

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

1. Sejarah Koperasi Serba Usaha Kencana Makmur Lamongan

Koperasi Serba Usaha Kencana Makmur berdiri sejak tahun 1991 yang didirikan oleh para pemuda desa Sugihan sebanyak 20 orang pemuda dari berbagai kalangan dan disiplin ilmu dengan prakarsa Sdr Drs. H. Kasdar. Pada saat itu KSU Kencana Makmur Lamongan bergabung dengan badan hukum ikut KUD "TANI BAHARI" Paciran.

Hal yang melatar belakangi dibangunnya koperasi ini karena masalah-masalah seperti merajalelanya rentenir dan lintah darat dan sulitnya para petani dalam memenuhi kebutuhan sarana produksi. Selain itu banyaknya masyarakat yang merantau ke luar negeri sehingga sirkulasi keuangan yang masuk ke desa sangat besar, masih sulitnya jangkauan dan akses perbankan pada waktu itu. Oleh karena faktor tersebut, kemudian para generasi muda memiliki inisiatif untuk membentuk organisasi yang netral dan kuat yaitu Koperasi Serba Usaha yang di singkat KSU Kencana Makmur.

Koperasi Serba Usaha (KSU) Kencana Makmur mempunyai visi membangun demokrasi ekonomi yang kuat adalah mutlak. Pada tahun 1996 Koperasi Serba Usaha (KSU) Kencana Makmur baru mempunyai legalitas badan hukum pada tanggal 26 September 1996, dengan nomor badan hukum No. 8498/BH/II/1996. KSU Kencana Makmur ini memiki harapan untuk menata masyarakat dengan berbasis ekonomi kerakyatan dan mengembangkan

ekonomi melalui koperasi demi mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat sehingga tujuan dari dibentuknya koperasi ini yaitu menyejahterakan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya.

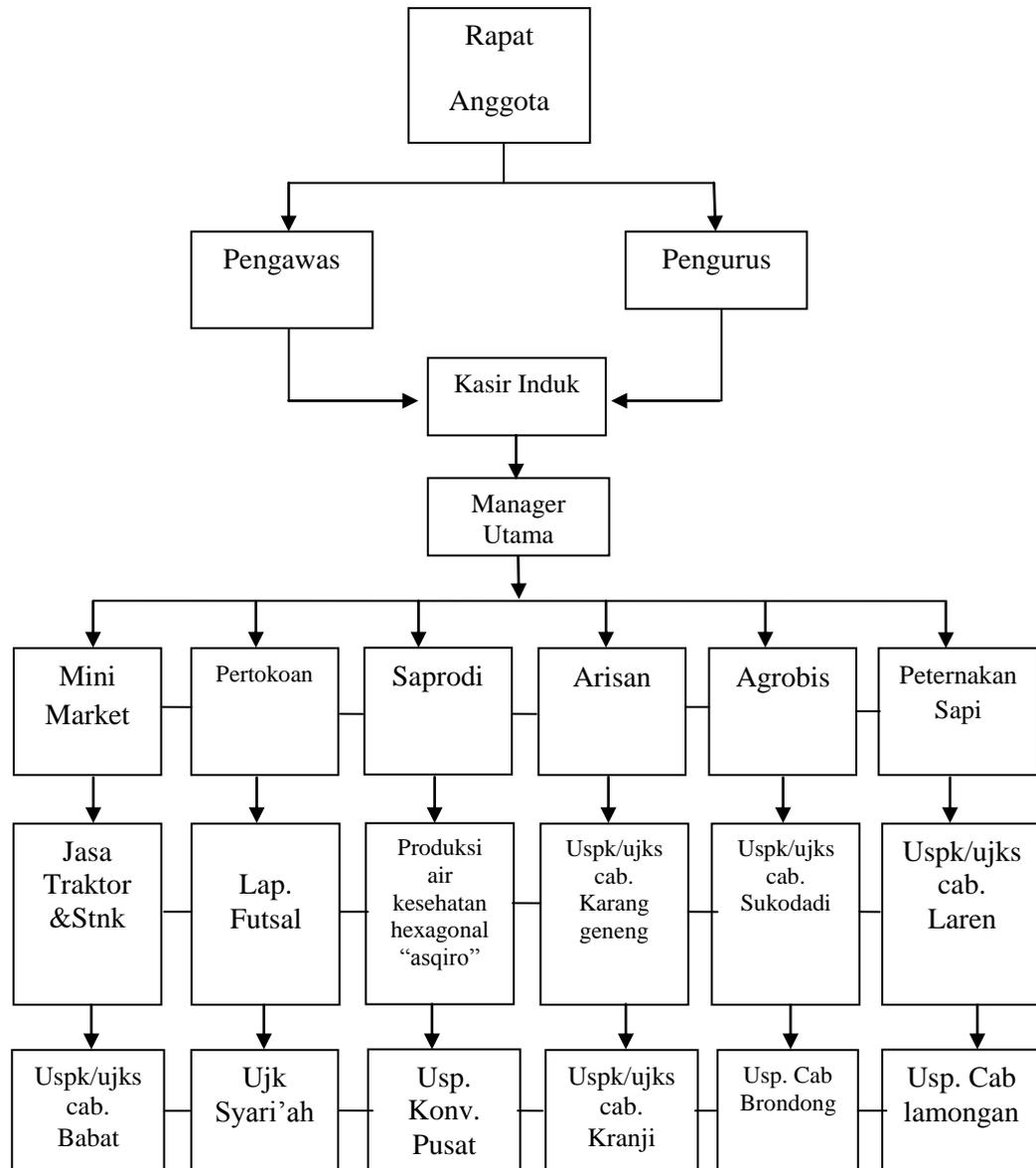
Unit usaha yang dilakukan oleh koperasi serba usaha kencana makmur adalah sebagai berikut:

- a. USP Konvensional
- b. UJKS (Unit Jasa keuangan Syari'ah)
- c. Sarana produksi pertanian (Saprodi)
- d. Mini Market
- e. Agro bisnis
- f. Unit peternakan
- g. Jasa STNK
- h. Jasa pembayaran rekening listrik, telkom, dan pulsa
- i. Unit futsal
- j. Unit produksi air Hexagonal (ASQIRO)
- k. Air Mineral "ASQIRO"

Kantor cabang Koperasi serba usaha Kencana Makmur meliputi; cabang Karanggeneng, cabang Sukodadi, cabang Laren, cabang Babat, cabang Kranji, cabang Lamongan, dan cabang Brondong.

1. Struktur Organisasi KSU Kencana Makmur Lamongan

Berdasarkan data berupa dokumen yang ada di KSU Kencana Makmur Lamongan, maka struktur organisasi pada Koperasi Serba Usaha "Kencana Makmur" adalah sebagai berikut:



**Gambar 4.1 : Struktur Organisasi KSU Kencana Makmur Lamongan
(Sumber : KSU Kencana Makmur Lamongan)**

Uraian terhadap struktur organisasi KSU Kencana makmur adalah sebagai berikut:

a. Rapat anggota

Rapat anggota merupakan kekuasaan tertinggi dalam koperasi. Sesuai dengan anggaran dasar koperasi, rapat anggota diadakan dalam rangka tutup buku. Rapat anggota merupakan forum pertanggungjawaban pengurus dan pihak manajemen mengenai usaha, keuangan dan kegiatan koperasi selama tahun buku yang lalu serta pengesahan rencana kerja maupun rencana pendapatan dan belanja untuk tahun buku yang akan datang.

Pada dasarnya, rapat anggota akan dianggap sah jika dihadiri oleh lebih dari setengah dari jumlah anggota koperasi. Setiap anggota mempunyai hak yang sama dalam memberikan pendapat, gagasan dan tanggapan terhadap kinerja koperasi untuk tahun berjalan maupun rencana kerja serta anggaran untuk tahun akan datang.

b. Pengawas

Tugas pengawas ini memberikan pengawasan terhadap jalannya organisasi dan kegiatan usaha di KSU kencana makmur serta bersama-sama merencanakan program-program. Memberikan masukan kepada pengurus dalam mengambil kebijakan-kebijakan, mengontrol kinerja semua komponen organisasi serta menyusun laporan berkala tri bulanan.

c. Pengurus

Untuk menjalankan dan mengelola usaha koperasi, maka pengurus koperasi dipilih dari dan oleh anggota dalam suatu rapat anggota. Pengurus

koperasi terdiri dari ketua, wakil ketua, sekretaris, bendahara dan wakil bendahara.

d. Kasir

Kasir bertanggung jawab tentang keuangan koperasi. Baik itu transaksi penerimaan kas maupun pengeluaran kas serta mendokumentasikan arsip- arsip mengenai keuangan. Membuat perhitungan terhadap pendapatan-pendapatan dan biaya-biaya induk setiap bulan. kemudian memberikan laporan kepada pengurus secara berkala setiap bulan dan sewaktu-waktu bila diperlukan.

e. Manajer

Manajer adalah pelaksana tugas sehari-hari untuk usaha koperasi. Dalam praktiknya manajer inilah yang menganti tugas pengurus dalam menjalankan kegiatan koperasi sehari-hari. Manajer ini merupakan pelaksana tugas dari pengurus koperasi. Manajer ini dibawahi karyawan koperasi serta manajer ini memperoleh wewenang dari pengurus dan juga bertanggungjawab kepada pengurus.

f. Manajer USPK Pusat.

Bagian ini bertanggung jawab kepada manager utama. Terhadap aset yang dimiliki USP konvensional pusat serta bertugas terhadap penyeleksian terhadap anggota/calon anggota yang mengajukan pinjaman. Kemudian Meminta persetujuan dari pengurus. Memutuskan dan membuat akad kredit terhadap pinjaman yang telah disetujui. Mengevaluasi dan mengambil

tindakan terhadap piutang sesuai dengan kriteria. Mengatur cas flow yang ada di USPK pusat.

g. Manager UJK Syari'ah

Manager UJK Syari'ah bertanggung jawab kepada manager utama terhadap Usaha Jasa Keuangan syari'ah. Menganalisa terhadap pembiayaan keuangan syari'ah serta menjelaskan secara detail terhadap sistem pola syari'ah kepada *mudhorib*. Menager UJK ini juga mengatur *cash flow* pada Unit Jasa Keuangan.

h. Manajer Mini Market

Memberikan laporan bulanan kepada manager pusat terhadap aset yang dimiliki Unit Mini Market dan bertanggung jawab atas semua hasil penjualan setiap hari terutama kas hasil penjualan dari masing- masing kasir.

i. Manager Unit SAPRODI (Sarana Produksi Pertanian)

Mempertanggung jawabkan semua tindakan yang dilakukan terhadap manager utama dalam melaksanakan kegiatan- kegiatan jual beli sarana produksi yang dibutuhkan oleh para petani. Serta bertanggungjawab penuh terhadap aset-aset yang ada di unit SAPRODI.

A. Deskripsi Hasil Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu :(1) Strategi memproduksi air kesehatan hexagonal "Asqiro";(2) Strategi menetapkan harga air kesehatan hexagonal "Asqiro";(3) Strategi mendistribusikan air kesehatan hexagonal

“Asqiro”;(4) Strategi mempromosikan air kesehatan hexagonal “Asqiro”;(5) Perkembangan Volume penjualan air kesehatan hexagonal “Asqiro”;(6) Penetapan bauran pemasaran air kesehatan hexagonal “Asqiro” KSU Kencana Makmur Lamongan.

1. Strategi memproduksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan bapak Asykuri (Manajer Pemasaran) pada tanggal 14 April 2014, dijelaskan bahwa KSU Kencana Makmur Lamongan memiliki beberapa unit, salah satunya yaitu produksi air mineral “ASQIRO” dan air kesehatan hexagonal “ASQIRO”. Penelitian ini peneliti akan membahas mengenai ASQIRO. Menurut bapak Asykuri dikatakan :

Koperasi KSU Kencana Makmur memproduksi air kesehatan yang dulunya bermerek “MTX” namun karena ada beberapa masalah dalam manajemennya, maka merek diganti dengan “ASQIRO” yang berarti air super berkualitas yang diproses dengan RO. Pergantian merek tidak merubah apapun, baik proses produksi sampai hasil produksi. Faktor dari diproduksinya ASQIRO ini adalah tercemarnya air di daerah Sugihan dan sekitar. Sehingga KSU Kencana Makmur memiliki tujuan untuk memproduksi air yang bersih dan baik untuk kesehatan.

W/01/Produk/F1

Dengan demikian dapat produk air kesehatan hexagonal “ASQIRO” merupakan produk air kesehatan pertama yang di produksi oleh KSU Kencana Makmur Lamongan. Perpindahan nama dari MTX ke

ASQIRO tidak merubah manfaat dari produk, yaitu untuk menjaga kesehatan tubuh.

Untuk mendeskripsikan produk ASQIRO KSU Kencana Makmur Lamongan dalam meningkatkan volume penjualan, berikut ini dipaparkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber yang menjadi bagian dari KSU Kencana Makmur.



Gambar 4.2 : Hasil produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” Kencana Makmur Lamongan

ASQIRO memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan seperti yang dijelaskan oleh bapak Asykuri dalam wawancara sebagai berikut :

Produksi Air kesehatan hexagonal “ASQIRO” merupakan air yang murni bersumber dari pegunungan di desa Sugihan. Air di proses dengan cara higienis tanpa bahan tambahan apapun. ASQIRO diproses dengan mesin yang baik. Sehingga hasil produksi benar-

benar terjamin. Mengenai hasil produksi, ASQIRO memiliki , beberapa keunggulan yaitu; harga ekonomis, air bisa digunakan sebagai pengobatan, memasak beras menjadi lebih putih dan empuk, memasak sayuran menjadi lebih segar, dan membuat roti lebih mengembang. Sedangkan kekurangan tidak ada karena memang ASQIRO menjadi produk andalan masyarakat Sugihan dan beberapa pelanggan di berbagai daerah.

W/01/Produk/F1

Dari hasil pengamatan yang dilakukan peneliti pada tanggal 10 Mei 2014 pukul 10.00 WIB, untuk menjaga kualitas produk yang utama dilakukan oleh KSU Kencana Mkamur adalah menjaga kualitas produk. Kualitas produk tergantung dari kebersihan ketika proses produksi. Proses produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” menggunakan mesin yang bagus dan bersih. Sehingga hasil produksi terjamin untuk kesehatan konsumen. Bapak Farid selaku kepala air kesehatan hexagonal ASQIRO dapat menjelaskan sebagai berikut :

ASQIRO di proses dengan RO.BIO hexagonal Pengerjaannya menggunakan mesin dan tenaga manusia seperti green sand, filter carbon, mikro filter 0,005 U, mikro keramik 0,001 U , bio mineral, UV, filter silica, dan mesin pengemas gelas cup. Proses dilakukan dari awal hingga produk jadi dengan hati-hati dan menjaga kebersihan. Selain itu TDS yang dibuang juga lebih banyak dari pada produk sejenis pada umumnya.

W/03/Produk/F1

Kelebihan ASQIRO adalah air bersih dan baik untuk kesehatan sehingga ketika di pakai untuk memasak, nasi menjadi lebih bersih dan kue lebih empuk dan mengembang. Adapun mungkin yang menjadi kekurangan ASQIRO yaitu ketika konsumen pertama meminum ASQIRO akan merasa pahit. Padahal itu

bukan hal yang termasuk buruk melainkan pengaruh dari RO (Reserve Osmosis).

Adapun air kesehatan produksi hexagonal “ASQIRO” memiliki moto produk, yaitu “ dengan minum ASQIRO tubuh menjadi sehat”. Selanjutnya menurut ibu Mulastri sebagai staf manajemen, mutu produk sangat terjamin, sebagaimana yang diungkapkan sebagai berikut :

Mutu ASQIRO sudah terjamin hasilnya hal ini dapat diperkuat dengan kepercayaan pelanggan yang sampai sekarang setia dengan ASQIRO. ASQIRO menggunakan bahan yang murni dari sumber pegunungan tanpa bahan tambahan dan tanpa bahan pengawet. Untuk mempertahankan kualitas produk tetap bagus dan tidak merubah kepercayaan konsumen maka KSU Kencana Makmur tidak merubah proses dan bahan dalam pembuatan ASQIRO. KSU Kencana Makmur Lamongan dalam memproduksi ASQIRO melakukan kontrol terhadap bahan-bahan yang digunakan yaitu mulai dari bahan-bahan barang, pengemasan, sampai pengiriman barang.

W/02/Produk/F1

Hal itu dapat dibuktikan oleh salah satu konsumen(anggota) bapak Mujib yang mengatakan bahwa :

..ASQIRO merupakan andalan saya karena baik untuk kesehatan, tubuh menjadi lebih enteng, dan memasaknya lebih enak dan bersih hasilnya. Saya dan keluarga sudah terbiasa minum ASQIRO semenjak awal muncul. Kualitas ASQIRO terjamin dan

W/05/produk/F1

Produk ASQIRO memiliki dua jenis kemasan, yaitu gelas dan galon.

Hal ini telah diungkapkan oleh bapak Asykuri sebagai berikut :

Kemasan ASQIRO saat ini ada dua jenis yaitu kemasan gelas dan galon. Kemasan botol untuk sementara hanya diproduksi ketika ada pesanan. Hal itu dikarenakan masih sedikitnya mesin produksi dan belum adanya alat cetak untuk kemasan botol. Sehingga selama ini pesanan ASQIRO dalam kemasan botol masih dilakukan secara manual.

W/02/Produk/F1



Gambar 4.3 : Tempat memproses air dari sumber pegunungan dengan RO (Reserve Osmosis)

Data produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” mulai tahun 2012-2014 bulan April, sebagai berikut :

Tabel 4.1
Jenis produk yang terjual (dalam unit)

Jenis Produk	Tahun		
	2012	2013	2014 (Sampai bulan April)
Air kesehatan hexagonal (ASQIRO) gelas	126.052 dus	173.194 dus	73.483 dus
Air kesehatan hexagonal (ASQIRO) gallon	25.055 gallon	26.902 gallon	10.598gallon

Sumber : KSU Kencana Makmur Lamongan

Setiap bulan jumlah produk terjual mengalami naik turun namun tahun 2012 ke tahun 2013 mengalami kenaikan. Hal itu dikarenakan kerjasama dengan agen yang baik sehingga dapat menambah pelanggan baik dalam usaha kecil, sedang, maupun pedagang besar.

Berdasarkan paparan data terkait fokus penelitian produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” maka dapat disimpulkan bahwa produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” baik dalam kemasan galon maupun gelas yang dihasilkan oleh KSU Kencana Makmur sudah memenuhi standar bagian penting dalam bauran pemasaran produk. Diantaranya penjagaan keunggulan produk yaitu ASQIRO merupakan air kesehatan yang bersumber dari pegunungan dan memiliki rasa khas, kualitas terjamin dengan proses yang murni dari sumber air pegunungan tanpa bahan yang berbahaya, merek yang mencakup dari apa yang dimiliki dari produk, motto produk yang bertujuan untuk kesehatan menunjukkan konsistensi produk.

ASQIRO memiliki kelebihan yang utama yaitu dapat menjaga kesehatan tubuh diantaranya yaitu, sembelit, asam urat, TBC paru-paru, reumatik, tekanan darah tinggi, kencing manis, kanker, dan lain-lain. Selain itu ASQIRO dapat menjaga kualitas nasi menjadi tidak mudah basi dan adonan kue lebih mengembang.

2. Strategi menetapkan harga air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan

Untuk mengungkap tentang strategi menetapkan harga produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” dalam meningkatkan volume penjualan, berikut dipaparkan hasil wawancara dengan beberapa orang yang ada di KSU Kencana Makmur Lamongan. Pertama, wawancara dilakukan oleh peneliti pada 10 Mei 2014 dengan bapak Asykuri sebagai manajemen pemasaran yang bertanggung jawab penuh atas produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO”.

Penentuan harga produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan selalu melihat kualitas air. Dalam menentukan harga produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” kemasan gelas dan galon koperasi, KSU Kencana Makmur selalu melihat pesaing karena yang terpenting adalah mendapatkan laba secara lancar dan pasti daripada laba banyak tapi tidak lancar.

W/01/harga/F2

Selanjutnya ibu Mulastri mengungkapkan sebagai berikut :

Harga yang ditetapkan untuk produk ASQIRO baik jenis galon dan gelas yaitu hasil dari penjumlahan biaya-biaya yang dipakai selama produksi sampai barang jadi. Seperti jumlah bahan baku, jumlah listrik, tenaga operasional, dan juga disesuaikan dengan kualitas air.

W/02/harga/F2

Tabel 4.2
Penetapan harga produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO”

Jenis Produk	HPP (Harga Pokok Produksi)	Harga Jual
Air kesehatan hexagonal (ASQIRO) gelas	Rp. 12.000,-	Rp. 14.000,-
Air kesehatan hexagonal (ASQIRO) galon	Rp. 8.500,-	Rp. 10.000,-

Sumber : KSU Kencana Makmur Lamongan

Penetapan harga produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” dapat dilihat pada tabel berikut :

Ibu Mulastri menambahkan bahwa KSU Kencana Makmur Lamongan dalam menetapkan harga berorientasi terhadap penjualan. meningkatkan volume penjualan lebih diutamakan dari pada memperoleh laba yang banyak namun penjualan tidak berjalan dengan baik.

W/02/harga/F2

Untuk menyesuaikan harga terhadap anggota koperasi maupun pelanggan non anggota, maka KSU Kencana Makmur Lamongan tidak menetapkan harga yang berbeda, hal ini dijelaskan oleh ibu Mulastri :

Dalam menetapkan harga produksi air kesehatan “ASQIRO” , maka tidak ada perbedaan harga baik itu pelanggan anggota maupun non anggota. Sedangkan untuk potongan harga diberikan kepada setiap agen yang mampu menjual satu dus gelas produksi air kesehatan “ASQIRO” Rp. 1.000,- sedangkan untuk galon Rp. 500,-. Hal itu dilakuka sebagai potongan harga atau imbalan khusus.

Adapun salah satu pendapat konsumen mengenai harga ASQIRO sebagaimana diungkapkan oleh bapak Mujib bahwa :

Harga ASQIRO sangat terjangkau. Saya mengonsumsi galon dan gelas, harga keduanya tidak mahal. Jadi saya tidak merasa kesulitan untuk membeli ASQIRO.

W/05/harga/F2

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa harga merupakan salah satu komponen penting dari bauran pemasaran. Penetapan harga yang tepat akan berpengaruh pada pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. KSU Kencana Makmur Lamongan mengutamakan peningkatan omzet penjualan yang meningkat meskipun tidak mendapat margin yang besar tapi lancar dari pada menetapkan margin keuntungan yang terlalu besar namun kurang laku dipasarkan.

3. Strategi pendistribusian Air Kesehatan Hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan

Strategi pendistribusian yang dilakukan oleh KSU Kencana Makmur yaitu menggunakan agen. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh bapak Asykuri sebagai berikut :

Pendistribusian melalui agen dengan jasa pengiriman yang menggunakan 3 jenis kendaraan yaitu truk, mobil box, gran pick up, mobil L300, dan engkel. Pendistribusian KSU Kencana Makmur Lamongan meliputi daerah Lamongan, Gresik, Tuban dan Bojonegoro. Pendistribusian dengan jumlah banyak menggunakan truk dan engkel sedangkan untuk jumlah sedang menggunakan grand pick up, L300, sedangkan dalam jumlah kecil menggunakan mobil box.



Gambar 4.4: Proses packing di tempat Industri KSU Kencana Makmur Lamongan untuk didistribusikan ke beberapa daerah.

Aspek keempat dalam bauran pemasaran adalah distribusi. Lokasi tempat disebutkan sebagai saluran distribusi. Lokasi produksi sangat menentukan kesediaan bahan dasar, kelangsungan perusahaan ke depan dan sasaran konsumen sehingga produk dapat mencapai pasar yang dituju secara efektif dan efisien.

Penentuan tempat distribusi memperhatikan beberapa komponen penting seperti saluran pemasaran, pengelompokan, lokasi, persediaan bahan dasar, dan transportasi yang baik. Sehingga hubungan dengan konsumen dan

pemasar dapat terjalin dengan baik dan lancar. Adanya transportasi yang mampu menembus pemasar serta memadai dapat menjaga kepercayaan pelanggan untuk tetap mengonsumsi ASQIRO.

Penerapan strategi distribusi pada KSU Kencana Makmur dijelaskan ibu Mulastri mengungkapkan sebagai berikut :

Tempat industri yang terletak di pegunungan desa Sugihan, merupakan sumber air kesehatan hexagonal “ASQIRO”. Di tempat itu digunakan pula industri air kesehatan hexagonal “ASQIRO” dalam kemasan galon kemudian di sebelah jalan desa Sugihan terdapat tempat produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” dalam kemasan gelas. Namun dalam waktu dekat ini akan dibangun pabrik di pegunungan tepatnya bersebelahan sumber air.

W/02/Distribusi/F3

Selanjutnya ibu Sri Utami menjelaskan bahwa :

Pendistribusian untuk galon di bawah 75 galon, maka transportasi yang digunakan adalah pick up (L300) sedangkan lebih dari 75 galon menggunakan truk.

W/04/Distribusi/F3



Gambar 4.5 : Alat transportasi untuk pendistribusian

Hal tersebut di perkuat oleh pernyataan ibu Mulastri sebagai berikut :

Pendistribusian air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan untuk ke daerah Gresik, Babat, Bojonegoro dengan menggunakan transportasi truk sedangkan untuk Lamongan menggunakan mobil truk, dorkas, dan pick up (L300)

W/02/Distribusi/F3

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pendistribusian air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan bisa dikatakan baik. Strategi yang dilakukan untuk pendistribusian sesuai dengan daerah yang menggunakan alat transportasi yang dimiliki akan mempermudah pendistribusian. Namun tetap harus ditingkatkan guna memperluas wilayah pemasaran.

2. Strategi promosi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan

Strategi promosi yang dijalankan oleh KSU Kencana Makmur telah banyak, dijelaskan oleh bapak Asykuri sebagai berikut :

Dalam memperkenalkan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” pertama kali, KSU Kencana Makmur Lamongan yaitu dengan bertemu langsung. KSU Kencana Makmur mengumpulkan Pimpinan Ranting Muhammadiyah Lamongan dan mendatangi pondok-pondok yang ada di daerah pondok Babat, Bojonegoro, dan Gresik. Promosi di pondok dilakukan dengan cara pendekatan kepada pimpinan pondok, kemudian melakukan pertemuan dengan santri.

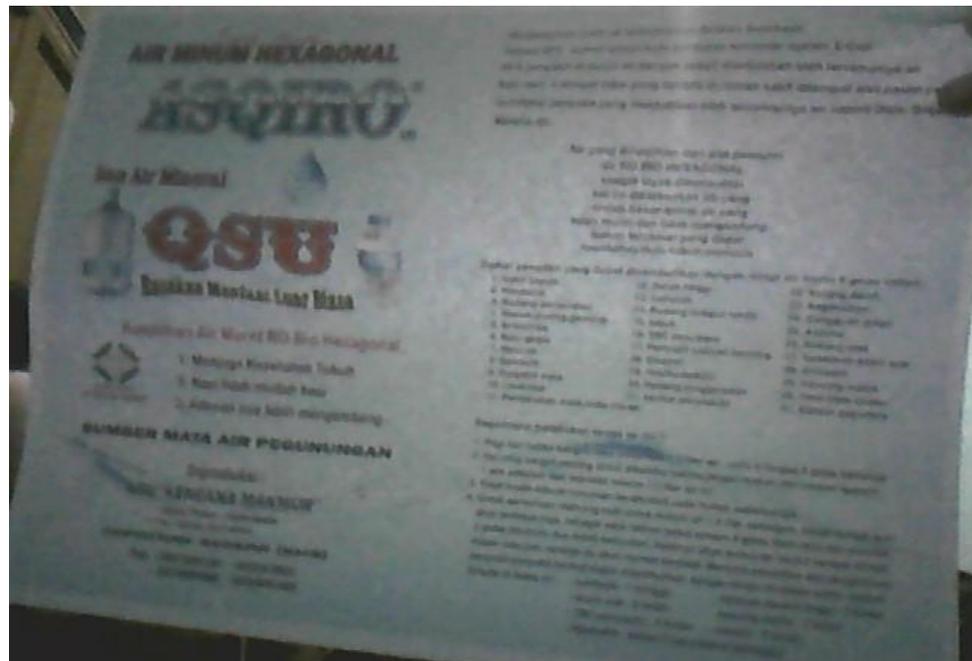
W/01/Promosi/F4

Selanjutnya ibu Mulastri menjelaskan sebagai berikut :

Dalam memperkenalkan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” maka promosi yang dilakukan yaitu melalui penyiaran perdana di

stasiun televisi (CITRA) dan KSU Kencana Makmur menyiapkan brosur untuk disebarakan kepada masyarakat.

W/01/Promosi/F4



Gambar 4.6 : katalog untuk memperkenalkan produk KSU Kencana Makmur Lamongan

Mengenai pengkaderan, KSU Kencana Makmur Lamongan membutuhkan pelatihan sebagaimana penjelasan dari bapak Asykuri sebagai berikut :

Potensi penyalur barang dalam mempromosikan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” juga perlu pelatihan. Perekrutan agen dimulai dari toko kecil hingga ke para pimpinan yang ada di daerah Lamonga, Babat, Bojonegoro, dan Gresik.

W/01/Promosi/F4

Sebagaimana pendapat bapak Mujib mengenai promosi ASQIRO kepada masyarakat salah satunya desa Sugihan, bahwa :

Memperkenalkan ASQIRO kepada orang-orang tidak terlalu rumit karena masyarakat desa lebih tertarik dengan cara memperkenalkan secara langsung sebagaimana yang dilakukan oleh teman saya yang lebih dulu mengonsumsi ASQIRO dari saya. Sehingga saya tertarik untuk mencoba dan mengonsumsi sampai saat ini.

W/05/promosi/F4

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa promosi yang dilakukan oleh KSU Kencana Makmur Lamongan melalui periklanan yaitu media masa, promosi penjualan yaitu dengan cara menyebarluaskan katalog, kemudian publikasi yaitu dengan cara mempromosikan melalui radio selanjutnya yaitu dengan pemasaran langsung yaitu melalui pendekatan dengan parah tokoh masyarakat dan tokoh ulama.

3. Perkembangan Volume Penjualan

Penjualan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” berjalan stabil. Setiap bulan hampir sama jumlah yang di produksi dan di jual untuk kemasan galon dan gelas. Ibu Mulastri berkata demikian :

Penjualan tertinggi untuk setiap tahunnya ketika menjelang Ramadhan. Pasa bulan-bulan banyak orang menikah dan ketika lebaran.

W/02/V.P/F5

Volume penjualan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan dari tahun 2012-2014 (sampai bulan April) dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel. 4.3
Perkembangan volume penjualan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan dalam kemasan gelas

Kota	Tahun		
	2012	2013	2014
Lamongan	38.042 dus	49.234 dus	22.220 dus
Tuban	32.000 dus	43.500 dus	19.142 dus
Bojonegoro	31.000 dus	42.200 dus	17121 dus
Gresik	25.010 dus	38.260 dus	15.000 dus
Jumlah	126.052 dus	173.194 dus	73.483 dus

Tabel.4.4
Perkembangan volume penjualan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan dalam kemasan gallon

Kota	Tahun		
	2012	2013	2014
Lamongan	8.250 gallon	9.407 gallon	4.108 gallon
Tuban	7.165 gallon	8.404 gallon	3.124 gallon
Bojonegoro	5.360 gallon	6.469 gallon	2.116 gallon
Gresik	4.280 gallon	5.622 gallon	1.250 gallon
Jumlah	25.055 gallon	26.902 gallon	10.598 gallon

Sumber : KSU Kencana Makmur Lamongan

Perkembangan volume penjualan yang semakin meningkat merupakan harapan dari semua anggota KSU Kencana Makmur Lamongan, salah satunya yaitu bapak Mujib yang mengungkapkan bahwa :

Dengan adanya perkembangan yang baik ASQIRO semoga bisa lebih berkembang dan KSU Kencana Makmur semakin baik serta SHU lebih banyak.

W/05/perkm.vol./F5

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat volume penjualan daerah Lamongan merupakan daerah terbanyak dari daerah yang lainnya. Namun perbandingan presentasi Lamongan dengan daerah lain tidak berbeda jauh, dengan arti produk terjual dengan presentasi hampir sama di setiap tempat pendistribusian.

4. Penerapan bauran pemasaran air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan

Penerapan strategi bauran pemasaran yang ada di KSU Kencana Makmur Lamongan sebagian besar sudah diterapkan.

Maka bapak Asykuri berkata demikian ;

Penerapan bauran pemasaran sangat berpengaruh dan membantu dalam meningkatkan volume penjualan. Selama ini KSU Kencana Makmur telah menerapkan bauran pemasaran air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan. Sehingga hasil yang di dapat selama ini baik dan akan lebih ditingkatkan. Hal itu terjadi karena keselarasan antara kualitas produk, harga yang terjangkau, pendistribusian yang lancar, dan lancarnya komunikasi dengan para pelanggan.

W/01/penerapan/F6

Hal itu di perkuat oleh ibu Mulastri yang menyatakan bahwa :

Penerapan bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan sangat memberi pengaruh, karena dengan itu maka produk maka akan dapat diproduksi dengan lebih baik dan hasil yang didapat juga lebih efisien dan efektif.

W/02/penerapan/F6

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa peranan bauran pemasaran akan membantu KSU Kencana Makmur Lamongan duntuk lebih mudah dalam mengembangkan produk air kesehatan hexagonal “ASQIRO” sehingga perkembangan volume penjualan semakin naik untuk setiap tahunnya.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengungkapkan tentang (1) strategi memproduksi air kesehatan hexagonal “asqiro”; (2) strategi menetapkan harga air kesehatan hexagonal “asqiro”; (3) strategi mendistribusikan air kesehatan hexagonal “asqiro”; (4) strategi

mempromosikan air kesehatan hexagonal “asqiro”; (5) penerapan volume penjualan; (6) perkembangan volume penjualan, maka sau perastu dilakukan pembahasan sebagai berikut :

1. Strategi memproduksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan

Strategi bauran pemasaran dalam hal ini membahas tentang produk. Sebagaimana dipaparkan dalam bab II, yang menjelaskan bahwa produk menurut Laksana adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan 14. Ada bagian-bagian produk yang harus diketahui oleh perusahaan untuk memaksimalkan produk yang akan dipasarkan, diantaranya; keunggulan, kualitas, nama/merek, motto produk dan ciri khas produk.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi untuk memnuhi kebutuhan serta memberi kepuasan. KSU Kencana Makmur Lamongan memproduksi dua jenis air yaitu air mineral (QSU) dan air kesehatan hexagonal (ASQIRO). Dalam penelitian ini, peneliti meneliti khusus air kesehatan Hexagonal (ASQIRO). ASQIRO merupakan air kesehatan yang berbeda dengan air mineral biasanya. Produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” berlangsung setiap hari tanpa batasan musim. Hal ini dikarenakan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” merupakan air untuk kesehatan yang menjadi konsumsi masyarakat setiap harinya. Sumber pegunungan yang terus menerus tersedia memperlancar produksi dan membantu selalu memproduksi setiap harinya.

Kualitas air kesehatan hexagonal “ASQIRO” sangat terjamin dan bersih. Untuk menjaga kualitas air kesehatan hexagonal “ASQIRO” maka KSU Kencana Makmur Lamongan tidak menambah bahan tambahan maupun bahan pengawet lainnya. Bahan baku air kesehatan hexagonal “ASQIRO” murni dari air sumber pegunungan yang ada di desa Sugihan yang sampai sekarang masih terus mengalir dengan baik. Proses pembuatan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” dilakukan dengan cara air di proses di dalam RO (Reverse Osmosis).

RO (Reverse Osmosis) merupakan metode penyaringan yang dapat menyaring berbagai molekul besar dan ion-ion dari suatu larutan dengan cara memberi tekanan pada larutan ketika larutan itu berada di salah satu sisi membran seleksi(lapisan penyaring)buah yang akan. Adapun dalam proses tersebut banyak TDS (Total Dissolved Solids) yang dibuang.

TDS merupakan partikel padatan terlarut di air minum yang tidak tampak oleh mata. KSU Kencana Makmur Lamongan mengambil air dari sumber pegunungan 10% dan selebihnya TDS dibuang . Hal ini dilakukan oleh KSU Kencana Makmur untuk mendapatkan kualitas produk yang bersih dan sehat. Sehingga air kesehatan hexagonal “ASQIRO” memiliki rasa yang pahit. Rasa pahit bukan berarti jelek namun itu menandakan bahwa air kesehatan hexagonal “ASQIRO” baik untuk kesehatan.

Mengenai mutu produk dijelaskan bahwa mutu ASQIRO sudah terjamin hasilnya hal ini dapat diperkuat dengan kepercayaan pelanggan yang sampai sekarang setia dengan ASQIRO.

Merek yang diambil oleh KSU Kencana Makmur Lamongan adalah “ASQIRO” yang berarti “air super berkualitas yang diproses oleh RO”, hal ini menunjukkan jelas bahwa KSU Kencana Makmur memiliki konsistensi terhadap air kesehatan hexagonal “ASQIRO”. Selain itu KSU Kencana Makmur memiliki motto produk yaitu “dengan minum asqiro tubuh semakin sehat”. Eksistensi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” sangat melekat pada masyarakat khususnya masyarakat desa Sugihan.

Air kesehatan hexagonal “ASQIRO” merupakan satu-satunya air kesehatan yang ada di daerah Desa Sugihan dan sekitarnya. Kemasan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” yang memiliki 2 jenis membuat masyarakat selalu setia karena air kesehatan hexagonal “ASQIRO” dalam kemasan galon dapat dijadikan kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti memasak dan diminum. Selain 2 jenis kemasan tersebut, KSU Kencana Makmur Lamongan menerima pesanan dalam kemasan botol.

Dari data di atas produk yang dihasilkan oleh KSU Kencana Makmur sudah memenuhi kriteria bagian penting dalam bauran pemasaran produk. Diantaranya penjagaan kualitas, merek, keunggulan dan ciri khas produk.

2. Strategi menetapkan harga air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan

Penentuan harga KSU Kencana Makmur Lamongan menggunakan metode *cost-plus pricing*. Sebagaimana dijelaskan dalam bab II mengenai metode penentuan harga *cost plus pricing* merupakan penentuan harga yang kebanyakan digunakan produsen. *Cost plus pricing* merupakan menambahkan

biaya per unit dengan laba yang diharapkan. KSU Kencana makmur menjumlahkan seluruh biaya yang meliputi biaya bahan baku, biaya listrik dan tenaga operasional yang disesuaikan dengan kualitas air Selain menentukan metode penentuan harga yang dapat digunakan untuk penghitungan laba perusahaan.

KSU Kencana Makmur Lamongan juga menerapkan strategi yang dilakukan untuk mengantisipasi apabila harga-harga bahan dasar dan biaya operasional mengalami kenaikan harga atau bahan dasar maupun bahan pelengkap mengalami kekurangan maka KSU Kencana Makmur Lamongan memproduksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” galon maupun gelas dalam jumlah yang banyak. Selain itu untuk strategi yang dilakukan oleh KSU Kencana Makmur yaitu melihat harga pesaing dan pasar. Hal itu dilakukan guna mengetahui keadaan pasar, apakah produk sudah layak untuk bersaing dengan produk lain yang sejenis, dan apakah harga yang ditetapkan sesuai dengan kemampuan konsumen karena kepuasan pelanggan merupakan segalanya bagi KSU Kencana Makmur.

KSU Kencana Makmur Lamongan dalam menetapkan harga selalu dengan melihat kualitas produk dengan pasar pesaing karena dengan demikian konsumen tidak akan berpindah ke produk lain. KSU Kencana Makmur Lamongan dalam menjual produk tidak membedakan antara anggota koperasi dengan konsumen biasa. Selama ini ASQIRO masih menjadi produk air kesehatan satu-satunya di desa Sugihan dan desa-desa sekitarnya sehingga KSU Kencana Makmur tidak mengalami kesulitan untuk menetapkan harga.

Pada dasarnya penentuan harga dan strategi yang dilakukan oleh KSU Kencana Makmur sudah cukup baik. Penetapan harga KSU Kencana Makmur lebih berorientasi kepada penjualan dengan mempertimbangkan laba yang diperoleh sehingga dapat mengetahui sasaran pasar dan harga pesaing dan mendorong perkembangan peningkatan volume penjualan.

3. Strategi pendistribusian air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan

Tempat/distribusi merupakan aspek keempat saluran distribusi. Tempat menentukan kesediaan bahan dasar, kelangsungan produksi dan sasaran konsumen sehingga produk dapat mencapai pasar yang dituju secara efektif dan efisien. Sebagaimana disebutkan dalam bab III tempat penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah di desa Sugihan Lamongan. Di desa ini terdapat koperasi serba usaha yang memiliki industri air kesehatan hexagonal yang berada di jalan raya desa Sugihan.

Berdasarkan hasil kunjungan peneliti ke tempat KSU Kencana Makmur memiliki dua tempat industri yang berada di desa Sugihan, yaitu di jalan raya Sugihan dan satunya di bukit desa Sugihan. Penerapan strategi distribusi pada KSU Kencana Makmur ini sudah bisa dikatakan memenuhi kriteria penentuan tempat yang baik. Tempat industri yang terletak di pegunungan desa Sugihan, merupakan sumber air kesehatan hexagonal “ASQIRO”. Pada tempat itu digunakan pula industri air kesehatan hexagonal “ASQIRO” dalam kemasan galon kemudian di sebelah jalan desa Sugihan terdapat tempat produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” dalam kemasan gelas. Tempat industri yang

berada di jalan sangat mudah dijangkau oleh konsumen yang ingin membeli langsung. Selain dekat dengan pusat desa, tempai industri ini dekat dengan kanotr KSU Kencana Makmur yang juga memiliki toko swalayan. Toko swalayan KSU Kencana Makmur Lamongan menjual beberapa barang terutama air kesehatan hexagonal “ASQIRO”.

Tempat industri KSU Kencana Makmur masih butuh perluasan guna dapat menambah alat produksi. Sehingga dalam waktu dekat ini akan dibangun pabrik di pegunungan tepatnya bersebelahan sumber air guna memperluas tempat produksi dan memperbanyak mesin sehingga hasil lebih efektif dan efisien. Semakin luas tempat produksi maka jumlah produksi semakin banyak dan akan lebih efektif dan efisien. Alat produksi yang bertambah akan mempermudah proses produksi sehingga pekerjaan semakin lancar dan semakin banyak yang di produksi.

Desa Sugihan merupakan desa yang mudah dijangkau dari beberapa desa. Jalan menuju beberapa daerah sudah tersedia dan mudah dijangkau sehingga alat transportasi bisa melewatinya. KSU Kencana Makmur Lamongan dalam melakuakn distribusi air kesehatan hexagonal melalui agen dengan alat transportasi. Pendistribusian melalui agen dengan jasa pengiriman yang menggunakan 5 jenis kendaraan yaitu truk, engkel, mobil box, grand pick up, dan mobil L300. Pendistribusian KSU Kencana Makmur Lamongan meliputi daerah Lamongan, Gresik, Tuban dan Bojonegoro.

4. Strategi promosi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan

Strategi promosi yang telah dilakukan oleh KSU Kencana Makmur dengan menggunakan pendekatan langsung. Pendekatan kepada perangkat desa Sugihan, pimpinan Muhammadiyah ranting, dan pimpinan pondok. Hal itu dilakukan karena KSU Kencana Makmur Lamongan beranggapan bahwa masyarakat desa lebih meniru pimpinan mereka. Adapun cara yang dilakukan yaitu dengan mengumpulkan pimpinan Muhammadiyah dari tingkat ranting sampai ke cabang untuk di kenalkan dengan air kesehatan hexagonal “ASQIRO”. Selain itu KSU Kencana Makmur melakukan pendekatan dengan pimpinan pondok di Tuban dan Bojonegoro. Selain strategi pendekatan langsung KSU Kencana Makmur melakukan promosi melalui media masa yaitu melalui televisi dengan cara mempromosikan di salah satu acara.

Promosi melalui alat publisitas juga dilakukan oleh KSU Kencana Makmur Lamongan yaitu dengan cara memberikan brosur kepada orang-orang yang baru pertama kali dan mendatangi beberapa daerah yang belum kenal dengan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” dan brosur tersebut di bawa para agen ketika melakukan pendistribusian dengan tujuan memberikan kepada orang-orang yang belum mengenal air kesehatan hexagonal “ASQIRO”.

Salah satu strategi yang digunakan dalam bauran pemasaran adalah promosi. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi/membujuk kepada konsumen agar produknya dapat digunakan dan diterima oleh masyarakat luas.

KSU Kencana Makmur Lamongan melakukan promosi dengan metode pendekatan langsung, KSU Kencana Makmur Lamongan mengumpulkan pimpinan Muhammadiyah se-Lamongan di Gedung Dakwah Muhammadiyah Solokuro Lamongan dengan tujuan untuk memperkenalkan produknya. KSU Kencana Makmur Lamongan melakukan hal itu dengan tujuan peran pimpinan besar merupakan salah satu peran yang dapat mempengaruhi para masyarakat. Hal itu tidak menjadi sia-sia karena para pimpinan menerima air kesehatan hexagonal “ASQIRO” dengan baik dan sampai sekarang masih mengonsumsi begitu juga dengan masyarakat Solokuro, Sugihan, dan sekitarnya. Pendekatan yang lain yaitu dengan cara pimpinan KSU Kencana Makmur memperkenalkan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” ke beberapa pondok yang ada di Tuban, Bojonegoro, dan Gresik. Upaya tersebut dapat diterima dengan baik dan berjalan baik sampai saat ini.

Promosi lewat media masa juga dilakukan oleh KSU Kencana Makmur yaitu launching di stasiun televisi (CITRA TV) sehingga di kenal oleh masyarakat luas. Sedangkan untuk promosi publisitas sampai saat ini selalu dilakukan yaitu dengan cara memberi brosur kepada orang-orang yang berkunjung ke KSU Kencana Makmur dengan tujuan memperkenalkan air kesehatan hexagonal “ASQIRO”.

5. Perkembangan Volume Penjualan

Perkembangan volume penjualan dari tahun 2012 ke tahun 2013 mengalami kenaikan baik dalam kemasan galon maupun gelas. Kenaikan ini terjadi di semua tempat distribusi, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada

perubahan pada pelanggan. Selain itu semakin meluasnya pemasar juga berhasil dicapai oleh KSU Kencana Makmur Lamongan. Semakin bertambahnya anggota juga berpengaruh terhadap volume penjualan ASQIRO dan berhasilnya promosi melalui pendekatan. Perkembangan volume penjualan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” untuk setiap tahunnya meningkat ketika menjelang Ramadhan. Hal itu terjadi karena semakin banyaknya orang yang mau ada acara hajatan dan mau lebaran.

6. Penerapan bauran pemasaran air kesehatan hexagonal “ASQIRO” KSU Kencana Makmur Lamongan

Penerapan bauran pemasaran yang dilakukan KSU Kencana Makmur Lamongan dalam meningkatkan volume penjualan sebagian besar sudah baik. Akan tetapi masih harus lebih maksimal dalam penerapannya untuk hasil yang lebih baik. Strategi bauran pemasaran yang terdiri dari 4 komponen P (4P), yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (distribusi), dan *promotion* (promosi). Bauran pemasaran merupakan komponen yang terdiri dari beberapa komponen yang membutuhkan strategi dalam penerapannya. Strategi bauran pemasaran yang terdiri dari keempat komponen tersebut dapat dimaksimalkan dalam penerapannya, maka memberi peluang pada volume penjualan yang dicapai oleh perusahaan akan meningkat setiap tahunnya.

Strategi bauran pemasaran yang ada di KSU Kencana Makmur Lamongan setelah peneliti melakukan penelitian merupakan pembuktian akan kebenaran jika bauran pemasaran diterapkan di industri kecil apakah dapat menaikkan volume penjualan. Peneliti melakukan pencarian bukti dalam

bentuk data-data mengenai volume penjualan air kesehatan hexagonal “ASQIRO”. Berbagai hambatan dalam meningkatkan volume penjualan pasti ada, namun KSU Kencana Makmur Lamongan memiliki cara untuk mengatasinya.

Sebagaimana dari hasil wawancara peneliti dengan pak Asykuri (Manajer Pemasaran) bahwa dalam waktu awal mulai produksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” ini dimulai dapat dikatakan bahwa usaha ini setiap tahunnya meningkat. Namun hal itu tidak menutupi kemungkinan juga pernah mengalami pasang surut. Faktor penghambat itu bisa mulai dari mesin produksi yang kurang memadai, belum maksimalnya mesin produksi sehingga dapat menghambat KSU Kencana Makmur Lamongan untuk memproduksi lebih banyak. Selain itu cup sebagai tempat air atau bahan pelengkap terkadang mengalami ketidakcocokan dengan mesin yang dimiliki KSU Kencana Makmur Lamongan, sehingga harus menunggu dalam beberapa hari untuk mencari penggantinya. Namun hal itu tidak membuat volume penjualan semakin menurun karena KSU Kencana Makmur telah menyediakan produk cadangan sehingga produk tetap dapat didistribusikan dengan baik. Oleh sebab itu volume penjualan senantiasa meningkat baik itu produksi galon maupun gelas. Sedangkan KSU Kencana Makmur dalam pengukuran volume penjualan didapatkan dari akumulasi penjualan harian berbanding dengan target yang telah ditetapkan

Satuan yang dipergunakan pada pada kemasan galon adalah perbiji sedangkan untuk gelas yaitu secara kardus. Penghitungan volume penjualan

oleh KSU Kencana Makmur Lamongan dilakukan secara periodik untuk mengetahui perubahan (kenaikan atau penurunan) setelah penerapan bauran pemasaran atau sebelumnya