

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

Wilayah Kabupaten Tulungagung memiliki pegunungan yang merupakan rangkaian dari pegunungan kidul. Pegunungan tersebut mengandung gamping yang dapat dibuat menjadi batu marmer. Pada tahun 1800-an Pemerintah Hindia-Belanda mengadakan penambangan marmer di Distrik Wadjak. Wadjak adalah sebuah distrik yang dibentuk pada tahun 1861 di bawah pemerintahan Bupati Ngrowo R.M.T. Soemodiningrat.⁷ Setelah masa penelitian 30 tahun tersebut tidak mendapatkan hasil akhirnya proses penambangan batu marmer dipindah ke daerah Selatan dan dijadikan tempat produksi marmer hingga kini yaitu di Desa Besole Kecamatan Besuki. PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan yang merupakan aset masyarakat dan aset daerah dari Pemerintah Daerah Kabupaten Tulungagung. PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung merupakan industri marmer pertama yang berdiri di Indonesia.⁹⁴

PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung terletak di Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung yang terletak pada koordinat 8°15'30'' - 8°15'50'' Lintang Selatan dan 5°5'15'' - 5°5'45''

⁹⁴ PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung tahun 2015

Bujur Timur dengan total lokasi perusahaan seluas 7,650 Ha. Pada masa kolonial Belanda pengerjaan marmer masih terbatas pada penggalan dan pemotongan sampai berbentuk balok-balok sehingga nantinya akan memudahkan untuk proses pengangkutan. Namun marmer yang dapat diangkut hanya sedikit karena pada waktu itu akses jalan dari tempat penambangan menuju daerah pemasaran masih sangat sulit. Hingga pada masa setelah kemerdekaan yaitu tahun 1961 pabrik marmer untuk pertama kalinya mulai dioperasikan oleh bangsa Indonesia.⁸ Pada awal produksi PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung masih menggunakan alat-alat sederhana warisan dari Kolonial Belanda. Pembangunan PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung diresmikan oleh Menteri Perindustrian Rakyat pada tanggal 27 Januari 1962 dengan Kepala Proyek H. S. Moerdani. Namun pada tanggal 12 Mei 1971, statusnya berubah dari Proyek Industri Marmer menjadi Badan Usaha Milik Negara (Persero) PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung.⁹⁵

Selama berstatus menjadi BUMN (Persero), PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung banyak ikut andil dalam pembangunan-pembangunan gedung milik pemerintah maupun swasta seperti pembangunan gedung MPR dan DPR di Jakarta, Masjid Istiqlal di Jakarta, Kantor Manggala Wana Bhakti Jakarta, Keraton Surakarta, Hotel Ambarukmo Yogyakarta, Kantor Gubernur Jawa Timur,

⁹⁵ PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung tahun 2015

Pendopo Kabupaten Tulungagung, Masjid Al-Munawwar Tulungagung, seperti pembangunan berbagai kantor, hotel, bank, dan gedung lain milik negara maupun swasta.⁹⁶

PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung dimasukkan dalam Direktorat Jenderal Aneka Industri Departemen Perindustrian Republik Indonesia, karena pihak Departemen Pertambangan menganggap bahwa cadangan marmer terlalu kecil dan tidak berpotensi seperti pertambangan lainnya seperti minyak bumi, tembaga, emas, dan batubara. Pertimbangan mengenai komoditi marmer bukan merupakan kebutuhan hajat hidup orang banyak dan industri marmer mampu dilakukan oleh pihak swasta, maka pemerintah memutuskan untuk menjual seluruh saham perusahaan BUMN (Persero) PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung kepada pihak swasta.⁹⁷

Saham perusahaan dijual melalui pelelangan. Pada tanggal 25 Maret 1994 seluruh saham perusahaan diserahkan kepada PT Gajah Perkasa Surabaya sebagai pemenang tender. Dengan demikian sejak 25 Maret 1994 PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung merupakan perusahaan swasta dengan tetap mempertahankan identitasnya sebagai perusahaan Persero.⁹⁸

Tahun 1990-an, industri kerajinan batu marmer mulai berkembang dengan pesatnya. Terlihat dengan banyak diantara warga masyarakat mulai menekuni usaha membuat kerajinan batu marmer

⁹⁶ PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung tahun 2015

⁹⁷ PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung tahun 2015

⁹⁸ PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung tahun 2015

sebagai mata pencaharian. Kerajinan batu marmer di desa Besole mulai dipasarkan ke luar daerah. Masyarakat mulai mencari daerah pasaran masing-masing guna memasarkan kerajinan batu marmer mereka. Kerajinan batu marmer telah menjadi komoditi perdagangan lokal dan regional (antar pulau) di Indonesia. Pada saat itu kerajinan batu marmer yang diperdagangkan adalah kerajinan batu marmer berupa perabotan rumah tangga dan bahan bangunan. Disamping itu kerajinan batu marmer juga banyak digunakan untuk interior rumah agar terlihat lebih mewah dan glamour.⁹⁹

Produksi kerajinan batu marmer menunjukkan kecenderungan meningkat. Tahun 1990-1995, industri kerajinan batu marmer ini meningkat pesat atau berada dipuncak kejayaannya ketika pemasaran produk batu marmer di Desa Besole ini sudah sangat menghasilkan keuntungan yang besar. Ditandai dengan makin banyaknya industri kerajinan batu marmer di Desa Besole ini. Industri kerajinan batu marmer ini selain sudah membanjiri pasar regional di Indonesia kerajinan batu marmer juga sudah mulai menembus pasar internasional. Pemasaran di luar negeri antara lain : Jepang, Jerman, Cina, dan masih banyak lainnya. Desa Besole menjadi sentra industri kerajinan batu marmer yang cukup potensial.¹⁰⁰

Usaha PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung selama 10 tahun tidak sia-sia, yang berakhir dengan mendapat Surat Izin

⁹⁹ PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung tahun 2015

¹⁰⁰ PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung tahun 2015

Pertambangan Daerah (SIPD) dari Dinas Energi Sumber Daya Mineral (ESDM) Provinsi Jawa Timur di Surabaya akan tetapi mulai bulan April 2010 izin dialihkan ke Pemerintah Daerah Kabupaten Tulungagung dan dikenal dengan Izin Usaha Pertambangan (IUP).¹⁰¹

2. Visi Misi Perusahaan

Visi : Berusaha menjadi perusahaan marmer terbesar di Indonesia

Misi :

- a. Membangun kebersamaan antara perusahaan, karyawan, dan masyarakat sekitar untuk memberdayakan hasil alam
- b. Berkomitmen secara kreatif untuk mentransformasikan sumber daya alam menjadi sejahtera dan pembangunan yang berkelanjutan¹⁰²

3. Lokasi perusahaan

Lokasi PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung berada di Desa Besole yang beralamat di Jl. Raya Gamping Popoh Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66273 No. Telp. 0355 531383/531393

4. Produk perusahaan

¹⁰¹ PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung tahun 2015

¹⁰² PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung tahun 2015

Tabel 4.1
Jenis-jenis Produksi Slab Marmer pada PT. Industri Marmer
Indonesia Tulungagung (IMIT)

No	Jenis Marmer	Sifat Marmer	Warna/Corak
1.	Kawi	Slab marmer (halus)	Warna dasar putih
2.	Wilis	Slab marmer (halus)	Warna dasar putih, dan ada bintik kecil berwarna coklat
3.	Tengger	Slab marmer (halus)	Warna dasar putih, dan ada flat berwarna biru
4.	Bromo	Slab marmer (halus)	Banyak flat berwarna hitam
5.	Dieng	Slab marmer (halus)	Warna dasar coklat
6.	Toba	Slab marmer (halus)	Warna dasar coklat dan flat berwarna biru
7.	Kelud	Slab marmer (halus)	Warna hitam/full black

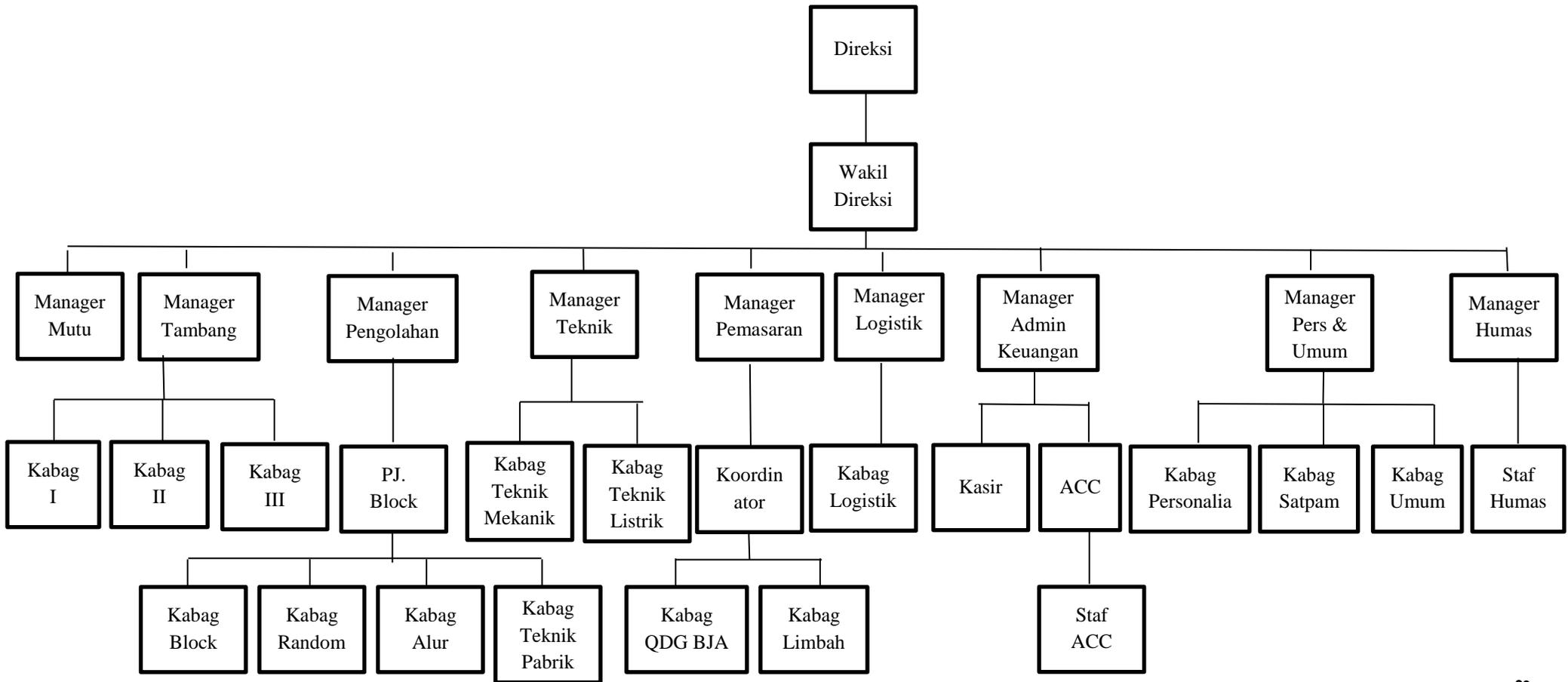
Sumber: PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) 2015

Pada tabel 1.3 diatas, PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) memiliki berbagai tujuh jenis slab marmer yang dijual, yaitu seperti kawi, wilis, tengger, bromo, dieng, toba, dan kelud. Dimana masing-masing jenis tersebut memiliki warna dan kualitas yang berbeda-beda, seperti ukuran sampai harga. Jadi, ukuran menentukan harga, ukuran yang lebih lebar maka yang paling mahal.

Dengan adanya kualitas yang terbaik maka dapat meningkatkan konsumen dan meningkatkan volume penjualan.

5. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Sumber: PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung (2015)

6. Tugas bagian produksi

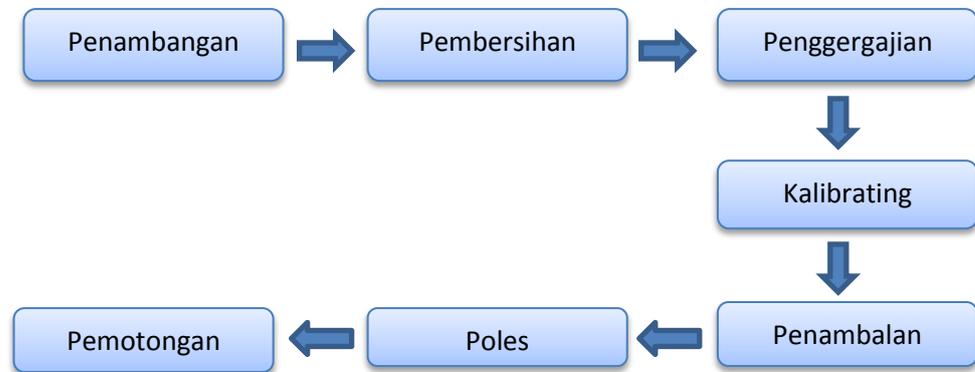
Adapun kegiatan yang dilakukan pada bagian produksi PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung adalah sebagai berikut:

- a. Unit gergaji : memotong batu marmer dari bentuk kubus menjadi sebuah lempengan
- b. Unit kalibrating : meratakan permukaan marmer yang berbentuk lempengan
- c. Unit penambalan : melakukan penambalan pori-pori atau lubang pada marmer
- d. Unit poles : menghaluskan dan mengkilapkan permukaan marmer
- e. Unit potong : memotong hasil marmer sesuai dengan ukuran standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan

7. Proses produksi

PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung menggunakan dua tipe proses produksi yaitu *job shop production* dan *batch production*. Hal ini dilakukan agar seluruh permintaan pelanggan dapat dipenuhi. Adapun proses produksi marmer di PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung sebagai berikut:

Bagan 4.1
Proses Produksi Marmer



Sumber: PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung (2015)

Dari bagan diatas dapat dijelaskan bahwa proses produksi marmer di PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung diawali dari proses penambangan batu marmer. Di sini PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung memiliki lokasi gunung sendiri untuk pengambilan batu marmer. Proses selanjutnya yaitu membersihkan sisa-sisa tanah yang masih menempel pada batu marmer. Proses pembersihan ini tentunya menggunakan alat khusus yang telah dimiliki perusahaan. Proses yang ketiga yaitu penggergajian, proses ini membutuhkan waktu yang cukup lama yaitu kurang lebih selama 12 jam. Proses penggergajian ini dari batu marmer yang berukuran kotak besar, di gergaji menjadi lempengan-lempengan. Setelah selesai penggergajian, masuk ke proses selanjutnya yaitu bagian kalibrating. Bagian kalibrating adalah proses dimana meratakan permukaan marmer yang masih kasar serta menstandarkan ketebalan ukuran marmer. Proses selanjutnya adalah bagian penambalan, pada marmer yang telah diratakan sebelumnya masih terdapat pori-pori

dimana lubang kecil tersebut harus ditambal agar menghasilkan marmer yang bagus. Setelah melalui proses penambalan, selanjutnya adalah bagian poles. Proses pemolesan ini bertujuan untuk menghaluskan dan mengkilapkan batu marmer setelah melalui beberapa proses tadi. Proses yang paling terakhir yaitu bagian pemotongan, setelah melalui berbagai tahapan tadi batu marmer dipotong sesuai dengan ukuran standar yang telah ditentukan.

B. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen

1. Sistem Pemasaran Produk

Dalam suatu perusahaan pasti memiliki strategi dalam memasarkan produknya agar diminati oleh konsumen. Apabila produk yang dipasarkan tersebut memiliki kualitas yang bagus, maka konsumen akan datang kembali untuk membeli produk dari perusahaan tersebut. Setelah melakukan proses produksi dan menghasilkan berbagai produk, kegiatan selanjutnya yang dilakukan oleh setiap perusahaan ialah pemasaran. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Tujuan dari kegiatan pemasaran ialah memasarkan produk ke pasaran untuk dikonsumsi oleh konsumen sehingga kelangsungan dan

kelancaran perusahaan dalam melakukan kegiatannya dapat terus berlangsung.

“Strategi yang diterapkan perusahaan dalam meningkatkan loyalitas konsumen, yaitu menjaga kualitas produk, tepat waktu dalam proses pembuatan sampai dengan pengiriman, mengembangkan produk-produk, memberikan harga lebih murah dibandingkan dengan harga pesaing. Hal ini dikarenakan PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung mempunyai tempat galian bahan baku sendiri sehingga dapat meningkatkan kualitas dengan harga murah. Tempat bahan tambang galian bahan baku harus memiliki surat izin tambang. Serta melayani konsumen dengan sebaik mungkin serta bersikap terbuka terhadap para konsumen”¹⁰³

Hampir sama dengan Bapak Sumarli, Mbak Siti selaku agen dari PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung juga menyatakan,

“menurut saya strategi yang paling kuat adalah masalah harga, karena konsumen akan melihat harga terlebih dahulu sebelum membeli. Harga sangat berpengaruh besar terhadap peningkatan loyalitas konsumen. Kalau mengenai harga dari produk dari PT IMIT sendiri menurutku terjangkau, akan tetapi itu tergantung dari ekonomi masyarakat, jika termasuk dalam ekonomi ke atas ya bisa dibilang harganya terjangkau. Yang kedua adalah kualitas, di perusahaan ini bukan cuma harga yang menjadi prioritas akan tetapi juga kualitasnya, di perusahaan ini mempunyai kualitas yang bagus tetapi juga berani memberikan harga yang relatif murah dibandingkan perusahaan lain. Selain itu perusahaan mempunyai kualitas tekstur marmer yang bagus yang dapat bersaing dengan perusahaan lain.”¹⁰⁴

Lebih lanjut Bapak Sumarli menjelaskan mengenai sistem pemasaran,

“Mengenai sistem pemasaran disini, kami memperbolehkan konsumen datang langsung ke perusahaan baik untuk pembelian grosir maupun pembelian ecer, selain itu juga melalui agen-agen yang tersebar di seluruh Indonesia seperti Bali, Surabaya, Jakarta, Medan, Kalimantan, dan kota-kota besar yang lainnya. Akan tetapi

¹⁰³ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan Mbak Siti selaku agen dari PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2018

kami tidak melakukan promosi secara langsung melainkan promosi dilakukan oleh para agen-agen tersebut.”¹⁰⁵

Dari mbak Siti sendiri, pemasarannya pun juga sudah luas, seperti yang dijelaskan beliau,

“untuk pemasarannya sendiri sampai luar kota seperti Bali, Surabaya, Jakarta, dan lain-lain. Saya sendiri kan juga punya agen yang setiap saat harus saya suplay jadi saya setiap hari juga ambil dari PT IMIT selain itu juga untuk stok disini. Untuk ukurannya pun juga bervariasi mulai dari yang terkecil sampai dengan ukuran yang besar.”¹⁰⁶

Dari penjelasan diatas bahwasanya PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung tidak melakukan promosi sebagai bentuk pemasarannya melainkan hanya ke agen-agen saja. Kemudian beliau menjelaskan bahwa,

“Memang pada tahun 2003 kami melakukan ekspor untuk pengiriman barang yaitu ke Australia, Jepang, Korea, Amerika, dan negara besar lainnya. Akan tetapi pada kami mengalami kesulitan dalam proses ekspor tersebut atau bisa dikatakan prosesnya terlalu rumit karena permintaan konsumen, dimana mereka menginginkan jumlah barang yang banyak dengan jenis yang sama sedangkan hasil tambang yang kita peroleh tidak selalu sama jenisnya. Sehingga pada tahun 2004 kami memutuskan untuk tidak melakukan ekspor tetapi dengan pemasaran lokal saja. Pemasaran lokal ini ke berbagai daerah seperti Surabaya, Jakarta, Medan, Bandung, Yogyakarta, Bali, Solo, Kalimantan, Sumatra, dan kota-kota besar yang lain.”¹⁰⁷

Kemudian beliau melanjutkan,

¹⁰⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan Mbak Siti selaku agen dari PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2018

¹⁰⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

“mengenai pengembangan produk perusahaan melakukan seperti penambahan alat produksi serta melakukan pemeliharaan mesin yang mana perawatan ini dilakukan secara bertahap, atau dengan peningkatan kualitas mesin semisal mesin kompresor itu awalnya kita pakai diesel dan sekarang berpindah menjadi listrik. Selain di tunjang dengan mesin yang bisa dikatakan memadai, dari pihak kantor pun juga memberikan intensif atau bonus kepada karyawan guna untuk memberikan motivasi kepada mereka agar bekerja lebih keras lagi untuk menghasilkan produk yang unggul.”¹⁰⁸

Jadi, dari pemaparan diatas dapat dikatakan bahwa untuk mengembangkan produk perusahaan melakukan perawatan mesin dan pemberian bonus untuk karyawannya. Kemudian beliau melanjutkan,

“untuk harga yang kita gunakan bukan dari harga bahan baku, konsumen maupun harga produksi melainkan kita hitung terlebih dulu biaya-biaya yang dikeluarkan, misal biaya produksi, biaya bahan bantu maupun biaya yang lain setelah itu baru harga ditetapkan, kalau menetapkan harga dulu terus dikurangi biaya-biaya dikhawatirkan nantinya akan rugi.”¹⁰⁹

Penetapan harga pada PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung ini yaitu dengan mengurangi biaya-biaya yang digunakan sebelumnya terlebih dulu. Untuk alur pemesanan Bapak Sumarli menjelaskan,

“disini alur pembelian dibagi menjadi dua yaitu alur bagi pembeli yang baru dengan kata lain pembeli yang sama sekali belum pernah membeli di perusahaan ini. Alurnya yaitu konsumen datang kemudian diperlihatkan sampel semua jenis produk marmer di ruang khusus lalu konsumen tinggal memilih jenis apa yang akan di

¹⁰⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

¹⁰⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

pesan kemudian melakukan pemesanan kepada pihak terkait lalu staf memeriksa stok digundang apakah masih ada atau sudah habis jenis marmer yang dipesan tersebut, apabila stok marmer habis maka konsumen harus menunggu terlebih dahulu untuk pengambilannya emm istilahnya masih PO gitu ya, kemudian jika sudah selesai proses produksi ya tinggal kirim aja. Lalu alur yang kedua yaitu untuk konsumen yang sudah lama bisa memesan produk lewat telepon ke nomer perusahaan.”¹¹⁰

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa proses pemesanan produk marmer dapat dilakukan dengan datang langsung ke perusahaan dan dapat langsung melihat produk-produk dari perusahaan. Atau bisa juga melalui via telepon maupun email.

2. Cara Meningkatkan Loyalitas Konsumen

Menurut penjelasan dari Bapak Sumarli, cara meningkatkan loyalitas konsumen atau pelanggan dalam suatu perusahaan adalah,

“cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di perusahaan ini ya termasuk ke strategi pemasaran tadi seperti dengan memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen melalui strategi yang dilakukan, terus bersikap ramah pada semua konsumen artinya kita memiliki sikap yang sama dalam memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumennya, apabila kita bersikap baik, maka para pembeli pun akan merasa senang dan mungkin akan kembali untuk membeli produk kita, selanjutnya perusahaan harus bersifat transparan artinya gini transparan disini maksudnya ya bersikap terbuka pada konsumen selain itu kami juga menyediakan layanan berupa no. telp, e-mail, atau sosial media lainnya guna memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk mengetahui apa saja yang terjadi di perusahaan maupun memberikan kritik dan saran untuk kita, terus selanjutnya memberikan kemudahan-

¹¹⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

kemudahan bagi para pembeli misalnya pembeli (bukan agen) dapat membeli langsung ke PT tanpa melalui agen terlebih dahulu, disini pembeli dapat leluasa dalam memilih produk kita.”¹¹¹

Berbeda dengan mbak Siti yang menyatakan bahwa,

“cara yang digunakan untuk menarik konsumen itu ya melalui harga, menurut saya itu harga sangat mempengaruhi minat para konsumen.”¹¹²

Intinya dari penjelasan diatas yaitu pihak PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung memberikan pelayanan sebaik mungkin terhadap konsumennya guna untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Seberapa besar kita berusaha untuk menjual produk, ketika tidak ada pelanggan yang tahu dan menyukai produk kita, tentu saja hal tersebut akan sia-sia. Itulah mengapa menjaga hubungan baik dengan para pelanggan menjadi keharusan bagi setiap pebisnis.

C. Kendala dalam Menerapkan Strategi Pemasaran

1. Kendala Strategi Pemasaran

PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung merupakan salah satu perusahaan pertambangan di Indonesia yang pastinya memiliki strategi pemasaran tersendiri dalam memasarkan produknya. Suatu usaha yang berhasil mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa. Pemasaran memang sering dianggap sebagai kendala yang kritis bagi perkembangan suatu

¹¹¹ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

¹¹² Hasil wawancara dengan Mbak Siti selaku agen dari PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2018

usaha dalam perusahaan karena biasanya akan berpengaruh langsung terhadap omset penjualan suatu produk yang ditawarkan.

“Dalam menjalankan suatu strategi pemasaran, pastinya akan ada pula suatu kendala dalam proses tersebut, diantaranya: mesin yang tiba-tiba mengalami kerusakan, listrik padam maka proses produksi juga akan terganggu karena mesin-mesin yang digunakan sebagian menggunakan aliran listrik, bahan bantu untuk segmen dan batu poles didapatkan dengan cara impor, cuaca apabila musim hujan tiba maka kegiatan penambangan juga akan sulit karena medan yang dihadapi licin. yang keseluruhan tersebut juga akan berpengaruh pada manajemen dalam perusahaan ini.”¹¹³

Sama halnya dengan penjelasan Bapak Sumarli, bahwasanya kendala yang dihadapi mbak Siti yaitu,

“menurutku kendala yang paling berpengaruh itu cuaca, karena jika cuaca tidak mendukung maka proses produksi juga akan terganggu apabila tidak mempunyai stok bahan produk marmer. Nah dari situ dapat disiasati dengan memperbanyak stok bahan marmer maupun stok bahan bantu yang lain. Menurut saya ya itu yang mempunyai pengaruh besar terhadap proses produksi.”¹¹⁴

Senada dengan Bapak Sumarli dan mbak Siti, pak Suhadi selaku karyawan dari PT IMIT yang menjelaskan bahwa,

“kendala yang biasanya dihadapi ya mati lampu itu mbak, kan kalau mati lampu karyawan hanya menganggur, terus selain itu kendala dari mesin yang kadang mengalami gangguan, terkadang pula kendala itu muncul dari kita sendiri yaitu penyakit malas”¹¹⁵

¹¹³ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

¹¹⁴ Hasil wawancara dengan Mbak Siti selaku agen dari PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2018

¹¹⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Suhadi selaku karyawan dari PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 6 Maret 2018

Dari ketiga penjelasan informan diatas dapat disimpulkan bahwasanya kendala atau hambatan yang sering dihadapi PT IMIT adalah dari faktor alam dan faktor lingkungan. Yang mana dari kendala tersebut hanya dapat disiasati oleh pihak perusahaan guna proses produksi tetap berjalan.

2. Solusi untuk Menghindari Kendala Pemasaran

Dari penjelasan diatas bahwa kendala-kendala tersebut bukan disebabkan dari manusia, melainkan karena faktor lingkungan dan alam. Nah, setiap kendala pasti akan ada solusinya, begitu pula dengan kendala-kendala diatas. Solusi dari kendala tersebut seperti yang dijelaskan Bapak Sumarli demikian,

“setiap kendala yang dihadapi pasti ada yang namanya solusi yang pertama yaitu kendala cuaca, nah kendala ini yang tidak bisa dihindari kan ini termasuk faktor alam jadi kita hanya bisa menyiasatinya misal pada cuaca seperti ini kan cuacanya bagus untuk proses penambangan, nah dari cuaca seperti ini kita memanfaatkan dengan semaksimal mungkin untuk mempunyai stok hasil tambang karena jika suatu saat terjadi cuaca buruk dan tidak bisa melakukan penambangan kita sudah mempunyai stok barang sehingga proses produksi tetap jalan. Kemudian kendala mengenai bahan bantu impor, ini juga sama halnya seperti hasil tambang tadi yaitu kita juga harus mempunyai stok bahan bantu impor tersebut. Kita membelinya pada saat masih mempunyai stok bahan bantu itu bukan pada saat sudah kehabisan bahan bantu.”¹¹⁶

¹¹⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

Dari penjelasan Bapak Sumarli tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan harus mempunyai stok barang guna menghindari apabila ada kendala yang tak terduga. Kemudian Bapak Sumarli melanjutkan,

“solusi selanjutnya mengenai listrik padam, emm ini sebenarnya masalah manusiawi ya dulu itu pernah menyediakan jenset untuk menunjang proses produksi saat listrik padam akan tetapi tidak maksimal karena kebutuhan akan tegangan listrik itu besar sehingga jika terjadi listrik padam ya para karyawan nganggur. Selanjutnya mengenai mesin, disini kan semua mesin produksi tidak hanya satu pasti mempunyai dua atau lebih mesin, nah jika suatu ketika mesin yang digunakan itu mengalami masalah mengalami kendala maka akan menggunkan mesin yang lain. Disini itu alur mesin dibagi menjadi dua alur yaitu jika mesin satu digunakan maka mesin yang lain akan dilakukan pemeliharaan secara *continue* guna dapat digunakan sewaktu-waktu apabila mengalami gangguan mesin.”¹¹⁷

Untuk mengatasi kendala-kendala diatas, mbak Siti menjelaskan bahwa,

“solusi untuk kendala tersebut ya apa ya mbak, ya dari pihak kita hanya bisa menyiasatinya, harus pandai-pandai menghindari maupun menyiasati hambatan tersebut agar proses produksi tetap berjalan dan para konsumen tidak merasa dikecewakan karena terhalang hambatan tersebut.”¹¹⁸

Untuk menyiasati kendala menurut Bapak Suhadi selaku dari pihak karyawan menjelaskan,

“caranya yaitu pihak perusahaan memiliki mesin cadangan agar saat terjadi gangguan pada mesin 1 bisa menggunakan mesin 2,

¹¹⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

¹¹⁸ Hasil wawancara dengan Mbak Siti selaku agen dari PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2018

lalu untuk menyasati saat hujan ya kita harus punya stok bahan baku maupun bahan bantu.”¹¹⁹

Dari pemaparan ketiga informan diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya semua hambatan atau kendala yang dihadapi pihak PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung terutama bagian pelaksana lapangan bukanlah sebuah masalah besar dan masih dapat ditangani. Tetapi memang untuk kendala pada cuaca itu tidak dapat dihindari, hanya saja dapat di minimalisir untuk dampaknya dengan cara menyiasatinya. Kemudian mengenai limbah dari perusahaan pun pihak kantor juga sudah memanfaatkan, seperti yang dijelaskan Bapak Sumarli,

“Mengenai limbah dari perusahaan ini ada dua, yang pertama yaitu limbah batu marmer. Limbah ini berupa potongan-potongan marmer yang kualitasnya rendah. Akan tetapi limbah ini diambil dan dimanfaatkan oleh masyarakat untuk dijadikan kerajinan yang memiliki nilai jual tinggi. Limbah yang kedua yaitu limbah air, limbah ini diperoleh dari hasil penggergajian dan pada saat pembersihan terakhir. Air dari limbah ini akan ditampung pula oleh masyarakat dan diendapkan. Hasil dari endapan tersebutlah yang memiliki nilai jual, dalam istilah Jawanya adalah blendhet. Blendhet ini adalah bahan baku untuk suatu pembangunan gedung.”¹²⁰

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa limbah marmer perusahaan tersebut diambil oleh masyarakat sekitar untuk dijadikan

¹¹⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Suhadi selaku karyawan dari PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 6 Maret 2018

¹²⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

berbagai kerajinan dan untuk limbah airnya diendapkan terlebih dulu dan diambil hasil endapannya sebagai bahan bangunan.

D. Hasil Penjualan dari Penerapan Strategi Pemasaran

Setiap usaha yang dilakukan manusia tentulah memperoleh hasil. Tidak terkecuali dalam pelaksanaan strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas konsumen di PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung. Pemilihan kesemua program pemasaran disini, pastilah ingin mencapai suatu hasil tertentu. Adapun mengenai hasil dari penerapan strategi pemasaran dari PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung, Bapak Sumarli menjelaskan demikian:

“Setiap proses pasti akan ada hasil. Hasil dari penerapan strategi pemasaran yang dilakukan PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung yaitu berjalan dengan baik meskipun ada beberapa kendala yang harus dijalani pula. Dari penerapan strategi tersebut dapat dikatakan penjualan semakin naik meskipun hanya sedikit. Sedangkan untuk hasil barang produksinya, kami per tahun melakukan evaluasi guna untuk meningkatkan penjualan dan penekanan. Untuk pendapatan barang produksi per bulan yaitu sekitar 4000-5000 m² dengan laba kotor kurang lebih 1,5 miliar yang jika dijadikan laba bersih menjadi kurang lebih 1 miliar.”¹²¹

1. Hasil Penjualan Produksi

Dengan adanya kualitas yang terbaik maka dapat meningkatkan konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Adapun data volume

¹²¹ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

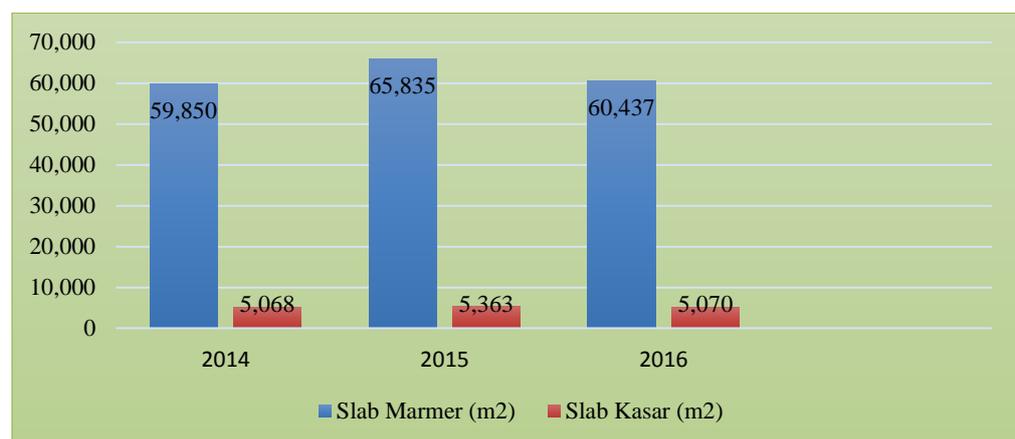
penjualan di PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) pada tahun 2014-2016 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Volume Penjualan Industri Marmer tahun 2014-2016 pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

Tahun	Volume Penjualan	
	Slab Marmer (m ²)	Slab Kasar (m ²)
2014	59.850	5.068
2015	65.835	5.363
2016	60.437	5.070

Sumber: PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) (2016)

Grafik 4.1
Volume Penjualan Tahun 2014-2016
PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)



Sumber: PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) (2016)

Dari hasil pemasaran PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung mendapatkan berbagai respon dari para konsumen, seperti yang dijelaskan Bapak Sumarli bahwa,

“masyarakat ataupun konsumen disini memberikan nilai yang positif kepada kita yang mana perusahaan ini memiliki kualitas produk nomer 1 akan tetapi kadang juga kita kalah dengan industri lain karena bagian *finishing*nya. Kalau perusahaan lain itu pada bagian *finishing* sangat diperhatikan, sangat telaten itu yang membuat perusahaan kita kalah, akan tetapi kualitas dari kita tetap nomer 1 dari pada perusahaan lain.”¹²²

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa perusahaan memiliki produk yang bagus dibandingkan perusahaan lain. Selanjutnya Bapak Sumarli menyatakan,

“tidak mungkin jika suatu usaha tidak pernah mengalami rugi, satu atau dua kali pasti akan mengalami kerugian entah itu besar maupun kecil, nah begitu pula dengan kita, kita juga pernah mengalami kerugian tapi ini terjadi karena situasi ekonomi yang secara langsung mempengaruhi pendapatan kita, semisal pada saat krisis moneter, tidak hanya kita yang merasakan tetapi juga seluruh masyarakat juga merasakan kejadian tersebut yang sangat sulit dibicarakan.”¹²³

Hampir sama dengan penjelasan Bapak Sumarli, mbak Siti menyatakan,

“tanggapan dari para konsumen sangat bagus, artinya mereka sangat tertarik dengan produk kita karena memiliki kualitas produk

¹²² Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

¹²³ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarli selaku pengurus PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 5 Maret 2018 di kantor PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

yang bagus dan memiliki tekstur batu yang bagus pula dan harga yang sangat terjangkau.”¹²⁴

Dari pernyataan dan data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil utama yang diharapkan dan ingin dicapai oleh pihak PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung dengan melaksanakan semua program ini adalah tercapainya pemaksimalan produk guna untuk meningkatkan konsumen yang loyal. Pada grafik hasil penjualan produk marmer diatas dari awal berdiri sampai sekarang ini tidak selalu stabil atau meningkat maupun menurun, akan tetapi mengalami siklus yang naik turun. Meskipun demikian, dalam observasi lapangan, penulis menemukan bahwasannya terdapat pengaruh yang signifikan dari penerapan manajemen pemasaran di PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung terhadap eksistensi perusahaan di mata masyarakat, dan banyaknya profit perusahaan dibanding perusahaan yang sejenis.

¹²⁴ Hasil wawancara dengan Mbak Siti selaku agen dari PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung pada tanggal 10 Maret 2018