

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN**

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

##### **1. Profil CV. Tiara Abadi**

CV. Tiara Abadi merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri, yang hanya menaungi produksi air mineral dalam kemasan (AMDK) yang bernama HK. Dimana berdirinya perusahaan ini bisa dibbilang cukup lama sebab yakni sejak tahun 2014 sampai sekarang. CV. Tiara Abadi merupakan perusahaan perseorangan yang dimiliki oleh bapak H. Kamil yang tempatnya berada di kawasan Desa Cenlece Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. Sehingga dari sinilah alasan diberikannya label HK (H. Kamil) pada air mineral dalam kemasannya tersebut.<sup>1</sup>

Sumber dari air HK sendiri ada di Gunung Pacelengan yang tidak jauh dari perusahaan yang bisa ditempuh sekitar 1 ½ km dari perusahaan tersebut, dimana cara menjalankannya dengan menggunakan pipa pralon. Sejak awal berdirinya perusahaan air mineral dalam kemasan HK selalu mengalami kemajuan sangat pesat dari segi produksi ataupun pemasarannya. Padahal CV. Tiara Abadi tidak menggunakan sistem media internet atau sosial sebagai strategi marketingnya. Melainkan perusahaan ini mendatangi langsung kepada konsumen sehingga bisa mengetahui dengan betul seperti apa yang diinginkan oleh para konsumennya.

---

<sup>1</sup> Halili, Kepala Gudang CV. Tiara Abadi, wawancara langsung (6 November 2022)

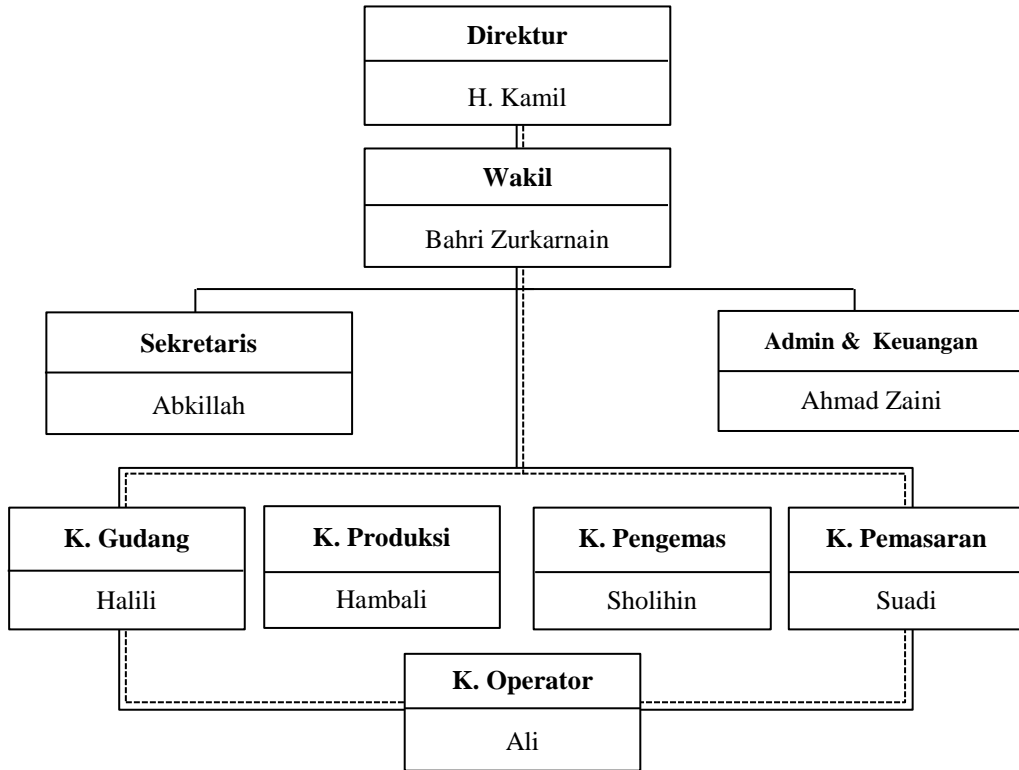
Dalam perusahaan ini juga mengandalkan sistem agen, sehingga lebih memudahkan juga terhadap perusahaan karena dari perusahaan hanya mengirimkan produk kepada agen-agen terlebih dahulu kemudian produk tersebut dipasarkan secara bebas oleh para agen tersebut, tetapi sistem agen hanya berlaku pada kawasan yang jaraknya jauh untuk ditempuh oleh para sales sedangkan bagi kalangan toko-toko atau pengecer lebih menggunakan sales perusahaan. Sehingga dari sinilah perusahaan ini juga tidak kalah saing dengan perusahaan yang sudah memiliki brand lokal dan sudah terkenal di media sosial. Meski perkembangan produknya tidak seluas seperti perusahaan yang lainnya, namun air mineral dalam kemasan HK sudah cukup terkenal di empat kabupaten yaitu Sumenep, Pamekasan, Sampang dan Bangkalan.

Disamping itu selain harga produk yang murah meriah dan terjangkau salah satu yang bisa menjadikan air mineral dalam kemasan HK menjadi terkenal baik dikalangan masyarakat selain para karyawan yang berasal dari golongan religius yang sama, perusahaan ini juga menerapkan kegiatan layaknya zakat setiap bulan Ramadhan, memberi bantuan kepada para anak yatim dengan bentuk sumbangan dan juga bantuan terhadap kegiatan pengajian umum tentang keagamaan, dan lain sebagainya. Sehingga dari sinilah salah satu alasan HK menjadi terkenal bagi kalangan masyarakat sekitar.

## 2. Struktur Organisasi

Gambar 4.1

### Struktur CV. Tiara Abadi



Keterangan:

Garis Intruksi: \_\_\_\_\_

Garis Koordinasi: - - - - -

*Sumber: data diolah, 2022.*

Keterangan:

**Direktur** :Menjadi koordinator, pemimpin, pengelola serta pengambil keputusan pada sebuah perusahaan.

**Wakil** :Membantu direktur utama dalam memimpin dan mengkoordinir seluruh aktivitas perusahaan.

Sekretaris :Membantu pimpinan dalam melaksanakan rencana kegiatan, mengkoordinir staf, mengatur aktivitas perusahaan dari administrasi human relations (HR).

Admin dan Keuangan: Mencakup segala aktivitas yang berhubungan dengan pencatatan pemasukan serta pengeluaran dari sebuah perusahaan, yang kemudian dibuat laporan keuangan.

Kepala Gudang: Membuat perencanaan pengadaan barang dan distribusinya serta mengawasi dan mengontrol operasional gudang.

Kepala Produksi: Bertanggung jawab dan mengawasi semua kegiatan proses produksi yang berlangsung dari awal sampai akhir dari bahan baku menjadi bahan jadi.

Kepala Pengemas: Bertanggung jawab atas kerapihan packing, bertanggung jawab agar kualitas produk terjaga dan melakukan pengemasan barang jadi untuk dipasarkan.

Kepala Pemasaran: Bertanggung jawab untuk merencanakan, mengarahkan kebijakan atau program pemasaran, melihat dan mendengarkan serta merespon kebutuhan pelanggan terkait produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kepala Operator: Bertanggung jawab dalam menjalankan dalam proses produksi dengan benar dan aman sehingga menghasilkan produk barang jadi.

### **3. Visi dan Misi**

Visi:

Menjadikan perusahaan air mineral dalam kemasan (AMDK) HK sehat, maju, berkembang besar dan lebih terkenal baik dalam kota sendiri maupun luar kota sehingga bisa memajukan daerah sendiri dan negara asal dengan produk air mineral dalam kemasan HK Pamekasan

Misi:

- a. Memberikan mutu produk terbaik dan pelayanan prima dengan harga kompetitif
- b. Menjadi pelopor membangun perusahaan di pulau madura.
- c. Menciptakan komunikasi yang efektif dan tepat sasaran dengan agen dan mitra.
- d. Pengiriman tepat waktu.
- e. Meningkatkan kesejahteraan dan derajat karyawan dan agen.

### **4. Data wawancara, Observasi dan Dokumentasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti baik berupa observasi, wawancara dan dokumentasi maka peneliti dapat memaparkan data lapangan dari penelitian tersebut:

#### **a. Bagaimana Strategi Pemasaran pada Air Mineral Dalam Kemasan HK Pamekasan**

Dalam memasarkan suatu produk maka yang hal yang diperlukan oleh produsen yaitu suatu pendekatan yang mudah dan fleksibel yang biasa dikenal

dengan sebutan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan faktor–faktor penting yang diperlukan oleh perusahaan atau pembisnis untuk menghasilkan pangsa pasar yang konsisten sesuai dengan harapan perusahaan. Adapun bauran pemasaran yang dimaksud adalah produk, harga, distribusi, dan promosi.

CV. Tiara Abadi merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri yang menaungi produk air mineral dalam kemasan yang bernama HK, dimana strategi- strategi yang digunakan oleh CV. Tiara Abadi adalah strategi produk, harga, distribusi dan promosi. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh sekretaris CV. Tiara Abadi Pamekasan yaitu bapak Abkillah. Berikut petikan wawancaranya:

“Strategi pemasaran yang digunakan dalam pemasaran ini yakni strategi produk, harga, distribusi dan promosi. Karena dengan menggunakan dan mengkombinasikan strategi tersebut maka dapat melaksanakan tugas pemasaran se efektif mungkin”.<sup>2</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh bapak Halili selaku kepala gudang, berikut petikan wawancaranya:

“Terkait strategi–strategi yang digunakan dalam pemasaran disini memang meliputi strategi produk, harga, distribusi, dan promosi. Sebab pada dasarnya keempat dari strategi tersebut mempengaruhi terhadap penjualan sehingga dalam perusahaan ini perlu menerapkan strategi keempat tersebut yakni strategi produk, harga, distribusi dan promosi”.<sup>3</sup>

Penuturan lain disampaikan oleh bapak Suadi selaku kepala pemasaran, berikut petikan wawancaranya:

“Mungkin banyak strategi yang dilakukan dalam sebuah perusahaan untuk meningkatkan penjualannya, tetapi dalam perusahaan ini kami

---

<sup>2</sup> Abkillah, Sekretaris CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (6 November 2022)

<sup>3</sup> Halili, Kepala Gudang CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (6 November 2022)

menerapkan yang nama nya bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk, harga, distribusi, dan promosi. Dengan menggunakan strategi tersebut disini sudah mendukung terhadap peningkatan penjualan dengan produk yang berkualitas, harga terjangkau dan juga tempat yang strategis dan promosi yang digunakan untuk mengajak konsumen sudah efektif dan mampu meningkatkan terhadap penjualan”.<sup>4</sup>

Dari data wawancara yang diperoleh maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan dalam air mineral dalam kemasan HK disini adalah bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk, harga, tempat dan juga promosi. Seperti yang disampaikan oleh bapak Suadi bahwa ke empat elemen tersebut saling berkaitan satu sama lain dan tentunya juga berpengaruh terhadap meningkatnya penjualan maka dari situlah perusahaan juga menerapkan keempat strategi tersebut.

#### **b. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Air Mineral Dalam Kemasan HK Pamekasan**

Strategi pemasaran merupakan peranan penting untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan dalam bidang pemasaran. Karena berfungsi untuk mendekatkan jarak antara produsen dan konsumen. Dengan memproduksi barang dan jasa perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan dengan cara dan strategi yang tepat. Bauran pemasaran merupakan strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV. Tiara Abadi yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh bapak Abkillah selaku sekretaris perusahaan, berikut petikan wawancaranya:

---

<sup>4</sup> Suadi, Kepala Pemasaran CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (7 November 2022)

“Salah satu penerapan strategi pemasaran dalam AMDK HK disini yakni dari segi produk. Produk yang ditawarkan merupakan produk yang berkualitas, aman di konsumsi dan juga bebas dari kerusakan sebab semua produk akan dilakukan pengecekan terlebih dahulu oleh piket TDS yang merupakan petugas untuk mengecek kadarnya sebelum dikemas dan dipasarkan. Sehingga kualitas dari produk inilah bisa menarik para konsumen”.<sup>5</sup>

Hal senada yang disampaikan oleh bapak Halili selaku kepala Gudang

CV. Tiara Abadi. Berikut petikan wawancaranya:

“Dari segi produk tentunya merupakan produk yang berkualitas, yang mana kualitas air mineral dalam kemasan HK disini dilihat dari segi rasa dan juga kemasan. Sebab penyaringannya yang menggunakan teknik R.O membuat HK memiliki rasa dan ciri khas tersendiri yang membedakan dengan yang lain, dengan sumber mata air langsung dari Gunung Pacelengan yang tidak jauh dari perusahaan. Sedangkan dari kemasan sendiri cukup menarik dengan memberikan label “HK” yang merupakan singkatan dari pemilik yaitu H. Kamil sehingga hal tersebut selain menarik para pelanggan juga sebagai info dan memudahkan kepada para pelanggan untuk mengetahui siapa pemilik HK”.<sup>6</sup>

Sesuai juga dengan apa yang disampaikan bapak Hambali selaku kepala

Produksi air mineral HK, berikut petikan wawancaranya:

“Dilihat dari segi produknya HK disini sudah berkualitas karena sebelum melakukan pengemasan maka disini dikontrol terlebih dahulu oleh petugas TDS untuk mengecek kadarnya, sedangkan kadar dari air mineral jangkanya 2 tahun tetapi di perusahaan ini tidak sampai 2 tahun sebab setiap hari nya selalu ada pengiriman, dan juga produk HK aman dikonsumsi karena disini tidak menggunakan pengawet, air nya murni air mineral di ambil langsung dari sumber gunung pacelengan yang bahkan penyaringannya menggunakan teknik R.O yang tidak digunakan oleh perusahaan AMDK lain di wilayah madura”.<sup>7</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh bapak Muhtar selaku pengecer air mineral

HK, berikut petikan wawancaranya:

“Dari produknya air mineral dalam kemasan HK sudah berkualitas, sebab jika tidak berkualitas maka tidak akan banyak permintaan dari konsumen

<sup>5</sup> Abkillah, Sekretaris CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (6 November 2022)

<sup>6</sup> Halili, Kepala Gudang CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (6 November 2022)

<sup>7</sup> Hambali, Kepala Produksi CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (27 November 2022)



terhadap air mineral HK di toko ini, dan tentunya air mineral HK aman dikonsumsi karena saya sendiri mengonsumsi setiap hari dan tidak ada efek sampingnya artinya produk air mineral dalam kemasan HK merupakan air alami dan dari sebelumnya tidak ada keluhan dari konsumen terkait air mineral HK”.<sup>8</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh ibu Mahmudah selaku konsumen air mineral dalam kemasan HK Pamekasan, berikut petikan wawancaranya:

“Produk dari air HK disini menurut saya sudah bagus karena jika dilihat dari warna airnya bening dan tidak mengandung bau sehingga hal ini memuaskan bagi saya selaku konsumen dan menandakan bahwa tidak ada unsur pengawet terhadap produk air mineral HK”.<sup>9</sup>

Ditambah lagi dengan yang disampaikan Inayah yang merupakan konsumen air mineral HK, berikut petikan wawancaranya:

“Air mineral dalam kemasan HK jika dilihat dari segi produknya cukup berkualitas, karena disamping memiliki ciri khas dengan rasa tersendiri juga kemasan yang unik mudah dibawa kemana-mana serta mudah ditemukan dan didapatkan di toko-toko baik kawasan desa maupun kota di daerah Semeneh, Pamekasan, Sampang dan Bangkalan”.<sup>10</sup>

Dari hasil penelitian di atas dapat dipahami bahwa penerapan strategi pemasaran air mineral dalam kemasan HK Pamekasan salah satunya dilihat dari segi produknya. Dengan produk yang berkualitas karena aman dikontrol terlebih dahulu, bagus serta tidak mengandung bau yang tentunya tidak ada pengawet sehingga aman dikonsumsi dan bebas dari kerusakan serta memiliki ciri khas rasa tersendiri yang membedakan dengan produk yang lain karena penyaringannya yang menggunakan teknik R.O dan juga terdapat kemasan yang unik dengan memberikan label HK yang menandakan nama dari pemiliknya dengan kemasan yang unik karena mudah dibawa serta mudah didapatkan ditoko-toko baik

---

<sup>8</sup> Muhtar, Pengecer Air Mineral HK, Wawancara Langsung (27 November 2022)

<sup>9</sup> Mahmudah, Konsumen Air Mineral HK, Wawancara Langsung (27 November 2022)

<sup>10</sup> Inayah, Konsumen Air Mineral HK, Wawancara Langsung (8 November 2022)

kalangan desa maupun kota dari wilayah kabupaten Sumenep, Pamekasan, Sampang bahkan Bangkalan.

Namun tidak hanya itu, air mineral dalam kemasan HK juga menerapkan strategi pemasaran dari segi harga nya juga. Harga merupakan salah satu strategi yang paling sering dilihat oleh arang-orang terlebih dahulu karena harga yang murah dengan kualitas terbaik merupakan tujuan utama yang dilihat oleh para konsumen dari pada merek atau brand nya. Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Abkillah, berikut petikan wawancaranya:

“Salah satu penerapan strategi pemasaran yang dilakukan terhadap air mineral dalam kemasan HK Pamekasan yaitu dari segi harganya. Karena harga merupakan poin yang berpengaruh terhadap pengambilan bagi para agen dan konsumen terhadap air mineral dalam kemasan pada suatu perusahaan. Banyak pesaing antar sesama perusahaan air mineral dalam kemasan disini. Sehingga harga yang diterapkan di perusahaan ini mengikuti harga pasar dimana dengan menetapkan harga yang standar antara tidak terlalu mahal dan juga tidak terlalu murah semuanya dilihat dari segi bahan baku nya”.<sup>11</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh bapak Halili selaku kepala gudang terkait penerapan strategi pemasaran dari segi harga pada air mineral dalam kemasan HK Pamekasan. Berikut petikan wawancaranya:

“Harga merupakan elemen strategi pemasaran yang memiliki pengaruh terhadap perusahaan AMDK HK, sebab melalui harga maka perusahaan akan mendapatkan penghasilan. Sehingga di perusahaan ini memberikan harga yang standart sesuai dengan bahan baku nya juga sesuai dengan kualitasnya dan sesuai dengan tingkatannya. Harga produksi yang diberikan oleh perusahaan kepada agen sekitar Rp.11.500 s/d Rp.11.700/kardusnya. Kemudian dari agen dijual kembali sekitar harga Rp.12.000 s/d Rp.12.500/kardusnya. Dan masih ada lagi seperti halnya diskon tetapi hanya diberikan oleh perusahaan terhadap para agen besar saja”.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Abkillah, Sekretaris CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (6 November 2022)

<sup>12</sup> Halili, Kepala Gudang CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (6 November 2022)

Hal ini juga disampaikan oleh bapak Mahsun selaku pengecer air mineral dalam kemasan HK Pamekasan, berikut petikan wawancaranya:

“Jika dilihat dari harganya, air mineral HK sudah standart karena harganya sesuai dengan harga pasar, bahkan bisa dikatakan murah jika dilihat dengan kualitas yang cukup baik pada air HK nya sehingga dengan harga yang murah dan kualitas yang bagus membuat permintaan dari konsumen selalu meningkat di toko ini”.<sup>13</sup>

Begitu juga dengan yang disampaikan oleh ibu Bhurati selaku konsumen air mineral dalam kemasan HK, berikut petikan wawancaranya:

“Produk air mineral dalam kemasan HK jika dilihat dari segi harganya bisa dibilang cukup terjangkau karena yang dilihat masyarakat terhadap suatu produk bukan hanya melihat kualitas saja melainkan juga dari segi harganya, karena harga yang ada di HK ini sudah standart sama kualitas barangnya maka banyak dikalangan masyarakat bahkan di pesantren yang mengkonsumsi air mineral dalam kemasan HK apalagi didukung dengan rasa yang ada pada air mineral dalam kemasan HK sendiri, bahkan air mineral HK mudah didapatkan ditoko-toko sekitar”.<sup>14</sup>

Selain itu juga disampaikan oleh bapak Adit yang merupakan konsumen air mineral HK juga, berikut petikan wawancaranya:

“Dari segi harga air mineral HK disini bisa di katakan sesuai dikantong karena apa, harga yang dipasarkan merupakan harga yang merakyat jadi tidak ada keluhan bagi air mineral HK dengan harga yang standart apalgi bagi kita yang merupakan masyarakat yang keinginannya mendapatkan harga yang murah dengan kualitas yang tinggi”.<sup>15</sup>

Dari hasil penelitian di atas dapat dipaparkan bahwa penerapan strategi pemasaran dalam kemasan HK Pamekasan dari segi harganya adalah menetapkan harga sesuai dengan pasarnya sebab harga merupakan elemen yang berpengaruh dalam bauran pemasaran suatu perusahaan karena harga yang murah, pas di kantong, merakyat dan terjangkau bisa menarik pelanggan lebih banyak lagi

<sup>13</sup> Mahsun, Pengecer Air Mineral HK, Wawancara Langsung (27 November 2022)

<sup>14</sup> Bhurati, Konsumen CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (8 November 2022)

<sup>15</sup> Adit, Konsumen Air Mineral HK, Wawancara Langsung (27 November 2022)

sehingga banyak dikalangan yang masyarakat baik juga pesantren lebih dominan mengkonsumsi air mineral dalam kemasan HK apalagi kualitas yang ada di HK memiliki ciri khas tersendiri pada rasanya sehingga bisa menjadi pendukung bagi para konsumen, serta dengan adanya diskon maka semakin membuat para agen semangat untuk menjadi agen besar dan hal ini juga bisa menambahkan kawasan lagi.

Selain dilihat dari segi produk dan juga harganya penerapan strategi pemasaran air mineral dalam kemasan HK Pamekasan juga ditinjau dari segi distribusi atau tempat penyalurannya yang merupakan sekelompok perusahaan atau perseorangan yang memiliki hak kepemilikan atas produk atau membantu memindahkan hak kepemilikan produk atau jasa ketika akan dipindahkan dari produsen ke konsumen. Berikut petikan wawancara yang disampaikan oleh bapak Halili, sebagai berikut:

“Perusahaan air mineral dalam kemasan HK ini merupakan milik perorangan dimana sumber mata airnya langsung diambil dari gunung pacelengan yang ditempuh sekitar 1 ½ km dari sini melalui pipa pralon, perusahaan ini dibangun pada tahun 2014 sampai sekarang. Tempat ini sangat baik dan strategis sedangkan saluran distribusinya dari produsen ke agen juga bisa dari produsen ke pedagang besar dan juga pegecer lalu ke konsumen hal itu juga semakin memudahkan untuk kelancaran produk baik bagi produsen atau konsumen, selain itu juga air mineral dalam kemasan HK berada ditempat yang mudah dijangkau oleh para konsumen”.<sup>16</sup>

Hal yang sama disampaikan oleh bapak Abkillah selaku sekretaris CV. Taiar Abadi terkait strategi pemasaran dilihat dari segi tempatnya, berikut petikan wawancaranya:

---

<sup>16</sup> Halili, Kepala Gudang CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (6 November 2022)

“Terkait tempat produksi air mineral dalam kemasan HK disini bisa dikatakan cukup baik dan strategis karena dengan adanya mesin-mesin yang ada di perusahaan ini membantu pengoprasionalan HK semakin lancar sehingga semakin lancar semakin tepat waktu juga pengiriman air mineral dalam kemasan HK tiap hari nya dan tidak membuat para agen dan konsumen menunggu terlalu lama, dan juga tempatnya yang mudah dijangkau oleh masyarakat karena berada di JL. Cenlece Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan”.<sup>17</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh bapak Ahmad Faisol selaku pengecer air mineral dalam kemasan HK, berikut petikan wawancaranya:

“Dilihat dari tempat penyalurannya sudah strategis karena lokasi yang berada dipinggir jalan sehingga mudah diketahui oleh masyarakat dan juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas sehingga membuat pelayanan cepat dalam menyalurkan produk HK ke berbagai tempat serta tempatnya juga bersih dan pelayanannya yang ramah terhadap pelanggan”.<sup>18</sup>

Seperti yang disampaikan oleh saudara Zakiya selaku konsumen air mineral HK, berikut petikan wawancaranya:

“Untuk distribusinya cukup bagus karena saya pernah kesana ada kepentingan sehingga saya bisa mengatakan sudah bagus dengan tempat yang luas dan dengan alat-alat yang tertata rapi dari tempat produksi, kemasan, dan yang akan disalurkan ke berbagai toko bahkan juga dengan truk yang ada disana tentunya membuat masyarakat semakin percaya bahwa produk yang diproduksi higienis, bersih dengan tempat yang memang bersih juga, dan juga sudah strategis karena mudah diketahui oleh kalangan masyarakat”.<sup>19</sup>

Ditambahkan juga oleh saudara Inayah yang merupakan konsumen air mineral HK, berikut petikan wawancaranya:

“Masalah tempat atau distribusi air mineral dalam kemasan HK menurut saya sudah cukup baik dan juga strategis karena tempatnya yang berada di daerah perbatasan kabupaten Semenep dan juga Pamekasan membuat HK semakin mudah dijangkau oleh para konsumen dan masyarakat”.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> Abkillah, Sekretaris CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (6 November 2022)

<sup>18</sup> Ahmad Faisol, Pengecer Air Mineral HK, Wawancara Langsung (27 November 2022)

<sup>19</sup> Zakiya, Konsumen Air Mineral HK, Wawancara Langsung (27 November 2022)

<sup>20</sup> Inayah, Konsumen CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (8 November 2022)

Dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran air mineral dalam kemasan HK Pamekasan salah satunya juga dilihat dari segi distribusi yang dikenal dengan istilah tempat. Dimana tempat dari air mineral dalam kemasan HK Pamekasan ini sudah sangat baik dan juga tempat yang strategis, karena berada di Jl. Cenlecen Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan yang merupakan perbatasan dengan Kabupaten Sumenep sehingga membuat produk HK mudah dijangkau oleh para konsumen dan masyarakat. Di tempat ini juga sudah dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas kebutuhan dalam memproduksi HK yang membuat semakin lancar juga sistem operasional air mineral dalam kemasan HK dan semakin lancar juga pengiriman ke seluruh kabupaten bahkan bagian pulau juga, serta jenis saluran distribusi yang ada juga semakin memudahkan baik bagi konsumen dan produsen dan dengan tempat yang bersih dan dengan manufaktur yang tertata rapi semakin menjadikan air mineral HK higienis bersih dan lainnya .

Penerapan strategi pemasaran selain yang tiga yaitu saluran produk, harga, distribusi, masih ada satu lagi yaitu saluran promosi merupakan proses komunikasi yang dijalankan perusahaan dengan menunjukkan kelebihan-kelebihan produknya serta mempengaruhi target konsumen supaya melakukan pembelian. Hal ini juga dilakukan dalam memasarkan produk air mineral dalam kemasan HK Pamekasan, sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Halili selaku kepala gudang, berikut petikan wawancaranya:

“Promosi yang digunakan dalam memasarkan produk air mineral dalam kemasan HK disini tidak menggunakan media internet seperti yang lain pada umumnya. Promosi yang digunakan disini masih sangat sederhana yaitu dengan cara mendatangi langsung ke toko-toko sehingga mereka

bisa mendapatkan informasi dengan jelas yang membuat mereka tertarik untuk menjadi pelanggan tetap. Namun untuk jarak jauh maka yang digunakan adalah via telepon (*tele marketing*) yang merupakan salah satu jenis pemasaran dari *direct marketing*”.<sup>21</sup>  
Senada dengan yang disampaikan oleh bapak Suadi selaku kepala

pemasaran terkait strategi promosi yang digunakan di air mineral dalam kemasan

HK Pamekasan, berikut petikan wawancaranya:

“Promosi merupakan proses yang tujuannya untuk mengenalkan, memberitahukan suatu produk kepada konsumen agar mereka tertarik membelinya. Hal ini juga dilakukan oleh perusahaan ini yang mana sistem promosi yang digunakan dalam perusahaan ini untuk tahap awal yaitu mendatangi langsung ke toko-toko (*personal selling*), memasarkan langsung dengan konsumen melalui via telepon (*Tele marketing*) dan juga menggunakan sistem mulut ke mulut (*word of mouth*). Walaupun promosi disini masih sederhana karena tidak menggunakan sistem promosi seperti yang lain baik menggunakan brosur atau media internet lainnya tapi strategi promosi disini dianggap praktis karena dengan strategi diatas tentunya membuat para konsumen mengetahui lebih jelas informasi yang didapat, bahkan pula tidak kalah saing dengan perusahaan yang lain karena disini setiap tahunnya mengalami peningkatan terhadap penjualan dan semakin meluasnya pasar yang dimiliki”.<sup>22</sup>

Hal serupa ditambahkan oleh bapak ibu Nurmailah selaku pedagang

besar minimarket, berikut petikan wawancaranya:

“Biasanya promosi yang digunakan dalam air mineral dalam HK untuk pertama kali nya yaitu mendatangi langsung ke toko ini dengan menawarkan produk air HK nya baru setelah itu biasanya langsung via telfon jika stok sudah habis duluan atau langsung diantarin, hal ini yang membuat semakin bagus terhadap perusahaan HK karena penyampaian informasinya lengkap serta pelayanan ketika mengantarkan juga ramah tidak dengan sifat yang cuek karena terkadang ada yang seperti itu dari perusahaan lainnya”.<sup>23</sup>

Hal ini juga didukung oleh bapak Ali Badri selaku pengecer dari air

mineral dalam kemasan HK Pamekasan, berikut petikan wawancaranya:

---

<sup>21</sup> Halili, Kepala Gudang CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (6 November 2022)

<sup>22</sup> Suadi, Kepala Pemasaran CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (7 November 2022)

<sup>23</sup> Nurmailah, Pedagang Besar Minimarket, Wawancara Langsung (27 November 2022)

“Terkait promosi yang digunakan pada air mineral dalam kemasan HK disana tidak menggunakan brosur bahkan tidak ada seperti hal nya iklan atau yang lainnya. Karena disana lebih menggunakan sistem mulut ke mulut dan juga turun langsung ke toko-toko untuk menjelaskan produk yang ditawarkan dan sistem promosinya cukup efektif menurut saya karena informasi yang disampaikan secara langsung sehingga mudah dimengerti dan jika enak jika ada yang ingin ditanyakan terkait bagaimana nantinya untuk pengambilan stok nya”.<sup>24</sup>

Dari hasil penelitian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa penerapan strategi yang digunakan pada air mineral dalam kemasan HK Pamekasan yaitu dengan cara datang langsung ke toko-toko secara tahap awal sebagaimana yang dikatakan oleh bapak suadi selaku kepala pemasaran bahwa tujuan dari promosi sendiri untuk memperkenalkan dan memberitahukan suatu produk tersebut yang tujuannya tidak lain untuk menarik konsumen. Maka dari itu di perusahaan ini yang digunakan cukup sederhana dengan cara mendatangi langsung ke toko- toko (*personal selling*) dan juga dengan sistem mulut ke mulut (*word of mouth*) serta teknik pemasaran via telepon (*tele marketing*) agar para konsumen mengetahui dengan jelas semua informasi terkait produk yang ditawarkan dan bisa bertanya langsung jika masih ada yang mengganjal kemudian untuk tahap selanjutnya dengan cara menggunakan via telepon bagi para pelanggan tetapnya dan hal tersebut juga disampaikan oleh beberapa pedagang besar dan juga pengecer dari air mineral HK sendiri.

Sedangkan penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan, sehingga semakin besar laba yang dihasilkan maka

---

<sup>24</sup> Ali Badri, Pengecer Air Mineral HK Wawancara Langsung (27 November 2022)



semakin besar pula laba yang akan diperoleh oleh suatu perusahaan. Hal ini juga disampaikan oleh bapak Halili selaku kepala gudang CV. Tiara Abadi, berikut petikan wawancaranya:

“Terkait tingkat penjualan pada air mineral dalam kemasan HK disini bisa dikatakan sangat efektif, karena dari awal memproduksi sampai sekarang mengalami peningkatan tiap tahunnya. Hal ini tidak terlepas dari strategi pemasaran yang digunakan yakni harga dan promosi. Dimana harga sangat mempengaruhi terhadap peningkatan penjualan karena ketika harga yang dipasarkan semakin murah maka semakin banyak juga minat konsumen untuk mengkonsumsinya, sehingga hal tersebut membuat penjualan semakin meningkat tetapi hal tersebut tidak lupa dengan memperhatikan bahan bakunya juga”.<sup>25</sup>

Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh bapak Zaini selaku admin dan keuangan, berikut petikan wawancaranya:

“Dilihat dari data setiap tahunnya air mineral dalam kemasan HK disini mengalami peningkatan dimana yang dulu nya hanya memproduksi 700,- kardus perharinya sekarang sudah sampai 2000,-kardus perharinya. Hal ini sudah bisa dikatakan sangat efektif terkait penjualannya. Hal ini juga merupakan faktor dari strategi pemasaran yakni harga dan juga promosi. Dimana harga yang di pasarkan sesuai dengan keadaan pasar dan juga promosi yang digunakan walaupun bukan menggunakan media periklanan atau internet lainnnya melainkan hanya strategi yang sederhana dengan mendatangi langsung ke berbagai toko, sistem mulut ke mulut, dan juga via telepon ini tidak banyak mengeluarkan pembiayaan dan tentunya lebih membuat air mineral dalam kemasan HK disini mengalami peningkatan terkait penjualannya. Sebab kawasan HK yang dulunya hanya sekitar Pamekasan dan Sumenep sekarang bisa mencapai empat kabupaten yaitu Sampang dan Bangkalan, bahkan ke pulau-pulau seperti halnya gili genting dan lainnya air mineral HK bisa dikatakan cukup terkenal”.<sup>26</sup>

Hal tersebut juga ditambahkan oleh bapak Abkillah selaku sekretaris perusahaan, berikut petikan wawancaranya:

“Salah satu faktor juga yang meningkatkan penjualan juga dari ciri khas rasa yang dimiliki oleh air mineral dalam kemasan HK yang merupakan

---

<sup>25</sup> Halili, Kepala Gudang CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (6 November 2022)

<sup>26</sup> Zaini, Admin dan Keuangan CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (6 November 2022)

kelebihan di air mineral HK sendiri. Selain itu juga didukung oleh bertambahnya fasilitas-fasilitas seperti halnya mesin dan alat lainnya yang semakin memperlancar sistem operasional air mineral HK disini. Karena semakin hari semakin lancar tahap produksinya sehingga semakin banyak juga tahap pengambilan dari konsumen dan para agen”.<sup>27</sup>

Berikut juga disampaikan oleh bapak Suadi terkait peningkatan penjualan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan, berikut petikan wawancaranya:

“Terkait penjualan air mineral dalam kemasan HK selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya, hal ini selain karena pengaruh dari strategi pemasarannya juga salah satu pendukung karena sekarang sudah memakai armada layaknya truk-truk sehingga hal tersebut membuat pengiriman lancar tiap waktu, tidak lambat seperti dulunya. Artinya dengan lengkapnya fasilitas-fasilitas yang ada disini sekarang membuat semuanya berjalan dengan lancar yang hal tersebut juga ikut berpengaruh terhadap meningkatnya penjualan”.<sup>28</sup>

Dari hasil penelitian di atas dapat dipaparkan bahwa penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan dengan melakukan beberapa bauran pemasaran, yakni saluran harga dan juga saluran promosi. Yang mana harga yang diterapkan disini sesuai dengan harga pasar dan juga bahan baku yang digunakan, dan pula dengan harga yang murah terjangkau membuat minat konsumen semakin meningkat dalam mengkonsumsi air mineral HK sehingga hal tersebut yang mempengaruhi terhadap peningkatan penjualan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan.

Dan dari segi promosi walaupun promosi yang digunakan masih sederhana yakni dengan sistem mendatangi langsung ke toko-toko (*personal selling*) serta menggunakan sistem mulut ke mulut atau dikenal dengan (*word of mouth*) dan via telepon (*tele marketing*) namun tidak menutup kemungkinan hal ini juga bisa

---

<sup>27</sup> Abkillah, Sekretaris CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (6 November 2022)

<sup>28</sup> Suadi, Kepala Pemasaran CV. Tiara Abadi, Wawancara Langsung (7 November 2022)

meningkatkan penjualan, karena dengan sistem inilah para pemasar bisa memberikan informasi secara langsung terhadap para konsumen atau agen sehingga mereka bisa mendapatkan informasi secara jelas terkait air mineral dalam kemasan HK Pamekasan.

Disamping itu pula salah satu faktor meningkatnya penjualan air mineral dalam kemasan HK disini yaitu terletak pada kelebihan yang merupakan ciri khas dari rasa yang ada pada HK sendiri serta didukungnya dengan lengkapnya fasilitas-fasilitas yang ada membuat sistem operasionalnya semakin lancar yang membuat penjualan pada air mineral dalam kemasan HK disini mengalami peningkatan.

## **B. Temuan Penelitian**

### **1. Strategi Pemasaran pada Air Mineral Dalam Kemasan HK Pamekasan**

Berdasarkan dari data yang diperoleh dari lapangan, peneliti dapat menemukan temuan penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian yakni

- a. Bahwa strategi yang digunakan pada perusahaan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan adalah bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan juga promosi.

## **2. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Air Mineral Dalam Kemasan HK Pamekasan**

Berdasarkan dari data yang diperoleh dari lapangan, peneliti dapat menemukan beberapa temuan penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian kedua, yaitu:

- a. Dilihat dari segi produk
  - 1) Produk berkualitas, aman dikonsumsi serta bebas dari kerusakan saat sampai di tangan pembeli atau para agen.
  - 2) Ciri khas yang dimiliki sendiri baik dari segi rasa, serta kemasan produk yang menarik.
  - 3) Mudah didapatkan di berbagai toko karena sudah tersebar luas pemasarannya baik di Sumenep, Pamekasan, Sampang dan juga Bangkalan.
- b. Dilihat dari segi harga
  - 1) Harga standart dan relatif terjangkau
  - 2) Memberikan potongan harga kepada agen yang besar jika melewati target yang ditetapkan oleh perusahaan tiap bulannya yang sebesar 20 ribu/kardus.
  - 3) Harga sesuai dengan kondisi pasar
- c. Dilihat dari segi tempat
  - 1) Tempat yang baik dan strategis karena berada di perbatasan Pamekasan dan Sumenep

- 2) Saluran distribusi pada air mineral dalam kemasan HK yakni bisa dari produsen-agen-pedangan besar-pengecer-konsumen, dan produsen-pedangan besar-konsumen, juga bisa dari produsen-pengecer-konsumen.
- d. Dilihat dari segi promosi
- 1) Mempromosikan secara datang langsung ke toko-toko (*personal selling*)
  - 2) Mempromosikan dengan sistem mulut ke mulut (*word of mouth*)
  - 3) Mempromosikan dengan memasarkan lewat via telepon bagi jarak jauh (*tele marketing*)
  - 4) Menginformasikan produk dengan jelas dan efektif

Sedangkan implementasi strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan air mineral dalam kemasan HK diantaranya:

- a. Dalam meningkatkan penjualan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan strategi pemasaran yang digunakan adalah saluran harga dan saluran promosi
- b. Harga yang murah dan terjangkau pada air mineral dalam kemasan HK mampu meningkatkan penjualan HK
- c. Promosi yang digunakan pada air mineral dalam kemasan HK Pamekasan bisa meningkatkan penjualan HK
- d. Kelebihan produk dengan ciri khas rasa yang dimiliki oleh HK menjadikan penjualan juga mengalami peningkatan

- e. Serta fasilitas yang lengkap membuat sistem operasional semakin lancar semakin meningkatkan penjualan air mineral HK Pamekasan

## **C. Pembahasan**

### **1. Strategi Pemasaran Air Mineral Dalam Kemasan HK Pamekasan**

Pemasaran sangat mempengaruhi keberhasilan atau kesuksesan dari suatu perusahaan, terutama untuk bisa bertahan didalam persaingan yang ketat dengan para kompetitornya. Suatu strategi pemasaran dilakukan untuk membuat sebuah pemasaran yang berhasil membuat orang-orang menginginkan atau merasa membutuhkan baik produk atau jasa yang ditawarkan. Sehingga apabila strategi pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan mampu memasarkan produk dengan baik atau berhasil, hal ini akan berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Karena bisa dikatakan bahwa pemasaran atau yang dikenal dengan istilah marketing sebenarnya merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan, yang mana akan ada banyak perusahaan yang tentunya berlomba-lomba mencari kandidat yang terbaik untuk ditempatkan didepartemen marketing mereka.

Jika suatu perusahaan tidak peka soal apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh konsumennya, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan dalam menjaring konsumen,<sup>29</sup> maka dari situlah pentingnya suatu perusahaan wajib memiliki wawasan marketing, seperti halnya marketing mix atau bauran pemasaran yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan mampu menyajikan penawaran produk pada sasaran pasarannya. Hal ini juga dilakukan oleh

---

<sup>29</sup> Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*. 139-140.

perusahaan CV Tiara Abadi dimana strategi pemasaran yang digunakan adalah bauran promosi produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*) yang tentunya saling berkaitan satu sama lainnya.

Seperti yang disampaikan oleh bapak Suadi bahwa ke empat elemen tersebut saling berkaitan satu sama lain dan tentunya juga berpengaruh terhadap meningkatnya penjualan maka dari situlah perusahaan juga menerapkan keempat strategi tersebut. Sesuai dengan teori dari Kotler dan Amstrong bahwa *marketing mix* merupakan strategi pemasaran yang dilaksanakan secara terpadu atau strategi pemasaran yang dilakukan secara bersamaan.<sup>30</sup> Sehingga dari sini peneliti dapat menganalisa bahwa strategi pemasaran yang digunakan pada perusahaan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan yaitu menggunakan marketing mix yang meliputi strategi produk, harga, distribusi, dan promosi.

## **2. Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Air Mineral Dalam Kemasan HK Pamekasan**

Bauran pemasaran yang dilakukan oleh CV. Tiara Abadi dalam meningkatkan penjualan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan diantaranya sebagai berikut:

### **a. Produk**

Produk merupakan segala bentuk yang ditawarkan ke pasar untuk digunakan atau dikonsumsi sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Produk adalah hasil dari kegiatan produksi perusahaan yang nantinya akan di jual oleh perusahaan juga. atau produk bisa jadi berupa barang yang dibeli oleh

---

<sup>30</sup> Ibid., 141.

perusahaan untuk kemudian dijual kembali kepada konsumen atau customer. Menurut Kotler, produk memiliki arti luas yaitu segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, dipergunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.<sup>31</sup>

Sebagaimana yang dilakukan oleh CV. Tiara Abadi dalam mengembangkan usaha air mineral dalam kemasan HK Pamekasan. Produk yang ditawarkan merupakan jenis produk konsumsi yang dibeli untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau produk belanjaan. Hasil dari observasi, wawancara dan dokumentasi dengan bapak Abkillah selaku sekretaris perusahaan bahwa produk yang dipasarkan merupakan produk yang berkualitas aman dikonsumsi karena bahan baku yang terjamin aman dan juga sumber air yang diambil langsung dari gunung Pacelengan dekat perusahaan. Sehingga dengan produk yang berkualitas maka akan semakin menarik minat konsumen dan akan meningkatkan terhadap penjualan.

Peneliti dapat menganalisa bahwa, perusahaan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan jika dilihat dari segi produknya lebih menjadikan produk HK semakin berkualitas sebab sebelum melakukan pengemasan terlebih dahulu dilakukan pengecekan oleh petugas TDS (Total Dissolved Solid) yaitu alat untuk mengukur partikel yang ada pada larutan air yang tidak dapat dilihat oleh mata telanjang sehingga bisa melihat kadar dari air tersebut selain itu air yang jernih, bersih dengan kemasan yang rapi dan tidak licin, dan label yang unik dengan memberikan nama HK yang merupakan singkatan dari pemiliknya maka

---

<sup>31</sup> Ibid., 148.



membuat HK semakin mudah diketahui dan dikenal serta meningkatnya permintaan memberikan fakta bahwa air HK merupakan produk yang berkualitas serta air mineral HK aman dikonsumsi karena sejauh dari awal produksi sampai saat ini tidak adanya keluhan dari konsumen karena air yang langsung di ambil dari sumber gunung pacelengan dengan memakai teknik R.O dalam penyaringannya membuat murni bahwa air mineral tidak tercampur dengan bahan pengawet lainnya sehingga aman dikonsumsi untuk sehari-harinya. Dan juga dengan banyaknya permintaan sesuai keinginan konsumen maka semakin menambah pangsa pasar sasarnya dengan itu pula akan berpengaruh terhadap meningkatnya penjualan. Tetapi selain itu harus memperhatikan kekurangan yang ada pada produk tersebut untuk mengoreksi dan pengembangan untuk tahap selanjutnya dengan berbagai inovasi agar menjadikan banyak konsumen tetap dan menambahkan konsumen baru.

#### **b. Harga**

Harga merupakan elemen terpenting dalam bauran pemasaran yang bisa menghasilkan pendapatan pada suatu perusahaan karena harga merupakan suatu nilai yang ditetapkan bagi sesuatu itu yang keseluruhan nilai suatu barang maupun jasa nya diberikan dalam bentuk uang. Harga merupakan faktor utama penentu posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, serta persaingan.<sup>32</sup> Harga yang ditetapkan dalam perusahaan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan sudah standar dan relatif terjangkau.

---

<sup>32</sup> Ibid., 141.

Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Halili pada hasil wawancara dan observasi bahwa harga yang ditetapkan disini merupakan harga yang kompetitif karena harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kualitas barang dimana kualitas yang bagus akan menentukan harga yang baik atau tinggi selain itu juga mengikuti pangsa pasar. Menurut Kotler dan Keller, harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu.<sup>33</sup>

Peneliti dapat menganalisa bahwa strategi harga yang digunakan dalam meningkatkan penjualan air mineral dalam kemasan HK yaitu harga yang normal, harga yang merakyat dengan kualitas produk yang bagus karena harga yang murah atau normal dengan kualitas terbaik menjadikan produk lebih banyak diminati oleh masyarakat. Air mineral dalam kemasan HK juga menetapkan harga sesuai dengan kondisi pasar sebab tidak hanya ada produk air mineral dalam kemasan HK melainkan banyak produk AMDK yang lain seperti halnya AMDK kobessah, dan yang lain yang tidak terlalu jauh dari kawasan HK dimana harga yang ditetapkan sekitar 11.500 s/d 12.000,- kardus nya. Dengan harga yang murah dan berkualitas akan menentukan penentuan posisi produk serta mendapatkan posisi pasar yang tentunya akan meningkatkan permintaan dan mempengaruhi terhadap persaingan. Karena semakin bagus kualitas suatu produk maka semakin tinggi pula harga yang ditawarkan sehingga semakin puas konsumen

---

<sup>33</sup> Fauzan, *Menejemen Pemasaran Syariah*, 136

mengkonsumsinya dan semakin tinggi pula terhadap peningkatan penjualan pada air mineral dalam kemasan HK Pamekasan.

### **c. Tempat/ distribusi**

Lokasi atau tempat yang strategis akan menjadi salah satu keuntungan bagi perusahaan karena akan mudah terjangkau oleh konsumen. Saluran distribusi yang tepat juga menentukan terhadap berhasil tidaknya sebuah strategi marketing. Oleh karena itu saluran distribusi menempati posisi yang krusial dalam marketing mix. Saluran distribusi merupakan kegiatan atau upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produk atau jasanya mudah diperoleh/ tersedia ditangan konsumen atau pelanggan.<sup>34</sup>

Hal ini juga sama dengan perusahaan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan yang penerapan strategi tempat atau saluran distribusinya sudah memudahkan kepada para konsumen, sebagaimana hasil wawancara, dan observasi yang disampaikan oleh bapak Halili bahwa strategi tempat pada perusahaan ini sudah strategis yang lokasinya berada pada perbatasan antara kabupaten Pamekasan dan Sumenep yang tepatnya berada dipinggir jalan sehingga memudahkan konsumen atau masyarakat menemukan perusahaan air mineral dalam kemasan HK. Selain itu pula tempat perusahaannya merupakan kepemilikan pribadi yang tentunya akan lebih memberikan kenyamanan kepada konsumen dengan menyediakan produk yang dibutuhkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat. Jenis saluran distribusi yang ada di Hk yaitu dari produsen ke agen lalu pedagang besar baru ke pengecer dan setelah itu ke

---

<sup>34</sup> Ibid., 143.

konsumen Sesuai dengan teori dari Kotler, bahwa saluran distribusi adalah sekelompok perusahaan atau perseorangan yang memiliki hak kepemilikan atas produk atau membantu memindahkan hak kepemilikan produk atau jasa ketika akan dipindahkan dari produsen ke konsumen.<sup>35</sup>

Sehingga peneliti dapat menganalisa bahwa strategi tempat pada perusahaan ini cukup strategis karena letaknya yang ada diperbatasan dua kabupaten dan berada pada pinggir jalan lebih memudahkan konsumen untuk mengetahui lokasinya, sedangkan pendistribusian air minum dalam kemasan HK yaitu dari produsen ke agen lalu pedagang besar kemudian pengecer baru setelah itu ke konsumen, tetapi disini agen hanya digunakan untuk wilayah bagian jauh seperti halnya sumenep bagian timurnya yang sampai pada bagian pulau, bagian baratnya seperti halnya bangkalan, sampang dan pamekasan yang lumayan jauh untuk dijangkau oleh sales yang ada di perusahaan, sedangkan untuk para pedagang besar layaknya minimarket, dan pengecer yang merupakan toko-toko yang menjadi bagian konsumen yang bisa dijangkau itu tidak menggunakan agen tetapi langsung diantar oleh perusahaan atau juga jika stok sudah tidak ada bisa menelfon terlebih dahulu ke perusahaan. Sehingga saluran tersebut yang bisa memperluas penyebaran produk air mineral HK dan mempermudah bagi produsen untuk mencapai target penjualannya.

Dan tempat pendistribusiannya merupakan tempat yang bersih dan melayani dengan baik hanya yang sering menjadi kendala adalah tidak tersalurkannya produk sesuai waktu yang diinginkan tetapi kendala tersebut bukan

---

<sup>35</sup> Ibid., 168.

berasal dari perusahaan sendiri melainkan karena lambatnya pengiriman bahkan baku dari luar tetapi dengan banyaknya armada (truk) pengangkut barang sekarang semakin memudahkan sistem operasional dan menjadikan pengiriman lebih tepat waktu. Karena kemudahan akses maupun ketersediaan produk pada outlet yang tetap akan lebih disukai oleh para konsumen. Dengan memberikan kenyamanan serta kemudahan kepada para konsumen tentunya menjadikan mereka lebih tertarik lagi dan menjadikan konsumen lainnya juga ikut tertarik, yang pastinya bertambahnya konsumen baru akan mempengaruhi terhadap tingkat penjualan suatu produk, sehingga hal ini harus diperhatikan oleh suatu perusahaan.

#### **d. Promosi**

Promosi merupakan aktivitas perusahaan yang berperan aktif untuk mengkomunikasikan suatu produk dengan memperkenalkan, memberitahukan atau menginformasikan dan mengingatkan kembali kelebihan suatu produk dan juga membujuk atau mempengaruhi target konsumen supaya melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Sebagaimana hasil dari wawancara, observasi serta dokumentasi dengan bapak Suadi selaku kepala pemasaran bahwa salah satu promosi yang digunakan oleh perusahaan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan cukup efektif karena dengan cara mendatangi langsung ke toko-toko yang dikenal dengan *personal selling* dan juga melalui sistem dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan via telepon (*tele marketing*) bagi konsumen jarak jauh yang hal ini juga mungkin diterapkan oleh perusahaan air mineral dalam kemasan

lainnya. Hal ini juga sesuai dengan teori dari Kotler bahwa promosi adalah rangkaian aktivitas yang dijalankan perusahaan dengan menunjukkan kelebihan-kelebihan produknya serta mempengaruhi target konsumen supaya melakukan pembelian.<sup>36</sup>

Peneliti dapat menganalisa bahwa promosi ini cukup efektif karena akan lebih memudahkan konsumen untuk semakin percaya terhadap produk yang dipasarkan karena mereka mengetahui secara langsung dari pemasar terkait informasi yang dibutuhkan pada produk tersebut. Selain itu dengan penyampaian yang ramah dan memberikan pelayanan yang terbaik membuat konsumen atau pengecer yang lain lebih tertarik dan meminati untuk menjadi konsumennya. Dalam hal ini masukan dari peneliti juga pada perusahaan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan untuk lebih memperluas lagi terkait strategi promosinya baik dengan cara mempromosikan lewat media internet ataupun dengan periklanan serta strategi promosi yang lain yang tentunya lebih memudahkan perusahaan dalam mempromosikan produk nya dan juga bisa menambah atau memperluas area pemasaran dengan bertambahnya konsumen atau pelanggan tetap yang tentunya juga mempengaruhi terhadap meningkatnya penjualan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan.

Sedangkan strategi pemasaran yang mempengaruhi terhadap meningkatnya penjualan adalah strategi harga dan promosi sebagaimana hasil wawancara, observasi dengan bapak Halili selaku kepala gudang bahwa tingkat penjualan pada air mineral dalam kemasan HK disini bisa dikatakan sangat

---

<sup>36</sup> *Ibi.d.*, 188.

efektif, karena dari awal memproduksi sampai sekarang mengalami peningkatan tiap tahunnya. Hal ini tidak terlepas dari strategi pemasaran yang digunakan yakni harga dan promosi.

Sehingga peneliti dapat menganalisa bahwa strategi yang mendukung terhadap meningkatnya penjualan adalah strategi harga sangat mempengaruhi terhadap peningkatan penjualan karena ketika harga yang dipasarkan semakin murah maka semakin banyak juga minat konsumen untuk mengkonsumsinya, dan dari strategi promosi karena promosi yang dijalankan dalam perusahaan ini tidak terlalu mengeluarkan banyak biaya dan promosi yang digunakan cukup efektif sehingga hal tersebut membuat semakin meningkatnya penjualan air mineral dalam kemasan HK Pamekasan.