

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Gambaran Umum UD. Sumber Hasil Teri CrisPy Di Desa Kec. Padelegan Kab. Pademawu Pamekasan

Kegiatan bisnis harus senantiasa diikuti dengan Penyusunan rencana strategis yang solid, dalam rangka Pencapaian keberhasilan Perusahaan secara berkelanjutan. Tidak jarang, Pemilik usaha begitu optimis dan antusias dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, namun Pada akhirnya mengalami kegagalan karena tidak Pernah meluangkan waktu untuk menyusun strategi yang dapat membedakan dari Pesaingnya.¹

Bagi Pelaku bisnis kata Pemasaran sudah sangat famililiar, hal ini terkait dengan kelangsungan bisnis yang mereka kembangkan, semakin serius dalam mengembangkan Perencanaan Pemasaran, semakin tinggi Pula Peluang laba yang dihasilkan. Perencanaan Pemasaran yang tepat akan menghasilkan barang atau jasa yang sesuai dengan minat Pasar dan memudahkan Perusahaan untuk lebih cepat berkembang.²

UD. Sumber Hasil adalah sebuah bisnis Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di Desa Paleggan Pademawu Pamekasan. Pada tahun 2013 awal mula berdirinya UD. Sumber Hasil hanya berjualan di Pasar Pao Asem Manis Pamekasan, kemudian setelah 3 tahun kemudian Perusahaan UD. Sumber hasil mendapatkan izin dari Pihak UMKM, dan hasil Produksinya di tempatkan di koPerasi UMKM dan Pada tahun berikutnya mendirikan sebuah Perusahaan kecil di

¹ Hery, "Perencanaan Bisnis", (Jakarta : Gramedia Widia Sarana Indonesi, 2018), 2

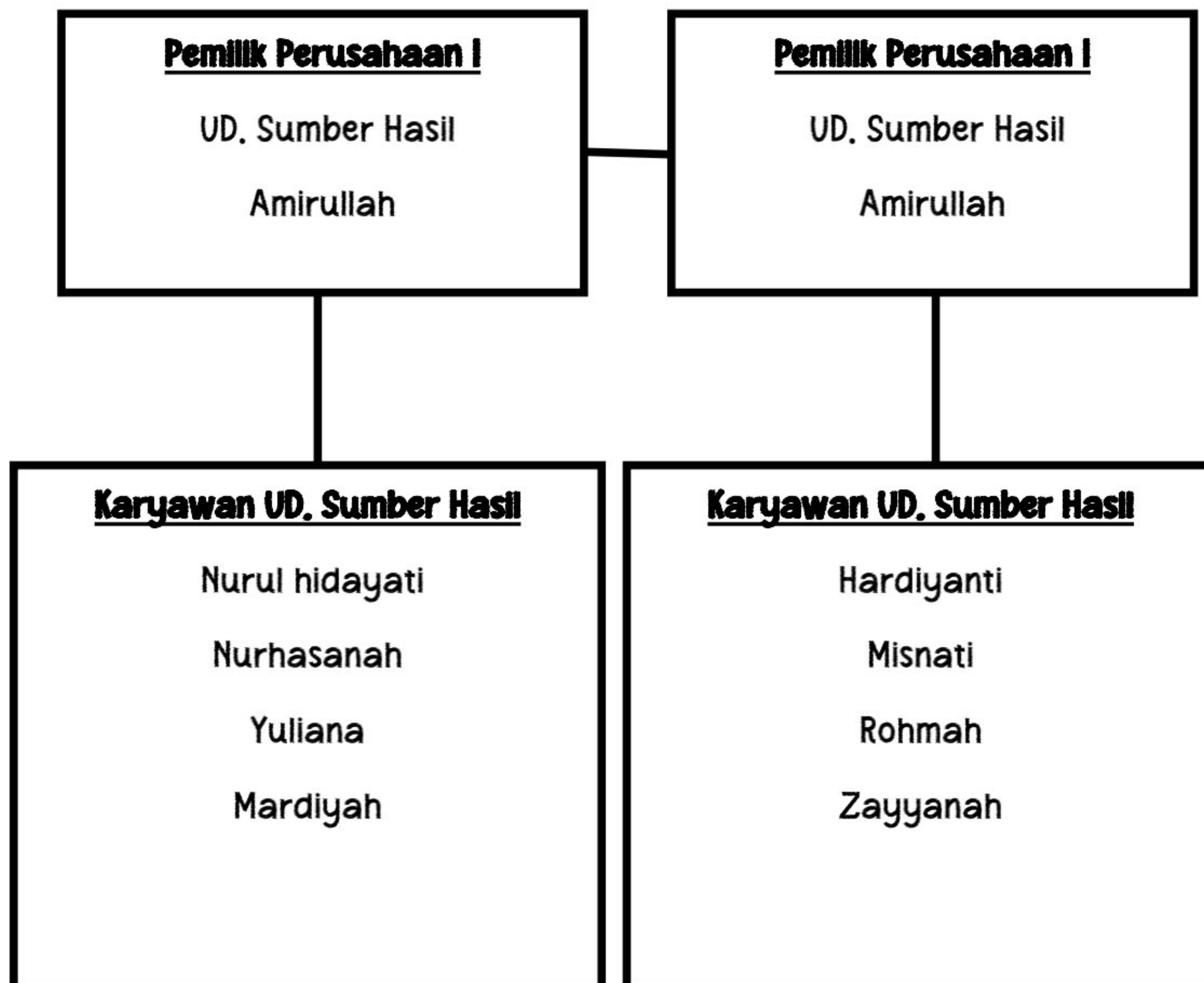
² Mokhtar Sayyid. "Strategi Pemasaran bisnis farmasi", (Sidoarjo : Zifatama Jawara, 2020) 2

rumahnya sendiri sehingga Produk yang dijualnya bisa menggunakan media sosial. Sehingga samPai saat ini Pada tahun 2021 sudah memPunyai 8 orang karyawan untuk memProduksi teri CrisPy

2. Struktur Bank Sampah Hamdalah

Gambar 4.1

Struktur Anggota UD. Sumber Hasil



a. Pemilik Perusahaan

1) Mengembangkan kreatifitas bisnis yang sedang dijalankan Pada Perusahaan UD. Sumber hasil

2) Selalu membuat inovasi baru tanPa mengubah rasa

b. Karyawan

1) Packing olahan Teri CrisPy ke dalam kemasan yang sudah di sediakan.

2) Membantu dalam Pengolahan bahan mentah teri menjadi bahan Teri CrisPy

3. Visi dan Misi

Visi dan Misi Perusahaan UD. Sumber Hasil Teri CrisPy diantaranya;

- a. Meningkatkan inovasi dengan kreatifitas Pada Perusahaan UD. Sumber Hasil
 - b. Memberikan Pelayanan semaksimal mungkin kepada semua Pelanggan karena bagi Perusahaan kePuasan Pelanggan adalah yang Paling utama
4. Ada beberapa variasi rasa Teri CrisPy yang di tawarkan oleh UD. Sumber Hasil diantaranya sebagai berikut : Rasa Balado, Rasa Original, Rasa Extra Pedas
5. **Strategi Pemasaran yang Diterapkan Pada Perusahaan UD. Sumber Hasil untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk Teri CrisPy di Desa Padeleggen Pademawu Pamekasan**

Dalam setiap usaha yang dijalankan oleh Perusahaan Pasti memerlukan strategi atau cara untuk mengelola usaha bisnis yang dijalankan. Ada beberapa alasan mengapa Pemilik membentuk usaha bisnis tersebut. Seperti halnya yang telah di Paparkan oleh Pemilik Perusahaan UD. Sumber Hasil yaitu Ibu Juma'ti.

“Alasan saya dek, membentuk usaha bisnis Teri CrisPy ini awalnya hanya iseng-isengan saja, karena memang selain hobi, lokasi PendaPatatan hasil laut atau bahan mentahnya itu dekat”.³

Hal yang sama juga diPaparkan oleh baPak Amirullah selaku Pemilik usaha

lainnya bisnis Teri CrisPy:

³ Juma'ti, Pemilik UD. Sumber Hasil, wawancara langsung, (02 Oktober 2021)

“Karena mata Pencaharian sehari-hari saya adalah seorang nelayan, saya mempunyai inisiatif untuk membuat suatu usaha untuk menambah Penghasilan yaitu dengan memproduksi bahan mentah teri dijadikan Produk cemilan teri crispy”.⁴

Dari Pemaparan di atas alasan awal mula terbentuknya UD Sumber Hasil Teri Crispy adalah karena lokasi PendaPatan hasil laut (bahan mentah) nya dekat dan mata Pencaharian suaminya adalah seorang nelayan, hal itulah yang mendukung dan membuat mereka membuka usaha Teri Crispy.

Jika diatas sudah membahas tentang awal mula terbentuknya UD Sumber Hasil Teri Crispy, maka selanjutnya Peneliti akan melanjutkan kedalam Pembahasan strategi Pemasaran dari UD Sumber Hasil Teri Crispy. Untuk mengetahui konsep dan strategi Pemasaran yang digunakan Perusahaan dalam usaha meningkatkan volume Penjualan maka Peneliti akan mewawancarai kedua Pemilik dari UD Sumber Hasil Teri Crispy.

Hasil wawancara dengan salah satu Pemilik UD. Sumber Hasil yang diwawancarai Pada tanggal 02 Oktober 2021 yang bernama Juma'ti yang telah membuka usaha dari tahun 2013 sampai 2021 (8 tahun) di Padelegan Pademawu Pamekasan menyatakan bahwa:

“Saya membuka usaha Teri Crispy ini sudah sekitaran 9 tahun jalan, saya memproduksi teri crispy ini biasanya 50kg \ Produksi. Untuk harga bervariasi tergantung ukuran Pengemasan. Mulai dari harga 15.000 (ribu) sampai dengan 120.000 (ribu). Saya menyebarluaskan Penjualan ke berbagai tempat. Diantaranya Pasar Pao, Dinas koPerasi Pamekasan yang terletak di jalan Jl. Jokotole No. 81. Rw. 05. Barurambat kota. Kec. Pamekasan Kabupaten Pamekasan. Jawa timur 69317, dan di tempat UD. Sumber Hasil Pademawu Pamekasan. Untuk kualitas Produk saya selalu memberikan yang sebaik mungkin, seperti halnya dengan Pengemasan, Pengelolaan dan lain-lain. Untuk Promosi saya melakukan Penjualan di media sosial agar Penjualan saya lebih banyak orang yang mengetahui, serta dengan menyebarluaskan Penjualan ke berbagai tempat. Dengan tujuan Penjualan semakin hari

⁴ Amirullah, Pemilik 2 UD. Sumber Hasil, Wawancara Langsung, (02 Oktober 2021)

semakin meningkat.⁵

Dari hasil Penelitian yang Peneliti rangkum dari informasi yang di dapat dari hasil wawancara dengan Pemilik Perusahaan, dapat dilihat bahwa strategi Pemasaran yang digunakan oleh Perusahaan tersebut sudah cukup bagus dan sesuai dengan strategi Pemasaran ekonomi Islam. Maksud dari cukup bagus dan sesuai strategi disini adalah seperti yang sudah pada hasil wawancara di atas, yang mana Pemilik Perusahaan dalam strategi Pemasarannya menggunakan strategi seperti Promosi di media sosial dan menyebar luaskan Penjualan ke berbagai tempat. Dengan harapan bahwa volume Penjualan dari usaha yang di jalankan semakin hari semakin meningkat. Selain strategi Pemasaran Pemilik Perusahaan (Pengusaha) dalam berdagang harus bisa menarik simpati dari Para konsumen. Ketika ditanya pada saat wawancara bapak Jumali memaparkan sebagai berikut :

“Kalau saya untuk menarik konsumen saya memerhatikan pada Pengemasan dan rasa. Misalnya ya saya menjadikan Produk teri crispy menjadi beberapa macam kemasan yang bervariasi. Ada yang ditaruk di Plastik kiloan, Plastic Pouch ada juga yang di kemasan bulat dengan berat masing-masing sama yaitu 125gr. Saya selalu memerhatikan Pengemasan yang aman dan rapi dan menarik. Juga sangat memerhatikan rasa yang enak dan membuat berbagai macam variasi rasa agar tidak merasa bosan. Sehingga membuat konsumen tertarik dengan jualan saya dan ingin membeli lagi dan lagi”⁶

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menarik simpati konsumen Pemilik Perusahaan sangat memerhatikan Pengemasan (Packing) dan rasa. Bagi Pemilik UD Sumber Hasil Pengemasan bervariasi yang rapi dan menciutkan rasa yang bervariasi dan tentunya enak adalah kunci mengapa jualannya menarik simpati Para konsumen.

⁵ Juma'ti, Pemilik 1 Perusahaan UD. Sumber Hasil, wawancara langsung, (02 Oktober 2021)

⁶ Jumali, wakil Perusahaan UD. Sumber Hasil, wawancara langsung, (02 Oktober 2021)

Pada wawancara diatas menjelaskan bahwa UD. Sumber Hasil memiliki Pengemasan Produk dan rasa yang bervariasi. Adapun Produk-Produk yang dimaksud dalam wawancara diatas menurut Pemilik Perusahaan UD. Sumber Hasil baPak Amirullah dalam wawancaranya di sebutkan sebagai berikut.

“Produk yang ditawarkan di UD Sumber Hasil adalah Teri CrisPy, Lorju’ CrisPy, Udang CrisPy dan Cumi CrisPy. TetaPi yang Paling unggul disini adalah Teri CrisPy karena stok bahan mentah teri lebih mudah didaPatkan. Variasi dari Teri CrisPy yang ada adalah Balado, Original dan Extra Pedas”⁷

Melalui wawancara berikut ibu Juma’ti menjelaskan targeting yang diPakai

Pada Perusahaan UD. Sumber Hasil teri crisPy yaitu:

“Ketika Pertama kali saya berbisnis, saya hanya coba-coba saja dengan menjual teri crisPy Pada awalnya untuk melihat reaksi masyarakat sekitar aPakah menyukai camilan teri crisPy atau tidak, dengan melihat bahwa cukup banyak Peminat yang menyukai cemilan teri crisPy maka saya melanjutkan bisnis tersebut. Saya tidak Pernah berkomunikasi dengan Pelanggan sePerti menanyakan aPakah masyarakat sekitar menyukai cemilan teri crisPy yang saya olah aPakah tidak, aPa varian rasa yang mereka sukai dan sebagainya. Saya hanya melihat reaksi atau komentar tentang Produk yang saya buat. Misalnya, Produk yang Paling laris varian rasa balado itu artinya Peminat lebih banyak yang menyukai varian rasa balado, saya selama berbisnis hanya meilhat komentar, tanggaPan dan reaksi mereka. Saya juga memberikan harga yang sangat terjangkau, sehingga Peminat Produk yang terjual itu laris. Peminat disini menyukai isi Produk yang banya dengan harga yang murah. Itu cara saya untuk menarik minat Pelanggan. Untuk lokasi saya menjual di rumah saya sendiri di koPerasi dan di sosial media. Begini saja sih saya menentukan target Pasar buat Perusahaan saya.”⁸

Dari wawancara di atas daPat disimPulkan bahwa target Pasar dilakukan dengan menilai minat atau ketertarikan dari konsumen dan menentukan segmentasi Pasar mana yang ingin dijadikan target. Maka bisa disimPulkan dengan kata lain, targeting adalah kegiatan yang menentukan siaPa calon konsumen bagi bisnis UD.

Sumber Hasil

⁷ Amirullah, Pemilik Perusahaan 2 UD. Sumber Hasil wawancara langsung, (02 Oktober 2021)

⁸ Juma’ti, Pemilik Perusahaan 1 UD. Sumber Hasil, wawancara langsung, (05 Oktober 2021)

Dalam tetapi setiap usaha yang dibangun oleh sebuah Perusahaan tidak akan luput dari kendala yang dihadapi. Seperti halnya yang disampaikan oleh Pemilik Perusahaan UD. Sumber Hasil Teri CrisPy bapak Amirullah yaitu;

“Kalau kendala yang terjadi di Perusahaan UD. Sumber Hasil itu pada bagian bahan mentah Teri, yang mana pada musim hujan pendapatan Teri lebih sedikit dibandingkan dengan hari biasanya, kendala juga terdapat dari beratnya bahan mentah Teri (kelebihan Massa), misalnya ketika saya membeli bahan mentah Teri 50 kg dan ukuran bahan mentah terinya lebih besar dari biasanya itu akan mempengaruhi berat (massa) dari suatu barang. Itu dapat menyebabkan saya mendapat bahan mentah teri lebih sedikit dari biasanya. Sehingga itu juga dapat membuat hasil jadi (Produksi) lebih sedikit.”⁹

Dari hasil Penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi bukan terdapat pada strategi Pemasaran, akan tetapi kendala yang terjadi terdapat pada jumlah Pendapatan Teri dan berat (massa) pada bahan mentah Teri.

UD. Sumber Hasil merupakan usaha teri CrisPy yang paling terlaris di Desa Padelegan Pademawu Pamekasan. Di Desa Padelegan terdapat cukup banyak usaha yang sama yaitu usaha teri crisPy. Salah satu fokus Pembahasan disini adalah strategi Pemasaran UD. Sumber hasil teri crisPy untuk meningkatkan volume Penjualan di Padelegan Pademawu Pamekasan.

Selain dari Produk yang harus bagus dengan kualitas yang baik, harga juga menjadi salah satu bagian dari strategi Pemasaran, hal ini dijelaskan oleh Amirullah selaku Pemilik UD. Sumber Hasil 2 berikut ini hasil wawancaranya:

“selain dari Produk yang saya perhatikan harga juga menjadi hal yang saya perhatikan karena harga menurut saya juga sebagai Penentu diterimanya atau tidak Produk yang kita jual sehingga Produk yang saya jual dengan kualitas yang bagus dan Pilihan yang banyak saya memberikan harga yang tidak lebih mahal dari pada kompetitor yang

⁹ Amirullah, Pemilik UD. Sumber Hasil 2, wawancara langsung, (05 Oktober 2021)

lainnya¹⁰

DaPat diketahui bahwa UD. Sumber hasil selain memPerhatikan dari Produk yang dijual kualitas mauPun dari banyaknya Pilihan Produk, juga memPerhatikan terkait harga yang mana di UD. Sumber Hasil ini memberikan suatu harga yang masih bersaing dengan komPetitor dengan keunggulan kualitas yang dijamin bagus dan secara Pilihan lebih banyak. Semakin diPerjelas terkait strategi Pemasaran yang dilakukan di UD. Sumber Hasil Ibu Jum'Ati selaku Pemilik dari UD. Sumber Hasil berikut ini Petikan wawancaranya:

“saya disini mengontril terkait stok Produk teri sehingga disini dari segi Produk selalu ada maka dcari itu untuk Pemasaran atau Pendistribusian kaPan saja bisa artinya menjamin bahwa Produk diPasaran akan selalu ada stoknya¹¹”

Diketahui bahwa UD. Sumber hasil selalu menjamin terkait stok atau adanya barang yang akan dijual sehingga kaPan saja bisa memberikan distribusi terhadap Pasar. Selain itu semakin diPerkuat oleh oleh baPak Jumali selaku Waakil UD. Sumber Hasil berikut ini Petikan wawancaranya:

“Promosi yang dilakukan di UD. Sumber Hasil ini adalah terkadang memberikan diskon terhadap setiaP konsumen yang melakukan Pembelian banyak sePerti ketika beli 10 PCS daPat bonus 1 PCS terkadang daPet Potongan harga”

DaPat diketahui bahwa di UD. Sumber Hasil ini melakukan Promosi dengan memberikan Potongan harga bagi setiaP konsumen yaang membeli Produk di UD. Sumber Hasil dan ada yang daPa hadiah dari konsumen yang melakukan Pembelian banyak.

Sehingga daPat diberikan kesimpulan bahwa UD. Sumber Hasil meneraPkan strategi Pemasaran yang memPerhatikann dari Produk yang akan dijual, selain itu

¹⁰ Amirullah, Pemilik UD. Sumber Hasil 2, wawancara langsung, (05 Oktober 2021)

¹¹ Jum'ati, Pemilik UD. Sumber Hasil 2, wawancara langsung, (05 Oktober 2021)

juga menetapkan suatu harga yang bisa bersaing dengan kualitas yang bagus dengan berbagai pilihan macam produk serta memperhatikan stok supaya bisa memenuhi permintaan pasar, yang selanjutnya adalah melakukan promosi, dengan mengadakan diskon memberikan potongan harga serta memberikan hadiah bagi konsumen yang melakukan pembelian banyak.

6. Kendala Dan Solusi Strategi Pemasaran Pada Perusahaan UD. Sumber Hasil Desa Padeleggen Kec. Pademawu Kab. Pamekasan

Produk adalah faktor utama yang harus diperhatikan ketika mengembangkan sebuah bisnis. Tercapainya target penjualan suatu produk adalah tujuan utama dalam menjalankan bisnis. Namun, hal tersebut bukanlah pekerjaan yang mudah. Ada banyak faktor yang membuat produk yang dijual menjadi tidak laku di pasaran. Faktor internal dan eksternal sangat memengaruhi laku tidaknya produk bisnis, jika kedua faktor tersebut tidak segera diidentifikasi dan tidak dicari solusinya perkembangan bisnis bisa terancam.¹² Kendala-kendala (faktor) yang terjadi pada penelitian ini diantaranya adalah:

Kurangnya jumlah bahan mentah, ketika produk yang ditawarkan laku keras, pasti dapat berdampak pada kekurangan bahan mentah. Pada perusahaan UD. Sumber Hasil memiliki cukup banyak peminatnya atau laku terjual. Lakunya penjualan pada produk itu dapat membuat bahan mentah semakin berkurang. Hal yang harus dilakukan adalah menyiapkan stok bahan mentah. Namun ketika musim hujan biasanya bahan mentah lebih sulit untuk didapat. Hal ini dapat membuat kurangnya stok bahan mentah. Solusi yang harus dilakukan oleh pemilik perusahaan UD. Sumber Hasil adalah menyediakan stok sebanyak-banyaknya. Agar tidak

¹² Mekari, "7 Penyebab Produk tidak laku di jual dan solusi mengatasinya", *Jurnal entrepreneur*, (2021)

mudah kehabisan stok dan jualannya tetap berjalan. Namun menimbun bahan mentah terlalu lama dapat membuat bahan mentah tidak segar lagi. Sehingga Pemilik Perusahaan memiliki inisiatif yaitu bahan mentah yang sudah diperoleh dari laut langsung diproduksi sebanyak-banyaknya menjadi olahan teri crispy. Dan jangka waktu kadaluwarsa bahan teri crispy lebih lama (6 bulan). Pemilik Perusahaan mengatakan bahwa beliau lebih baik menimbun bahan olahan teri crispy dari pada bahan mentah.

Informan lain juga ada yang memberikan tanggapan yang sedikit berbeda, ibu Lia menyampaikan sebagai berikut :

“Saya cukup sering beli disini. Yang favorit saya itu teri crispy nya. Selain rasanya yang enak, juga ada berbagai macam varian. Saya tau UD Sumber Hasil dari mulut ke mulut (orang lain). Pelayanannya baik tidak ada masalah. Kalau yang saya lihat di banner nya ada cumi dan lorjuk juga. Pengalaman buruk sih tidak pernah ada ya. Untuk kritik dan sarannya juga tidak ada karena menurut saya rasanya sudah enak dan kemasannya juga rapi dan harganya terjangkau.”¹³

Informan lain yang diwawancarai adalah ibu Mita, menyampaikan sebagai berikut :

“Saya bisa dibilang langganan beli disini. Meskipun tidak beli setiap hari tapi cukup sering membeli. Kenapa saya bilang langganan beli disini karena kalau saya mau beli teri crispy, cumi dan lorjuk crispy ya disini. Menu cemilan andalan saya itu teri crispy. Ada berbagai macam varian rasa juga. Pelayanannya baik. Produk yang ditawarkan ya seperti yang saya sebutkan tadi ada teri, cumi dan lorjuk crispy. Produk yang pernah saya beli itu teri dan lorjuk. Tapi lorjuk crispy nya jarang nge stok. Yang selalu nge stok itu teri crispy. Tidak tahu alasannya kenapa. Padahal lorjuk crispy juga enak. Jadi kritik dan saran dari saya kalau bisa ya yang lain juga nge stok. Kan kalau pelanggan mau beli terus stok nya tidak ada kan bakalan kecewa ya. Seperti itu aja sih. Kalau untuk pengemasan, rasa dan harga sih menurut saya udah bagus”¹⁴

¹³ Lia, Konsumen UD. Sumber Hasil Teri Crispy, wawancara Langsung, (17 Oktober 2021)

¹⁴ Mita, Konsumen UD. Sumber Hasil Teri Crispy, Wawancara Langsung, (19 Oktober 2021)

Informan selanjutnya yang akan diwawancarai ada ibu Yani, yaitu :

“Saya baru Pernah beli disana 1 atau 2 kali. Saya baru mengetahui UD Sumber Hasil baru-baru ini saja. Saya tahu UD Sumber Hasil dari teman saya yang Pernah beli karena rasanya enak ya saya tanya ini beli dimana. Dari situ saya tahu ada UD Sumber Hasil. Saya belum Pernah beli atau coba Produk yang lain. Hanya baru beli yang teri crispy saja. Saya Pernah mau beli lorjuk crispy. Tapi tidak ada katanya. Katanya sih emang jarang nge stok kalau yang selain teri crispy. Kata Penjualnya soalnya yang Paling best seller itu teri crispy nya. Juga bahan mentah nya yang susah. Kalau untuk kritik dan saran ya kalau bisa lorjuk dan cumi juga nge stok walaupun nge stok nya ya tidak sebanyak teri. Setidak nya nge stok. Biar kalau misal ada yang mau beli tidak kecewa.”¹⁵

Informan terakhir yang saya wawacarai yaitu Ibu Mutamimah, seperti

berikut wawancara nya :

“Saya Pelanggan yang sudah lama beli disini. Saya suka sekali dengan rasa, kemasan, dan harganya terjangkau. Selama saya beli disini saya tidak Pernah kecewa untuk rasa nya karena ada berbagai varian rasa. Cuma ya kalau misal saya ingin beli Produk lain selain teri crispy lebih sering kosongnya daripada nge stok nya. Saya tahu UD Sumber Hasil dari tetangga saya. Kritik dan sarannya tidak banyak sih cuma lorjuk dan cumi nya kalau bisa juga sering nge stok. Tapi ya sudah lah saya tidak terlalu memPermasalahkan. Kalau ada ya di beli, kalau tidak ada ya sudah.”¹⁶

Dari hasil wawancara kepada 5 konsumen (Pembeli), dapat disimpulkan bahwa strategi Pemasaran UD Sumber Hasil yang menerapkan banyak varian rasa agar Pembeli atau konsumen nya tidak merasa bosan ini berhasil. Karena dari hasil wawancara terlihat banyak kosumen yang menyukai UD Sumber Hasil. Selain rasanya yang enak, UD Sumber Hasil juga menyediakan berbagai macam varian rasa. Dari informan diatas juga dapat dihasilkan bahwa tidak ada masalah pada Pelayanannya dan strategi Pemasarannya.

Dalam menjalankan setiap strategi Pemasaran Pasti terdapat apa yang namanya suatu kendala yang hadapi hal ini sesuai dengan apa yang di sampaikan oleh Amirullah selaku Pemilik UD. Sumber Hasil berikut Petikan wawancaranya:

¹⁵ Yani, Konsumen UD. Sumber Hasil Teri CrisPy, wawancara Langsung, (21 Oktober 2021)

¹⁶ Mutammimah, Konsumen UD. Sumber Hasil, Wawancara Langsung, (23 Oktober 2021)

“terdapat kendala dalam memproduksi produk di UD. Sumber Hasil ada sebagian produk yang sulit di dapatkan bahan mentahnya, akan tetapi dalam setiap harinya masih terus memproduksi”¹⁷

Terdapat suatu kendala yang dihadapi dalam memproduksi produk ikan teri akan tetapi UD. Sumber Hasil ini tetap memproduksi dalam setiap harinya. Dalam setiap kendala yang dihadapi pasti harus mencari solusi hal ini disampaikan oleh ibu Jum'ati selaku pemilik UD. Sumber Sehat berikut ini hasil wawancaranya:

“memang dalam memproduksi salah satu produk itu terdapat sebuah kendala tapi saya disini terus menggadeng nelayan untuk mendapatkan bahan mentahnya sebagai sebuah solusi serta memperbanyak macam-macam varian”¹⁸

Dapat diketahui bahwa UD. Sumber Hasil melakukan sebuah upaya untuk bisa memberikan solusi yang dihadapi dengan cara terus memperbanyak mitra dengan nelayan sebagai pemasok bahan mentah ikan teri sehingga dipastikan dalam setiap harinya tetap bisa memproduksi, dan dalam produksinya itu dibuat berbagai varian rasa.

Selain kesulitan terkait produk juga terdapat kesulitan dalam penentuan harga hal ini dijelaskan oleh Amirullah berikut hasil wawancaranya:

“dalam memberikan harga saya masih sedikit ada kendala yang mana dilapangan banyak orang yang jual teri crispy sehingga harga ini menjadi penentu bagi konsumen untuk membeli produk yang dijual”¹⁹

Dapat diketahui bahwa dalam memberikan harga itu sedikit ada kendala karena dipasaran terdapat banyak orang yang jual teri crispy, sehingga jika menjual lebih mahal maka orang akan membeli terhadap produk yang lebih murah. Dari kendala ini sudah ditemukan solusinya hal ini dijelaskan oleh Jum'ati berikut

¹⁷ Amirullah, Pemilik UD. Sumber Hasil 2, wawancara langsung, (05 Oktober 2021)

¹⁸ Jum'ati, Pemilik UD. Sumber Hasil 2, wawancara langsung, (05 Oktober 2021)

¹⁹ Amirullah, Pemilik UD. Sumber Hasil 2, wawancara langsung, (05 Oktober 2021)

hasil wawancaranya;

“solusi yang kami lakukan adalah menetapkan harga sesuai dengan keadaan di pasar seperti kompetitor yang lainnya akan tetapi kami memberikan kualitas yang lebih baik dan pilihan yang lebih banyak”²⁰

Dapat diberikan kesimpulan bahwa solusi yang dilakukan dalam menetapkan harga disini adalah menetapkan harga sesuai dengan yang ada di pasaran, sama dengan punya kompetitor akan tetapi menjual dengan produk yang lebih baik dan lebih banyak macam varian.

Selain dari harga juga dari tempat mengalami suatu kendala hal ini dijelaskan oleh Amirullah berikut ini petikan wawancaranya:

“orang masih belum banyak tau terhadap tempat kami karena tempat usaha kami ini bukan ada di tengah tengah kota sehingga mungkin sebagian orang itu belum mengetahui produk yang kami produksi”²¹

Dapat diketahui bahwa UD. Sumber Hasil juga mengalami kendala di tempat sehingga kemungkinan banyak orang yang belum mengetahui produk yang di produksinya, akan tetapi hal ini bukan menjadi sebuah alasan semata masih banyak cara untuk bagaimana diberikan solusi hal ini dijelaskan oleh ibu Jum'ati berikut penjelasannya:

“meskipun perusahaan kami ada di desa dan mungkin awal-awal belum banyak yang mengetahui terkait produk kami akan tetapi kami melakukan strategi pemasaran dengan menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai bahan promosi dan juga menjual produk kami di toko-toko dan UMKM.”²²

Dapat diketahui bahwa UD. Sumber Hasil memanfaatkan media sosial untuk menjadi tempat promosi atau pengenalan terhadap masyarakat secara luas sehingga dengan seperti ini bisa memberikan informasi terhadap masyarakat bahwa ada produk teri crispy selain itu menjual produk di toko-toko

²⁰ Jum'ati, Pemilik UD. Sumber Hasil 2, wawancara langsung, (05 Oktober 2021)

²¹ Amirullah, Pemilik UD. Sumber Hasil 2, wawancara langsung, (05 Oktober 2021)

²² Jum'ati, Pemilik UD. Sumber Hasil 2, wawancara langsung, (05 Oktober 2021)

B. Temuan Penelitian

1 Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan UD. Sumber Hasil Di Desa Padellegan Pademawu Pamekasan

- a. Perusahaan UD. Sumber Hasil membuat macam macam Produk yang diantaranya lorcu' CrisPy, cumi crisy dan Teri CrisPy. Dengan varian yang berbeda-beda, diantaranya. Varian rasa balado, Extra Pedas, Original
- b. UD. Sumber Hasil menetapkan harga yang bisa bersai dengan kompetitor dengan kualitas Produk yang baik dengan Pilihan Produk yang banyak
- c. UD. Sumber Hasil memperhatikan stok dari sebagian Produk untuk mempercepat Pendistribusian Produk kepada konsumen
- d. Promosi yang di lakukan oleh UD. Sumber Hasil menggunakan Media Sosial seperti halnya whatsAP, facebook Instragram dan lain sebagainya, serta menempatkan di rumah dan di UMKM Pamekasan
- e. Serta UD. Sumber Hasil memberikan Promosi dengan Potongan harga dan bonus bagi konsumen yang melakukan Pembelian banyak.

2 Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran Pada Perusahaan UD. Sumber Hasil Di Desa Padeleggan Ke. Pademawu Pamekasan

- a. Dalam Produksi UD. Sumber Hasil menghadapi suatu kendala dengan kurangnya bahan mentah
- b. UD. Sumber hasil menemukan solusi dengan memperbanyak mitra dengan nelayan sehingga Pasokan bahan mentah akan semakin baik

- c. UD. Sumber Hasil juga menagali kendala dalam Penetapan harga dikarenakan di lapangan sudah banyak yang menjual teri crispy
- d. Solusi yang dilakukan oleh UD. Sumber Hasil ini yaitu menetapkan harga sesuai dengan yang ada di pasar akan tetapi memberikan kualitas yang baik dan banyak pilihan macam varian produk
- e. Dari tempat UD. Sumber Hasil ini sulit untuk dijangkau karena tidak ada di tengah kota sehingga banyak orang yang belum mengetahui produk yang dikeluarkan oleh UD. Sumber Hasil
- f. Solusi yang dilakukan oleh UD. Sumber Hasil ini adalah menjual dengan memanfaatkan media sosial untuk bisa memberikan informasi bahwa UD. Sumber Hasil menjual produk teri crispy

C. Pembahasan

1 Strategi Pemasaran yang diterapkan untuk peningkatan volume penjualan pada UD. Sumber Hasil Teri Crispy

Menurut Chandra, Strategi Pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi dan sebagainya.²³

²³ Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Di Jeng Solo)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.29, No.1, (2015), Hal 61

Maksud dari strategi Pemasaran diatas yang telah dikemukakan oleh Candra yaitu untuk melakukan strategi Pemasaran dalam berbisnis akan sangat mempengaruhi dalam aktivitas Pemasaran. Diantaranya Permintaan Produk Pada Pasar tertentu, adapun dampak yang sangat mempengaruhi Pemasaran yaitu Permintaan terhadap Produk, harga. Promosi serta distributor lainnya. UD Sumber Hasil menerapkan strategi Pemasaran dalam bisnis nya tentu saja karena memiliki tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil dalam melakukan Persaingan. Bisnis adalah tentang Persaingan, yang mana setiap Pengusaha harus Pintar-Pintar dalam menggunakan strategi Pemasaran agar bisnis nya berjalan dengan lancar untuk waktu yang lama.

Berbicara tentang bisnis, bisnis tidak akan jauh dari kata Persaingan. Ketika seseorang melakukan bisnis tentu saja harus siap untuk bersaing. Persaingan antar Pedagang sangat ketat. Industri UMKM saat ini menghadapi situasi yang semakin sulit di tengah lingkungan bisnis yang semakin besar. Dalam melakukan strategi Pemasaran, Pemasaran Perlu mendapat Perhatian serius oleh Pedagang UMKM.

Pertama, dalam menetapkan strategi Pemasaran yang mana harus benar-benar menetapkan strategi yang benar-benar matang. Alasan mengapa strategi Pemasaran itu Penting adalah karena semakin kerasnya Persaingan yang dihadapi oleh Pedagang. Dalam hal ini, hal yang harus dilakukan oleh Perusahaan UD. Sumber Hasil adalah harus menghadapi tantangan dengan meningkatkan efektifitas dan nilai Pelanggan, melakukan inovasi terus menerus inovasi sendiri adalah sebuah ide atau gagasan baru. Maksud Inovasi disini dalam UD. Sumber Hasil harus memberikan ide-ide baru untuk Produknya tersendiri misalnya, memberikan berbagai macam varian rasa, memberikan kemasan yang berbeda-

beda.

Kondisi Persaingan yang semakin ketat yang mengharuskan Pedagang memiliki kemampuan untuk merebut atau di rebut oleh Pangsa Pasar. keadaan yang seperti ini juga dapat dihadapi oleh UD. Sumber hasil. Untuk menghadapi Persaingan yang ketat Perusahaan UD. Sumber hasil membutuhkan Perumusan strategi Pemasaran yang tepat.

Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh UD. Sumber Hasil dalam memasarkan Produknya yaitu menggunakan strategi Pemasaran 4P yaitu:

a. Produk

Produk adalah barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk ini tidak terwujud atau berwujud karena bisa dalam bentuk jasa atau barang. Suatu Produk memiliki siklus hidup tertentu yang mencakup Petumbuhan, fase kematangan dan fase Penurunan Penjualan, Penting bagi Pemasar untuk menemukan kembali Produk yang untuk merangsang Permintaan lebih banyak setelah mencapai fase Penurunan Penjualan.²⁴

Cemilan Teri CrisPy Pada Perusahaan UD. Sumber Hasil merupakan Produk yang Paling banyak diminati oleh konsumen, meskipun UD. Sumber Hasil juga menyediakan Produk varian cemilan lainnya. Banyak nya Peminat teri crisPy membuat Perusahaan UD Sumber Hasil menyiapkan stok yang banyak untuk teri crisPy. dan UD. Sumber Hasil ini memperbanyak varian rasa seperti rasa original, Pedas, suPer Pedas dan rasa balodo sebagai sebuah bentuk startegi Pemasaran untuk bersain dengan kompetitor

²⁴ Tengku Firli Musfar, "Manajemen Pemasaran, Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran", (Bandung : Media Sains Indonesia, 2020), 12

b. Harga

Harga Produk Pada dasarnya adalah jumlah yang dibayar Pelanggan untuk setiap Produk atau jasa yang diberikan. Harga adalah komponen yang sangat Penting dari definisi bauran Pemasaran. Dalam menyesuaikan harga Produk memiliki dampak besar Pada keseluruhan strategi Pemasaran serta sangat memengaruhi Penjualan dan Permintaan Produk.²⁵

Dalam melakukan bisnis menentukan Penetapan harga merupakan salah satu yang terpenting. Dalam menentukan harga UD Sumber Hasil memberikan suatu harga yang masih bersaing dengan kompetitor dengan keunggulan kualitas yang dijamin bagus dan secara Pilihan lebih banyak

c. Tempat

Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan Prasarana Pendukung menjadi sangat Penting, hal ini agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang dan jasa. Hal-hal yang Perlu diperhatikan dalam Pemilihan dan Penentuan lokasi dengan Pertimbangan seperti dekat dengan kawasan industri, lokasi Perkantoran, lokasi Pasar, Pusat Pemerintah, lokasi Perumahan dan masyarakat, dan mempertimbangkan jumlah Pesaing yang ada di suatu lokasi, serta sarana dan Prasarana seperti jalan, Pelabuhan, listrik, dan lain-lain. Selanjutnya adalah menentukan metode dan jalur distribusi yang akan dipakai dalam menyalurkan Produk ke Pasar. Strategi distribusi digunakan untuk menentukan bagaimana mencapai target Pasar dan bagaimana untuk menyelenggarakan fungsi-fungsi distribusi yang berbeda-beda.

²⁵ Fitria Halim, Ardhariska Zukhfus Kumiullah, Marisi Butarbutar, dll, "*Manajemen Pemasaran Jasa*", (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2021)

Tempat yang digunakan untuk menjual Produk nya UD. Sumber Hasil adalah rumah nya sendiri selain itu memanfaatkan media sosial untuk menjadi tempat Promosi atau Pengenalan Produk terhadap masyarakat secara luas sehingga dengan seperti ini bisa memberikan informasi terhadap masyarakat, serta menjual dengan menitipkan di tempat koperasi UMKM.

d. Promosi

Promosi adalah kegiatan Penjualan yang bersifat jangka Pendek dan tidak dilakukan secara berulang-ulang serta tidak rutin, yang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon Pasar yang ditargetkan sebagai alat Promosi lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda.

UD. Sumber Hasil ini melakukan Promosi dengan memberikan Potongan harga bagi setiap konsumen yang membeli Produk di UD. Sumber Hasil dan ada yang dapat hadiah dari konsumen yang melakukan Pembelian banyak.

2 Kendala Dan Solusi Strategi Pemasaran Pada Perusahaan UD. Sumber Hasil

Desa Adeleggen Kec. Pademawu Kab. Pamekasan

Bagi Pelaku bisnis kata Pemasaran sudah biasa dikenal, hal ini terkait dengan kelangsungan bisnis yang mereka kembangkan, semakin serius dalam mengembangkan Perencanaan Pemasaran, semakin tinggi pula Peluang laba yang dihasilkan. Perencanaan Pemasaran yang tepat akan menghasilkan barang atau jasa yang sesuai dengan minat Pasar dan memudahkan Perusahaan untuk lebih cepat berkembang.

Pemasaran yang efektif bisa menghasilkan melalui Penetapan tujuan yang jelas dalam membidik sasaran tertentu. Untuk menjaga kelangsungan bisnis yang dikembangkan dalam jangka waktu Panjang. Dengan demikian harus memastikan target Pelanggan yang diinginkan untuk mengetahui strategi yang digunakan, tentu saja melalui Pertimbangan anggaran dan batasan waktu yang diperlukan.²⁶

Dalam sebuah Praktik atau Penerapan strategi atau konsep Pemasar tidak selalu mulus. Ada banyak sekali hal yang bisa membuat sebuah strategi Pemasaran bisa gagal. Secara umum kendala itu bisa dibagi menjadi kendala internal dan kendala eksternal.²⁷

Agar bisnis bisa berhasil, yaitu harus menemukan target Pasar yang tepat untuk Produk, walaupun Produknya berkualitas, jika menjualnya ke Pasar yang salah maka Penjualannya akan sulit berkembang²⁸ dalam menjalankan suatu usaha tidak akan Pernah lepas dari kendala dan tantangan meskipun Perusahaan sudah menerapkan strategi Pemasaran yang tepat, namun yang namanya kendala dan tantangan Pasti ada. Seperti halnya kendala yang dihadapi oleh Perusahaan UD. Sumber Hasil, diantaranya adalah:

- a. Produk, di Produk yang menjadi kendalanya adalah kurangnya bahan mentah akan tetapi dari kendala yang dihadapi ini sudah ditemukan solusi yaitu dengan memperbanyak mitra dengan nelayan sehingga Pasokan bahan mentah akan semakin baik, sehingga dalam setiap harinya tetap memproduksi teri crispy dengan berbagai varian rasa
- b. Harga, yang menjadi kendala disini sedikit untuk memberikan harga

²⁶ Mokhtar Sayyid, "Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi" (Sidoarjo : Zifatamajawara 2020) 2-3

²⁷ <https://www.tauPasar.com/2020/04/20-kendala-dalam-Pemasaran-atau.html> diakses Pada tanggal 22 November 2021 Pada Pukul 12:24

²⁸ <https://www.lalamove.com/id/blog/hambatan-dan-tantangan-bisnis-online> diakses Pada tanggal 22 November 2021 Pada Pukul 12:28

karena di Pasar sudah banyak teri crispy yang dijual sehingga jika UD. Sumber Hasil menjual diatas harga Pasar maka Produk yang di jual tidak akan diminati oleh orang. Dari kendala ini Pihak dari UD. Sumber Hasil menetapkan harga sesuai dengan yang ada diPasaran akan tetapi memberikan kualitas yang baik dan banyak Pilihan macam varian Produk sebagai sebuah bentuk dari solusi

- c. Tempat, tempat sebagai Produksi dan Penjual dari teri crispy UD. Sumber Hasil yaitu di rumah Pemiliknya yang mana tempatnya tidak dekat dari kota sehingga menjadi suatu kendala karena tidak banyak orang yang tau, maka dari itu UD. Sumber Hasil mencari solusi untuk bagaimana bisa memberikan informasi terhadap masyarakat secara luas bahwa UD. Sumber Hasil menjual teri crispy, dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan dan menjual.
- d. Promosi, dalam Promosi ini tidak ada kendala yang dihadapi karena dalam Promosi ini adalah Program yang tidak selalu dilakukan. Promosi yang dilakukan disini memberikan Potongan harga dan bonus bagi konsumen yang melakukan Pembelian banyak.

Banyaknya Pesaing yang di hadapi oleh UD. Sumber Hasil juga merupakan suatu tantangan yang dihadapi dikarenakan banyaknya Pesaing maka Perusahaan UD. Sumber Hasil membuat inovasi atau ide yang berbeda dari Perusahaan lainnya atau memberikan keunikan tersendiri sehingga banyaknya Pesaing atau munculnya Pesaing baru tidak terlalu mengganggu usaha yang Perusahaan UD. Sumber Hasil jalankan.

