

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK  
MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM BATU BATA MERAH DI  
BANYU IRANG KECAMATAN BATI-BATI**

Siti Nurul Khoatim, Hj. Aida Vitria, Nurul Hasah

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, UNISKA MAB Banjarmasin NPM 17310245

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, UNISKA MAB Banjarmasin NIK 069409109

Prodi Manajemen, fakultas Ekonomi, UNISKA MAB Banjarmasin NIK 061604895

Jl. Adhiyaksa No. 2 Kayu Tangi, Banjarmasin

Email : [nurulsiti089@gmail.com](mailto:nurulsiti089@gmail.com) /+6282251040005

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Bagaimana upaya meningkatkan penjualan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran yang dilakukan UMKM Batu Bata Merah. (2) Faktor apa saja yang menjadi kendala dalam upaya meningkatkan penjualan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran UMKM Batu Bata Merah. Rancangan penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dan merupakan penelitian primer pengumpulan data di lakukan dengan observasi dan wawancara langsung kepada narasumber guna untuk mencatat/mengetahui informasi sejauh mana upaya pemilik usaha umkm dalam meningkatkan penjualan Batu Bata Merah tersebut. Hasil penelitian menunjukkan : Strategi bauran pemasaran produk, strategi yang di gunakan yaitu produksi batu bata merah dengan kualitas yang bagus serta tidak mudah patah dan kokoh. Strategi bauran pemasaran harga, strategi yang di gunakan yaitu dengan menetapkan harga yang sesuai dengan pasar sasaran. Strategi distribusi atau tempat, strategi yang di gunakan yaitu menetapkan strategi distribusi mulai dari lokasi yang strategis dan kenyamanan jalan yang mudah di akses dengan angkutan. Strategi promosi yang di gunakan yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik dengan sikap yang sopan dan santun terhadap konsumen. Strategi bauran pemasaran orang/SDM, strategi yang di gunakan yaitu kemampuan seseorang dalm memproduksi batu bata merah dengan kualitas yang bagus. Strategi proses yang di gunakan yaitu proses diskusi mengenai kesepakatan antara pemilik usaha dan konsumen. Stratei bauran pemasaran bukti fisik, strategi yang di gunakan yaitu berupa bentuk, warna dan ukuran dari batu bata merah tersebut.

**Kata kunci : Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7P.**

## **PENDAHULUAN**

Batu bata merah adalah sebuah material bangunan, yang terbuat dari tanah liat dan di bentuk menggunakan cetakan yang berukuran tertentu, di keringkan, kemudian di bakar hingga warnanya menjadi merah. Manfaat batu bata merah sebagai bahan baku untuk pembuatan dinding rumah. Batu bata merah sebagai pembentuk dinding disukai banyak orang karena kelebihanannya, yaitu daya serap terhadap panas cukup baik sehingga rumah terasa lebih adem. Untuk harga jual bata merah sendiri bervariasi, yakni harga bata merah bisa murah juga bisa mahal. UMKM batu bata merah merupakan suatu jenis usaha yang cukup mampu bertahan dari guncangan ekonomi seperti pandemi saat ini. Usaha batu bata merah merupakan usaha yang cukup potensial untuk dikembangkan, karena usaha ini telah menciptakan lapangan pekerjaan dan dapat menyerap tenaga kerja di daerah pedesaan dan kota-kota kecil tertentu.

Usaha batu bata merah merupakan salah satu usaha industri kecil yang menjanjikan di Kelurahan Banyu Irang. Usaha ini juga merupakan usaha yang cukup banyak di jalankan di Kelurahan Banyu Irang yaitu terdapat 65 unit usaha batu bata yang ada dan memiliki jarak yang berdekatan antara satu dengan yang lainnya. Usaha ini telah ada sejak lama dan berkembang di Kelurahan Banyu Irang tersebut.

Usaha ini mampu memberikan tambahan pendapatan bagi penduduk sekitar dan juga dapat menampung penduduk yang menganggur dengan menyediakan lapangan pekerjaan pada usaha tersebut. Dalam satu usaha batu bata merah memiliki atau menggunakan delapan (8) orang atau lebih tenaga kerja yang bekerja membuat batu bata.

Menurut uraian diatas yang melatar belakangi penelitian ini ialah harga batu bata merah yang lebih tinggi dari harga batu bata merah milik umkm lainnya tetapi tetap laku karena kualitas batu bata yang baik, kuat, dan kokoh tidak mudah patah.

Setiap pemilik usaha pasti mempunyai keinginan bagaimana caranya agar omset penjualan per tahunnya terus mengalami peningkatan. Dengan meningkatnya penjualan, maka peluang pemilik usaha batu bata merah untuk mengambil keuntungan akan terbuka lebih luas. Untuk mewujudkan bagaimana caranya agar meningkatkan penjualan dari waktu ke waktu, maka

perlu di topang dengan adanya strategi bauran pemasaran yang tepat dan efektif. Karena strategi bauran pemasaran merupakan suatu metode marketing yang di gunakan dan di percaya oleh perusahaan untuk memasarkan produk yang di hasilkan.

Dalam peranan strategi, pemasaran telah mencakup setiap usaha manajemen untuk mencapai kesesuaian antara UMKM dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan terhadap masalah yang ditentukan dalam dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang dijalankan oleh umkm saat ini dan jenis bisnis apa yang akan dimasuki di masa mendatang. Dan yang kedua adalah bagaiman bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan baik melalui elemen-elemen bauran pemasaran untuk melayani pasar sasaran yang dituju

Industri batu bata merah merupakan industri yang mengelola bahan baku dari tanah liat menjadi bahan material bangunan yang memiliki kualitas yang baik. Tentu saja juga ingin memiliki keinginan bagaimana caranya supaya penjualan per tahunnya mengalami peningkatan secara terus menerus.

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan pada penelitian ini dapat di rumuskan sebahai berikut: (1) Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh UMKM batu bata merah untuk meningkatkan penjualan? (2) Faktor apa saja yang menjadi kendala UMKM batu bata merah dalam meningkatkan penjualan?

## **METODE**

Dalam penelitian ini metode yang di gunakan yaitu metode deskriptif kualitatif yang dimana suatu penelitian mampu memberikan fakta yang kuat berdasarkan apa yang telah di amati. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang juga menggunakan teknik analisis dalam melihat permasalahan yang terjadi. Selain itu tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif yaitu mampu memberikan pemahaman secara mendalam bagi penelitian yang telah di teliti sehingga dapat dengan mudah di pahami. Dalam penelitian ini tempat yang menjadi objek penelitian adalah UMKM batu bata merah yang berada di wilayah Kelurahan Banyu Irang RT 012 , RW 01, Kecamatan Bati-Bati.

Dalam suatu penelitian, peneliti sangat berperan penting turun ke lapangan langsung. Kehadiran peneliti di lapangan bisa menjadi tolak ukur keberhasilan dalam penelitian. Di karenakan kehadiran peneliti sebagai pengumpul data dan instrumen yang bersifat aktif dalam pengumpulan data-data di lapangan dengan baik. Dengan mendapatkan informasi dan sumber data dari UMKM, peneliti wajib mendapat informasi strategi bauran pemasaran yang di gunakan UMKM. Dalam penelitian ini data yang di gunakan yaitu dua jenis data antara lain data primer dan data skunder. Data primer merupakan suatu data yang meliputi jawaban atau pendapat yang di ambil dari penelitian di UMKM, mengenai strategi bauran pemasaran dengan meningkatkan penjualan. Data skunder merupakan suatu data yang meliputi gambaran umum mengenai dokumentasi pada UMKM yang menjadi onjek penelitian.

Dalam penelitian ini terdapat tiga teknik pengumpulan data yang di gunakan oleh peneliti yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi merupakan suatu kegiatan untuk melakukan survei dan peninjauan langsung terhadap suatu objek yang akan di teliti, objek yang di teliti merupakan UMKM Batu Bata Merah yang tepatnya berada di Banyu Irang Kecamatan Bati-Bati. Wawancara merupakan percakapan antara dua orang untuk mendapatkan suatu informasi. Dalam penelitian ini wawancara yang di lakukan oleh peneliti yaitu bertujuan untuk mengetahui informasi mengenai objek yang akan diteliti, dan wawancara yang di gunakan peneliti yaitu dengan wawancara langsung kepada narasumber agar dapat dengan cepat melengkapi data yang di perlukan. Dokumentasi merupakan suatu catatan tertulis dalam berbagai kegiatan maupun peristiwa saat melakukan penelitian. Untuk mencari informasi dengan pengumpulan data-data dengan melakukan penelitian terhadap catatan formal ataupun yang masih ada keterkaitannya dengan masalah penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Strategi Bauran Pemasaran Dalam Bidang Produk (*Product*)**

Strategi produk merupakan strategi yang di gunakan UMKM untuk memuaskan konsumen. Berdasarkan hasil dari wawancara terhadap umkm untuk meningkatkan penjualan menggunakan strategi pemasaran yang di gunakan oleh umkm batu bata merah dalam bidang produk. Dalam bidang produk umkm batu bata merah milik

Bapak Dasar ini memiliki kualitas yang bagus. Dan memiliki karakteristik yang tidak mudah patah, kokoh, dan kuat. Karena dalam proses pembuatan adonan batu bata benar-benar di adon sampai matang, dan juga proses pengeringannya juga di keringkan hingga cetakan batu bata benar-benar kering serta proses pembakaran yang menggunakan bahan bakar dari kayu karet dan memerlukan waktu tiga hari tiga malam setara dengan tujuh puluh dua (72) jam nonstop sampai benar-benar matang. Dan bahan baku yang di gunakan juga berasal dari tanah liat dan di campur dengan tanah pasir sedikit.

## **2. Strategi Bauran Pemasaran dalam Bidang Harga (*Price*)**

Strategi harga merupakan suatu hal yang sangat penting dalam penjualan. Berdasarkan hasil penelitian untuk meningkatkan penjualan menggunakan strategi pemasaran yang di gunakan oleh umkm batu bata merah dalam bidang harga. Dalam bidang harga umkm batu bata merah milik Bapak Dasar menawarkan berbagai macam harga, dan pemilik dalam menentukan harga tidak sembarangan melainkan berdasarkan informasi dan analisa di lapangan. Serta berdasarkan permintaan dari pembeli atau konsumen. Jika permintaan meningkat dan stok batu bata terbatas, maka harga batu bata pun akan meningkat dan sebaliknya jika stok batu bata melimpah maka harga pun bisa menurun.

## **3. Strategi Bauran Pemasaran dalam Bidang Distribusi/Tempat (*Place*)**

Strategi distribusi/tempat merupakan kegiatan penjualan dan pengiriman barang produsen kepada konsumen akhir. Berdasarkan hasil penelitian untuk meningkatkan penjualan menggunakan strategi pemasaran yang di gunakan oleh umkm batu bata merah dalam bidang distribusi / tempat. Dalam bidang distribusi umkm batu bata merah menawarkan produksi batu bata melalui perantara yaitu sales (batu bata), tetapi juga melayani konsumen yang datang langsung ke lokasi. Dan untuk lokasinya yang strategis meski masuk dalam gang tetapi masih mudah di jangkau dan di temukan oleh calon konsumen serta jalan yang rata meski tidak di aspal tetapi tidak menyulitkan kendaraan angkutan (truk) dalam mengangkut batu bata.

## **4. Strtategi Bauran Pemasaran dalam Bidang Promosi (*Promotion*)**

Strategi promosi merupakan upaya menawarkan barang produksi kepada calon pembeli/pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian untuk meningkatkan penjualan menggunakan strategi pemasaran yang di gunakan oleh umkm batu bata merah dalam bidang promosi. Dalam bidang promosi umkm batu bata merah sangat terbatas, karena keterbatasan kemampuan dalam bidang teknologi mereka melakukan promosi melalui mulut ke mulut. Dan dalam menawarkan produk batu bata merah pemilik selalu mengutamakan etika sopan santunnya dan keramah tamahannya kepada sales maupun calon konsumen.

**5. Strategi Bauran Pemasaran dalam Bidang Orang/SDM (*People*)**

Strategi *people* merupakan penentu kualitas produk umkm, karena dari kualitas produk yang di hasilkan lah yang menjadi nilai tersendiri yang di miliki oleh umkm tersebut. Berdasarkan hasil penelitian untuk meningkatkan penjualan menggunakan strategi pemasaran yang di gunakan dalam bidang *people* (orang/SDM). Dalam bidang *people* umkm batu bata merah untuk memasarkan produknya selalu mengutamakan seseorang yang sangat disiplin dengan etikanya yang keramah tamahannya selalu di terapkan dalam melayani konsumen maupun sales batu bata serta sopan dan santun dalam melayani konsumen.

**6. Strategi Bauran Pemasaran dalam Bidang Proses (*Process*)**

Strategi proses merupakan bagaimana tatacara umkm batu bata merah dalam memasarkan produksinya. Berdasarkan dari hasil penelitian untuk meningkatkan penjualan menggunakan strategi pemasaran yang di gunakan dalam proses. Dalam proses transaksi dengan calon konsumen, pemilik umkm batu bata merah mengutamakan sikap yang ramah serta sopan dan santun terhadap calon konsumen maupun pelanggan batu bata merah.

**7. Strategi Bauran Pemasaran dalam Bidang Bukti Fisik (*Physical Evidence*)**

Strategi *physical evidence* merupakan bukti fisik dari batu bata merah yang meliputi bentuk, warna, serta ukuran dari batu bata merah tersebut. Berdasarkan hasil penelitian untuk meningkatkan penjualan menggunakan strategi pemasaran yang di gunakan dalam bukti fisik. Dalam bukti fisik produk dari umkm batu bata merah

yang berada di Banyu Irang ini memiliki kualitas yang bagus yang tidak mudah patah, kokoh, dan kuat. Serta memiliki bentuk persegi panjang, dan memiliki warna merah yang sesuai dengan sebutannya sendiri, dan memiliki ukuran panjang 20cm, lebar 10cm, dan tebalnya 4cm.

#### **8. Faktor-faktor yang menjadi kendala dalam meningkatkan penjualan**

Adapun faktor-faktor yang menjadi kendala dalam meningkatkan penjualan antara lain sebagai berikut :

1. Keterbatasan pengetahuan teknologi ; kurangnya pengetahuan teknologi berupa internet, facebook, whatsapp, dan marketplace serta kurangnya dalam promosi.
2. Faktor cuaca ; terkendala bila cuaca hujan, karena disini proses pengeringan batu bata di keringkan dengan tenaga tata surya (matahari) langsung. Jadi, jika cuaca kurang baik atau hujan maka pekerja tidak dapat memproduksi batu bata.
3. Stok batu bata merah ; sangat mempengaruhi, karena jika stok batu bata tidak tersedia penjualanpun akan menurun. Stok batu bata pun terkendala karena faktor cuaca yang kurang baik yang menyebabkan produksi batu bata menjadi menurun.
4. Harga ; harga ini sangat berpengaruh, karena jika harga terlalu tinggi salespun enggan mengambil batu bata tersebut. Dari segi harga, umkm bisa menentukan harga yang bisa mempengaruhi konsumen, karena disini kita bersaing harga dengan umkm yang lain.
5. Proyek ; proyek juga bisa mempengaruhi penjualan umkm batu bata merah. Karena, jika proyek sepi penjualan batu batapun akan menurun. Karena batu bata merah merupakan salah satu bahan material bangunan.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang di sesuaikan dengan rumusan masalah dan analisis yang ada, dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut : Strategi bauran pemasaran produk yang di gunakan oleh UMKM Bata Merah di Banyu Irang yaitu dengan menetapkan strategi produk yang berkualitas baik serta kuat dalam produksi batu bata merah. Strategi bauran pemasaran harga yaitu dengan menetapkan strategi harga yang terjangkau serta sesuai dengan kualitasnya yang baik dan kuat produksi batu bata merahnya. Strategi bauran pemasaran distribusi/tempat yaitu dalam menetapkan strategi distribusi produksi batu bata merah tersebut kepada sales batu bata. Serta tempat atau lokasi umkm yang strategis tersebut mudah di jangkau dan memudahkan dalam proses pengiriman atau pengangkutan batu bata merah tersebut. Strategi bauran pemasaran promosi yaitu dalam menetapkan strategi promosi dengan mengedepankan kualitas batu bata merah tersebut dan yang paling utama dalam menetapkan strategi promosi yang paling di kedpankan adalah sikap dan keramah tamahannya serta menghormati atau menghargai calon konsumen maupun pelanggan dan juga sales batu bata. Strategi bauran pemasaran *peopel*, *process*, dan *physical evidence* yaitu dalam merekrut karyawan pemilik usaha mengutamakan seseorang dari sikap yang sopan dan santun serta keramah tamahannya dalam menyapa atau menerima tamu (calon konsumen/pembeli ataupun sales) batu bata. Serta faktor-faktor yang menjadi kendala dalam meningkatkan penjualan batu bata merah tersebut yang berupa ; keterbatasan pengetahuan teknologi, faktor cuaca, stok batu bata merah, harga, dan juga proyek.

Maka dari kesimpulan di atas dapa di sarankan beberapa hal untuk umkm batu bata merah tersebut. Harus dapat mempertahankan kualitas produk batu bata merah agar mampu mendapatkan pelanggan yang tetap. Dari segi harga, agar tidak mengalami penjualan dengan harga yang lebih mahal pemilik usaha harus dapat bersaing harga dengan umkm yang lain dengan menyesuaikan harga pasaran batu bata merah. Pemilik usaha harus bisa menawarkan produk batu bata merahnya menggunakan media sosial berupa marketplace, facebook, whatsapp dan

sebagainya sebagai ajang promosi agar produknya banyak di ketahui oleh masyarakat sekitar. Dan juga stok atau ketersediaan batu bata merah pemilik usaha harus bisa menyediakan batu bata merah serta dengan harga yang terjangkau sesuai harga pasaran serta harus mengetahui informasi proyeknya.

## **REFERENSI**

Manajemen Pemasaran, Farida Yulianti, S.E., M.M. Lamsah, S.E., M.M. Periyadi, S.E., M.M, <https://scholar.google.com>, cetakan tahun 2019.

Manajemen Pemasaran, Juli Ismanto, S.KM., M.M, <https://scholar.google.com>, cetakan tahun 2020.

Manajemen Pemasaran, Siti Aisyah, M.M, <https://scholar.google.com>, cetakan tahun 2020.

Jurnal Skripsi, Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima di kawasan Handil Bakti Barito Kuala, Retno Astuti 2020.

Jurnal Skripsi, Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Penjualan, <https://scholar.google.com>, Nurul Arifka, cetakan tahun 2021.

Jurnal Skripsi, Analisis Bauran Pemasaran pada Usaha Batu Bata Merah Desa Karanglegi Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati, <https://scholar.google.com>, Rifa'atul Fauziah, cetakan tahun 2017.

Jurnal Skripsi, Analisis Bauran Pemasaran dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Batu Bata Merah UD. Salsabila Multi Service Pelaihari, <https://scholar.google.com>, Riza Fauzan, cetakan tahun 2019.

Kewirausahaan dan UMKM, <https://scholar.google.com>, Yayasan Kita Menulis, 2020.

Jurnal Skripsi, Analisis Strategi Pemasaran pada PT. TokoJaya Prims  
Makassar, Tinjauan Pustaka, <https://scholar.google.com>, RM Rahmat, cetakan  
tahun 2012.