

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN SALE PISANG “HANNY” INDUSTRY RUMAH TANGGA DI KECAMATAN BINUANG

Mahmud¹, Dwi Wahyu Artiningsih², Teguh Wicaksono³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 18310254

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1119056501

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1116028801

Email : <mailto:mahmud183102@gmail.com>

0813 5870 1684

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) mengetahui strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan volume penjualan sale pisang industry rumah tangga di kecamatan Binuang. 2) mengetahui kendala dalam usaha meningkatkan volume penjualan sale pisang industri rumah tangga di kecamatan Binuang.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif yang memberikan suatu gambaran tentang analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan sale pisang “Hanny” industri rumah tangga di kecamatan Binuang.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa 1) Strategi pemasaran yang dilakukan produk sale pisang yaitu dengan pemasaran langsung dan tidak langsung. Pemasaran langsung dilakukan dengan cara konsumen dapat datang langsung ke rumah pemilik untuk membeli produk sale pisang dan juga dapat memesannya menggunakan telepon atau media sosial. Pemasaran tidak langsung yang dilakukan yaitu memasarkan produknya dengan menitipkan ke pedagang eceran, toko-toko, rumah makan, dan minimarket yang diambil oleh sales sesuai jadwal yang sudah ditentukan, dan juga harga yang ditawarkan relatif murah. 2) Kendala yang dihadapi penjualan saat ini yaitu kurangnya strategi pemasaran dalam menggunakan media online sebagai instrumen strategi pemasaran dan kurangnya promosi iklan di sosial media, pelayanan kurang cepat terhadap konsumen dan juga banyaknya pesaing yang semakin kreatif

Kata Kunci : Sale Pisang, Industri Rumah Tangga, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

The aims of this research are: 1) Knowing the marketing strategy in an effort to increase the sales volume of the home industry banana sale in the Binuang District. 2) Knowing the obstacles in an effort to increase the sales volume of the home industry banana sale in the binuang sub-district.

The research method used in this study is a descriptive research method that provides an overview of the analysis of marketing strategies in an effort to increase the sales volume of "Hanny" banana sales for the home industry in Binuang District.

Based on the results of these studies, it can be concluded that 1) The marketing strategy for banana sale products is direct and indirect marketing. Direct marketing is done by means that consumers can come directly to the owner's house to buy banana sale products and can also order them using the phone or social media or technology. Indirect marketing that is carried out is marketing its products by entrusting it to retail traders, shops, restaurants, and minimarkets which are taken by sales according to a predetermined schedule. And also the price offered is relatively cheap. 2) The obstacles faced by sales today are the lack of a marketing strategy in using online media as a marketing strategy instrument and the lack of advertising promotions on social media, less fast service to consumers and also the number of competitors who are increasingly creative.

Keywords: Banana Sale, Home Industry, Marketing Strategy

PENDAHULUAN

Industri kecil dan rumah tangga merupakan salah satu bagian yang memiliki peranan penting dalam laju perekonomian masyarakat Indonesia. Untuk menumbuh kembangkan industri kecil dan rumah tangga ada beberapa alasan yang melandasi antara lain, industri kecil dan rumah tangga banyak menyerap tenaga kerja yang mendorong industri rumah tangga menjadi lebih intensif dalam memanfaatkan sumber daya alam lokal. Apalagi karena lokasinya berada di perdesaan, pertumbuhan industri kecil dan rumah tangga menimbulkan dampak positif terhadap peningkatan jumlah tenaga kerja, pengangguran, jumlah kemiskinan, pemerataan dalam distribusi pendapatan, dan pembangunan ekonomi perdesaan.

Banyak manfaat dan keutamaan yang dapat diperoleh dari industri rumah tangga, dalam skala makro industri rumah tangga adalah salah satu pilar utama pendukung kekuatan perekonomian suatu negara, industri rumah tangga secara langsung dapat mengurangi tingkat pengangguran, mempercepat siklus financial (Perputaran keuangan) dalam suatu komunitas masyarakat yang berarti memicu laju pertumbuhan pendapatan negara, memperpendek

kesenjangan sosial, sekaligus mengurangi dampak kriminalitas yang mungkin ditimbulkannya (Muliawan, 2012: 7), semua itu yang harus berjalan seimbang agar dapat memberikan sumbangan yang lebih baik dalam perekonomian negara. Di Kalimantan Selatan industri berkembang dan memberikan dampak terhadap jumlah tenaga kerja dan nilai produksi. Kecamatan Binuang merupakan salah satu kabupaten di Kalimantan Selatan yang memiliki industri rumah tangga dan telah banyak menyerap tenaga kerja. Banyaknya tenaga kerja yang terserap dapat membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat Binuang dan sekitarnya, dalam segi ekonomi keluarga sebagai mata pencarian ataupun sekedar tambahan pendapatan.

Di Kecamatan Binuang buah pisang menjadi tanaman buah yang paling banyak ditemukan dengan jumlah tanaman buah pisang yang mencapai 60.755 pohon, dengan jumlah produksi sebesar 929 kwintal dalam satu tahun (Badan Pusat Statistik, 2012: 67).

Pisang adalah salah satu jenis buah - buahan yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan mempunyai peluang usaha yang menjanjikan, namun pemanfaatan buah pisang sebagian besar masih dikonsumsi dalam bentuk segar tidak diimbangi dengan kualitas buah pisang yang baik. Pengolahan pisang menjadi berbagai produk olahan dapat meningkatkan penganekaragaman pangan serta memberikan alternatif dalam memasarkan produk buah segar atau produk olahan (Cakradinata et al, 2017: 2). Produk olahan yang dihasilkan dari buah pisang pun ada bermacam-macam, diantaranya: keripik pisang dan pisang sale. Agroindustri keripik pisang dan pisang sale dapat diproduksi dalam waktu singkat dan tidak memerlukan tenaga kerja yang banyak, apalagi ketersediaan pisang sesuai jenis yang dibutuhkan untuk membuat olahan keripik pisang di Kecamatan Binuang cukup memadai untuk melakukan pengolahan hasil pertanian tersebut, seperti salah satu industri pengolahan pisang di Kecamatan Binuang adalah usaha atau Sale Pisang “Hanny” Binuang. Olahan sale pisang perusahaan ini sudah cukup dikenal oleh masyarakat Binuang. Selain memproduksi sale pisang, perusahaan ini juga memproduksi olahan keripik pisang.

Suatu usaha harus membutuhkan pengelolaan manajemen yang baik sehingga usaha tersebut dapat dikatakan sehat. Pengelolaan yang baik dan benar akan membantu pemilik usaha mengetahui tingkat kemajuan maupun kemunduran suatu usaha yang dijalankan. Namun berdasarkan survei awal perusahaan ini memiliki struktur organisasi yang begitu sederhana, tenaga kerja yang tidak begitu banyak mengakibatkan pembagian kerja menjadi terbatas, hal ini bertolak belakang dengan sehat secara organisasi suatu usaha. Selain itu

terdapat kekurangan dalam kesehatan administrasi usaha, sehingga perusahaan ini tidak melakukan perhitungan keseluruhan biaya yang dikeluarkan seperti bahan baku, pengemasan, hingga tenaga kerja. Hal ini menyebabkan pemilik agroindustri tidak mengetahui total biaya yang dikeluarkan dan pendapatan bersih yang mereka peroleh.

Perusahaan untuk mencapai kesuksesan tidak lepas dari kegiatan pemasaran yang sangat membantu keberhasilan perusahaan. Fungsi utama perusahaan adalah melakukan strategi pemasaran yaitu rencana untuk memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan, dan memelihara bauran pemasaran yang dapat memuaskan apa yang dibutuhkan konsumen (Gugup 2012:232).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Sale Pisang “Hanny” Industri Rumah Tangga Di Kecamatan Binuang.

Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang maka rumusan masalah dari penjualan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan volume penjualan sale pisang industri rumah tangga di kecamatan Binuang?.
2. Apa saja kendala dalam usaha meningkatkan volume penjualan sale pisang industri rumah tangga di kecamatan Binuang?.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan volume penjualan sale pisang industri rumah tangga di kecamatan Binuang.
2. Mengetahui kendala dalam usaha meningkatkan volume penjualan sale pisang industri rumah tangga di kecamatan Binuang.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:29) metode penelitian deskriptif adalah metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri

sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

Penelitian ini akan dilaksanakan Industri Rumah Tangga di Kecamatan Binuang, Kalimantan Selatan. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang bersumber dari pengusaha industri rumah tangga sale pisang di Binuang, dengan demikian yang bertindak sebagai responden adalah pengusaha atau perajin industri rumah tangga sale pisang. Mengingat permasalahan yang dihadapi industri rumah tangga relatif kompleks dan untuk mendapatkan data yang factual maka teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan kuesioner.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif Menurut Sugiyono (2017:29). Analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan cara mengumpulkan data lapangan yang bermanfaat untuk memberikan gambaran umum untuk penelitian dan sebagai pembahasan hasil penelitian. Terdapat tiga jalur analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan volume penjualan sale pisang industri rumah tangga di kecamatan Binuang

Berdasarkan hasil penelitian ada empat indikator untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dalam memenuhi strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Strategi pemasarannya yang digunakan langsung dan tidak langsung.

Pemasaran langsung memang dari awal bertemu langsung dengan pelanggan “to the point” ingin menjual produk secara terang-terangan. Sebagai contohnya pemasaran langsung adalah sales yang menawarkan langsung produknya. Sedangkan pemasaran tidak langsung adalah metode untuk menjual produk, tanpa harus terlihat sedang menjual. Beberapa teknik pemasaran tidak langsung menggunakan media sosial dan content marketing.

Dengan strategi pemasaran yang tepat, baik pemasaran langsung maupun pemasaran tidak langsung sama-sama bisa diandalkan dalam melejitkan omset bisnis.

Kendala dalam usaha meningkatkan volume penjualan sale pisang industri rumah tangga di kecamatan Binuang

Berdasarkan hasil penelitian yang dihadapi saat ini kendala penjualan yaitu kurangnya strategi pemasaran dalam menggunakan media online sebagai instrumen strategi pemasaran dan kurangnya promosi online. Ada banyak kendala dalam bisnis online yang mungkin akan hadapi. Mulai dari masalah dari dalam bisnis, masalah dari pihak luar, atau bahkan masalah yang tidak terpikirkan sebelumnya. Apapun masalah itu, harus bersiap menghadapinya. Berikut adalah 5 permasalahan dan tantangan yang sering dihadapi yaitu Kompetitor, Perkembangan teknologi, Fraud, Masalah finansial dan Karakteristik Konsumen Rumit.

Pembahasan Penelitian

Strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan volume penjualan sale pisang industri rumah tangga di kecamatan Binuang

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan saat ini dalam memasarkan produk sale pisang yaitu dengan pemasaran langsung dan tidak langsung. Pemasaran langsung dilakukan dengan cara konsumen dapat datang langsung ke rumah pemilik untuk membeli produk sale pisang dan juga dapat mememesannya menggunakan telepon. Pemasaran tidak langsung yang dilakukan yaitu memasarkan produknya dengan menitipkan ke pedangan eceran, toko-toko, rumah makan, dan minimarket yang diambil oleh sales sesuai jadwal yang sudah ditentukan.

2. Strategi Meningkatkan Penjualan

Setelah mengetahui strategi yang tepat untuk perusahaan maka langkah selanjutnya melakukan strategi yang tepat untuk mendapatkan peningkatan penjualan perusahaan yaitu sebagai berikut :

- 1) Tingkatkan variasi produk yang ditawarkan kepada konsumen Di tengah persaingan pasar yang demikian ketat, perusahaan perlu selalu menjaga kualitas produk. Karena konsumen agar selalu merasa puas dan senang jika produk yang mereka beli sesuai dengan keinginan.
- 2) Memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk Dengan menggunakan marketing online, seakan-akan antara pembeli dan penjual tidak dibatasi oleh waktu dan tempat. Transaksi bisa dilakukan dengan mudah cukup menggunakan handphone.

- 3) Berikan pelayanan cepat dan baik kepada konsumen Kualitas pelayanan menjadi nomor satu setiap pengunjung dan di posisikan seorang raja segala keluhan diselesaikan dengan sebaik-baiknya.
- 4) Melakukan promosi yang efektif. Promosi yang dilakukan dengan efektif akan mampu membawahkan pelanggan tertarik dengan produk yang anda tawarkan.

3. Faktor yang Dapat Meningkatkan Penjualan

Mengetahui faktor yang dapat meningkatkan potensi penjualan adalah hal yang wajib dilakukan oleh sales. Karena, dengan cara ini sales dapat memaksimalkan penjualan ketika keadaan bisnis atau penjualan sedang berada pada tren penurunan. Ketika sales hanya mampu bertahan dengan kondisi tersebut, sudah pasti akan tetap kesulitan untuk mencapai target penjualan seperti yang diharapkan oleh perusahaan. Maka dari itu, sales harus melakukan berbagai macam riset berbasis data pelanggan.

4. Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, yaitu : Kondisi dan Kemampuan Penjual, Kondisi Pasar, Modal, Kondisi Organisasi Perusahaan dan Faktorfaktor lain.

Masalah penjualan dalam usaha meningkatkan volume penjualan sale pisang industri rumah tangga di kecamatan Binuang

1. Kendala Meningkatkan Penjualan Sale Pisang

Dalam bisnis, setiap pengusaha harus memiliki strategi dalam menjalankan kegiatan marketing mereka. Menentukan strategi pemasaran yang tepat pada bisnis bukan perkara mudah. Karena dalam menyusun strategi pemasaran, Anda harus paham kondisi market, pelanggan, dan media apa yang akan digunakan dalam menjalankan pemasaran.

Kesalahan dalam Pemasaran yang sering terjadi sebagai berikut :

- 1) Timing atau Pemilihan Waktu
- 2) Pesan Iklan yang Tidak Sampai pada Konsumen
- 3) Cara Promosi yang Kurang Tepat
- 4) Data yang Tidak Up-to-date

- 5) Hanya Mengandalkan Satu Media untuk Beriklan
- 6) Tidak Mengukur Efektivitas Promosi
- 7) Kurangnya Komunikasi dengan Konsumen

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan produk sale pisang yaitu dengan pemasaran langsung dan tidak langsung. Pemasaran langsung dilakukan dengan cara konsumen dapat datang langsung ke rumah pemilik untuk membeli produk sale pisang dan juga dapat memesannya menggunakan telepon atau media sosial atau teknologi. Pemasaran tidak langsung yang dilakukan yaitu memasarkan produknya dengan menitipkan ke pedangan eceran, toko-toko, rumah makan, dan minimarket yang diambil oleh sales sesuai jadwal yang sudah ditentukan. Dan juga harga yang ditawarkan relative murah.
2. Kendala yang dihadapi penjualan saat ini yaitu kurangnya strategi pemasaran dalam menggunakan media online sebagai instrumen strategi pemasaran dan kurangnya promosi iklan di sosial media, pelayanan kurang cepat terhadap konsumen dan juga banyaknya pesaing yang semakin kreatif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Perusahaan diharapkan mampu melaksanakan strategi yang baik yaitu dengan melakukan pemasaran berdasarkan Segmentasi, Targetting dan Positioning yang telah di rumuskan oleh perusahaan sehingga semua dapat terencana. Dan memberikan diskon atau promo untuk hari-hari tertentu.
2. Untuk mengatasi kendala strategi pemasaran dan meningkatkan penjualan, suatu usaha yang berhasil mencapai tujuan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk. Pemasaran harus jeli melihat dan membaca setiap peluang yang ada dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta memasarkan produknya. Perusahaan diharapkan mampu untuk menghadirkan bauran pemasaran yang lebih baik. Seperti dalam hal promosi bisa ditambahkan lagi untuk melakukan promosi online sehingga dapat

meningkatkan penjualan. Dan lebih kreatif lagi dalam membuat produk dan rasa yang bervariasi.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. 2012. Kecamatan Binuang Dalam Angka 2012. BPS, Kabupaten Tapin
- Cakradinata, R.S., Hidayati, & N. Yuliana. 2017. Studi Kelayakan Finansial Pendirian Agroindustri Berbasis Pisang di Provinsi Lampung. Universitas Lampung, Bandar Lampung
- Gugup, kismono. (2012). Bisnis Pengantar. Yogyakarta. BPF
- Muliawan, Jasa Ungguh. 2012. Manajemen Home Industri Peluang Usaha di Tengah Krisis. Yogyakarta: Banyu Media
- Sugiyono. (2017) . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Umiyati idris. (2018). Marketing Environment and Marketing Mix, The Basic Factors in Increasing Sales Performance (Survey on Agribusiness Small and Medium Enterprises). *Journal of Economics and Business*