo.**

Tahun 1965 adalah awal dari perintisan usaha genteng di Desa Notorejo, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung, tepatnya di Dusun Karang Tengah yang di pelopori oleh masyarakat sekitar Dusun. Awal mulanya usaha ini berdiri terpengaruh oleh Desa sebelah yaitu Desa Kamulan yang sudah masuk wilayah Kabupaten Trenggalek, dimana mayoritas masyarakat Desa Kamulan pada saat itu sebagian besar memiliki usaha Genteng. Pada tahun tersebut Desa Kamulan terkenal dengan usaha genteng yang sudah terkenal sampai berbagai daerah sekitar dan luar daerah, dari itulah kemudian masyarakat Desa Notorejo mulai merintis usaha Genteng dengan cara melihat/mencontoh langsung dari Desa Kamulan.<sup>48</sup>

Saat ini sudah ada sekitar 75 pengusaha industri genteng yang ada di Desa Notorejo, dimana mayoritas menggunakan tenaga kerja dari luar desa atau keluarga sendiri, tergantung pada besar kecil usaha yang di buat. Di Desa Notorejo sendiri kurang lebih ada sekitar enam macam genteng yang diproduksi, meliputi:

---

<sup>48</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Sukri, *Pengusaha Genteng Desa Notorejo*, Tanggal 14 Januari 2018.

1.) Genteng karang pelang

Harga berkisar antara Rp 1200-1500,- rupiah/biji

2.) Genteng Press

Harga berkisar antara Rp 1100-1300,- rupiah/biji

3.) Genteng Wuwung

Harga berkisar antara Rp 2300-2500,-rupiah/biji

4.) Genteng Gelombang

Harga berkisar antara Rp 2000- 2200,- rupiah/biji

5.) G Harga enteng Pegon

Harga berkisar antara Rp 1100-1300,- rupiah/biji

6.) Genteng Manthili

Harga berkisar antara Rp 1900-2100,- rupiah/biji

Dari beberapa macam Genteng yang telah disebutkan diatas Genteng yang paling laris atau yang sering diminati oleh konsumen adalah Genteng Karang Pelang, dikarenakan harga yang lebih terjangkau yang di imbangi dengan kualitas yang memadai, tetapi itu semua tergantung pada minat konsumen.

b. Letak Geografis

Dilihat dari letak geografis, Sentra Industri Genteng Desa Notorejo sangat strategis karena berada dijalan perlintasan antar Propinsi, dan menjadi jalur utama menuju pusat Kota Kabupaten Tulungagung,

yang jaraknya lebih kurang 13 kilometer dan ke Kecamatan Gondang lebih kurang 4 kilometer.

c. Tujuan Sentra Industri Genteng Desa Notorejo

1. Memproduksi Genteng dengan kualitas dan mutu yang baik dan disertai ketepatan waktu dalam pengirimannya.
2. Melayani konsumen dari berbagai kalangan dengan harga yang terjangkau.
3. Memberdayakan dan meningkatkan daya saing Sentra Industri Genteng di Kabupaten Tulungagung.
4. Menyediakan dan mencukupi kebutuhan perumahan-perumahan di daerah Tulungagung dan sekitarnya.
5. Menyediakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat daerah setempat.

d. Logo (gambar)



Gambar 1. Tugu Sentra Industri Genteng Desa Notorejo.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Data Penduduk Pemerintah Desa Notorejo Tahun 2014

## **2. Profil Desa Notorejo**

### **a. Identitas Desa Notorejo**

Desa Notorejo adalah sebuah desa di wilayah Kabupaten Tulungagung paling barat tepatnya berada di berbatasan Kabupaten Tulungagung – Kabupaten Trenggalek. Desa Notorejo terletak di wilayah Kecamatan Gondang, dengan batas-batas desa yaitu di sebelah barat berbatasan dengan Desa Sidem, di sebelah selatan berbatasan dengan Desa Kamulan dan Desa Baruharjo (Kecamatan Durenan, Trenggalek), di sebelah timur berbatasan dengan Desa Bendungan, di sebelah utara berbatasan dengan Desa Sidomulyo.

Desa Notorejo terbagi menjadi empat dusun, yaitu :

- 1) Dusun Glonggong
- 2) Dusun Karangtengah
- 3) Dusun Sumber
- 4) Dusun Salam

Desa Notorejo masuk dalam kategori daerah perdesaan. Luas Desa Notorejo lebih kurang 238,32 Ha<sup>2</sup> dimana 62 Hektarnya adalah lahan pertanian dan sisanya berupa tanah tegal, pemukiman penduduk dan tanah pegunungan.

Jumlah penduduk Desa Notorejo akhir tahun 2014 sejumlah 4.383 jiwa, dengan sebagian penduduknya bermata pencaharian sebagai petani, sebagian lagi bekerja home industri genteng dan batu bata.

Sementara sebagian kecil sisanya sebagai buruh, jasa dan bekerja di Instansi Pemerintah dan swasta.

Karena banyak warga yang memiliki usaha industri genteng, maka Desa Notorejo juga dikenal masyarakat umum sebagai desa penghasil genteng dan batu bata yang berkualitas sehingga produk ini sangat diminati warga desa sekitar, luar kota, dan bahkan warga dari luar pulau seperti Bali, Kalimantan dan Sumatera.<sup>50</sup>

#### **b. Sarana dan Prasarana**

Sarana dan Prasarana merupakan salah satu penunjang terlaksananya program kerja. Sarana merupakan perangkat material seperti tempat usaha Genteng, sedangkan prasarana adalah alat pendukung proses kerja. Semakin lengkap sarana dan prasarana yang dimiliki oleh suatu Industri maka semakin cepat pula tercapainya tujuan kerja yang diharapkan.

Sarana dan prasarana yang terdapat di Sentra Industri Genteng Desa Notorejo meliputi kurang lebih 75 tempat usaha, dimana 85% masih menggunakan alat cetak manual dan yang 15% menggunakan alat cetak modern seperti Hidrolis, untuk mempercepat waktu dan meminimalisir biaya produksi yang dikeluarkan.

---

<sup>50</sup> Data Penduduk Pemerintah Desa Notorejo Tahun 2014

### **c. Pelayanan dan Fasilitas yang di Berikan**

Dari hasil penelitian dapat disebutkan beberapa pelayanan dan fasilitas yang terdapat di Sentra Industri Genteng Desa Notorejo, meliputi :

- 1) Memberikan kualitas baik.
- 2) Pemilihan tanah lempung (tanah liat) terpilih atau unggulan.
- 3) Menggunakan mesin modern dengan alat cetak yang terbuat dari besi.
- 4) Menggunakan kayu unggulan (kayu Jati) dalam pembakaran genteng untuk menghasilkan genteng unggulan.
- 5) Penyediaan tenaga ahli pembuatan genteng tidak sebarangan.
- 6) Penyediaan jasa pengiriman genteng.
- 7) Fasilitas tempat pembuatan genteng yang memadai.<sup>51</sup>

### **d. Perkembangan Sentra Industri Genteng Desa Notorejo Saat ini**

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Perkembangan Sentra Industri Genteng Desa Notorejo saat ini cenderung menurun dikarenakan beberapa faktor yang mempengaruhi, yaitu :

- 1) Kesulitan dalam memperoleh bahan baku  
Sulitnya mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang bagus dan harga belum tentu murah atau terjangkau merupakan salah satu faktor penyebab menurunkannya eksistensi Genteng.
- 2) Keterbatasan SDM dengan kualitas yang baik

---

<sup>51</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Angga, *Pengusaha Genteng Desa Notorejo*, Tanggal 31 Januari 2018.

Sulit mendapatkan tenaga kerja yang memiliki kemampuan keterampilan yang dimiliki, serta pengetahuan ataupun pengalaman dalam memproduksi genteng. Selain itu, sulitnya mencari tempat strategi yang layak untuk produksi genteng sebab tempat untuk memproduksi genteng yang dulu hingga sekarang rawan banjir saat musim penghujan.

### 3) Keterbatasan teknologi

Minimnya pemanfaatan teknologi internet dalam mendesain produk genteng yang baru maupun dalam memasarkan atau promosi hasil produksi mempengaruhi perkembangan Sentra Industri Genteng Desa Notorejo saat ini.

## **A. TEMUAN PENELITIAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, berikut ini merupakan penjelasan dari hasil penelitian:

### **1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Harga Jual Produksi Industri Genteng Dalam Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Notorejo.**

#### **1.1 Strategi Pemasaran**

Di Sentra Industri Genteng di Desa Notorejo sendiri kurang lebih ada sekitar 75 tempat pembuatan usaha genteng, dimana dari 75 pengusaha tersebut memiliki kriteria dan strategi yang hampir sama dalam produksi dan pemasaran, di Sentra Industri Genteng di Desa

Notorejo sendiri termasuk dalam Industri kecil, dimana dalam setiap satu pengusaha genteng kurang lebih ada sekitar 4-10 orang tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi genteng, yaitu dimulai dari proses pencampuran bahan baku yang kurang lebih memakan waktu 2-4 hari, kemudian proses pencetakan bahan baku menjadi genteng, dan kemudian proses pengeringan atau penjemuran secara langsung menggunakan tenaga surya yang memakan waktu kurang lebih 2-3 hari tergantung cuaca yang terjadi pada saat itu, apabila masuk pada musim penghujan akan lebih membutuhkan waktu yang cenderung lebih lama, hampir kurang lebih 1 minggu, dan kemudian dilanjutkan dengan proses pembakaran yang membutuhkan waktu 1- 2 hari hingga menjadi bahan atau barang jadi yang siap untuk dipasarkan.

Dalam upaya meningkatkan harga jual produksi industri genteng terkait strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di desa notorejo terdapat 3 poin yang di bahas, diantaranya adalah Segmentasi Pasar, Targeting (target sasaran), Positioning (posisi), Berikut penjelasannya :

**a) Segmentasi Pasar**

Bapak Angga selaku pengusaha Sentra Industri Genteng menjelaskan tentang Segmentasi Pasar yang ada di Sentra Industri Genteng di Desa Notorejo:

“Begini mas, untuk segmentasi pasar atau istilahnya mencari tempat untuk memasarkan genteng, mayoritas masyarakat lebih mengandalkan seorang makelar atau lebih dikenalnya sebagai seorang agen, supaya lebih cepat proses



penjualannya, dari beberapa pengusaha genteng yang ada di Desa Notorejo hampir setiap pengusaha memiliki makelar sendiri-sendiri, dan cara lain yang digunakan masyarakat sekitar adalah dengan cara Galangan atau memasukkan barang ke dalam toko.”<sup>52</sup>

Dengan adanya segmentasi pasar tentunya akan lebih mempermudah dalam memasarkan produk yang dibuat. pemasaran produksi di Sentra Industri Genteng Desa Notorejo sendiri tetap mengincar kalangan masyarakat umum tanpa membatasi usia, jenis kelamin, ataupun hasil pendapatan kerja calon pembeli sebagai segmen pasarnya. Calon pembeli genteng datang langsung ke tempat produksi, memilih barang, membayar, lalu genteng yang sudah dipilih di kirim ke tempat pembeli.

**b) Targeting (target sasaran)**

Setelah segmen pasar dievaluasi, langkah selanjutnya yaitu memilih segmen yang akan dijadikan target atau pasar sasaran. Dalam memilih pasar sasaran yang optimal, perlu diperhatikan beberapa kriteria berikut:

1. Respon terhadap konsumen

Sasaran pasar harus jelas dan responsif terhadap produk atau program-program pemasaran yang ditawarkan. Langkah ini harus dimulai dengan studi segmentasi yang jelas karena

---

<sup>52</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Angga, *Pengusaha Genteng Desa Notorejo*, Tanggal 31 Januari 2018.

tanpa pasar sasaran yang jelas produsen menanggung resiko yang terlalu besar.

2. Potensi penjualan

Potensi penjualan harus cukup luas. Semakin besar pasar sasaran, semakin besar nilainya. Besarnya bukan hanya ditentukan oleh jumlah populasi tapi juga daya beli dan keinginan pasar untuk memiliki produk tersebut.

3. Pertumbuhan yang memadai

Pasar tidak dapat dengan segera bereaksi. Pasar tumbuh perlahan-lahan sampai akhirnya meluncur dengan cepat dan mencapai titik pendewasaan.

4. Jangkauan media

Pasar sasaran dapat dicapai dengan optimal kalau pemasar tepat memilih media untuk mempromosikan dan memperkenalkan produknya.

Bapak Sukri selaku pengusaha Sentra Industri Genteng menjelaskan tentang targetting (target sasaran) yang ada di Desa Notorejo:

“Begini mas, untuk targetting (target sasaran) mayoritas masyarakat di sisini lebih mengedepankan pada kualitas produk yang kita buat, untuk target sendiri, apakah harus bisa menjual atau memproduksi setiap bulannya sebanyak berapa atau sebesar berapa saya rasa tidak ada. karena usaha industri disini mayoritas masih sepenuhnya bergantung pada alam, semisal halnya proses penjemuran masih mengandalkan sinar matahari secara langsung, belum lagi jika saat musim penghujan tentunya akan membutuhkan waktu yang lama untuk proses penjemuran. Jadi untuk

target sendiri masih belu ada, tapi untuk berjaga-jaga bagi para konsumen kami selaku pengusaha menyiapkan dahulu barang sebelum dipesan, dapat di ibaratkan seperti “ sedia payung sebelum hujan”. toh nantinya apabila barang/gentengnya masih sisa maka genteng tersebut akan masuk kedalam toko, istilahnya menimbun.”<sup>53</sup>

Selain itu, dalam target pasar yang akan dilayani dari usahawan, sasaran pasar perlu ditetapkan terlebih dahulu agar strategi dan program pemasaran lebih terarah. Target pemasaran dalam usaha harus mengidentifikasi pelanggan atau konsumen yang dapat dilayani secara tepat, efektif, dan efisien.

Target pemasaran produksi genteng di Desa Notorejo di disasarkan kepada masyarakat umum baik masyarakat menengah keatas, menengah, dan menengah kebawah, dalam proses operasionalnya dikirim secara langsung ke tempat pembeli diantaranya warga desa sekitar, luar kota, dan bahkan warga dari luar pulau seperti Bali, Kalimantan dan Sumatera. Tetapi ada juga produsen genteng lainnya yang memasarkan dengan melakukan penawaran di toko-toko bangunan yang ada di sekitar Kabupaten Tulungagung. Bagi produsen yang memiliki modal besar, biasanya menampung genteng dari para produsen-produsen lain lalu mengirimkannya ke luar jawa.

---

<sup>53</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Sukri, *Pengusaha Genteng Desa Notorejo*, Tanggal 14 Januari 2018.

### c) Positioning (posisi)

Positioning atau posisi disini sangat menentukan bagi keberlangsungan produk yang dibuat, dengan cara merancang atribut-atribut fungsional dan non fungsional produk yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan pandangan relatif konsumen dan produk pesaing. Maka positioning mengacu dalam persepsi pelanggan atau konsumen dari produk atau merek yang menempati di pasar tertentu. Selain itu, strategi positioning memainkan peran yang sangat penting untuk menciptakan persepsi merek oleh masyarakat dalam promosi.

Faktor utama dalam positioning dan target dari brand tersebut harus diperhatikan faktor fungsional yang tercermin dalam bentuk-bentuk pola genteng yang berbeda-beda, seperti genteng mantili, genteng karang pelang, genteng wuwung, dan lain sebagainya. Produksi genteng memposisikan diri sebagai brand yang mengerti kebutuhan calon pembeli kalangan menengah ke bawah tanpa batas usia dan jenis kelamin. Selain itu posisi pemasaran produksi genteng mulai dari bangunan rumah, sekolahan, rumah sakit, hotel, perkantoran, rumah makan, serta gedung-gedung lain sebagainya.

Bapak Yasin selaku pembeli atau konsumen Genteng dari Sentra Industri Desa Notorejo menjelaskan tentang tingkat kepuasan terhadap produk genteng yang dibeli:

“Begini mas, sebenarnya saya sendiri sudah mulai menggunakan produk genteng dari Desa Notorejo sudah hampir 20 tahun, dimulai dari awal rumah saya di dirikan hingga sampai sekarang masih tetap bagus secara kualitas, hanya warnanya saja yang sudah berubah menjadi warna hitam kehijauan, tapi secara ketahanan terhadap panas matahari dan air hujan masih bagus dan tidak rembes, sampai sekarang masih tetap tangguh, dan saya merasa puas dengan produk genteng tersebut karena dapat bertahan dalam kurun waktu yang cukup lama, oleh karena itu menyarankan kepada masyarakat daerah sekitar saya apabila ingin membeli genteng saya sarankan dari Desa notorejo dengan Brand yang paling terkenal yaitu Nglayur dan Lestari yang sudah terbukti secara kualitas dan kuantitas<sup>54</sup>

Bapak Sukri selaku pengusaha Sentra Industri Genteng menjelaskan tentang positioning (posisi) yang ada di Desa Notorejo:

“Begini mas untuk posisi Brand (merk) barang yang ada di Desa Notorjo sendiri sebenarnya sudah tenar atau sudah tersohor sejak dahulu sekitar tahun 1975 dengan nama Brand “Nglayur dan Lestari” dikarenakan kualitas barang yang bagus, tahan lama, dan juga di imbangi denga harga yang relatif terjangkau yang membuat Brand ini masih tetap eksis sampai sekarang ini. sekarang tugas kami selaku penerus usaha genteng tetap mempertahankan tradisi dan peninggalan leluhur agar tidak termakan oleh zaman, dengan cara tetap mempertahankan kualitas dan kuantitas genteng yang kami produksi.”<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Yasin, *Konsumen Genteng asal Blitar*, Tanggal 14 Maret 2018.

<sup>55</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Sukri, *Pengusaha Genteng Desa Notorejo*, Tanggal 14 Januari 2018.

## **2. Faktor Pendukung Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Harga Jual Produksi Industri Genteng Di Desa Notorejo.**

Berikut adalah kutipan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Angga selaku pengusaha Industri Genteng di Desa Notorejo yang peneliti lakukan pada tanggal 31 Januari 2018.

“Begini mas, untuk faktor pendukung dalam strategi pemasaran industri genteng di Desa Notorejo yang pertama terletak pada bahan baku yang cenderung melimpah, dan tidak membutuhkan biaya yang cenderung banyak dalam proses operasional pengiriman bahan baku untuk sampai ke tujuan. faktor yang kedua yaitu dengan adanya tempat usaha genteng tentunya akan membuka lowongan kerja bagi masyarakat sekitar dan juga meminimalisir pengangguran, faktor yang ketiga yaitu kualitas produk yang harus tetap dijaga, kemudian faktor keempat Internet, di zaman yang serba digital dan modern ini tentunya masyarakat menginginkan suatu hal yang cepat dan instant, begitu juga dengan masyarakat Desa Notorejo dengan adanya internet lebih memudahkan dan mempercepat dalam segi pemasaran.”<sup>56</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah peneliti cantumkan sesuai dengan wawancara kepada para narasumber, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa faktor yang menjadi penghambat Strategi pemasaran dalam meningkatkan harga jual produksi Industri Genteng di Desa Notorejo adalah sebagai berikut:

### **a. Bahan Baku**

Bahan baku merupakan faktor penting yang ikut menentukan tingkat harga pokok dan kelancaran proses produksi usaha. Untuk memperoleh bahan baku dalam pembuatan genteng cenderung sangat mudah dan juga tersedia stok yang cukup melimpah, dikarenakan

---

<sup>56</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Angga, *Pengusaha Genteng Desa Notorejo*, Tanggal 31 Januari 2018.

memang sebagian Desa Notorejo berupa tanah tegal, dan tanah pegunungan, disamping itu juga di imbangi dengan kualitas bahan baku yang bermutu bagus. Dengan tersedianya Sumber Daya Alam (SDA) yang sangat melimpah tentunya memudahkan masyarakat dalam upaya memproduksi genteng.

b. Menyediakan Lowongan Kerja

Dengan adanya Sentra Industri Genteng tentunya akan menopang perekonomian masyarakat sekitar dan juga dapat menyediakan lapangan pekerja bagi masyarakat sekitar daerah dan luar daerah, dan tentunya akan meminimalisir pengangguran yang ada, dengan adanya hal tersebut tentunya akan menopang perekonomian masyarakat sekitar menjadi baik.

c. Kualitas Produk

Sama halnya dengan apa yang ada di Industri Genteng Desa Notorejo, bahwa kualitas produk memang menjadi unggulan dalam memasarkan produk genteng yang ada di Desa Notorejo, Hal ini dibuktikan dengan nama Brand “Nglayur dan Lestari” yang dari dulu sampai sekarang masih tetap terkenal dan di gemari warga sekitar dan juga luar daerah, dikarenakan kualitas dan kuantitas produk yang masih terjaga sampai saat ini.

d. Internet

Internet merupakan tempat atau wadah dalam mempermudah mempercepat segala aktivitas, sama halnya dengan pemasaran

genteng yang ada di Desa Notorejo, dengan adanya internet tentunya akan mempermudah dalam proses pemasaran dan mempercepat transaksi, dan tentunya akan menghemat biaya dan waktu, dan juga lebih memudahkan secara detail dan cepat tentang kualitas dan kuantitas produk yang ada di Desa Notorejo.

Dengan adanya faktor-faktor pendukung Strategi Pemasaran Industri Genteng Di Desa Notorejo, kemudian peneliti melanjutkan sesi wawancara tentang upaya apa yang dilakukan dengan adanya faktor-faktor pendukung tersebut. Berikut adalah kutipan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Sukri selaku pengusaha Industri Genteng di Desa Notorejo yang peneliti lakukan pada tanggal 14 Januari 2018.

“Begini mas, tentunya dengan adanya faktor-faktor pendukung pemasaran tersebut kami selaku pengusaha tentunya lebih memaksimalkan hasil produksi dengan tetap menjaga stabilitas dan kualitas produk yang kami buat, dikarenakan usaha seperti ini merupakan usaha turun temurun dari nenek moyang tedahulu, oleh karena itu kami selaku penerus harus tetap menjaga, dan juga untuk memenuhi kebutuhan hidup dan juga memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar dan luar daerah akan genteng.”<sup>57</sup>

### **3. Faktor Penghambat Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Harga Jual Produksi Industri Genteng Di Desa Notorejo.**

Strategi pemasaran dalam meningkatkan harga jual produksi Industri Genteng di Desa Notorejo terdapat juga beberapa faktor yang menjadi hambatan. Berikut adalah kutipan dari hasil wawancara yang

---

<sup>57</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Sukri, *Pengusaha Genteng Desa Notorejo*, Tanggal 14 Januari 2018.



peneliti lakukan dengan Bapak Angga selaku pengusaha Industri Genteng di Desa Notorejo yang peneliti lakukan pada tanggal 31 Januari 2018.

“Jadi hal yang menjadi penghambat pemasaran dalam usaha kami yang pertama adalah harga, dimana harga genteng disini tergolong fluktuaktif atau tidak pasti cenderung naik turun, berkisar dari yang termurah antara Rp 1200 - Rp 2500 rupiah perbiji, tergantung pada jenis genteng. Dari harga rata-rata tersebut biasanya terjadi kenaikan atau penurunan harga jual beli sebesar Rp 300 – Rp 500 rupiah perbiji, tentunya bagi orang awam harga tersebut cenderung kecil atau murah, tapi bagi kami selaku pengusaha genteng harga tersebut sangat besar dikarenakan nantinya akan dikalikan dengan jumlah barang atau genteng yang dipesan, dan tentunya akan sangat berpengaruh dalam keberlangsungan usaha kami kedepannya. ketidakpastian atau naik turun harga tersebut biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: biaya bahan baku yang naik turun, biaya tenaga kerja, dan biaya operasional. dari itulah yang sangat menentukan minat para konsumen, tapi bagi kami seorang pengusaha harus bisa memperhitungkan laba yang di inginkan dengan memperhatikan pembelian bahan baku dan produksi harus sesuai dengan hasil penjualan, kemudian kondisi lingkungan juga, karena untuk proses mengeringkan genteng masih terfokus pada sinar matahari, kemudian pesaing lain dari pabrik lain yang memproduksi Galvalum, dan Esbes sebagai atap perumahan.”<sup>58</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah peneliti cantumkan sesuai dengan wawancara kepada para narasumber, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa faktor yang menjadi penghambat Strategi pemasaran dalam meningkatkan harga jual produksi Industri Genteng di Desa Notorejo adalah sebagai berikut:

a. Aspek Harga

Harga disini menjadi penentu pertama dalam menentukan minat para konsumen dan juga menjadi penentu keberlangsungan barang yang diproduksi, apabila harga yang ditentukan relatif rendah

---

<sup>58</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Angga, *Pengusaha Genteng Desa Notorejo*, Tanggal 31 Januari 2018.

tentunya minat konsumen juga akan semakin meningkat. yang pada intinya harga penjualan barang produksi harus lebih tinggi dari harga pembelian bahan baku dan biaya produksi.

b. Aspek Kondisi Lingkungan

Dari hasil penelitian kondisi lingkungan sangat mempengaruhi keberlangsungan di Sentra Industri Genteng di Desa Notorejo, hampir semua proses pengeringan bergantung pada sinar matahari, belum nanti jika memasuki musim penghujan yang rata-rata tempat produksi genteng hampir semua tergenang oleh air. dikarenakan Desa Notorejo sendiri masuk dalam kategori daerah perdesaan, dengan Luas Desa lebih kurang 238,32 Ha<sup>2</sup> dimana 62 Hektarnya adalah lahan pertanian dan sisanya berupa tanah tegal, pemukiman penduduk dan tanah pegunungan.

c. Aspek Pesaing

Tidak dapat dipungkiri aspek pesaing merupakan faktor penghambat dalam memasarkan hasil barang yang diproduksi, mulai dari pesaing dari produk barang yang sejenis, dan juga dari pesaing dari barang yang memiliki *purpose* atau kegunaan yang sama. Ada 2 faktor pesaing yang ada di Sentra Industri Genteng Desa Notorejo, yaitu faktor internal dan eksternal

1. Faktor internal, meliputi beberapa para pengusaha dalam bidang yang sama yaitu genteng, baik dari daerah sekitar atau dari luar daerah yang sebagian para pengusahanya memiliki cirri khas

dalam produk yang dibuat semisal dalam hal kualitas, kuantitas, motif, dan harga yang relatif berbeda.

2. Faktor eksternal, meliputi beberapa industri besar yang didalamnya memproduksi barang yang memiliki kegunaan sama seperti halnya pabrik Galvalum dan Esbes yang pada saat ini lebih cenderung dipakai oleh masyarakat sebagai atap rumah karena lebih efisien biaya dan waktu. yang pada intinya kualitas dan kuantitas barang yang diproduksi memainkan peran yang penting dalam memikat hati para konsumen.

d. Aspek Pemanfaatan Teknologi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

Di era modern seperti saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi merupakan faktor pengaruh yang sangat besar dalam memperlihatkan dan memasarkan suatu karya kepada masyarakat umum secara cepat dan efisien, beda halnya dengan para pengusaha genteng di Desa Notorejo, mayoritas masih belum bisa memaksimalkan teknologi yang ada, dalam pemasarannya mayoritas masyarakat hanya terpaku pada seorang Makelar, dan tentunya ini akan membutuhkan waktu yang cenderung lebih lama, Hal ini disebabkan karena minimnya SDM dari para pengusaha genteng yang ada di Desa Notorejo.

e. Aspek Infrastruktur yang Lemah

Dukungan infrastruktur merupakan hal yang paling dominan dalam mempercepat proses pembuatan suatu barang produksi, dengan

adanya infrastruktur yang memadai tentunya barang yang diproduksi akan memiliki kualitas dan kuantitas yang memadai, Beda halnya dengan para pengusaha genteng yang ada di Desa Notorejo, dalam hal produksi mayoritas masih menggunakan sistem manual, dimulai dari pengolahan bahan mentah hingga menjadi bahan jadi yang siap untuk dijual, dan cara ini cenderung membutuhkan waktu yang cenderung lebih lama, dengan kurangnya dukungan infrastruktur ini tentunya akan memperlambat produksi dan juga memperlambat proses pemasaran.

f. Aspek Pembeli atau Peminat

Pembeli atau peminat merupakan faktor yang berpengaruh dalam proses pemasaran, yang nantinya akan berpengaruh dalam proses penjualan produk, Di industri genteng di Desa Notorejo sendiri peminat atau pembelinya cenderung tidak menentu, dikarenakan kebutuhan akan genteng setiap orang tidak sama, hanya beberapa atau sebagian orang saja yang membutuhkan, semisal dalam pembuatan rumah atau pabrik yang memungkinkan genteng sebagai atapnya.

Dengan adanya faktor-faktor penghambat Strategi Pemasaran Industri Genteng Di Desa Notorejo, kemudian peneliti melanjutkan sesi wawancara tentang upaya apa yang dilakukan dalam mengatasi atau meminimalisir resiko yang terjadi dengan adanya faktor-faktor penghambat tersebut. Berikut adalah kutipan dari hasil wawancara yang

peneliti lakukan dengan Bapak Angga selaku pengusaha Industri Genteng di Desa Notorejo yang peneliti lakukan pada tanggal 31 Januari 2018.

“Begini mas, dengan adanya faktor-faktor penghambat Strategi Pemasaran tersebut kami selaku pengusaha tetap mengusahakan yang terbaik dalam menciptakan produk yang kami buat , yaitu dengan tetap mengutamakan kualitas dan kuantitas produk, tetapi ada juga sebagian para pengusaha genteng yang tidak bisa bertahan dan beralih ke usaha pembuatan batu bata, itu semua dikarenakan harga beli bahan baku dan produksi yang cenderung makin meningkat yang tidak di imbangi dengan harga jual barang produksi, disini perputaran uang dalam melanjutkan hidup usaha sangat penting sekali, siapa yang dapat memutarakan uang secara benar dan tepat maka itulah yang akan bertahan dalam melanjutkan modal usaha. Harga genteng sendiri cenderung tidak pasti atau tetap, dikarenakan persaingan antar pengusaha yang memakai alat-alat modern dan relatif cepat, yang sangat memungkinkan mematok harga dibawahnya, ada juga yang di sebabkan banyaknya pembangunan proyek-proyek yang membutuhkan banyak genteng, yang mau tidak mau harga genteng akan turun dan tidak sesuai dengan harga normalnya, dan ini akan sangat berpengaruh terhadap harga genteng di masa yang akan datang.

Dari inilah kemudian dapat diambil kesimpulan bahwasannya dalam mengantisipasi adanya hambatan-hambatan yang bisa saja terjadi sewaktu-waktu para pengusaha lebih memprioritaskan kepada hasil barang produksi, dengan mengedepankan kualitas dan juga kuantitas barang yang diproduksi, dan juga tetap menjaga kepercayaan masyarakat khususnya para konsumen akan genteng, meskipun usaha ini sudah ada sejak lama, dan juga diwariskan secara turun temurun tapi kualitas dan kuantitasnya tetap terjaga sampai saat ini.