

## **BAB IV**

### **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA HASIL PENAMBANGAN TANAH MERAH DI DESA KWADUNGAN LOR KECAMATAN PADAS NGAWI**

#### **A. Analisa Strategi Harga pada Penjualan Tanah Merah di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi**

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah.<sup>1</sup>

Pada prinsipnya dalam melakukan usaha bisnis tidak dipandang sebagai aktivitas yang dilakukan oleh organisasi dalam pengertian makro, melainkan juga bisa berlangsung dalam konteks organisasi mikro. Dalam setiap kegiatan yang dilakukan seseorang dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan dengan jalan memberikan pelayanan berupa barang dan jasa dikenal dengan bisnis.

Ada cara yang dapat dilakukan penjual atau distributor untuk menetapkan harga yang tepat, yaitu:

- a. Strategi harga cost-plus, yakni harga dihitung dari biaya ditambah margin keuntungan yang diinginkan (persentasi dari biaya).
- b. Strategi harga mark-up, dimana harga dihitung sebagai suatu presentase dari harga jual.

---

<sup>1</sup> Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014)

- c. Strategi harga break-even (impas), harga dihitung dengan menemukan dengan menentukan tingkat penjualan yang diperlukan untuk menutup seluruh biaya tetap dan variabel.
- d. Strategi harga going-rate, berarti harga ditetapkan sama dengan harga produk pesaing.

Strategi harga adalah penetapan harga untuk memaksimalkan laba, dan dapat mencapai sasaran-sasaran pasar. Harga adalah suatu variabel pemasaran yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan, karena harga dapat mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang akan dicapai oleh perusahaan. Oleh sebab itu, penetapan tingkat harga dapat mempengaruhi aspek yang luas terhadap kecenderungan hidup penjual tanah merah yang ada di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi. Harga merupakan elemen yang paling penting karena harga menjadi satu-satunya yang menghasilkan pendapatan bagi penjual dan juga para penggali tanah merah. Sedangkan yang lainnya memiliki biaya-biaya, harga yang ditentukan sesuai dengan bahan baku yang akan di produksi.

Berdasarkan kondisi pasar yang mempunyai daya saing cukup tinggi maka penjual akan menganalisis harga mulai dari biaya-biaya perencanaan kerja, alat yang akan digunakan untuk menggali dan memasukan tanah merah ke dalam truk, proses hingga finishing, kemudian juga upah bagi pekerja serta biaya izin kepada masyarakat setempat.

Penetapan harga yang dilakukan oleh penjual tanah merah yang ada di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi dapat menjunjung tingkat penjualan, sehingga dapat memperoleh pendapatan yang lumayan besar dan

dapat digunakan modal untuk membeli tanah merah di lokasi lain agar stok barang yang ada akan semakin banyak, dan diharapkan tingkat penjualannya dapat lebih meningkat. Untuk bisa mendapatkan harga jual yang lebih kecil dari pesaing, penjual tanah merah biasa membeli tanah dengan jumlah yang besar sehingga mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah. Meskipun harga barang yang dijual oleh penjual tanah merah lebih murah dari pesaing namun penetapan harga hanya berselisih sedikit, yaitu sekitar 20 ribu rupiah hingga 30 ribu rupiah dengan tujuan agar tidak merusak harga pasar dan tidak menghancurkan usaha kecil lainnya.

Dari hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa penentuan harga tanah merah yang ada di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi dengan strategi harga cost-plus, yakni harga dihitung dari biaya ditambah margin keuntungan yang diinginkan (persentasi dari biaya). Dan strategi harga going-rate, bararti harga ditetapkan sama dengan harga produk pesaing. Maksudnya apabila harga dipasaran naik maka penjual tanah merah yang ada di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi mengikuti harga yang ditetapkan oleh pasar. Namun apabila ada pesaing yang melebihi harga yang ditawarkan, maka penjual tanah merah yang ada di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi tidak menaikkan harga diatas harga dari pesaing, hanya mengambil harga rata-rata.

## **B. Analisa Strategi Distribusi pada Penjualan Tanah Merah di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi**

Saluran distribusi merupakan salah satu unsur yang penting dalam strategi pemasaran, karena dalam bentuk produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Tanpa adanya saluran distribusi ini maka kegiatan pemasaran dalam kegiatan pemasaran dalam meningkatkan hasil penjualan akan sulit dicapai, dengan kata lain saluran distribusi dapat mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan.<sup>2</sup>

Semua perusahaan perlu melakukan fungsi distribusi dan hal ini sangat penting bagi pembangunan perekonomian masyarakat karena bertugas menyampaikan barang dan jasa yang diperlukan oleh konsumen. Adapun prinsip-prinsip distribusi of produk kemasyarakatan diantara lain dimaksud untuk mencapai:

- a. Ketetapan dan kecepatan waktu tiba ditangan konsumen.
- b. Kenyamanan yang terjaga dari kerusakan
- c. Sarana kompetensi dalam kecepatan dan ketetapan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Keputusan distribusi merupakan sasaran bagi usaha pemasaran lainnya.

Keputusan distribusi mempunyai empat komponen pokok yaitu berikut ini:

- a. Strategi distribusi yaitu usaha untuk menentukan arah sebagai dasar perusahaan untuk menyalurkan produknya ke pasar, sehingga

---

<sup>2</sup> <http://agituh.blogspot.co.id/2012/10/penerapan-strategi-distribusi-30.html>. Diakses 7 Mei 2016, Pukul 06:00

perusahaan perlu memilih perantara yang akan digunakan dalam menjual produknya.

- b. Penentuan lokasi, perusahaan memfokuskan pada penentuan jumlah dan lokasi tempat penjualan yang diinginkan. Jadi, perusahaan perlu mempertimbangkan banyaknya tempat penjualan perlu mempertimbangkan banyaknya tempat penjualan maksimal dan lokasi yang paling baik yang harus disediakan
- c. Logistik distribusi yaitu pertimbangan keputusan terbaik bagi penyediaan dan penawaran produk kepada penjual perantara atau pembeli akhir
- d. Manajemen distribusi merupakan usaha perusahaan dalam mengembangkan, pengelolaan dan pengendalian terhadap bauran pemasaran.

Keputusan distribusi yang diterapkan oleh penjual tanah merah yang ada di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi ini diantaranya adalah:

- a. Saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya barang yang ditawarkan oleh penjual/ perusahaan. Maka dari itu strategi pemasaran yang dilakukan oleh penjual tanah merah untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankan usahanya serta dapat berjalan dengan baik untuk itu dapat dilakukan dengan pemilihan pasar.
- b. Untuk pemilihan pasar dapat dikelompokkan dan di fokuskan pada kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk-produk barang yang

disediakan oleh penjual tanah merah yang ada di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi. Dari hasil studi menunjukkan bahwa penjual memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk melayani konsumen, karena keterbatasan sumber daya yang diperlukan penjual kurang, misalkan dana, tenaga kerja dan alat yang dibutuhkan yang menjadikan dana untuk melayani semua persaingan pasar.

Dari hasil pengamatan penulis strategi distribusi yang dilakukan oleh penjual tanah merah yang ada di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi menggunakan saluran distribusi langsung dengan pendekatan khusus kepada konsumen. Penggunaan saluran pemasaran dan strategi komunikasi kepada penjual tanah merah, kemudian kecenderungan untuk menjangkau pasar sasaran dapat dilakukan dengan cara langsung. Hal ini dapat dibuktikan dengan rendahnya penggunaan pihak-pihak perantara dan tidak adanya komunikasi lewat media. Lalu penjual tanah merah menginginkan adanya kontak langsung dengan konsumen, dan juga melalui pendekatan khusus baik itu secara formal maupun non formal yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian menjadi salah satu taktik yang ditetapkan untuk mendukung strategi distribusi ini.

Distribusi yang digunakan oleh penjual tanah merah yang ada di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi, dengan distribusi Islami dan juga konvensional. Dalam distribusi Islami tidak diperbolehkan penimbunan barang karena tidak sesuai dengan misi dan prinsip distribusi, menurut penjual tanah merah yang ada Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi apabila melakukan penimbunan barang akan mengakibatkan kerugian yang cukup

besar, karena penjual harus mengeluarkan biaya dua kali lipat dari hasil produksi.

Sedangkan distribusi konvensional yaitu distribusi selektif, dimana distribusi ini digunakan apabila produsen ingin tetap memegang kendali atas tingkat dan keluaran layanan yang ditawarkan perantara. Strategi tersebut melibatkan rencana perjanjian strategi eksklusif. Dengan memberikan distribusi eksklusif, produsen berharap untuk memperoleh penjualan yang lebih berdedikasi dan lebih mengenal produk tersebut. Menurut penjual tanah merah yang ada di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi, dengan melalui perantara diharapkan tingkat penjualan tanah merah semakin meningkat, dan banyak diminati oleh konsumen.

Ditinjau dari perspektif strategi pemasaran Islami, strategi yang dilakukan pada penjual tanah merah yang ada di Desa Kwadungan Lor Kecamatan Padas Ngawi menerapkan teori dan konsep strategi pemasaran konvensional, juga menerapkan strategi pemasaran Islami.