

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Desa Karangpenang Onjhur Karang Alam Karang Penang Sampang

Desa karang penang onjur merupakan desa pemekaran dengan dasar peraturan daerah kabupaten sampang, awal pemekaran desa karang penang onjur memiliki luas wilayah 415 Ha yang terdiri dari 5 dusun dan 18 rukun tetangga dengan jumlah kepala keluarga 872 KK kepadatan penduduk 2907 jiwa. Setelah terbentuknya desa karang penang secara resmi untuk pejabat sementara kepala desa adalah bapakSupriyadi tahun 2011-2014, bapak yusuf efendi tahun2015. Bapak bagas rahmat tahun 2016 pada bulan desember 2018 dilakukan pemilihan kepala desa serentak sekabupaten Sampang dan di tetapkan kepala desa definitif bapak agus supendi yang menjabat sampai sekarang. Sejak terbentuk desa Karang Penang telah banyak pembangunan yang dilaksanakan dan dirasakan masyarakat setempat.

2. Sejarah Singkat Berdirinya Industri Paving BUMDesKarang Alam Desa Karang Penang

Di awal tahun 2018 Pemerintah Desa Karang Penang Onjur di minta oleh DPMD Kab. Sampang untuk mendirikan BUMDes dengan terlebih dahulu menyisihkan dana ADD untuk biaya musyawarah desa pendirian Badan Usaha Milik Desa dan semua pihak sepakat. Kemudian SK turun dan bapak bahrawimenjadidirektornya, kemudian pemerintah desa minta BUMDes untuk

membuat program kerja dan analisis kelayakan usaha untuk selanjutnya dalam musyawarah rencana pembangunan desa akan dianggarkan untuk penyertaan modal melalui dana desa karena memang secara aturan ADD dapat dipergunakan untuk penyertaan modal BUMDes.

Tahun Anggaran 2019 BUMDes mendapat penyertaan Modal dari desa sebesar 54.000.000 dengan unit usaha produksi paving karena pertimbangannya sesuai kondisi riil di Karang Penang banyak jalan yang setapak yang membutuhkan pengerasan, dimana selama ini dikeraskan dengan rabat beton, namun kendalanya karena tanah yang labil sehingga sering mengalami porak poranda yang menyebabkan pelaksana kegiatan kalangkabut. maka paving akhirnya menjadi alternatif yang dapat diandalkan dan akhirnya BUMDes di minta untuk produksi paving.

Pada Tahun 2020 BUMDes dapat penyertaan modal juga dan digunakan untuk menambah mesin produksi yang lebih baik lagi, hingga pada tahun 2021 melalui Dinas PMD Jawa Timur BUMDes mendapat dana hibah melalui BKK dalam rangka pemberdayaan ekonomi desa dalam pemulihan ekonomi dampak COVID-19. dan BUMDes gunakan dana itu untuk melengkapi kekurangan dan menambah mesin produksi dan mixer.

Tahun 2022 tidak mendapatkan penyertaan modal sama sekali sehingga BUMDes hanya mengandalkan hal penjualan untuk melanjutkan perjuangan menghidupkan ekonomi desa.

Sebenarnya BUMDes juga punya unit usaha catering dan unit bahan material bangunan guna menopang kebutuhan pembangunan desa yang selama ini selalu identik dengan infrastruktur. Kedepan BUMDesa sangat diharapkan untuk

mampu mendongkrak ekonomi masyarakat desa agar pertumbuhan ekonomi dapat dilakukan dari bawah sehingga memiliki akar yang kuat dan membumi, dan desa harus merubah dan menambah pengertian pembangunan desa yang selama ini membangun desa dengan mengandalkan infrastruktur namun kedepan harus menambah pembangunan desa melalui ekonomi desa melalui BUMDes.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di desa Karang Alam Karang Penang Sampang tepatnya BUMDes Karang Alam BUMDes ini memiliki lokasi yang cukup luas dengan kawasan yang rata-rata memproduksi genting merah dan hanya satu di desa tersebut yang memproduksi paving tepat di BUMDesnya sendiri.

4. Visi dan Misi

Visi:

BUMDes “Karang Alam” mewujudkan kesejahteraan masyarakat Desa Karang Penang Onjur melalui pengembangan usaha ekonomi dan pelayanan social, Dengan Motto Bersinergi Membangun Ekonomi Desa Karang Penang Onjur.

Misi:

BUMDesa Karang Alam memiliki misi guna mewujudkan Visi :

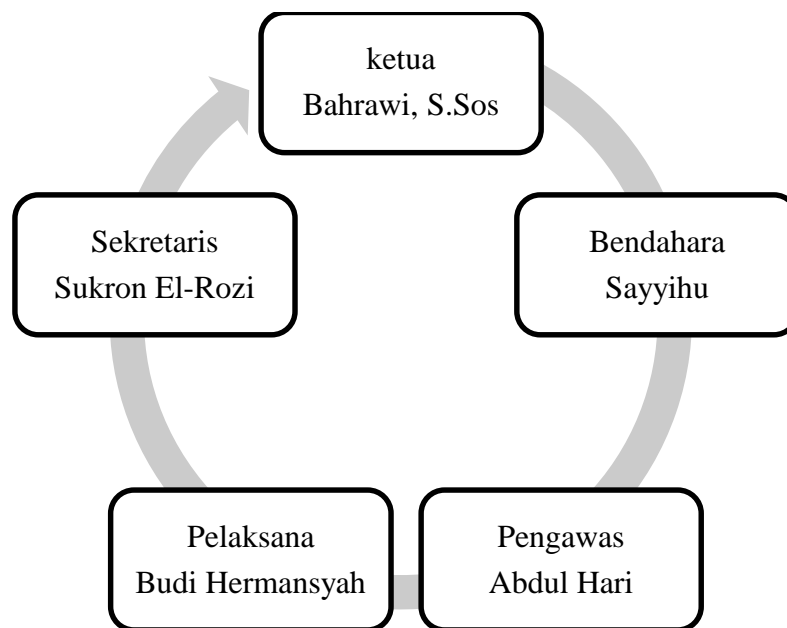
- a) Membangun ekonomi kerakyatan sesuai tatanan masyarakat Desa Karang Penang Onjur yang relegius.
- b) Menumbuhkembangkan usaha produktif sesuai dengan keterseiaan Sumber Daya Alam dan Sumber Daya Manusia.

- c) Pengembangan usaha ekonomi melalui usaha produksi paving, simpan pinjam dan usaha sector riil.
- d) Pembangunan layanan social melalui system jaminan social bagi rumah tangga miskin.
- e) Pembangunan infrastruktur dasar perdesaan yang mendukung perekonomian perdesaan.
- f) Mengembangkan jaringan kerjasama ekonomi dengan berbagai pihak.¹

5. Struktur BUMDesa Karang Alam

Gambar 4.1

Struktur BUMDes Karang Alam Karang Penang Sampang



**Sumber: Program kerja BUMDesa desa Karang Penang onjur kec.
Karang Penang**

¹Rencana Program Kerja BUMDesa

B. Paparan Data

Berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti peroleh dari wawancara dan observasi di lapangan, maka dapat dipaparkan data sebagai berikut:

1. Starategi Pemasaran Di BUMDesKarang Alam Karang Penang Sampang.

Setiap perusahaan tentunya mempunyai strategi masing- masing dalam meningkatkan kepuasan konsumen agar omzet penjualan semakin meningkat karena, semakin puas konsumen maka semakin banyak menarik konsumen sehingga mengakibatkan omzet penjualan semakin meningkat, BUMDesKarang Alam Karang Penang Sampang merupakan usaha yang menyediakan paving, dalam hal ini peneliti melakukan wawancara pada manager, dua karyawan dan dua konsumen. Dari itu yang harus diperhatikan yaitu produksi, harga, distribusi, dan promosi strategi yang digunakan oleh perusahaan biasanya juga guna meningkatkan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan omzet penjualan strategi ini juga merupakan sikap yang menentukan maju mundurnya suatu perusahaan maka dari sinilah industri paving Karang Alam mengambil strategi yang amat baik untuk karyawan pada khususnya dan untuk konsumen pada umumnya.

a) Produk (*Product*)

Dalam strategi pemasaran, yang harus diperhatikan pembisnis diantaranya yaitu produk, berikut hasil wawancara direkturBUMDes bapak bahrawi S.E tentang produk:

“Bahan pokok material dalam pembuatan paving kami menggunakan dan memanfaatkan sumber daya alam yang ada yakni pasir sungai, selain karna memang pasir sungai gampang di dapat dan kami dekat dengan sungai, pasir sungai juga sangat kuat untuk di buat paving dan semacamnya, dengan menggunakan pasir sungai modal yang kami keluarkan juga lebih sedikit, dan terkadang menggunakan pasir jabanana dari sidoarjo jika ada

masyarakat desa memuat angkutan kesidoarjo kemudian pulangny dengan membawa pasir tersebut, dan juga harus memperhatikan bahan material yang baik yang akan di gunakan untuk bahan pembuatan paving agar memperoleh hasil yang baik dan konsumen bisa puas dengan keadaan paving yang kuat,oleh karena itu kami tetap mengutamakan kualitas produk, sejak dimulainya produksi paving hingga saat ini terus mengalami peningkatan baik produksi maupun pesanan dari berbagai pihak terutama rumah tangga dan lembaga pendidikan serta lembaga keagamaan”.”²

Selain itu, industri paving juga harus memperhatikan bahan material yang baik yang akan digunakan untuk bahan pembuatan paving agar memperoleh hasil yang baik.Kemudian bapak bahrawi direktur BUMDesmenambahkan tentang Bagaimana menjaga kualitas produk paving di BUMDesKarang AlamKarang Penang sampang yaitu:

“Kami selalu mengutamakan kualitas dan pelayanan terhadap semua konsumen. Kualitas kami jaga dengan mempertahankan komposisi campuran semen, pasir dan air yang sesuai dengan SNI sehingga konsumen tidak mengeluh saat menggunakan produk kami, dan itulah kebanggaan kami yang sebenarnya”³

Hal ini juga menjadi bagian utama dari salah satu karyawan bapak sayyihu dengan tutur kata sebagai berikut:

“Cara menjaga kualitas produksi paving BUMDESKarang Alam karang Penang Sampang, diantaranya pertama harus hati-hati dalam mengambil bahan baku seperti pasir, semen dll,Karena tidak semua pasir itu bagus kualitasnya kadang banyak yang campur debu,sehingga klo di produksi kurang maksimal meski bahan baku sudah sesuai ukuran, juga diantaranya berhati-hati waktu pengadukan semen pasir & air harus pas dan sesuai”.⁴

Bapak mujahid selaku konsumen juga mengungkapkan tentang strategi yang digunakan oleh industri paving BUMDesKarang Alam:

“saya sangat senang dan puas menjadi konsumen industri paving BUMDesKarang Alamkarna dalam penghantaran barangnya begitu cepat

²Bahrawi, Direktur BUMDesKarang Alam karang penang sampang, wawancara langsung (14 November 2022).

³Bahrawi, Direktur BUMDesKarang Alam karang penang sampang, wawancara via WatshAPP (14 November 2022).

⁴Sayyihu, karyawan BUMDesKarang Alam karang penang sampang, wawancara langsung (20 november 2022)

dan aman selain itu juga karna kualitasnya yang bagus dan harga yang relatif murah dan pemasangan paving nya juga rapi”.⁵

Hal yang sama juga disampaikan dari kutriyah selaku konsumen

BUMDesKarang Alam:

“Saya mengakui bahwa paving yang diproduksi oleh BUMDesKarang Alam itu lumayan berkualitas dan bahkan sangat karena selama saya memakai paving itu hanya 1 paving yang pecah dan itu akibat mengetuk palu yang sangat keras”.

Kemudian bapak bahrawi menambahkan tentang jenis variasi produk paving:

“yang harus diperhatikan juga dalam produksi salah satunya yaitu varian dari produk tersendiri kerena dengan memiliki varian-varian yang berbeda itu dapat menarik konsumen juga, dan kami masih punya 2 varian yakni varian biasa dan super dengan 3 model semuanya itu memiliki kegunaan yang berbeda Kalau segi empat dan segi enam penggunaan sama tapi kalau topi uskup penggunaan untuk pinggiran agar tatanan halaman, pagar, jalan semakin terlihat elegant dan rapi”.⁶

Hal ini dibenarkan Bapak nasiri selaku karyawan:

“Pertama BUMDes memiliki satu varian saja yaitu motif bata (bentuk seperti bata) Kemudian beberapa bulan sudah membeli lagi yang motif segi enam, alhamdulillah genap satu tahun kita membeli uskup atau pinggiran segi tiga, Dan sekarang juga punya mesin getar sekali cetak keluar enam paving dengan berkualitas tinggi”.⁷

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa BUMDesKarang AlamKarang Penang sampang dalam memproduksi paving yaitu dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada, begitu juga dalam menjaga kualitas produk diBUMDesKarang Alam ini yaitu dengan tetap mengutamakan kualitas semen dan pasir yang sesuai dengan SNI. Dan tidak lupa pula berhati-hati dalam

⁵Mujahid, konsumen BUMDesKarang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (06 november 2022)

⁶Bahrawi, Direktur BUMDesKarang Alam karang penang sampang, wawancara langsung (14 November 2022).

⁷Nasiri, karyawan bidang produksi BUMDesKarang Alam karang penang sampang, wawancara langsung (29 November 2022).

memilih bahan baku sehingga paving yang dihasilkan lebih berkualitas, seperti yang dikatakan bapak Bahrawi diatas bahwa dengan memilih pasir jaban yang diperoleh dari Sidoarjo dengan kualitas terbaik. juga konsumen BUMDes merasa puas dalam strategi pemasaran dan juga kualitas paving yang diproduksi BUMDes Karang Alam Karang Penang Sampang. BUMDes juga memperhatikan variasi dan model juga, produk paving memiliki 2 variasi dengan 3 model dan mempunyai kegunaan masing-masing. BUMDes Karang Alam Karang Penang Sampang asalmulanya memiliki 1 motif saja akan tetapi lambat laun kemudian sudah bertambah dan juga memiliki mesin pencetak dari berbagai macam variasi yang dimiliki dengan kualitas tinggi.

b) Harga (*Price*)

Dalam strategi pemasaran selain produksi yang harus diperhatikan yaitu harga dari suatu produk tersebut, harga merupakan salah satu komponen dari strategi pemasaran untuk menarik pelanggan BUMDes Karang Alam Karang Penang Sampang dalam menentukan harga yaitu di ambil dari per meter paving hal ini di sampaikan dari bapak Sayyihu selaku karyawan :

“Untuk menentukan harga BUMDes menjual paving 70.000 satu meternya kalo 2 meter 140.000. Begitu untuk menentukan harga jual paving, dengan rincian setiap 1 truk semen menjadi 15 grobak, 3 grobak dan 1 sak semen menjadi 10 meter, dan tiap 1 meter paving berjumlah 42 biji dan dapat menghabiskan pasir tidak sampai 1 grobak yang setelah dirinci kembali harga pasir per meternya 18.000, semen 17000, penyusutan alat produksi 5000, air 1000, dan ongkos kerja 7000, transportasi 4000 dan berjumlah 52.000 dengan harga jual 70.000”.⁸

Bapak Bahrawi selaku direktur juga menambahkan:

“Dalam menentuka harga paving, kami menentukan setiap 1 meter dan kebetulan disini juga memiliki 2 tingkat kualitas paving, untuk kualitas

⁸Sayyihu, karyawan BUMDes Karang Alam Karang Penang Sampang, wawancara langsung (20 november 2022).

paving 1 seharga 60.000 (paving biasa), dan 70.000 permeter untuk paving kualitas 2 (kualitas lebih bagus), dan insya allah semua harga produk dapat di jangkau oleh All konsumen”.⁹

Bapak nasiri karyawan juga menambahkannya. Dalam sehari industri paving BUMDesKarang Alam dapat menghasilkan berapa buah paving dan berapa ratus pengiriman paving dalam sehari:

“Kami hanya menjual sesuai dengan harga material, menurut kami tidak jadi masalah jika pendapatannya sedikit tiap produk yan terpenting adalah kami bisa menarik konsumen baru dan mempertahankan pelanggan, karena jika konsumen sudah loyal maka otomatis sedikit demi sedikit omzet akan meningkat Jika tidak ada kendala hujan dalam sehari kami bisa menghasilkan sekitar 5000,000,00 buah paving balok dan 45,000,000 paving persegi dan untuk pengiriman paving dalam sehari yakni bisa mencapai 1000,000,00 buah pavingkarna untuk paving model K-200 yang produksi hanya di tempat kami maka banyak yang orderdan pendapatan bulanan minimal 15.000.000”.¹⁰

Bapak mujahid selaku konsumen menambahkan tentang kesesuaian harga dengan kualitas:

“Harga sudah sesuai & standart dengan kualitas masing masing karenadi BUMDes ini harga paving disesuaikan dengan tingkat kualitasnya jadi bagi saya cukuplah bagus dan memuaskan”.¹¹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa untuk menentukanharga paving diambil dari setiap 1 meter dengan harga 60.000 untuk paving biasa dan 70.000 untuk kualitas lebih bagus,begitu juga harga tersebut dapat dijangkau oleh semua konsumen, dan untuk pendapatan sehariannya jika tidak ada kendala hujan atau yang lain bisa menjapai 1.000.000 sedangkan pendapatan bulanan berkisar minimal 15.000.000.

⁹Bahrawi, Direktur BUMDesKarang Alam karang penang sampang, wawancara langsung (14 November 2022).

¹⁰Nasiri, karyawan bidang distribusi BUMDesKarang Alam karang penang sampang, wawancara langsung (23Desember 2022).

¹¹Nasiri, karyawan bidang distribusi BUMDesKarang Alam karang penang sampang, wawancara langsung (23Desember 2022).

c) Tempat/Distribusi (*Place*)

Selain itu yang harus diperhatikan dalam strategi pemasaran yaitu tempat/distribusi berikut hasil wawancara kepada bapak sayyihu selaku karyawan BUMDes:

“untuk tempat sangatlah strategis tepat berada didaerah ini dan tepat untuk daerah yang memang memiliki kuntut tanah labil saat musim penghujan dan bergerak saat musim kemarau yang kebetulan disini hanya satu-satunya yang memproduksi paving sehingga kami harus menyediakan distributor. Distributor dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan & menjelaskan kualitasnya paving tersebut Semua ada jasa pengiriman/ antar juga”

Dari pernyataan bapak sayyihu ini juga di benarkan oleh Bapak nasiri selaku karyawan bidang distribusi membenarkannya:

“strategi yang kami gunakan yakni dalam segi pendistribusian atau dalam hal penyampaian barang terhadap konsumen dengan menghantarkan barang sampai tepat waktu ke rumah konsumen dan jika di inginkan kami juga menyediakan jasa pemasangan paving dan strategi yang kami lakukan juga dalam hal kualitas dan harga yang relatif murah, Semua usaha harus betul-betul mampu untuk mengelola & dan mengembagkannya serta berinovasi, Jika usaha tersebut di kelola dengan baik maka otomatis usaha akan terus berjalan dan semakin banyak peminat dari produksi paving BUMDes ini”.¹²

Hal ini juga dibenarkan oleh bapak sayyihu selaku karyawan:

“kami merasa puas dan terbantu dengan menerapkan strategi pemasaran ini pendapatan kami perbulannya jadi sedikit meningkat dan tidak ada kendala dalam pembagian gaji karna pesanan tiap harinya semakin meningkat”.¹³

Ibu kutriyah sebagai konsumen menuturkan pendapatnya tentang sikap distributor:

“Sejauh kami mengenal dan menjadi pelanggan industri paving BUMDes Karang Alam desa karang penang tidak ada keluhan yang bisa kami utaran karna pelayanan dari segenap karyawan sudah cukup

¹²Nasiri, karyawan bidang distribusi BUMDes Karang Alam karang penang sampang, wawancara langsung (23 Desember 2022).

¹³Sayyihu, karyawan BUMDes Karang Alam karang penang sampang, wawancara langsung (20 november 2022).

membuat kami para pelanggan puas, kami merasa puas dengan strategi distribusi yang dilakukan oleh BUMDes yakni dengan adanya sikap ramah, cekatan, dan saling bersosialisasi dengan baik terhadap pelanggan maupun terhadap sesama karyawan, sikap bertanggung jawab, jujur dan amanah itu pula yang menjadi alasan pelanggan untuk terus loyal terhadap perusahaan dan dalam pelayanan yang begitu baik pula”.¹⁴

Bapak muafi juga sebagai konsumen menambahkannya:

“Saya sangat puas dengan pelayanan karyawan industri paving BUMDesKarang Alam karna karyawan ramah terhadap pelanggan terlihat sangat bertanggung jawab dan jujur”¹⁵

Dari pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pendistribusian diBUMDesKarang AlamKarang Penang sampang yaitu dengan sesuka hati atau sesuai kebutuhan konsumen (menyediakan jasa antar dan juga pasang paving) dengan bersikap ramah, jujur dan bertanggung jawab, karena kepuasan pelangganlah yang menjadi hal terpenting bagi BUMDes tersendiri. Setelah pendistribusian dalam suatu usaha sudah terkonsep, maka hal selanjutnya yang harus dilakukan yaitu promosi.

d) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu komponen penting untuk dapat memperkenalkan produk dalam suatu usaha, berikut petikan wawancara dari bapak sayyihu selaku karyawanBUMDes:

“sejauh ini saya melihat strategi promosi diunit usaha paving BUMDesKarang Alam karang penang sampang ini cukup bagus meskipun tidak memaksimalkan media sosial, akan tetapi bapak direktur dan staffnya sangat berusaha bagaimana unit produksi ini bisa lebih dikenal dengan luas dengan cara diantaranya kerja sama dengan orang-orang ketika ada pertemuan atau rapat kebetulan beliau selain menjadi direktur BUMDes beliau juga menjabat sebagai direktur 2 market dan juga memiliki lembaga mulai dari jenjang MI,MTS, dan MA, karena itu beliau seringkali menuturkan atau menyampaikan tentang produk paving ini sehingga

¹⁴Kutriyah, konsumenBUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (14 November 2022).

¹⁵Muafi, konsumenBUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (14 November 2022).

masyarakat diluaran hususnya masyarakat Karang Penang semakin minat dan tidak ragu menjadi konsumennya”¹⁶

Bapak bahrawi selaku direktur BUMDesKarang AlamKarang Penang sampang menambahkan:

“Strategi pemasaran yang digunakan BUMDesKarang Alam lumayan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sehingga dapat meningkatkan omzet buktinya dengan adanya penyampaian barang yang sangat cepat dan tepat waktu, konsumen jadi menyatakan sikap sangat puas dan mengajak konsumen baru untuk membeli produk kami”.¹⁷

Karna memang pembangunan industri paving BUMDesKarang Alam ini di tujukan untuk membangun kesejahteraan masyarakat dan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Bapak nasiri selaku karyawan menambahkannya:

“kami melakukan strategi promosi dengan cara memasarkan kepada konsumen karena konsumen sangat berperan penting dalam pemasaran dikarenakan melalui pelanggan tetap kita dapat memiliki akses dalam memasarkan paving BUMDesKarang Alam lebih luas lagi, dan dari pelanggan tetap pula akan menambah konsumen baru karna jika kualitas produk kami bagus pelanggan akan berbicara dari mulut kemulut jadi mudah untuk mendapatkan konsumen dan kami merasa sangat terbantu dengan adanya BUMDesKarang Alam ini, kesejahteraan jadi meningkat dan perekonomian kami bisa sedikit terbantu dan jumlah pengangguran di desa kami sudah mulai sedikit berkurang karna yang awalnya kami hanya bekerja sebagai petani kini kami sudah mempunyai pekerjaan sampingan di BUMDesKarang Alam”.¹⁸

Dari paparan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa unit produksi paving BUMDesKarang AlamKarang Penang sampang ini melakukan strategi promosinya dengan cara melakukan kerjasama masyarakat diluar sana dengan memanfaatkan konsumen sebagai penyambung lidah dari konsumen sehingga

¹⁶Nasiri, karyawan bidang distribusi BUMDesKarang Alam karang penang sampang, wawancara langsung (23Desember 2022).

¹⁷Bahrawi, Direktur BUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (14 November 2022).

¹⁸Bahrawi, Direktur BUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (30 November 2022).

dengan itu masyarakat dapat lebih mengenal produk tersebut, selain itu BUMDes juga sedikit memanfaatkan media sosial yang ada pada saat inidan juga sering dikenalkan ketika ada pertemuan atau rapat desa/rapat-rapat lain, kebetulan bapak bahrawi selain menjabat direktur BUMDes ia juga menjabat sebagai direktur dua market dan juga memiliki lembaga sehingga dengan lebih mudah beliau melakukan kerjasama dengan orang-orang bahkan dengan orang yang melakukan investasi di market tersebut dari itu BUMDesKarang AlamKarang Penang sampang ini semakin dikenal dan semakin banyak peminatnya, Untuk pendapatan setiap harinya bisa mencapai 1000.000 jika tidak ada kendala sedangkan pendapatan bulanan minimal 15.000.000/bulan..

2. Kendala Strategi Pemasaran Industri Paving Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

Dalam meningkatkan omzet penjualan tentunya setiap usaha memiliki strategi pemasaran tersendiri agar produknya dapat lebih dikenal dan lebih banyak memiliki konsumen, akan tetapi tidak menutup kemungkinan dalam suatu usaha pasti memiliki kendala yang menyebabkan tidak lancarnya suatu usaha, permasalahan yang terjadi pada BUMDesKarang AlamKarang Penang sampang disebabkan dalam empat faktor yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Dari hasil penelitian yang telah peneliti temukan yang telah dipaparkan dalam tutur katanya sebagai berikut:

a) Produk (*Product*)

Berikut petikan wawancara tentang produk dari bapak bahrawi selaku direktur BUMDes:

“Yang menjadi kendala dalam produksi paving pada BUMDes ini diantaranya yaitu faktor cuaca yakni ketika hujan, dimana ketika sering terjadinya hujan maka dapat memperlambat keringnya paving dan juga semakin menurunnya kualitas paving akibat dari terlalu lama dikeringkan”.¹⁹

Selain cuaca hujan yang menjadi salah satu faktor kendala dalam memproduksi, Bapak sayyihu sebagai karyawan menambahkannya:

“sebenarnya sudah cukup berkualitas, hanya saja bahan material untuk Kualitas 2 bergantung pada ada tidaknya transportasi yang mengantarkan barang ke sidoarjo”.²⁰

Bapak bahrawi selaku direktur menambahkan tentang penyebab keterbatasan dana untuk pengembangan produk ke varian lainnya berikut petikannya:

“Dana terbatas karena untuk operasional dan pengembangan belum pernah ada penyertaan modal dari desa, sehingga yang digunakan untuk biaya produksi hanya hasil penjualan saja. Untuk itu sangat penting suntikan dana yang bersifat hibah, karena dengannya banyak hal yang dapat dilakukan oleh BUMDesa”.²¹

Dari hasil wawancara diatas dapat menarik kesimpulan bahwa kendala startegi produksi untuk meningkatkan omzet penjualan yaitu faktor cuaca yang adapat menentukan tingkat kualitas dari produk paving, juga dengan menjaga kualitas bahan material yang di produksi menjadi paving terbatas untuk kualitas dua disebabkan menggunakan pasir jabanan yang membelinya disidoarjo. dan pada tahun 2020 BUMDes mengalami penurunan disebabkan tidak adanya penyertaan modal dari desa sehingga yang digunakan hanyalah hasil dari penjualannya saja.

¹⁹Bahrawi, Direktur BUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (30 November 2022).

²⁰Sayyihu, karyawan BUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (30 november 2022).

²¹Bahrawi, Direktur BUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (30 November 2022).

b) Harga (*Price*)

Selain itu, yang harus diperhatikan dalam meningkatkan omzet penjualan yaitu strategi menentukan harga, adapun kendala yang mempengaruhi menurunnya omzet penjualan dari strategi menentukan harga, Berikut hasil wawancara dari kendala strategi menentukan harga, dari bapak bahrawi selaku direktur:

“Kendala yang dihadapi selama ini diantaranya adalah Kenaikan harga BBM menyebabkan naiknya harga bahan baku paving, Masyarakat masih mengandalkan rabat beton yang notabenehnya tidak dapat menyerap air, kalau paving masih bisa menyerap air, Keterbatasan dana untuk pengembangan produk ke varian lainnya”.²²

Bapak sayyihu selaku karyawan menambahkan:

“untuk menentukan harga setiap macam paving itu dilihat dari bahan materialnya jika bahan materialnya naik maka harga paving juga dinaikkan sedangkan harga bahan materialnya mengikuti harga BBM, jadi kami harus menyesuaikan harga agar tidak berakibat pada turunnya omzet yang kami punya”.²³

Bapak bahrawi direktur menambahkannya kembali:

“Iya harga tetap mengambil dari tiap meter paving, dulu pada tahun 2019 harga pasir jabanen masih seharga 1.500.000 harga paving kami jual 50.000 permeter, dan sekarang harga pasir tersebut naik menjadi 1.700.000 maka kami jual paving tiap meternya itu seharga 70.000”²⁴

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala dari strategi menentukan harga untuk meningkatkan omzet penjualan yaitu dengan melihat pada harga bahan baku atau bahan materialnya, sedangkan harga bahan material mengikuti naik turunnya harga BBM kemudian ditentukan setiap meternya jika

²²Sayyihu, karyawan BUMDesKarang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (20 november 2022).

²³Sayyihu, karyawan BUMDesKarang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (20 november 2022).

²⁴Bahrawi, Direktur BUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (14 November 2022).

pasir seharga 1.500.000 maka produk paving permeternya seharga 50.000 dan jika harga pasir 1.700.000 maka paving tiap meternya seharga 70.000.

c) Tempat/Distribusi(Place)

Bapak nasiri selaku karyawan BUMDes menuruskannya tentang kendala strategi distribusi:

“Sulitnya transportasi seperti yang saya katakan sebelumnya ketika mau mengambil pasir jabanang yang dari sidoarjo harus menunggu mobil angkutan milik desa yang mau ke sidoarjo, sedangkan jika menghususkan transportasi hanya untuk mengangkut pasir jabanang yang di ambil dari sidoarjo itu tidak seberapa dengan harga pasir ketika dijumlah dengan harga BBM nya”.²⁵

Bapak sayyihu selaku karyawan menambahkan:

“Kami hanya menyediakan satu alat transportasi sedangkan konsumennya cukup banyak sehingga dapat menyebabkan keterlambatan dalam pengiriman”.²⁶

Kutriyah selaku konsumen juga menurukan pendapatnya tentang strategi distribusi:

“terkadang ada keterlambatan dalam pengantaran barang, mungkin disebabkan kurangnya transportasi pengantaran barang, akan tetapi dengan kedisiplinan distributor, distributor bisa mengantarkan barangnya lebih cepat tidak hanya stagnan”.²⁷

Bapak muafi selaku karyawan menurukan tentang plice:

“Tempat pengeringan paving yang kurang sehingga ketika paving kehujanang akan mengurangi kualitas paving atau bisa jadi cepat terpecah”.²⁸

²⁵Bahrawi, Direktur BUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (14 November 2022).

²⁶Sayyihu, karyawan BUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (20 november 2022).

²⁷Kutriyah, konsumen BUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (14 November 2022).

²⁸Muafi, konsumen BUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (14 November 2022).

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala strategi distribusi yaitu kurangnya transportasi yang bisa mengantarkan ketempat konsumen dengan strategi distribusi yang menghantarkan barang sampai tepat waktu kerumah konsumen, dalam hal ini ada sedikit keterlambatan dalam pengantaran. Dikarenakan konsumen BUMDes cukup banyak hal itu dapat memperlambat sampainya barang ketempat konsumen, akan tetapi meski hanya menggunakan 1 transportasi, distributor tetap berupaya untuk menyampaikan barangnya dengan tepat waktu dan ada konfirmasi terlebih dahulu kepada para konsumen sehingga konsumen merasa puas terhadap pelayanan dari distributor BUMDes Karang Alam Karang Penang sampang. karena bagi BUMDes, unit produksi paving ini kepuasan konsumenlah yang menjadi target utama dengan harga yang relatif murah dan sikap distributor yang ramah, konsumen merasa puas terhadap strategi distribusi yang digunakannya sehingga dengan itu dapat meningkatkan omzet penjualan.

d) Promosi(Promotion)

Untuk meningkatkan omzet penjualan yang harus diperhatikan adalah strategi promosi, karena semakin produk dikenal maka semakin bertambah juga konsumen sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan disuatu usaha namun tidak menutup kemungkinan dalam strategi promosi suatu usaha tidak memiliki kendala dibidang promosi, adapun kendala yang terjadi pada BUMDes unit produksi paving ini sebagaimana berikut petikan wawancara tentang promosi Bapak Bahrawi selaku direktur:

“kurangnya orang yang mengaplikasikan media internet dibidang promosi, jadi insya allah kedepannya akan kami perbaiki dengan memanfaatkan media internet yang ada saat ini”.²⁹

Bapak sayyihu selaku karyawan menamabahkan tentang kelemahan yang menjadi keluh kesah dari konsumententang strategi promosi:

“Dalam masalah kelemahan maupun keluh kesah dari konsumen sejauh ini masih belum ditemukan, dan harapan kami semoga dengan berjalan nya waktu BUMDes ini berdiri kami selalu bisa memberikan yang terbaik sesuai dengan apa yang konsumen inginkan dan terus selalu membuat konsumen puas dengan hasil kami, dan dari ini kami akan belajar lagi demi kenyamanan konsumen dan masyarakat sekitar”.³⁰

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala strategi promosi yang terjadi padaBUMDesKarang Alam karang penang sampang yaitu kurangnya pemanfaatan media sosial agar lebih dikenal lebih luas dari berbagai penjuru baik nasional bahkan internasional.

C. Temuan Penelitian

1. Starategi Pemasaran Di BUMDesKarang AlamKarang Penang Sampang

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil observasi dilapangan, penelitidapat menenmukan beberapa temuan peneliti yang sesuai dengan fokus penelitian yaitu:

a) Produk (*Product*)

- 1) Unit produksi paving BUMDesKarangAlam Karang Penang Sampang dalam segi strategi produk yaitu dengan mengutamakan

²⁹Bahrawi, Direktur BUMDes Karang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (14 November 2022).

³⁰Sayyihu, karyawan BUMDesKarang Alam karangpenang sampang, wawancara langsung (20 november 2022).

kualitas produk dengan tidak sembarang memilih bahan material seperti pasir dan semen, dengan tujuan untuk kepuasan konsumen dan juga masyarakat.

- 2) Unit produksi paving BUMDesKarang AlamKarang Penang sampang dalam strategi produk yaitu memiliki 2 tingkat kualitas dengan 3 variasi paving.

b) Harga (*Price*)

- 1) Strategi menentukan harga yaitu dengan menentukan dari setiap meter paving, melihat dari harga bahan material yang harganya mengikuti harga BBM.
- 2) Pada tahun 2019 harga setiap meter paving untuk kualitas 1 yaitu seharga 50.000, seiring meningkatnya harga BBM saat ini harga paving di BUMDesKarang Alampada tahun 2022 meningkat menjadi seharga 70.000.

Tabel 1.2

ANALISA PENENTUAN HARGA

BAHAN	HARGA
Pasir	18.000
Semen	17.000
Penyusutan Alat produksi	5.000
Air	1000
Ongkos Kerja	7.000
Biaya Transport	4000
Jumlah	52.000
Harga jual	70.000

Sumber: diolah dari hasil wawancara dengan direktur BUMDes.

Tetapi jumlah Harga masih dibawah harga pasar sehingga BUMDes mendapatkan keuntungan yang dari setiap meternya 18.000. yaitu 26 % dari jumlah harga.

c) Tempat/distribusi (*Place*)

- 1) Unit produksi paving BUMDesKarang AlamKarang Penang sampang dalam strategi plice (tempat/distribusi), Pavingisasi sangat tepat untuk daerah karang penang sampang yang memiliki kundur tanah labil saat musim penghujan dan bergerak saat musim kemarau, dan ini sangat riskan terhadap pembangunan infrastruktur terutama pengerasan jalan dengan rabat beton, pengaspalan dan bahkan tembok penahan tebing, dan pavingisasi sangat cocok untuk menjawab tantangan. Juga distribusi yaitu dengan membantu para pembeli dalam memilih jenis paving yang di inginkannya dan dibutuhkan juga menerapkan sikap jujur, bertanggung jawab, tidak sombong dan sangat ramah..
- 2) LokasiBUMDes berdekatan dengan rumah kepala desa Karang Alam dan karyawan yang bekerja di industri paving BUMDesKarang Alamini keseluruhan adalah penduduk asli desa Karang Alampenang.
- 3) BUMDesKarang Alam karang penang sampang termasuk dalam kategori maju sesuai dengan kriteria penilaian DPMD Jawa Timur.

d) Promosi (*Promotion*)

- 1) Unit produksi paving BUMDesKarang Alam Karang Penang Sampang dalam strategi promosi yaitumenggunakan promosi

personal selling, diantaranya memanfaatkan konsumen, kerjasama dengan toko-toko dan lembaga dan juga keikutsertaan masyarakat sebagai penyambung lidah ketika mempromosikan langsung dan menggunakan media internet ketika melakukan pemasaran tidak langsung.

- 2) Untuk kerja sama yang telah dilakukan oleh BUMDesKarang Alam karang penang sampang yaitu kurang lebih sudah 10 lembaga.

2. Kendala Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Di BUMDesKarang AlamKarang Penang Sampang

a) Produk (*Product*)

- 1) Kendala yang terjadi pada strategi pemasaran BUMDesKarang Alam karang penang sampang yaitu dari faktor cuaca yang berakibat pada tingkat kualitas paving, dimana paving membutuhkan panas terik matahari.
- 2) Untuk paving kualitas 2, kendala yang terjadi yaitu kurangnya bahan material berupa pasir jaban yang adanya hanya di Sidoarjo.

b) Harga (*Price*)

Kendala yang terjadi dalam menentukan harga yaitu naik turunnya harga BBM yang berakibat pada naik turunnya harga bahan material untuk memproduksi.

c) Tempat(*Place*)

Kendala yang dihadapi pada BUMDesKarang Alam Karang penang sampang dalam strategi tempat yaitu kurangnya penjemuran atau pengeringan paving, sedangkan paving membutuhkan panas terik matahari untuk menjaga kualitas paving, namun ketika cuaca tidak stabil atau turun hujan maka paving hanya ditutup dengan menggunakan terpal tidak ada tempat yang memadai untuk melindungi paving dari air hujan.

d) Promosi (*Promotion*)

Kendala yang terjadi dalam strategi promosi yaitu terletak pada minimnya pemanfaatan media sosial yang ada saat ini seperti instagram, shope, lazada, dll.

D. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran Industri Paving di BUMDesKarang Alam Karang Penang Sampang.

Strategi pemasaran merupakan cara atau mengatur rencana bagaimana perusahaan dapat menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen dalam bidang pemasaran. Saat ini strategi pemasaran sangatlah dibutuhkan atau bahkan menjadi hal terpenting dalam perusahaan, karena pada era modern ini tidak hanya produk saja yang harus berkualitas akan tetapi bagaimana perusahaan bisa menetapkan harga dengan relatif murah juga menyesuaikan dengan kualitas produk dan juga pelayanan distributot dalam mendistribusikan produk sehingga barang tersebut sampai ketangan konsumen dengan baik, kemudian agar produk lebih dikenal perusahaan juga harus mengatur strategi pemasaran dibidang

promosi, dengan promosi produk akan bisa menjadi lebih dikenal oleh masyarakat sehingga jika produk semakin dikenal oleh masyarakat tidak menutup kemungkinan akan semakin meningkatnya konsumen.³¹

BUMDesKarang AlamKarang Penang sampang memiliki strategi pemasaran yang cukup relatif guna untuk meningkatkan omzet penjualan dengan menggunakan 4p yaitu:

a) Produk (*Product*)

Menurut kotler 2002 dalam Daryanto 2019 produk adalah sesuatu yang ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi, sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan intensitas kompetisi dipasar memaksa perusahaan untuk mengupayakan adaptasi produk yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif atas pesaing karena adaptasi produk dapat memperluas basis pasar lokal dan ditingkatkan untuk preferensi lokal tertentu konsumen semakin banyak memiliki alternatif dan sangat hati-hati dalam menentukan keputusan untuk melakukan pembelian dengan mempertimbangkan faktor-faktor kebutuhan keunggulan produk, pelayanan dan perbandingan harga sebelum memutuskan untuk membeli.³²

Produk yang ditawarkan oleh BUMDesKarang Alam karang penang sampang merupakan produk yang berkualitas yang memiliki 3 varian dengan dua macam jenis paving yang bertujuan untuk menarik minat konsumen serta membuat puas konsumen, karena minat konsumen serta kepuasan konsumenlah

³¹Fandy Tjiptono, Ph.D dan graegorius chandra edisi 2, *PemasaranStrategik*,(Yogyakarta: Cv.Andi Offset,2012), 193. Sofjan Assuari, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Persada 2013), 167

³²Ahmad Mas'ari, Muhammad Ihsan Hamdy, Mila Dinda Safira, "Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau", *Jurnal Teknik Industri*, 5, No.2, (2019), 82.

yang menjadi tujuan utama dalam setiap perusahaan termasuk BUMDesKarang Alam Karang PenangSampang yang sangat mengutamakan kualitas dengan menjaga kualitas dari bahan materialnya agar memberikan hasil yang baik terhadap konsumen implementasi indikator produk di BUMDes karang penang alam karang penang sampang sudah berjalan dengan baik.

b) Harga (*Price*)

Nilai dari suatu barang yang diukur dengan uang termasuk daftar harga promo, jangka waktu pembayaran, syarat, kredit, harga memegang peranan penting dalam proses terjadinya kesepakatan dalam jual beli dalam menuntukan pilihan harga tentunya menjadi salah satu hal yang dipertimbangan.³³

Secara umum harga yang ditawarkan oleh BUMDesKarang AlamSampang cukup bersaing dengan genting yang sudah lumrah diproduksi di desa Karang Alam yang ada disekitarnya yang mana harga lebih terjangkau begitu juga harga berdasarkan kualitas dari paving yang terdapat dua macam kualitas yang mana cara menentukan harganya dengan mengambil setiap meter paving, kualitas 1 yaitu seharga 60.000 sedangkan kualitas 2 yakni yang lebih berkualitas yaitu 1M x 70.000 guna meningkatkan kepuasan pelanggan dalam memilih paving yang lebih di inginkan, adapun cara menentukan harga dari tiap meter paving yaitu dengan menghitung jumlah harga bahan material, setiap 1 truk semen menjadi 15 grobak, 3 grobak dan 1 sak semen menjadi 10 meter, dan tiap 1 meter paving berjumlah 42 biji dan dapat menghabiskan pasir tidak sampai 1 grobak yang setelah dirinci kembali harga pasir permeternya 18.000 dan jumlah keseluruhan harga yaitu 52.500,tetapi jumlah harga masih dibawah harga pasar sehingga

³³Desy Dwi Sulastriya Ningsih, M Ruslianor Maika,"Strategi Bauran Pemasaran 4p Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar Di Sidoarjo", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6, no.3, (2020), 2.

BUMDes mendapatkan keuntungan dari setiap meternya 18.000, dan dijual seharga 70.000, maka laba yang diperoleh yaitu 26% dari jumlah harga.

Sedangkan sejak dimulainya produksi paving hingga saat ini terus mengalami peningkatan baik produksi maupun pesanan dari berbagai pihak terutama rumah tangga dan lembaga pendidikan serta lembaga keagamaan. Adapun kondisi keuangan pada BUMDesKarang Alam karang penang sampang masih stabil dan dalam kategori sehat, dimana tahun 2020 mendapat tambahan penyertaan modal dari pemerintah desa Karang Penang Onjur guna meningkatkan produksi dan menguatkan modal usahaBUMDesa Karang Alam karang penang sampang. Hal ini menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan oleh BUMDesa dinilai baik dan sehat.

c) **Tempat/Distribusi (*Place*)**

Distribusi adalah proses menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada target konsumen dari saluran distribusi untuk *consumer product market*, perantara yang langsung berhubungan dengan konsumen adalah retailer atau pengecer, kegiatan distribusi sangat berpengaruh dan bergantung pada quantity atau jumlah barang yang terdapat di gudang.³⁴

Lokasi yang bagus juga akan menjadi pendukung dari suatu perusahaan, yang mana lokasi yang bagus dan cukup luas dapat memudahkan konsumen untuk datang langsung ke lokasi dan jika konsumen tidak ingin datang ke lokasi maka suatu usaha bisa menyediakan distributor untuk menyalurkan atau menyampaikan produk ketangan konsumen hal ini akan menambah kepuasan pelanggan dalam pelayanan dari distributor agar konsumen tidak kebingungan ketika sudah

³⁴Thessa Natasya Karundeng, Silvy L. Mandey, Jacky S.B. Sumarawu, "Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado)", *Jurnal Emba*, 6, No. 3 (Juli 2018), 1750.

memasuki lokasi atau bahkan tidak datang ke lokasi sekalipun dengan cara menghubungi. BUMDes Karang Penang Sampang memiliki tempat yang cukup luas dan juga menyediakan jasa antar paving dan bahkan jasa pemasangan paving jika konsumen menginginkannya, yang terpenting BUMDes Karang Aklam Karang Penang Sampang menyediakan segala jasa yang diinginkan konsumen karena bagi BUMDes kepuasan pelangganlah yang menjadi poin terpenting dalam usaha.

d) Promosi (*Promotion*)

Menurut Tanton dalam Suyanto, 2013 dalam Daryanto, 2019 dalam Ahmad Mas'ari 2019, promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahu, membujuk, dan mengingatkan tentang produk pada suatu perusahaan. Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan sasaran pasar atas produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.³⁵

Agar produk lebih mudah dikenal oleh masyarakat, BUMDes Karang Alam Karang Penang Sampang melakukan strategi promosi dengan beberapa cara yaitu dengan strategi promosi *personal selling* juga media sosial berupa WA dan Facebook untuk meningkatkan omzet penjualan, keikutsertaan masyarakat Karang Alam, konsumen, bekerja sama dengan pemilik toko-toko, yayasan dan juga dengan memanfaatkan konsumen agar bisa menyampaikan dari mulut ke mulut bagaimana kualitas produk, varian, dan juga harga yang terjangkau selain itu BUMDes juga menggunakan media sosial yang ada saat ini berupa WA dan

³⁵Ahmad Mas'ari, Muhammad Ihsan Hamdy, Mila Dinda Safira, "Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau", *Jurnal Teknik Industri*, 5, No.2, (2019), 82

Facebook meskipun belum dimaksimalkan. Adapun kerjasama yang telah dilakukan dengan beberapa lembaga pendidikan diantaranya dengan yayasan al-jazirah jl. Masjid baiturrohman desa gunung kesan meliputi peningkatan kapasitas tenaga kerja karena yayasan itu memiliki lembaga pelatihan ketenagakerjaan (LPK) serta pemasaran produk dan yayasan al-jazirah menjadi lembaga pendidikan pertama yang menggunakan paving BUMDesa Karang Alam, kemudian yayasan sunan giri desa Karang Penang Onjhur, masjid sumber desa Gunung Kesan, madrasah sunan ampel desa gunung kesan dan pondok pesantren miftahul ulum Panyeppeen Pamekasan, pondok pesantren miftahul ulum sumber kebun pangereman, pondok pesantren darul rohman Blu'uran Karang Penang, madrasah dan masjid tanah den blu'uran karan penang dan masih banyak lembaga yang lain yang sedang menjajaki kerjasama.

2. Kendala Strategi Pemasaran Industri Paving Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan DiBUMDesKarang AlamKarang Penang Sampang

Omzet penjualan merupakan keseluruhan dari jumlah pendapatan selama membangun usaha, untuk mengetahui rugi tidaknya usaha maka harus mengetahui besaran omzet, omzet akan dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. BUMDes Karang Alam Karang Penang sampang menggunakan beberapa strategi untuk meningkatkan omzet penjualan yaitu strategi promosi *personal selling* dan juga media sosial berupa WA dan Facebook untuk meningkatkan omzet penjualan, keikutsertaan masyarakat Karang Alam, konsumen dan juga penetapan harga

yang terjangkau. Namun dalam suatu usaha adakalanya terhambat karena suatu kendala, adapun kendala yang terjadi pada unit usaha produksi paving yaitu:

a) Produk (*Product*)

Produk merupakan bahan utama yang harus diperhatikan untuk dapat mencapai tingkat omzet penjualan yang baik pengembangan suatu produk atau jasa yang dikembangkan di BUMDes Karang Alam Karang Penang sampang yaitu dengan menjaga kualitas dan varian dari produk juga manfaat dari setiap varian paving dengan kebutuhan konsumen, namun kendala yang terjadi dari segi produk pada BUMDes Karang Alam Karang Penang sampang yaitu dari faktor cuaca dimana produksi paving membutuhkan panas trik matahari untuk meningkatkan kualitas paving dan kurangnya bahan material yakni pasir jabanang yang adanya hanya di Sidoarjo.

b) Harga

Selain produk yang diperhatikan BUMDes Karang Alam Karang Penang sampang yaitu harga, Harga merupakan salah satu faktor penarik pelanggan baru dalam strategi pemasaran, dengan menentukan harga yang terjangkau dapat membuat konsumen tertarik terhadap produk BUMDes, namun dalam penetapan harga paving biasanya disesuaikan dengan biaya produksi dan biaya transportasi dalam hal ini yang menjadi kendala dalam menentukan harga yaitu disesuaikan dengan naik turunnya harga BBM. Sedangkan harga dari setiap meter paving jika pasir seharga 1.500.000 maka produk paving permeternya seharga 50.000 dan jika harga pasir 1.700.000 maka paving tiap meternya seharga 70.000, adapun kenaikan yang terjadi pada BUMDes sebesar 20.000.

c) Tempat/Distribusi(*Place*)

Kendala yang dihadapi pada BUMDesKarang Alam karang penang sampang yaitu dari segi tempat penjemuran atau pengeringan paving dimana paving membutuhkan panas terik matahari untuk menjaga kualitas paving, namun ketika cuaca tidak stabil atau turun hujan maka paving hanya ditutup dengan menggunakan terpal tidak ada tempat yang memadai untuk melindungi paving dari air hujan. selanjutnya distribusi merupakan hal yang sering jadi perhatian dari setiap konsumen yang berkaitan dengan pelayanan distributor, sikap, tanggung jawab dari distributor, dan cara bagaimana produk bisa sampai ketangan konsumen, strategi distribusi di BUMDesKarang Alam Karang Penang sampang ini distributor bersikap baik, ramah dan welcome kepada konsumen, yaitu dengan membantu para konsumen dalam memilih paving yang konsumen butuhkan dengan pelayanan yang baik yaitu dengan menyediakan jasa antar dan pasang paving atau bisa dikatakan tergantung dari permintaan konsumen. Karena konsumen BUMDesKarang Alam tidak hanya dari penduduk desa Karang Alam saja namun juga dari berbagai desa yang ada di kabupaten Sampang hingga luar kota. Karena konsumen yang berasal dari berbagai daerah tidak semuanya mampu menjangkau BUMDesKarang Alam sehingga jasa antar dan pasang paving menjadi alternatif yang menguntungkan semua pihak. Namun kendala yang dihadapi BUMDesKarang Alam yaitu terletak pada penyediaan alat transportasi berupa mobil pick up sehingga jasa antar paving menjadi kurang maksimal

selanjutnya setelah produk tersedia, harga sudah ditentukan dan juga saluran distribusi sudah siap maka hal selanjutnya yang harus dilakukan untuk

bisa membuat produk lebih dikenal dan diketahui oleh masyarakat suatu usaha harus menggunakan strategi promosi.

d) Promosi(Promotion)

Dalam strategi promoosi BUMDes menggunakan promosi personal selling, media sosial, dan juga keikut sertaan masyarakat Karang Alam karang penang sampang karena memang BUMDes ini di peruntukkan untuk kesejahteraan msyarakat Karang Alam karang penang sampang. Namun kendala yang dihadapi terletak pada minimnya pemanfaatan media sosial yang ada saat ini.

Tabel 1.3.

DAFTAR OMZET PENJUALAN

Tahun	Besaran omzet
2019	54.000.000
2020	50.000.000
2021	75.000.000
2022	128.689.000

Sumber: data di olah dari hasil wawancara bersama direktur BUMDes.

Dari tabel diatas dapat di simpulkan bahwa pada tahun 2020 BUMDes mengalami penurunan atau tidak mengalami peningkatan yang disebabkan covid 19 bukan karena salah dalam mengatur strategi pemasaran akan tetapi memang pada saat itu ekonomi di indonesia sangatlah anjlok disebabkan terdampaknya namun pada tahun setelahnya yaitu tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 25.0000.000 dan di tahun berikutnya yaitu tahun 2022 BUMDes mengalami

peningkatan yang cukup tinggi dari sebelumnya yaitu meningkat sejumlah +- 53.000.000, dan bisa dikatakan berkembang dengan sangat pesat, dikarenakan pada tahun tersebut ada penambahan penyertaan modal dari provinsi dan digunakan untuk menambah mesin produksi dan mixer untuk pengolahan adukannya, berarti dapat disimpulkan bahwa dari tahun ketahun BUMDes selalu mengalami peningkatan kecuali pada tahun 2020 dimana pada tahun itu indonesia terdampak covid 19 yang mengakibatkan ekonomi di indonesia menurun.