

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Profil UD Literasia Desa Ambunten Timur Kabupaten sumenep

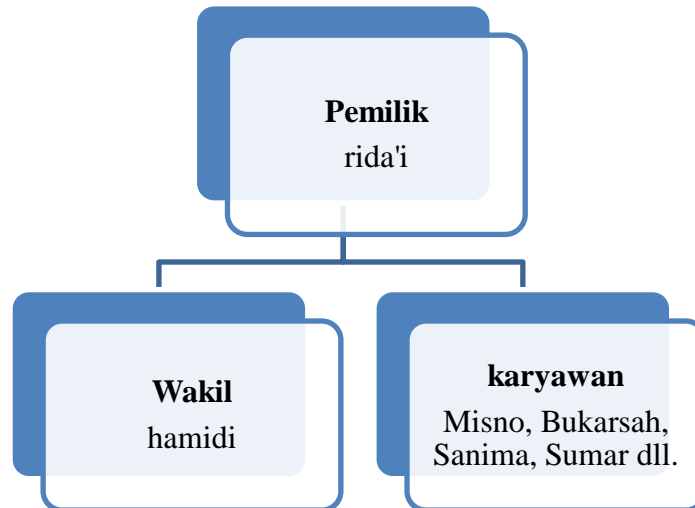
1. Sejarah Singkat UD literasia Desa Ambunten Timur Kabupaten Sumenep

UD. Literasia merupakan salah satu industri terasi yang berada di desa Ambunten Timur Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep yang berdiri sejak tahun 1970an, awal pertama kali berdiri UD. Literasia ini hanya mengelola udang lokal saja, dan ketika tidak sedang musim udang, industri tersebut tidak berproduksi. akan tetapi sejak di kelola oleh Bapak Rida'i industri ini tetap berproduksi meskipun tidak sedang musim udang dengan membeli bahan baku udang rebon di luar daerah seperti di Tuban.

Awal mula berdirinya UD. Literasia ini didirikan oleh Ibu Hartani beliau mengelola usaha tersebut sejak tahun 1970an sampai 1980an. Kemudian diteruskan oleh putranya yang bernama Pak Mutahye dari tahun 1980an sampai tahun 2000an. Sejak tahun 2000an sampai sekarang dikelola oleh pak Rida'i yang merupakan putra dari Bapak Mutahye.

2. Struktur Perusahaan

Gambar 4.1
Struktur Perusahaan



3. Visi-Misi UD Literasia

Visi:

- a. Menghasilkan produk yang berkualitas
- b. Meningkatkan perekonomian masyarakat

Misi:

- a. Membangun masyarakat yang mandiri
- b. Mempererat hubungan tali silaturahmi
- c. Menjadi produsen terbesar seMadura

B. Paparan data

1. strategi *marketing* 4p dalam meningkatkan penjualan UD. Literasia

Desa Ambunten Timur Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapai suatu perusahaan. 4P memiliki peran seperti, pertukaran dimana konsumen dapat membeli produk yang berasal dari produsen. UD literasi merupakan suatu usaha yang mengelola terasi yang mana dalam mengelola suatu produk masih melihat bahan baku yang digunakan serta melakukan fermentasi produk. Sepertihalnya paparan wawancara kepada pemilik UD literasia :

“Produk yang diproduksi oleh UD literasia sangat mementingkan bahan baku yang digunakan, sepertihalnya melalukan fermantasi bahan baku untuk menyesuaikan kebutuhan produk yang akan dijual. Misalnya memilih Udang yang berkualitas untuk pembuatan terasi tersebut. yang dimaksud udang yang berkualitas disini adalah udang bersih yang tidak bercampur dengan sampah, seperti sampah daun-daun kering yang ada di laut.”¹

Hal yang sama yang disampaikan oleh bapak Hamidi selaku wakil dari pemilik UD literasi tersebut, berikut percikan wawancaranya:

“UD literasia merupakan salah satu perusahaan terasi yang masih bertahan hingga saat ini yang berdiri sejak 1970-an alhamdulillah, mengalami peningkatan meskipun masih belum dikatakan stabil. Salah satu acuan yang dilihat dari segi produknya yaitu pedulinya terhadap kualitas bahan baku yang digunakan, seperti halnya udang yang berkualitas. Tentunya ada perbedaan harga. Selain itu disana juga membedakan ukuran pengemasan produk sesuai pemesan para konsumen.”²

Untuk lebih memperkuat paparan diatas, berikut wawancara kepada salah satu konsumen UD Literasia, berikut hasil wawancarnya:

¹ Rida'i, Pemilik UD. Literasia, Wawancara Langsung (2 Juli 2023)

² Hamidi, Wakil UD. Literasia, Wawancara Langsung (2 Juli 2023)

“Produk UD literasia sangat mementingkan kualitas produk dengan bahan baku yang digunakan, saya sudah menjadi pelanggan setia hampir 3 tahunan, alhamdulillah barang yang saya jual di toko terjual laris, dengan berbagai aneka kemasan, seperti terasi super dan terasi biasa dengan harga yang berbeda pula.”³

Bapak Rida'i selaku pemilik UD Literasia mengatakan pendapatnya sebagai berikut:

“Bahan baku yang berkualitas merupakan salah satu prinsip saya dalam memproduksi produk UD Literasia Ini, karna tujuannya untuk kepuasan pelanggan, di era persaingan bisnis sekarang tentunya banyak pesaing yang memang lebih mementingkan kualitas, jadi hal tersebut membuat trobosan bagi saya untuk tetap bertahan dalam usaha ini, meskipun bahan baku yang digunakan sulit di cari ketika tidak musim.”⁴

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk itu sangat utama, karna ditengah persaingan bisnis banyak konsumen yang lebih melihat kualitas dari pada kuantitas, sepertihalnya UD literasia untuk tetap mempertahankan usahanya ketika dilihat dari Produk yaitu memilih bahan baku yang berkualitas misalnya udang rebon yang bersih dan kemudian melakukan fermentasi suatu produk. Dengan cara tersebut tentunya akan memuaskan hati para konsumen.

Selain itu harga juga berpengaruh terhadap tingkat penjualan dalam suatu perusahaan. Karna harga menjadi sesuatu yang sangat penting dalam artian apabila harga suatu barang teralul mahal tidak sesuai dengan kualitas tentunya akan mengakibatkan barang tidak laku, serta penetapan harga akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang diperoleh. Jadi perlu mempertimbangkan dengan tepat sasaran. UD. Literasia dalam menetapkan harga dilihat dari kualitas produk dan kemasan suatu produk, seperti paparan dari Pemilik UD literasi desa Ambunten sebagai berikut:

³ Sitti, Konsumen UD. Literasia, Wawancara Langsung (10 Juli 2023)

⁴ Rida'i, Pemilik UD. Literasia, Wawancara Langsung (2 Juli 2023)

“UD literasi merupakan perusahaan yang turun temurun, saya melanjutkan usaha ini dari orang tua saya, cuman bedanya ketika dalam kepemilikan saya sangat berbeda dengan dulu dengan adanya perkembangan zaman dan persaingan bisnis yang sangat banyak, tentunya perlu mengetahui strategi supaya tetap bertahan, seperti halnya harga. Dalam menetapkan harga UD Literasi Masih melihat harga bahan pokok serta gaji karyawan, dan juga kemasan produk, ada yang harga 50 dengan kualitas super dan ada juga dibawah harga tersebut.”⁵

Untuk lebih memperjelas dari paparan diatas, berikut hasil wawancara terhadap salah satu karyawan UD Literasi yaitu Bapak Misno berikut paparannya:

“disini dalam menentukan harga tentunya melihat kemasan yang dibuat, untuk terasi super kemasan 1 kg dijual dengan harga RP. 50.000, kemasan ½ kg dijual dengan harga Rp. 25.000 dan untuk kemasan ¼ kg dengan harga Rp. 15.000. untuk terasi biasa 1kg dijual dengan harga RP. 40.000, ½ kg dijuwal dengan harga Rp. 20.000 dan untuk ¼ kg dijual dengan harga Rp. 10.000”⁶

Dari hasil Paparan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan harga tentunya harus memikirkan keuntungan juga, seperti melihat harga bahan baku yang kemudian dijumlahkan dengan gaji karyawan serta juga melihat kualitas produk dari berbagai kemasan tersebut. selain loyalitas konsumen juga perlu diperhatikan dalam menentukan suatu harga, karna banyak konsumen yang lebih mementingkan kualitas serta kemasan yang sesuai. Dengan menerapkan hal tersebut tentunya dapat memepertahankan tingkat penjualan dari tiap tahunnya.

Strategi marketing 4p juga meliputi promosi. Promosi merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan bagi suatu perusahaan. Seperti UD Literasia dalam melakukan promosi juga menyeimbangi dengan pesaing bisnis lainnya. Diperusahaan ini lebih mementingkan keuntungan perusahaan meskipun melakukan promosi tidak menggunakan media hanya saja dari mulut kemulut dan memperbanyak relasi dengan distributor dari berbagai daerah di pulau Madura

⁵ Ibid.

⁶ Misno, karyawan UD. Literasia, Wawancara Langsung (5 Juli 2023).

dan luar Madura serta membangun relasi dengan pedagang-pedagang besar yang berada di Luar Madura. Berikut hasil wawancaranya dengan pemilik UD Literasia:

“Diperusahaan ini dalam memasarkan suatu produk tidak menggunakan promosi secara online (media sosial), karena memang disini lebih menggunakan sistem target, dalam artian lebih mengedepankan keuntungan. alhamdulillah meskipun tidak memasarkan lewat media, produk di UD ini tetap terjual karna memang saya lebih banyak relasi dengan pedagang-pedagang besar baik di daerah tuban, surabaya, Mojokerto dll. selain itu saya lebih mengadu kualitas sehingga banyak pedagang besar yang tertarik pada produk saya.”⁷

Untuk memperkuat hasil paparan diatas, berikut paparan yang sama oleh karyawan UD Literasia desa Ambunten:

“UD literasi merupakan salah satu industri yang cukup besar, disini meskipun tidak mempromosikan secara online tidak berpengaruh terhadap hasil penjualan perusahaan ini. Selain itu kami lebih melihat bahan baku yang berkualitas supaya pelanggan tetap loyal kepada UD Literasia.”⁸

Selain paparan diatas, berikut wawancara dari wakil UD Literasia untuk memperkuat hasil wawancara diatas:

“Kami tidak terlalu banyak memikirkan dalam mempromosikan suatu produk, karna lebih mengadu kualitas produk untuk tetap memepertahankan penjualannya, karna terasi ini beda dengan makanan atau bisnis industri lainnya, disini lebih memperbanyak relasi dengan distributor-distributor terasi dan pedagang besar supaya nantinya UD ini tetap berjalan.”⁹

Dari Hasil paparan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam mempromosikan produk perlu juga mengedepankan kualitas bahan baku, UD literasia tidak melakukan promosi secara online ataupun media lain, hanya saja dari mulut kemulut sepertihalnya memperbanyak relasi dengan pengusaha terasi yang lebih besar, serta para distributor yang berada di dalam maupun luar daerah.

⁷ Rida'i, Pemilik UD. Literasia, Wawancara Langsung (8 Agustus 2023).

⁸ Misno, Karyawan UD. Literasia, Wawancara Langsung (5 Juli 2023).

⁹ Hamidi, Wakil UD. Literasia, Wawancara Langsung (2 Juli 2023).

Kepercayaan pelanggan itu penting dengan tetap mempertahankan kualitas produk yang sudah dianggap nyaman.

Adapun jika dilihat dari saluran distribusi atau tempat (*Place*) merupakan salah satu bagian terpenting dari marketing 4p. Tempat yang strategis dan mudah dijangkau. Tempat atau saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin baik strategi lokasi atau tempat dan saluran distribusi yang dipilih hal ini disebabkan supaya konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa. UD literasia terletak di dekat pasar baju kecamatan ambunten yang sangat strategis dan mudah dijangkau. UD. Literasia menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Sepertihalnya yang disampaikan oleh pemilik UD literasia, berikut paparannya:

“UD literasia memiliki tempat yang cukup strategis dan dalam menyalurkan pendistribusiannya langsung dikirim ke tempat pelanggan dengan menggunakan jasa pengiriman melalui mobil pick up ataupun truk, yang bertujuan agar tidak terjadi penipuan dan langsung sampai ke tempat pelanggan. Untuk pelanggan sendiri biasanya ada yang memang untuk dikonsumsi sendiri dan kebanyakan untuk dijual lagi, seperti pengecer maupun pedagang besar.”¹⁰

Untuk lebih memperkuat paparan diatas, berikut wawancara kepada bukarsah salah satu karyawan yang biasa melakukan pengiriman barang di UD literasia, berikut percikan wawancaranya:

“dalam mengirim barang saya mengantarkan ke tempat pembeli langsung, dengan arahan dari pemilik UD literasia, selain itu saya mengirim keluar kota kadang 1 ton kadang kurang dari itu, akan tetapi untuk pengiriman di tempat terdekat hanya beberapa kilogram saja, sesuai pemesanan para konsumen tersebut”¹¹

¹⁰ Rida'i, Pemilik UD. Literasia, Wawancara Langsung (8 Agustus 2023).

¹¹ Bukarsah, Karyawan UD. Literasia, Wawancara Langsung (5 Juli 2023).

Selain itu, pemilik UD literasia juga memberikan beberapa tanggapan yang bersangkutan dengan wawancara diatas, berikut hasil wawancaranya:

“untuk lebih mengantisipasi pesanan para konsumen, saya memasrahkan kepada salah satu karyawan yang sudah saya percayai, baik itu pemesan sekala besar atau pun kecil, UD literasia ini lebih mementingkan kepercayaan pembeli dan juga memanajemen waktu sampainya pemesan tersebut, dengan banyak nya pelanggan tentunya dalam menyalurkan suatu produk tidak perlu bingung lagi. Selain tempat yang Strategis kami juga menyalurkan produknya dengan sistem kekeluargaan.”¹²

Dari paparan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa UD Literasia dalam melakukan Pendistribusian dilakukan dengan tepat waktu, dan diantarkan langsung ke tempat pembeli baik pembelian skala besar ataupun kecil, selain itu perusahaan ini lebih mementingkan kenyamanan konsumen. dan juga tempat yang digunakan cukup luas dan strategis. UD literasia selalu menerima pesanan untuk diantarkan ke tempat, baik di kota sendiri maupun di luar kota, cuma hanya toko-toko kecil di wilayah Ambunten dan sekitarnya saja yang membeli langsung ditempat. Jadi dapat disimpulkan bahwasannya penerapan bauran pemasaran dengan variabel 4p (*product, Place, Price, dan promotion*) sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dalam suatu perusahaan.

2. Faktor-faktor yang menghambat penerapan marketing 4p terhadap peningkatan penjualan UD Literasi desa Ambunten Timur Kabupaten Sumenep

Faktor-faktor yang menghambat penerapan marketing 4p di UD. Literasia desa Ambunten Timur Kabupaten Sumenep meliputi Bahan baku dan Cuaca. Dari kedua hal tersebut dapat menghambat peningkatan penjualan UD literasia. Pertama bahan baku, merupakan unsur penting yang sangat mempengaruhi

¹² Rida'i, Pemilik UD. Literasia, Wawancara Langsung (8 Agustus 2023).

kegiatan Produksi suatu usaha. Tanpa bahan baku yang cukup maka proses produksi dapat terhambat dan bahkan terhenti. Sepertihalnya UD literasia yang merasakan hambatan dari bahan baku udang yang ada saat musiman saja, tentunya mengalami pasang dan surut dalam pendapatan penjualannya seperti yang dipaparkan oleh Pemilik UD literasia berikut hasil wawancaranya:

“Perusahaan ini tentunya pasti ada hambatan yang mempengaruhi pendapatan penjualan, seperti halnya bahan baku yang menurut saya sangat urgen, karna apabila bahan baku yang digunakan untuk memproduksi barang habis tentunya pendapatan penjualan usaha kami akan terancam, karna memang untuk memperoleh udang saat tidak musim itu sangat sulit, kadang saya mengeskor dari luar kota untuk bisa mempertahankan pendapatan penjualan UD Literasi ini.”¹³

Untuk memperkuat hasil wawancara di atas, berikut paparan yang sama yang disampaikan oleh ibu Sanima selaku karyawan UD literasia desa Ambunten:

“Bahan baku memang faktor yang sangat berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan ini, dan bisa dikatan ancaman bagi UD. literasia, karna memang apabila bahan baku habis, kami tidak akan bekerja dan menunggu bahan baku itu ada, terkadang sulit untuk menemukan udang saat bukan musimnya, harus tunggu beberapa hari itupun hasil ekspor dari luar”¹⁴

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat UD literasia salah satunya yaitu kurangnya bahan baku, untuk memperoleh udang rebon sebagai bahan baku pembuatan terasi membutuhkan waktu tertentu (Musiman) sehingga dengan hal tersebut akan menghambat pada peningkatan penjualan UD literasia, namun pemilik melakukan jalan alternatif untuk tetap mempertahankan pendapatan perusahaan yaitu dengan cara membeli bahan baku ke luar kota yang sudah di timbun oleh para pengepul lainnya. Yang bertujuan untuk kesejahteraan perusahaan industri tersebut.

¹³ Ibid.

¹⁴ Sanima, Karyawan UD. Literasia, Wawancara Langsung (5 Juli 2023).

Cuaca merupakan faktor penghambat dalam peningkatan penjualan dalam suatu perusahaan salah satunya UD literasia. Perusahaan yang didirikan didesa Ambunten Timur ini dalam memproduksi produknya, setelah digiling dan dibentuk kemudian dijemur. Tentunya perlu cuaca yang pas untuk keberlangsungan produksinya. Apabila musim hujan tentunya hasil produksi semakin berkurang, karena disebabkan dengan cuaca yang tidak mendukung. Sepeti yang dikatakan bapak Sumar, selaku karyawan UD literasia desa ambunten, berikut paparan wawancaranya:

“Cuaca dapat menghambat hasil produksi kami, karna jika cuaca tidak panas, tentunya tidak bisa melanjutkan pengeringan terasi, namun dari hal tersebut ada beberpa jalan alternatif yang digunakan yaitu menggunakan alat pengeringan khusus.”¹⁵

Senada dengan yang disampaikan oleh bapak pemilik UD literasia sebagai berikut:

“UD literasia juga memiliki hambatan salah satunya yaitu dari faktor cuaca, dalam hal ini bisa menyebabkan menurunnya pendapatan hasil produksi, jadi masih tunggu musiman, tidak hanya bahan baku yang juga berpengaruh cuacapun juga”¹⁶

Dari beberapa paparan diatas dapat disimpulkan, cuaca juga dapat menghambat dalam peningkatan penjualan suatu perusahaan. UD literasia tentunya sudah mempunya jalan alternatif dalam menyelesaikan beberapa faktor penghambat tersebut, untuk keberlangsungan usahanya.

C. Temuan Penelitian

1. Strategi *marketing* 4p dalam meningkatkan penjualan UD. Literasia

Desa Ambunten Timur Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep

¹⁵ Sumar, Karyawan UD. Literasia, Wawancara Langsung (8 Agustus 2023)

¹⁶ Rida'i, Pemilik UD. Literasia, Wawancara Langsung (2 Juli 2023)

- a. UD Literasia Desa Ambunten Kabupaten Sumenep dalam strategi produk sudah memberikan yang berkualitas, seperti halnya penggunaan bahan baku yang cukup berkualitas, yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.
- b. UD literasia dalam menetapkan suatu harga yaitu menetapkan harga terjangkau, dengan mempertimbangkan harga bahan pokok dan gaji karyawan, serta banyaknya kemasan disesuaikan dengan kualitas produk.
- c. Dalam hal mempromosikan, UD. Literasia melakukan dari mulut kemulut dan memperbanyak relasi dengan para distributor terasi serta mementingkan kualitas produk supaya tidak kalah saing dengan pengusaha lainnya, sehingga loyalitas konsumen tetap terjaga.
- d. UD literasia dalam menentukan strategi tempat/ saluran distribusi yaitu dengan diantarkan langsung ke konsumen, supaya tidak terjadi unsur penipuan dan juga tempat yang digunakan strategis.

2. Faktor-faktor yang menghambat penerapan marketing 4p terhadap penjualan UD Literasia desa Ambunten Timur Kabupaten Sumenep

- a. Faktor penghambat pertama yaitu bahan baku, UD literasia dalam memproduksi terasi mengalami kekurangan bahan untuk memproduksi seperti udang, yang masih menunggu musiman, akan tetapi pemilik memiliki jalan alternatif yaitu dengan membeli ke pengepul diluar kota yang menimbun, yang bertujuan untuk tetap mempertahankan usahanya.
- b. Faktor penghambat kedua yaitu Cuaca, UD literasia dalam memproduksi masih melihat cuaca yang pas, yaitu musim panas untuk bisa melanjutkan

produksinya, selain itu yaitu dengan cara difermentasi untuk tetap mempertahankan hasil produknya.

D. Pembahasan

1. Strategi *marketing* 4p dalam meningkatkan penjualan UD. Literasia Desa Ambunten Timur Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep

Menurut Maynard dan Beckam menyatakan bahwa *marketing* berarti segala usaha yang meliputi penyaluran barang dan jasa dari sektor produksi ke sektor konsumsi. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.¹⁷

Salah satu strategi pemasaran yang sangat berperan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan perangkat hal dasar utama pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya pada pasar yang menjadi pasar sasaran.¹⁸

UD Literasia desa Ambunten Kabupaten sumenep tentunya mempunyai strategi yang efektif guna keberlangsungan perusahaan, dalam meningkatkan penjualan. Yang meliputi 4p yaitu :

a. *Product* (Produk)

Produk yang dimaksud disini adalah terkait dengan produk yang berkualitas yang ditawarkan dengan harga terjangkau dan jelas menjadi sasaran

¹⁷ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Ke 2*, (Yogyakarta: Liberty Offset, 1999),5.

¹⁸ Ifamdi agustin, studi klayakan bisnis syariah (Depok:PT Raja Gafarindo persada, 2018), 91

pasar. Persediaan produk memiliki pengaruh yang sangat besar dalam keberlangsungan bisnis dalam suatu perusahaan. Persediaan adalah sebagai jumlah barang yang disimpan untuk menunjang kelancaran produksi dan distribusi.¹⁹

Produk yang ditawarkan UD. Literasia merupakan produk yang berkualitas supaya menarik konsumen. akan tetapi pada dasarnya sama dengan produk yang dijual oleh usaha industri lainnya. Adapun bahan baku yang dipakai berkualitas seperti udang rebon yang bersih. UD. Literasia Desa Ambunten Timur Kabupaten Sumenep sangat mengutamakan kualitas dari bahannya dan berupaya memberikan hasil yang terbaik dari bahan maupun hasil produksi yang mana menarik kepuasan para konsumen.

Adapun jenis produk yang diproduksi UD. Literasia Kabupaten Sumenep berupa terasi super dan terasi biasa. Dari jenis produk tersebut juga dikemas dengan varian tertentu yang mana disana tetap mengutamakan kualitas produknya, UD. Literasia dalam memproduksi pengemasan produk biasanya berukuran 1 kg akan tetapi apabila ada pelanggan memesan ukuran yang berbeda, UD. ini tetap melayani konsumen tersebut. sehingga dengan adanya hal tersebut dapat meningkatkan penjualan.

b. Price (Harga)

Harga menurut Kotler adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara umum harga merupakan suatu nilai yang dijadikan patokan nilai suatu barang. Penetapan harga dalam perusahaan akan menentukan posisi persaingan dan mempengaruhi tingkat penjualan produk. UD.

¹⁹ Rika Ampuh Hadiguna, *Manajemen Pabrik: Pendekatan Sistem untuk Efisiensi dan Efektifitas* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 91.

Literasia dalam menentukan harga sudah kompetitif dalam artian harga sudah sesuai kualitas produk, karena semakin baik kualitasnya maka harga yang ditawarkan semakin tinggi. harga disini bukan harga yang murah saja ataupun harga yang mahal akan tetapi yang dimaksud adalah menentukan harga secara tepat. Adapun harga yang ditawarkan UD. Literasia yaitu, untuk terasi super kemasan 1 kg dijual dengan harga Rp. 50.000, kemasan ½ kg dijual dengan harga Rp. 25.000 dan untuk kemasan ¼ kg dengan harga Rp. 15.000. untuk terasi biasa 1kg dijual dengan harga Rp. 40.000, ½ kg dijuwal dengan harga Rp. 20.000 dan untuk ¼ kg dijual dengan harga Rp. 10.000

c. Place/ Distribution (Tempat/ Saluran)

Distribusi merupakan cara perusahaan menyalurkan barangnya, mulai dari perusahaan sampai ketangan konsumen. selain itu juga dapat diartikan sebagai cara menentukan metode dan jalur yang akan dipakai dalam menyalurkan produk ke pasar. Pengusaha terasi yang ada di UD. Literasia berfungsi sebagai produsen sekaligus distributor dalam artian yaitu suatu kelompok orang yang menyalurkan sebuah produk ke konsumen akhir. Proses distributor dapat dipahami dengan membeli produk kepada produsen, kemudian menjualnya lagi dengan pengecer atau ke konsumen langsung. Strategi penyaluran distribusi yang dilakukan oleh UD. Literasia yaitu menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung.

Saluran langsung yaitu saluran distrubusi dari produsen ke konsumen. sedangkan saluran tidak langsung merupakan saluran distribusi dari distributor melalui pedagang ecer atau tingkat pengepul kemudian dijual lagi ke konsumen. atau distributor melalui pedagang besar dijual ke pedagang ecer/ tingkat pengepul kemudian pedagang ecer menjual barangnya kembali ke konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa UD. Literasia dalam meningkatkan penjualannya menerapkan 4p salah satunya place atau saluran distribusi. Disana, menerapkan saluran distribusi secara langsung maupun tidak langsung seperti halnya konsumen membeli langsung ketempat sedangkan saluran tidak langsung dapat berupa penyaluran barang terhadap pedagang atau pengepul kemudian dari sana didistribusikan ke konsumen. tidak hanya itu disana juga melakukan pendistribusian di berbagai kota seperti, Probolinggo, lumajang, Tanggul dan Jember. Dengan hal tersebut UD. Literasia bisa bertahan dalam bisnisnya.

d. Promosi

Promosi merupakan bagian terpenting dalam suatu bisnis karena dengan adanya pesaing yang sama harusnya mempunyai cara yang menarik dan unik terhadap kosumen. Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen. seperti halnya di UD. Literasia dalam memasarkan suatu produk yang sangat diperhatikan oleh pemilik usaha industri ini yaitu kualitas produk, karena dengan memperhatikan kualitas produk baik dari segi bahan dan harga dapat menyeimbangi pebisnis lainnya. UD Literasia disini tidak mempromosikan melalui media sosial (online) karena pemilik usaha hanya mempromosikan dari mulut kemulut dalam artian pemilik lebih meyakinkan kualitas produk kepada konsumen sehingga konsumen itu tetap bertahan dalam membeli produknya. Dari penjelasan diatas UD Literasia menerapkan marketing 4p dilihat dari promosi yaitu dari mulut ke mulut sehingga dapat meningkatkan penjualan.

2. Faktor-faktor yang menghambat penerapan marketing 4p terhadap penjualan UD Literasi desa Ambunten Kabupaten Sumenep

UD. Literasia memiliki beberapa faktor penghambat terhadap penjualan salah satu sebagai berikut:

a. Bahan Baku

Dalam memproduksi produk, hal yang harus diperhatikan yaitu bahan baku, karena bahan baku berperan penting dalam memproduksi suatu produk yang mana bertujuan untuk peningkatan penjualan. Bahan baku adalah bahan yang dibeli dan digunakan dalam membuat produk akhir barang jadi yang akan dijual kepada konsumen. selain menjadi faktor pendukung bahan baku juga merupakan faktor penghambat UD Literasia. Karena apabila bahan baku sulit tentunya akan menghambat terhadap peningkatan penjualan. Disana salah satu bahan yang digunakan yaitu udang rebon yang mana untuk memperoleh udang tersebut masih menunggu musiman, sehingga akan menghambat produksi terasi sehingga pendapatan menurun.

UD Literasia mempunyai jalan alternatif (solusi) terhadap permasalahan tersebut seperti, membeli bahan baku dari pengepul luar kota yang sudah menimbun udang rebon tersebut. untuk memperoleh bahan baku dari lokal sangat sulit karena masih harus menunggu waktu tertentu (musim udang rebon). Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwasannya bahan baku merupakan faktor penghambat bagi UD Literasia dalam peningkatan penjualan.

b. Cuaca

Cuaca merupakan penghambat dalam meningkatkan penjualan di UD Literasia. Cuaca adalah keadaan udara disuatu tempat dalam jangka waktu terbatas. UD. Literasia dalam memproduksi produk juga ketergantungan dengan keadaan cuaca. Apabila cuaca panas tentunya akan menghasilkan produk yang lebih berkualitas begitupun sebaliknya.