

## PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK HOME INDUSTRY SOUN RAJAWALI DI DESA MANJUNG NGAWEN KLATEN

Nanda Putri Chahyani<sup>1</sup>, Erry Setyo Prabowo<sup>2</sup>, Farida Puspita Harti<sup>3</sup>, Sugeng Wibowo<sup>4</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Madani Klaten

[nandaputrichyn02@gmail.com](mailto:nandaputrichyn02@gmail.com) [errysetyoprabowo@gmail.com](mailto:errysetyoprabowo@gmail.com) [tlagamas01@gmail.com](mailto:tlagamas01@gmail.com)

[wibowo.sugeng83@gmail.com](mailto:wibowo.sugeng83@gmail.com)

### ABSTRAK

Kondisi perekonomian Indonesia yang kini telah memasuki era persaingan pasar bebas, diperlukan antisipasi guna menghadapi hal tersebut. Antipasi tersebut antara lain dikembangkan jiwa kewirausahaan, Karena sektor wirausaha merupakan lahan aktifitas ekonomi yang amat luas di masa depan. Oleh karna itu pengembangan dan pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) seperti home industry harus menjadi perhatian semua pihak pemerintah dan masyarakat. Menunjukkan bahwa strategi pemasran dalam meningkatkan pejualan melalui home indusrty soun di Desa Manjung Ngawen Klaten, Setrategi dalam meningkatkan penjualan produk melalui Home Industry dalam penerapan strategi yang dilakukan dalam usaha soun Rajawali mengunkan strategi bauran 4P yang diantaranya produk yang berbahan dasar pati aren yang diolah menjadi olahan soun, dengan menetapkan harga berdasarkan harga pokok penjualan, tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen sekitarnya, penggunaan media social melalui Tokopedia yang mempermudah untuk melakukan promosi. Dalam melakukan penjualan mengutamakan dari segi bahan yang berkualitas sehingga dalam penjulan meningkat soun Rajawali. Dengan adanya home industry soun dapat menopang kegiatan ekonomi yaitu menumbuhkan dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai dasar pembangunan ekonomi kerakyatan. Dan juga dalam proses penjualan yang dilakukan berbagai macam bauran pemasaran yang digunakan pada produk soun Rajawali Manjung. Kata-kata Kunci: Strategi Pemasaran 4P, Penjualan, Home Industry Soun.

Kata-kata Kunci: Strategi Pemasaran 4P, Penjualan, Home Industry Soun.

### ABSTRACT

The condition of the Indonesian economy, which has now entered the era of free market competition, requires anticipation to deal with this. This anticipation includes developing an entrepreneurial spirit, because the entrepreneurial sector is a very broad field of economic activity in the future. Therefore, the development and empowerment of MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) such as home industries must be the concern of all government and community parties. Indicating that the marketing strategy for increasing sales through the soun home industry in Manjung Ngawen Village, Klaten, the strategy for increasing product sales through the Home Industry in implementing the strategy carried out in the Soun Rajawali business uses a 4P mix strategy which includes products made from palm starch which are processed into processed products. soun, by setting prices based on the cost of goods sold, places that are easily accessible to surrounding consumers, using social media through Tokopedia which makes it easier to carry out promotions. When making sales, we prioritize quality materials so that sales of Soun Rajawali increase. With the existence of a soun home industry, it can support economic activities, namely growing and developing Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) as the basis for people's economic development. And also in the sales process various kinds of marketing mixes are used for Rajawali Manjung vermicelli products.

Keywords : 4P Marketing Strategy, Sales, Home Industry Soun.

## PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di Indonesia sampai saat ini masih tergolong rendah, di bandingkan dengan pembangunan perekonomian negara negara tetangga, hal ini menjadikan sebuah tantangan. Suatu langkah pemilahan yang nyata kepada ekonomi masyarakat wujudnya adalah berupa pilihan kebijakan dan langkah-langkah strategis untuk memperkuat daya saing ekonomi. Untuk mewujudkan cita-cita maka perlu melaksanakan pembangunan untuk meningkatkan kemakmuran masyarakat secara bertahap dan berkesinambungan. Produk-produk yang menyampaikan keunggulan suatu produk dan mempunyai kualitas dalam produk olahan soun yang bagus yang dapat dikonsumsi masyarakat sekitar, sebab karena dalam berbisnis umumnya tanpa kecuali persaingan bisnis. Jika suatu produk soun saja jika tidak memiliki strategi keunggulan suatu ciri khas dari soun atau mempunyai keunggulan tersendiri dari produk soun. Produk tersebut akan menjumpai pengurangan didalam produk soun dan saat melakukan penjualan soun. Strategi dalam pemasaran dalam bentuk usaha bisnis apapun yang tidak lepas dari berbagai macam-macam persoalan dalam perusahaan atau dari luar perusahaan yang harus dihadapi setiap saat dalam menjalankan berbisnis.

Pemerintah Indonesia saat ini menerapkan kebijakan yang mendukung penuh usaha kecil, juga disebut industri rumahan. Kebijakan menggunakan banyak pencapaian untuk mendukung usaha kecil, yang merupakan cara yang efektif untuk menggerakkan perekonomian nasional. Usaha home industry atau penjelasan lain bisa disebut usaha kecil ini yaitu salah satu bisnis yang disukai secara umum oleh masyarakat Indonesia karena bisnisnya dijalankan di wilayahnya dan dapat ditempatkan dimana saja. Walaupun tidak dalam skala yang signifikan, tidak hanya itu, tetapi kegiatan ekonomi dapat membantu mereka yang belum memiliki pekerjaan. Usaha rumah tangga sekecil mungkin menghambat masyarakat untuk mendapatkan uang dan mempersulit upaya pemerintah untuk mengurangi poin pengangguran. Merancang ekonomi memungkinkan masyarakat untuk memiliki ide dengan membuat olahan soun yang bahan utamanya adalah pati aren, yang dibuat oleh masyarakat setempat untuk dijual di luar wilayah setempat atau pulau. Ini mirip dengan proses pembuatan soun di Desa Manjung, Kecamatan, Ngawen, Klaten, yang berusaha membuka bisnis rumahan yang menjual soun di wilayahnya.

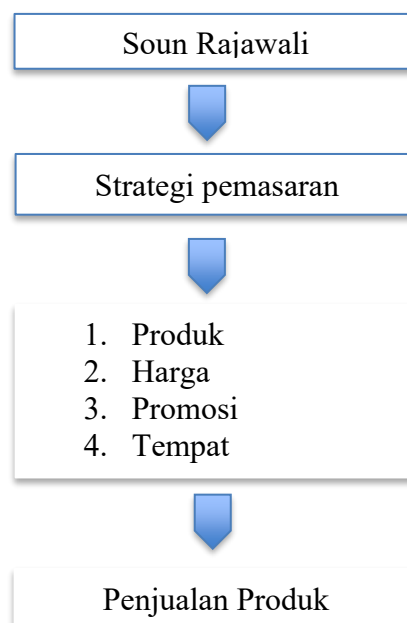
## KAJIAN PUSTAKA

Strategi adalah Sebuah perusahaan saat waktu menjalankan bisnis biasanya menghadapi sebuah persaingan dalam bisnis seharusnya, sebuah perusahaan mempunyai cara yang mana cara-cara yang digunakan suatu perusahaan nantinya akan memberikan bertahan dan bersaing

sama pembisnis lainnya dari Freddi Rangkuti (2016). Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang disusun dan dilakukan oleh seorang pebisnis untuk menarik konsumen dalam pembelian suatu produk ataupun jasa. Alma (2014) menyatakan bahwa bauran pemasaran, juga dikenal sebagai "bauran pemasaran", adalah salah satu langkah strategis untuk menggabungkan empat kegiatan marketing, dan dari campuran ini dipilih strategi mana yang memberikan hasil terbaik dan memuaskan.

Sebuah produk dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi, dan dapat digunakan untuk menentukan keinginan atau kebutuhan, menurut Kotler dan Armstrong, yang dikutip dari buku Konsep Dasar Manajemen Pemasaran oleh Liharman Saragih, dkk (2023) Menurut Alma dalam (Prasetya, 2020) menyatakan bahwa tempat merupakan sebuah lokasi pada perusahaan yang melakukan kegiatan untuk mengasikkan produk dan jasa yang memprioritaskan segi ekonominya. Menurut Puspitarini dan Nuraeni (2019), "Promosi dilakukan oleh pelaku usaha yang mempunyai tujuan untuk menginformasikan tentang adanya suatu produk dan membentuk kepercayaan terhadap pembeli tentang manfaat dari produk tersebut. Salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yaitu dengan dilakukannya promosi". Penjualan didefinisikan oleh Basu Swastha dalam Irwan Sahaja (2014) sebagai proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Menurut Ahli T.H. Tambunan (2019), industri rumah tangga, khususnya industri rumah tangga, lebih tradisional dalam arti bahwa mereka tidak memiliki sistem pembukuan dan pembagian kerja yang jelas, seperti yang dilakukan perusahaan modern.

**Gambar 1. Kerangka Berpikir**



## METODE PENELITIAN

Menurut Qomariyatus Sholih dalam buku yang berjudul Pengantar Metodologi Penelitian (2020) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan pengamatan obyek yang dilakukan secara menyeluruh dengan pengalaman yang digunakannya sebagai acuan dari analisisnya. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini membahas strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk industri rumahan Soun di Manjung, Ngawen, dan Klaten. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena melihat beberapa hal, seperti: Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis fenomena, kejadian, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran individu dan kelompok, pendekatan deskriptif dengan pertimbangan digunakan. Tempat untuk melakukan penelitian ini adalah objek penelitian. Tujuan dalam menetapkan pada lokasi tertentu berguna mempersempit fokus dan membuat agar situasi lebih mudah dikelola. Lokasi Penelitian ini dilaksanakan pada home industry Soun Rajawali Jl. Manjung, Manjung Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten Memilih lokasi penelitian di home industry soun Rajawali Manjung. Waktu penelitian yang dilakukan penelitian dilaksanakan selama selama 2 bulan mulai bulan Februari – Maret 2024 dengan berlokasi di Desa Manjung Ngawen Klaten.

Proses dari pengumpulan data yang dilihat dari cara pengumpulan data dilakukan, metode seperti wawancara, dokumentasi, dan observasi dapat digunakan.

Sumber data utama pada penelitian kualitatif yaitu hasil wawancara dan pengamatan tindakan informan, serta informasi tambahan yang diperoleh melalui sumber bacaan sebagai literasi sumber lainnya. Sumber Informan menurut Sugiyono (2020) Purposive Sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan pertimbangan tertentu bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Informan dipilih berdasarkan karakter tertentu yaitu yang berkaitan langsung dengan strategi pemasaran. Informan terdiri dari 1) Bapak Tuparjo pemilik usaha soun, 2) Karyawan Bapak Susanto, 3) Karyawan Ibu Yayuk, 4) Bapak Yanto Konsumen.

Keabsahan data teknik triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data dan sumber yang telah ada. Menurut sugiyono (2020) menyatakan bahwa seseorang yang melakukan penelitian dengan triangulasi dalam mengumpulkan data, maka peneliti menguji kredibilitas data dengan mengecek keslisan data menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber yaitu yang dilakukan dengan memperoleh data dari beberapa sumber.

Reduksi data meliputi proses pemilihan, pemusatan pada penyederhanaan dari data kasar yang diperoleh di lapangan. Dalam proses reduksi harus mencari data yang benar-benar

valid. Pada reduksi data ini penulis melakukan ketika proses transkrip wawancara, setelah penulisan mentranskrip hasil wawancara selanjutnya peneliti pilah sesuai kebutuhan peneliti.

Penyajian data meliputi proses pengelompokkan data yang sama menjadi kategori atau menjadi kelompok-kelompok tersendiri. Semua itu dikelola menjadi satu bentuk teks deskripsi yang mudah dipahami oleh banyak orang. Pada proses ini peneliti lakukan ketika penyusunan bab III, pada bab ini peneliti menyimpulkan beberapa pernyataan dari informan sehingga mudah dipahami oleh pembaca.

Penarikan kesimpulan merupakan proses terpenting dari analisis data. Dalam penarikan kesimpulan ini yang digunakan pengukuran alat sebab akibat, dengan pengususanana secara sistematis, menentukan kategori katagori hasil peneliti. Penarikan kesimpulan sebaiknya dapat menjadi jawaban dari rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti, proses terakhir ini peneliti lakukan pada bab IV, dengan menjadikan rumusan masalah pada bab ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menyajikan data hasil penelitian yang menggambarkan temuan utama dari penelitian serta menyajikan data yang mendukung temuan tersebut. Sajian dalam hasil dan pembahasan ditulis secara bersistem, hanya hasil data/ informasi yang terkait dengan tujuan penelitian yang ditulis.

Penulis menyusun, menganalisis, mengevaluasi, menginterpretasi serta menyimpulkan temuan dan hasil penelitian. Menghubungkan temuan dengan teori dan konsep ilmiah yang relevan atau temuan penelitian yang telah ada. Penulis harus memperhatikan konsistensi artikel mulai dari judul hingga daftar pustaka.

Tabel atau gambar yang ada, disajikan dengan penjelasan yang cukup dan dengan menyertakan nomor dan judul. Penulisan nomor dan judul tabel ditempatkan di atas tabel, sedangkan nomor dan judul gambar ditempatkan di bawah gambar. Lengkapi tabel dan gambar yang ada dengan menuliskan sumber di bawah masing-masing tabel/ gambar. Tabel dibuat tanpa border vertikal. Contoh tabel:

**Tabel 1. Omzet soun Rajawali Periode 5 tahun**

No	Tahun	Omset
1	2019	Rp. 480.000.000
2	2020	Rp. 500.000.000
3	2021	Rp. 510.000.000
4	2022	Rp. 520.000.000
5	2023	Rp. 530.000.000

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, beberapa fakta dalam mempertahankan konsumen yang setia mengkonsumsi Soun Rajawali sebagai pembeli produk tersebut dengan pertimbangan mengutamakan kualitas bahan baku yang berbeda dengan produk yang lain. Dengan menerapkan strategi marketing mix mulai dari:

Dari segi Produk (produk) barang yang dihasilkan memiliki kualitas dengan bahan dasar dari pati aren yang bisa dibeli langsung dari Jawa Barat, produk yang diminati dari pembeli yaitu soun sering dibeli dengan packing ikat sedang, sedangkan untuk produk yang kurang diminati konsumen produk Soun yang dengan jenis soun yang belum di packing. Untuk saat ini lebih laku pada pemesan soun yang pack karena digunakan untuk hampers lebaran. Sehingga dari produk soun dengan pejing yang menarik bisa meningkatkan penjualan dengan produk yang lebih unggul. Hal ini terbukti berdasarkan tabel omzet di bab 1 adanya peningkatan setiap tahunnya di tahun 2019 – 2023.

Dalam penentuan harga (price). Pada produk Soun Rajawali menentukan harga dengan melihat kondisi dari bahan bakunya. Jika terjadi kenaikan harga pada bahan bakunya maka untuk produk usaha awan 1 yang bervariasi dengan harga jual soun terdiri dari mulai dari Rp 3.000,00., Rp 18.000,00., Rp 25.000,00., Rp 50.000,00., dan Rp 75.000 dan dimungkinkan ada perubahan harga ketika bahan bakunya naik. Dari adanya varian produk dengan ketentuan harga tertentu harga tertentu, sesuai dengan ketentuan. Maka dengan ketentuan harga tertentu dan variasi pekecing produk tertentu yang menarik dapat meningkatkan penjualan.

Tempat (place) dengan yang dipergunakan untuk memprediksi kegiatan pemilik membangun usaha yang strategis di desa Manjung, yang mempunyai 3 tempat yang berbeda untuk upaya meningkatkan penjualan dipergunakan sebagai tempat produksi soun rajawali selain itu dengan lokasi dapat dilihat secara langsung sebagai tempat memproduksi maka, pembeli bisa melihat secara langsung kualitas produk yang diproses secara hignis tempat yang dipergunakan untuk menjual soun Rajawali juga dipergunakan lokasi promosi sehingga dengan lokasi produksi penjualan dan promosi merupakan keberhasilan strategi untuk menyakinkan konsumen dalam membeli produk.

Promosi (promotion) kegiatan yang dilakukan pada usaha soun Rajawali menggunakan media Sosial dengan marketplace, dimana konsumen merespon produk Soun Rajawali dengan membandingkan penggunaan media sosial seperti facebook, Instagram, Tik-tok yang pengunjungannya banyak melihat akun media sosial milik soun Rajawali.

Sehingga dari banyaknya pengunjung marketplace media sosial soun Rajwali membuktikan bahwa promosi dapat meningkatkan penjualan.

## REFERENSI

- Alma, B. (2014). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Anggita, D. (2022, September 25). Mengulik sejarah dan perbedaan bihin, misua, sohun. Good News From Indonesia. [www.goodnewsfromindonesia.id/2022/09/25/sejarah-perbedaan-bihin-misua-sohun](http://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/09/25/sejarah-perbedaan-bihin-misua-sohun)
- Assauri, S. (2014). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-1, cetakan ke-13). Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran*. RajaGrafindo Persada.
- Aulia, R. D. (2022). *Penerapan strategi pemasaran stand pameran pada UMKM tenun ikat Medali Mas guna meningkatkan penjualan (Studi kasus di Bandar Kidul–Kota Kediri)* (Disertasi doktoral). IAIN Kediri.
- Direktorat Tenaga Kependidikan, Dirjen Peningkatan Mutu Pendidikan dan Tenaga Kependidikan, Depdiknas. (2008). *Penulisan modul*. Depdiknas.
- Dipo, et al. (2020). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian handphone Samsung (Studi kasus mahasiswa syariah IAI-N Laa Roiba). *Al-Kharaj*, 2(1).
- Esterberg. (2020). Pengertian wawancara. Dalam Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (hlm. 125). CV Pustaka Ilmu.
- Giatno. (2015). *Analisis penerapan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan batik di Batik Putra Laweyan* (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Handoko, H., & Swastha, B. (2013). *Manajemen pemasaran: Analisis perilaku konsumen*. BPFE.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: An Asian perspective*. Pearson.
- Kurniawan. (2020). *Jurnal ekonomi manajemen dan bisnis*, 11(3).
- Maldina, E. Y. (2016). *Strategi pemasaran Islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista* (Skripsi). UIN Raden Fatah.
- Naninsih, N., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan dan keputusan pembelian produk usaha kecil menengah (UKM) di Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 1(1).
- Prasetya, R. (2020). *Bauran pemasaran* (hlm. 208). Alfabeta.
- Prasetyo. (2023). Pengaruh gaya kepemimpinan, budaya Kaizen, dan kesejahteraan terhadap kepuasan kerja. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(1), 77–86.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi (Studi deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3, 71–80.

- Qomariyatus, S. (2020). *Pengantar metodologi penelitian*.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sahidyani. (2021). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan (Studi pada penjual makanan dan minuman di Lapangan Pancasila Palopo)* (Disertasi doctoral). IAIN Palopo.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi penelitian ekonomi Islam: Konsep dan penerapan*. Alim's Publishing.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Widyaningrum, N. A. (2017). Dampak bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen pada produk crispy rice crackers. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 6, 635–641.
- Yin. (2020). Analisis data dalam penelitian kualitatif. [kc.umh.ac.id/id/eprint/14232/5/BAB\\_III.pdf](http://kc.umh.ac.id/id/eprint/14232/5/BAB_III.pdf)