

# STRATEGI PENJUALAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN USAHA DAGING RAJUNGAN PADA BERKAT RIDHO LAUT DESA PUDI KABUPATEN KOTABARU

Eli Yani<sup>1</sup>, Dwi Wahyu Artiningsih<sup>2</sup>, M. Harlie<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari  
Email: [eli.yani.apps@gmail.com](mailto:eli.yani.apps@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) strategi penjualan terhadap peningkatan usaha daging rajungan pada Berkat Ridho Laut Kotabaru, (2) penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui strategi yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan, (3) untuk mengetahui strategi penjualan Berkat Ridho Laut dalam meningkatkan hasil penjualan.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif yang merupakan jenis penelitian lapangan dengan survey. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari Pemilik dan Karyawan Berkat Ridho Laut. Data sekunder yang digunakan berupa buku-buku referensi. Metode pengumpulan data adalah wawancara dengan pemilik, dokumentasi serta observasi.

Hasil penelitian menunjukkan (1) strategi yang dilakukan adalah strategi perencanaan produk, strategi harga, dan strategi penjualan sederhana (2) strategi penjualan yang efektif dilakukan adalah bauran pemasaran marketing mix yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi (3) strategi penjualan yang dilakukan Berkat Ridho Laut belum sesuai dalam penjualannya dan untuk mengembangkannya diharapkan kepada pengusaha kepiting untuk melaksanakan kegiatan produksi dan pemasaran lebih efisien.

**Kata Kunci:** Strategi Penjualan, Peningkatan Usaha

## ABSTRACT

*The research aims to test: (1) The sales strategy to increase the business of the meat in the blessings of Ridho Laut Kotabaru, (2) The research was conducted to find out the most effective strategies in increasing sales, (3) to know the sales strategy thanks to Ridho Sea in increasing sales outcomes.*

*The study uses a qualitative descriptive research plan which is a type of field research with surveys. The data used is the primary data obtained from owners and employees thanks to Ridho Laut. Secondary Data is used in the form of reference books. The data collection method is an interview with the owner, documentation and observation.*

*The results of the study showed (1) the Strategy Product Planning Strategies, pricing strategies, and simple sales strategies (2) Effective sales strategy is the marketing mix of marketing mixes namely products, prices, promotions, and Distribution (3) sales strategy is done thanks to Ridho Laut not in sales and to develop it is expected to the crab entrepreneurs to carry out production activities and marketing more efficiently.*

**Keywords:** Sales Strategy, Business Enhancement

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara kepulauan yang mempunyai kekayaan sumber daya perikanan laut yang sangat besar, baik secara kuantitas maupun keragamannya. Indonesia memiliki laut yang kaya dengan sumber daya hayati dan lingkungan yang potensial, sumber daya di sektor perikanan merupakan sumber daya yang dapat diperbaharui sehingga bertahan dalam waktu panjang asal diikuti dengan pengelolaan yang baik. Oleh karena itu, perikanan Indonesia memiliki potensi sangat besar. Sektor perikanan bermanfaat bagi kelangsungan hidup seluruh warga Negara Indonesia dan menjadi sumber pendapatan perekonomian Negara. Sumber daya perikanan tangkap diperuntukkan bagi nelayan atau pengusaha perikanan Indonesia untuk kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat dan dapat pula menjadi sumber pertumbuhan dan perkembangan ekonomi daerah, wilayah dan nasional, baik sebagai lahan mata pencaharian maupun sumber devisa dan sumber pangan bergizi tinggi. Indonesia menyimpan sumber daya kekayaan laut yang potensial. Sudah lebih dari 30 tahun terakhir dunia mengenal perairan Indonesia sebagai kawasan tangkapan hasil laut yang sangat potensial di dunia. Bahkan 20 tahun terakhir, perairan Indonesia dianggap sumber daya hasil laut terbesar di dunia setelah kawasan lain telah habis dijaring nelayan dari berbagai Negara. Kabupaten Kotabaru merupakan wilayah yang tidak terlepas dari perkembangan industri daging rajungan, hal ini dapat dilihat dari jumlah perusahaan pengolahan daging rajungan yang semakin meningkat. bertambahnya jumlah produsen akan berimplikasi terhadap tingkat persaingan yang semakin tinggi diantara perusahaan pengolahan daging rajungan dalam memperebutkan pangsa pasar.

Kenneth R. Andrews dalam Alma (2011:199) berpandangan strategi perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud dan tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan. Strategi secara umum merupakan suatu pendekatan yang semua berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi dalam aktivitas yang banyak memiliki kurun waktu tertentu. Strategi yang baik ada pada koordinasi dalam tim kerja, mempunyai tema, serta melakukan identifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan gagasan yang rasional, efisien dalam melakukan pendanaan, serta juga memiliki cara untuk agar dapat mencapai sebuah tujuan secara efektif maupun efisien. Menurut Mulyadi (2008:202) penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang dan jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli. Hasan Alwi (2002) berpandangan peningkatan merupakan proses, pembuatan, cara meningkatkan usaha dan sebagainya. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian peningkatan adalah suatu proses perubahan meningkat, yang berarti proses perubahan menjadi lebih baik, sehubungan dengan peningkatan usaha, hal ini tergantung pada kemampuan pengusaha dalam menjalankan sistem pengelolaannya. Mengidentifikasi tahapan sangat penting dalam pengembangan usaha dan kapan hal tersebut terjadi. Membahas tahapan-tahapan yang sudah dilakukan, sehingga dapat memahami seberapa cepat usaha telah berkembang sampai pada titik persiapan rencana usaha. Untuk keperluan perencanaan, menyiapkan jadwal yang jauh lebih rinci sebagai kalender waktu dan tindakan atau kalender implementasi adalah lebih baik. Jadwal ini biasanya tidak dimasukkan ke dalam rencana usaha yang disajikan. Rincian ini akan membantu wirausahawan menetapkan rencana kemajuan usaha yang realistis.

## **METODE**

Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode kualitatif, yaitu menguraikan data yang dikumpulkan dan dianalisis. Subjek dari penelitian ini ada pada bagian strategi penjualan dengan peningkatan usaha. Yang menjadi objek penelitian ini adalah Berkah Ridho Laut yang beralamat di Desa Pudi Kelumpang Utara Kabupaten Kotabaru.

Variabel bebas pada penelitian ini yaitu strategi penjualan ( $X_1$ ), sedangkan variabel terikat pada penelitian ini yaitu peningkatan usaha (Y). Dalam penelitian ini ada dua jenis sumber data yang digunakan, sebagai berikut. (1) Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi dengan permasalahan yang berkaitan dengan strategi promosi berkenaan dengan keputusan pembelian. (2) Data sekunder ini diperoleh dari literatur-literatur, jurnal atau artikel ilmiah dari penelitian terdahulu, majalah maupun data dokumen perusahaan yang diperlukan dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data pada penelitian ini menggunakan beberapa metode sebagai berikut.

### **1. Interview atau wawancara**

Interview atau wawancara adalah suatu pencarian informasi yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden (sumber informasi) yang menjadi responden dalam penelitian ini. Data di sini lebih pada data internal perusahaan.

### **2. Observasi dan Dokumentasi**

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan cara kunjungan dan pengamatan langsung ke objek penelitian. Sedangkan dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan foto dan catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa yang terjadi pada waktu melakukan penelitian. Data-data diperoleh melalui melalui dokumen yang merupakan catatan formal, buku, artikel dan bahan informasi lainnya yang memiliki keterkaitan dengan masalah atau arsip.

Analisis yang digunakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu dengan cara mengumpulkan data dari lapangan yang bermanfaat untuk memberikan gambaran umum untuk penelitian dan sebagai pembahasan hasil penelitian. Data yang digunakan merupakan hasil pengumpulan dari penelitian lapangan (*field research*) yang dibandingkan dengan dasar-dasar teori yang didapat dari bahan pustaka (*library research*) untuk dapat memecahkan masalah yang ada dan selanjutnya disusun menjadi sebuah hasil penelitian agar menghasilkan suatu kesimpulan baru.

## **HASIL PENELITIAN**

Berdasarkan Hasil penelitian yang dilakukan pada Berkah Ridho Laut diperoleh hasil sebagai berikut.

### **1. Strategi Penjualan Pada Berkah Ridho Laut**

Dari hasil penelitian dilapangan peneliti menemukan beberapa fakta, bahwa Berkah Ridho Laut yang merupakan perusahaan yang telah berproduksi sejak tahun 2011. Perusahaan ini menggunakan sistem penjualan sederhana dalam arti pada proses penjualan berjalan dalam kegiatan murni tanpa adanya usaha untuk mempengaruhi calon pembeli. Misalnya, barang langsung dikirim kepada Cv.Medan Kotabaru penjualan dilakukan secara langsung, penyerahan barang dan pembayaran dilakukan pada saat itu juga dengan cara sederhana setelah terjadi kesepakatan harga antara penjual dan pembeli.

2. Strategi Perencanaan Produk

Produk merupakan unsur paling penting dari program pemasaran. Konsumen memuaskan kebutuhan keinginan mereka dengan produk. Kebijakan produk meliputi perencanaan dan pengembangan produk. Kegiatan ini penting terutama dalam lingkungan yang berubah-ubah oleh karenanya perusahaan dituntut untuk menghasilkan dan menawarkan produk yang bernilai dan sesuai dengan selera konsumen. Bapak Bahrudin berpendapat produk pada Usaha Berkat Ridho Laut harus benar-benar lebih unggul dari perusahaan yang berada di Desa lain yang mempunyai usaha yang sama, sebab produk yang berkualitas dan bagus akan menggungguli pesaing-pesaing baik dari desa seberang maupun dari daratan Kabupaten/Propinsi sehingga produk yang dijual cepat mengalami kemajuan.

3. Strategi Harga

Dari strategi harga Menurut pimpinan Usaha Daging kepiting Berkat Ridho Laut yaitu Bapak Bahrudin mengungkapkan bahwa strategi harga pada Usaha Daging kepiting ini sangat sulit untuk ditentukan karna mereka tidak mau harga yang mereka di ambil oleh pesaingnya dan adapun harga yang di tentukan oleh pemilik Berkat Riodho Laut yaitu per kilonya Rp 40.000, Dimana kepiting yang mereka ambil dari nelayan dalam keadaan masih utuh dan belum di proses atau di olah. Adapun yang sudah di olah pihak Berkat Ridho Laut menjualnya sebesar Rp 120.000 per kilonya dan setiap 1 minggu mereka sudah membawa hasil olahan tumpukan daging kepiting mereka ke Cv.Medan Kotabaru. Usaha Daging Kepiting ini selalu mengikuti ketetapan harga yang telah ditentukan sepenuhnya oleh pemilik usaha Berkat Ridho Laut sehingga penjualan setiap barang, pihak karyawan tidak bisa menentukan harga penawaran yang diminta oleh konsumen. Untuk itu setiap barang yang dijual cukup memberikan pelayanan untuk menjual barang kepada konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Berkat Ridho Laut menetapkan harga 20% dari harga beli pada setiap barang yang dijual, hal ini dilakukan untuk menarik konsumen dan menutup biaya yang dikeluarkan.

4. Strategi Penjualan

Selama ini perusahaan Berkat Ridho Laut hanya melakukan distribusi penjualan lebih terfokus kepada distribusi secara langsung yaitu dari produsen kepada konsumen. daging rajungan dipasarkan kekota kabupaten melalui Cv.Medan Kotabaru dan Berkat Ridho Laut Hanya melakukan kemitraan dengan perusahaan tersebut karena itu mengharuskan bapak Bahrudin hanya boleh memasarkan daging rajungan sepenuhnya hanya kepada Cv.Medan Kotabaru.

5. Strategi Penjualan yang Seharusnya Dilakukan Berkat Ridho Laut

Penjualan dan pemasaran tidak jarang dianggap sama kekeliruan penafsiran ini bukan hanya diartikan oleh yang kurang pengetahuannya tetapi juga dalam lingkup perdagangan. Kedua istilah tersebut mempunyai ruang lingkup yang berbeda dari sudut kegiatannya. Pemasaran mempunyai aktivitas yang luas sedangkan penjualan hanya satu kegiatan dalam pemasaran. Menurut moekijat (2000:48) menyatakan penjualan adalah satu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dapat mengenai harga yang menguntungkan kedua belah pihak. Perusahaan selalu berusaha untuk dapat berkembang dan mampu bertahan untuk kelangsungan hidup perusahaannya. Dalam rangka inilah, diduga setiap perusahaan harus menetapkan dan menerapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan penjualan dengan memperluas

pemasarannya. Kegiatan pemasaran yang harus dilakukan untuk mencapai sasaran perusahaan yang berupa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang. Berkat Ridho Laut yang merupakan perusahaan yang berdiri sejak tahun 2011. Seharusnya dalam kegiatan pemasarannya menggunakan bauran pemasaran atau yang lebih dikenal dengan sebutan *marketing mix*. Unsur bauran pemasaran sebagai berikut.

1) Produk

Strategi produk merupakan strategi yang pertama dilakukan oleh perusahaan yang berkaitan dengan penyediaan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Menurut wujudnya, produk dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Produk yang berwujud merupakan produk yang berbentuk barang, yaitu produk yang secara fisik bisa dilihat dan diraba. Sedangkan produk yang tidak berwujud adalah setiap layanan yang berbentuk jasa, pekerjaan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk dapat dimanfaatkan oleh konsumen.

2) Harga (*Price*)

Harga merupakan faktor penting dalam sebuah usaha, karena harga memegang peranan yang cukup besar dalam kegiatan jual beli. Menetapkan harga yang tepat dan mudah terjangkau oleh konsumen dapat meningkatkan penjualan dalam setiap usaha yang dilakukan, tetapi apabila salah menetapkan harga perusahaan dapat mengalami kerugian karena kurangnya konsumen yang membeli produknya. Sehingga dalam menentukan harga perusahaan harus memperhatikan dan benar-benar menghitung resiko yang akan dihadapi. Harga yang harus ditetapkan oleh Berkat Ridho Laut adalah harga berdasarkan jenis keping dan harga berdasarkan biaya operasional yang menjadi dasar untuk menetapkan strategi harga pada Berkat Ridho Laut adalah melakukan survey terlebih dahulu untuk menetapkan harga sehingga bisa menetapkan harga yang pas untuk dijual ke konsumen. Ini dapat menjunjung tinggi tingkat penjualan.

3) Promosi (*Promotion*)

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen akan produk yang dihasilkan perusahaan adalah melalui promosi yang gencar hal ini diharapkan volume penjualan akan meningkat. Media promosi sebagai alat pemasaran seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram* dan sosial media lainnya. Dengan menggunakan media promosi tersebut terlihat bahwa perusahaan memiliki tujuan untuk menjangkau pasar sasaran yang lebih luas. Menurut pimpinan usaha Berkat Ridho Laut Bapak Bahrudin mengatakan “saya merasa minder melakukan promosi pada media social biar konsumen saja yang datang sendiri untuk membeli produk dari Usaha kami, karna Usaha ini hanya berskala perusahaan menengah saja. Untuk memasarkan produk kami hanya mengandalkan jasa jaringan yang sudah terbentuk secara langsung antara pengguna jasa dan pemilik perusahaan”. Berdasarkan wawancara dapat dijelaskan bahwa perlu adanya pelatihan dan pendidikan dinas perikanan setempat agar kualitas sumber daya manusia perusahaan, khususnya Berkat Ridho Laut bisa lebih berkualitas.

4) Saluran Distribusi (*Place*)

Distribusi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam setiap pemasaran karena distribusi yang efektif dan efisien maka barang akan cepat

dipasarkan dan dibeli oleh konsumen. Selama ini strategi distribusi yang digunakan Berkat Ridho Laut hanya distribusi intensif yaitu hanya melibatkan agen dan konsumen akhir. Perusahaan seharusnya lebih mempertimbangkan saluran distribusi langsung dan saluran tidak langsung agar menyebar luas di semua pasar. Saluran distribusi secara langsung dan tidak langsung juga memberikan keuntungan bagi perusahaan yaitu adanya efisiensi dari biaya transportasi. Dengan adanya perantara maka biaya transportasi pengiriman produk tidak menjadi tanggungan perusahaan lagi, hal ini penting bagi produk agar dijual di daerah yang jauh dari produsen. Penggunaan penyaluran barang yang tepat maka akan mempermudah peredaran dan penjualan barang sehingga dapat meningkatkan penjualan maka akan berpengaruh dengan peningkatan penghasilan atau keuntungan bagi perusahaan.

6. Pembahasan dari Hasil Penelitian

- 1) Strategi distribusi yang selama ini digunakan oleh Berkat Ridho Laut yaitu strategi distribusi intensif. Strategi intensif yang digunakan oleh Berkat Ridho Laut hanya melibatkan agen dan pengecer untuk menyampaikan produknya ke konsumen akhir.
- 2) Kendala-kendala yang selama ini dihadapi oleh Berkat Ridho Laut dalam melaksanakan strategi distribusi adalah kurangnya jaringan/mitra kerja dalam memasarkan produknya, penyampaian barang ke konsumen akhir yang tidak tepat waktu, sulitnya memprediksi kebutuhan pasar akan produk yang dihasilkan, sulit untuk memonitoring saluran distribusi yang sedang berjalan di lapangan.
- 3) Strategi yang digunakan oleh Berkat Ridho Laut tidak semuanya tepat. Strategi distribusi yang pernah dipakai adalah strategi distribusi intensif dan strategi distribusi selektif, namun strategi distribusi yang baik bagi Berkat Ridho Laut adalah strategi distribusi intensif, karena dengan strategi tersebut volume penjualan pada Usaha Dagang Kepiting Bahari lebih baik dari pada menggunakan strategi distribusi selektif.
- 4) Strategi distribusi yang tepat bagi Berkat Ridho Laut. Dan sampai saat ini masih dipertahankan adalah strategi intensif, karena dengan menggunakan strategi tersebut menurut pimpinan volume penjualan pada Berkat Ridho Laut lebih baik dan tepat.

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan terdapat kesimpulan bahwa semua variable dari harga, promosi, pasar, dan distribusi memberikan pengaruh terhadap peningkatan penjualan dan keputusan pembelian bagi konsumen. Akan tetapi yang paling dominan adalah strategi harga sebab harga merupakan faktor penting dalam sebuah kegiatan jual beli. Menetapkan harga yang tepat dan mudah terjangkau oleh konsumen dapat meningkatkan penjualan dalam setiap usaha yang dilakukan. Oleh karena itu Berkat Ridho Laut harus lebih memperhatikan dan menghitung benar-benar resiko yang akan dihadapi pada tahun yang akan datang jika tidak benar-benar menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Strategi yang diterapkan oleh Berkat Ridho Laut Di Desa Pudi Kabupaten Kotabaru masih menggunakan sistem penjualan sederhana perusahaan tersebut belum menerapkan sistem penjualan modern. Padahal untuk segi harga yang diterapkan pada Berkat Ridho Laut menetapkan harga 20% dari harga beli pada setiap barang yang dijual. Disamping itu perusahaan yang hanya menggunakan sistem penjualan sederhana membuat Berkat Ridho Laut ini sulit untuk mengembangkan penjualan produk yang dihasilkan. Penetapan pemasaran yang tepat dapat lebih meningkatkan penjualan terhadap daging rajungan yang di produksi.
2. Strategi yang seharusnya dilakukan Berkat Ridho Laut adalah keharusan untuk menggunakan startegi bauran pemasaran atau dalam istilah lain adalah marketing mix untuk mempengaruhi peningkatan penjualan dalam usaha daging rajungan. Menetapkan harga dan menetapkan promosi serta distribusi yang tepat guna untuk meningkatkan penjualan serta memperluas pemasaran yang dilakukan, juga perusahaan lebih dikenal dunia luar. Semua perusahaan sangat penting melakukan saluran distribusi yang tepat dalam kegiatan pemasaran karena distribusi yang efektif dan efisien maka barang akan cepat dipasarkan dengan begitu peningkatan penjualan juga semakin cepat.

### **Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan setelah melakukan penelitian ini sebagai berikut.

1. Strategi penjualan yang sudah diterapkan harus ditingkatkan lagi dimana Berkat Ridho Laut harus mulai memperluas penjualan guna untuk memasarkan produknya, dimana produk mulai dipasarkan melalui pedagang perantara lalu kepada pengecer terakhir kepada konsumen, hal ini dimaksudkan agar produk yang dipasarkan bisa menyebar luas tidak hanya pada Cv.Medan Kotabaru saja.
2. Strategi yang harus di terapkan adalah bauran pemasaran marketing mix untuk lebih meningkatkan penjualan, memperluas pemasaran dan senantiasa menerapkan strategi proses produksi, strategi harga, dan strategi promosi, serta strategi saluran distribusi yang tepat.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk tidak hanya terpaku terhadap variabel dalam penelitian ini dan memasukkan variabel lain yang dapat memaksimalkan hasil penelitian.

## **REFERENSI**

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembilan*. Bandung: Alfabeta.
- Alwi, H. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Mulyadi. (2008). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.