

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum dan Sejarah Singkat Pengusaha

Pengusaha kayu galam yang ada di Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala yang terdiri dari 4 desa yang diantaranya desa Sungai Pantai, Pindahan Baru, Gampa Asahi, Gampa Muara.

Pengusaha yang ada pada desa Sungai Pantai Bapak Musa memulai usaha pada tahun 1994, usaha yang dimulai dari penebangan kayu galam sendiri ke hutan daerah sekitar, dengan menggunakan alat transportasi perahu kecil dalam pengangkutan kayu galam dari penebangan di hutan dan membawa kayu galam tersebut ke tempat lokasi penjualan yaitu depan rumah pengusaha sendiri.

Sama halnya dengan pengusaha kayu galam yang lain pada desa Pindahan Baru, Gampa Asahi, Gampa Muara dalam penebangan kayu galam di hutan sekitar tempat tinggal. Namun terdapat perbedaan memulai usaha tersebut seperti halnya pengusaha kayu galam Bapak H.Robin desa Pindahan Baru memulai usaha pada tahun 1989. Dan Bapak Sunardi dari desa Gampa Asahi memulai usaha kayu galam pada tahun 2009, serta Bapak Ahyar pengusaha kayu galam desa Gampa Muara memulai usaha kayu galam pada tahun 2014.

Terdapat perbedaan tahun dalam memulai usaha kayu galam antara desa, namun cara pengusaha terdapat persamaan dalam cara mendapatkan kayu galam yaitu penebangan kayu galam sendiri ke hutan sekitar tempat tinggal,

menggunakan alat transportasi perahu kecil, hingga tahun ke tahun masing-masing pengusaha mempunyai karyawan dan karyawan tersebut yang menebang kayu galam hingga pengangkutan menggunakan alat transportasi mobil truk.

Kayu galam yang di peroleh dari penebangan di hutan sekitar tempat tinggal dari masing-masing pengusaha tersebut lalu di angkut menggunakan perahu kecil untuk di bawa ke lokasi penjualan (Depan Rumah) masing-masing pengusaha. Dengan seiringnya waktu ke waktu dengan penghasilan yang cukup lebih buat dijadikan modal awal usaha dan tambahan modal lain sekitar 10 Juta, 25 Juta dan 50 Juta dari masing-masing pengusaha.

Dalam promosi penjualan kayu galam masing-masing pengusaha mempromosikan melalui info mulut ke mulut dari rekan atau pelanggan yang datang.

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan tentang strategi penjualan pengusaha kayu galam Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala diperoleh dari data responden yaitu:

1. Responden pertama

Nama	: Musa
Umur	: 51 tahun
Pekerjaan	: Swasta (Petani)
Alamat	: Desa Sungai Pantai Rt.01

Usaha Kayu Galam Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala desa Sungai Pantai Rt.1 yang mempunyai usaha, nama dari usaha tersebut Pangkalan Galam Adi Paqih yang memulai usaha pada tahun 1994 yang bertempat di Desa Sungai Pantai.

Mula dari usaha penjualan kayu galam adalah Bapak Musa menebang sendiri kayu galam ke hutan sekitar, lalu di jual di tempat yang strategis di pinggir jalan raya atau depan tempat tinggal (rumah).

Usaha yang dijalankan dari penebangan sendiri lalu mendapatkan modal awal 10 Juta di tambah dengan biaya lain, usaha kayu galam pangkalan adi paqih terus menerus meningkat hingga bisa memberi lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar yang menjadi karyawan dari usaha kayu galam tersebut.

Seiring berjalannya waktu bapak musa sudah mempunyai karyawan buat usaha tersebut, karyawan yang bergabung dalam usaha pangkalan kayu galam adi paqih terdapat 3 orang bagian dari mengangkat kayu galam ke dalam truk dan 20 orang yang menebang ke hutan. Upah yang diberikan kepada karyawan mengangkat kayu galam ke dalam truk Rp.100.000.- dan upah bagi karyawan yang menebang kayu galam ke hutan sekitar Rp.150.000.- dari jam 08.00-14.00.

Kayu galam yang terjual dalam sehari tergantung dari pemesanan pembeli, rata-rata kayu galam yang terjual adalah 500 batang ukuran

2m, 1.000 batang 3/4m dan 250 batang 8-9m masing-masing ukuran dalam 1 mobil truk.

Ciri dari kayu galam yang dijual pangkalan galam adi paqih tidak ada hanyalah mempunyai ragam jenis ukuran kayu galam yang dijual. Cara mempromosikan usaha kayu galam pangkalan adi paqih hanyalah dengan mulut ke mulut dan dari pelanggan yang datang ke tempat penjualan kayu galam tersebut, dan tidak menggunakan media sosial seperti WA.Ig.dan BBM.

Usaha dari pengusaha pangkalan kayu galam adi paqih mempertahankan kualitas, ketersediaan kayu galam dengan cara apabila pelanggan datang untuk membeli ukuran yang dipesan oleh penjual harus selalu ada dengan cara apabila di tempat pangkalan adi paqih kehabisan ukuran yang di cari oleh pembeli, maka penjual mencari ukuran ke tempat pengusaha yang lain untuk menutupi ketidak tersediaan kayu galam. Kualitas batang kayu galam yang dijual bersih tidak bengkok atau menjual kayu galam yang lurus.

Alat yang digunakan dalam pengangkutan kayu galam menggunakan truk.

Penjual kayu galam pangkalan adi paqih tidak merasakan adanya pesaing sesama penjual akan tetapi mereka merasa saling melengkapi dikarenakan apabila kayu galam yang dipesan oleh pelanggan tidak ada ketersediaan kayu galam, maka penjual mencari ke pengusaha

yang ada di desa sebelah seperti desa Pindahan Baru, Gampa Asahi, Gampa Muara.

Dan dalam hal usaha tidak lepas dari orang yang suka berhutang, dalam pangkalan galam adi paqih pernah bahkan seringkali menemui pelanggan yang berhutang dan jauh dari kata membayar. Akan tetapi seiring berjalannya waktu pengusaha harus lebih selektif dalam sistem penjualan yang akan mendatangkan hutang. Dan untuk mengatasi hal tersebut harus di adakan batas tempo perjanjian hutang yang ditentukan dan perjanjian tertulis.

Dan untuk kedepannya pangkalan galam adi paqih akan berusaha untuk mengembangkan usaha tersebut dengan cara memperbanyak ukuran atau ketersediaan kayu galam, mempromosikan dengan sosial media, menanam sendiri bibit kayu galam di lahan yang ada.

2. Responden kedua

Nama : H.Robin
 Umur : 51 tahun
 Pekerjaan : Swasta
 Alamat : Desa Pindahan Baru

Usaha penjualan kayu galam di desa Pindahan Baru memulai usaha dari tahun 1989, pengusaha memulai usaha dengan menebang kayu galam sendiri ke hutan sekitar tempat tinggal.

Pengusaha menggunakan alat transportasi perahu kayuh untuk membawa kayu galam ke area penjualan. Tempat penjualan di depan rumah atau pinggir jalan raya.

Usaha yang dijalankan dari penebangan sendiri lalu mendapatkan modal awal 25 Juta, usaha kayu galam bapak H.Robin terus menerus meningkat hingga bisa memberi lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar yang menjadi karyawan dari usaha kayu galam tersebut.

Seiring berjalannya waktu bapak H.Robin sudah mempunyai karyawan buat usaha tersebut, karyawan yang bergabung dalam usaha kayu galam terdapat 25 orang bagian dari mengangkat kayu galam maupun yang menebang ke hutan. Upah yang diberikan kepada karyawan Rp.100.000.

Kayu galam yang terjual dalam sehari tergantung dari pemesanan pembeli, rata-rata kayu galam yang terjual adalah 350 batang.

Ciri dari kayu galam yang dijual tidak ada hanyalah mempunyai ragam jenis ukuran kayu galam yang dijual.

Cara mempromosikan usaha kayu galam dengan mulut ke mulut dan dari pelanggan yang datang ke tempat penjualan kayu galam tersebut, dan tidak menggunakan media sosial seperti WA.Ig.dan BBM.

Usaha dari penjualan mempertahankan kualitas, ketersediaan kayu galam dengan cara apabila pelanggan datang untuk membeli ukuran yang dipesan oleh penjual harus selalu ada dengan cara apabila di

tempat H.Robin kehabisan ukuran yang di cari oleh pembeli, maka penjual mencarikan ukuran ke tempat pengusaha yang lain untuk menutupi ketidak tersediaan kayu galam. Kualitas batang kayu galam yang dijual bersih.

Alat yang digunakan dalam pengangkutan kayu galam menggunakan truk.

Penjual kayu galam tidak merasakan adanya pesaing sesama penjual akan tetapi mereka merasa saling melengkapi dikarenakan apabila kayu galam yang dipesan oleh pelanggan tidak ada ketersediaan kayu galam, maka penjual mencari ke pengusaha yang ada di desa sebelah seperti desa Sungai Pantai, Gampa Asahi, Gampa Muara.

Dan dalam hal usaha tidak lepas dari orang yang suka berhutang, dalam usaha penjualan kayu galam H.Robin pernah bahkan seringkali menemui pelanggan yang berhutang dan jauh dari kata membayar. Akan tetapi seiring berjalannya waktu pengusaha harus lebih selektif dalam sistem penjualan yang akan mendatangkan hutang. Dan untuk mengatasi hal tersebut harus di adakan batas tempo perjanjian hutang.

Dan untuk kedepannya akan berusaha untuk mengembangkan usaha tersebut dengan cara memperbanyak ukuran atau ketersediaan kayu galam.

3. Responden ketiga

Nama : Sunardi
 Umur : 55 tahun
 Pekerjaan : POLRI
 Alamat : Desa Sungai Gampa Asahi

Usaha Kayu Galam Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala desa Sungai Gampa Ahasi yang mempunyai usaha, nama dari usaha tersebut UD Galam Jaya yang memulai usaha pada tahun 2009 yang bertempat di Desa Sungai.

Mula dari usaha penjualan kayu galam adalah UD Galam Jaya menebang kayu galam sendiri dengan karyawan yang ada ke hutan sekitar, lalu di jual di tempat yang strategis di pinggir jalan raya atau depan tempat tinggal (rumah).

Usaha yang dijalankan dari penebangan sendiri lalu menambah modal awal 50 Juta, UD Galam Jaya terus menerus meningkat hingga bisa memberi lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar yang menjadi karyawan dari usaha kayu galam tersebut.

Seiring berjalannya waktu UD Galam Jaya mempunyai karyawan tetap buat usaha tersebut, karyawan yang bergabung dalam UD Galam Jaya terdapat 17 orang bagian dari mengangkat kayu galam ke dalam truk dan 20 orang yang menebang ke hutan. Upah yang diberikan kepada karyawan mengangkat kayu galam ke dalam truk Rp.150.000.-

dan upah bagi karyawan yang menebang kayu galam ke hutan sekitar Rp.200.000.-.

Kayu galam yang terjual dalam sehari tergantung dari pemesanan pembeli, rata-rata kayu galam yang terjual adalah 135 batang ukuran 4m.

Ciri dari kayu galam yang dijual pangkalan galam adi paqih tidak ada hanyalah mempunyai ragam jenis ukuran kayu galam yang dijual. Cara mempromosikan UD Galam Jaya dengan info mulut ke mulut dan dari pelanggan yang datang ke tempat penjualan kayu galam tersebut, dan UD Galam Jaya menggunakan media sosial seperti WA.Ig.dan BBM untuk mempromosikan UD Galam Jaya.

UD Galam Jaya mempertahankan kualitas, ketersediaan kayu galam dengan cara apabila pelanggan datang untuk membeli ukuran yang dipesan oleh penjual harus selalu ada dengan cara apabila di tempat pangkalan adi paqih kehabisan ukuran yang di cari oleh pembeli, maka penjual mencarikan ukuran ke tempat pengusaha yang lain untuk menutupi ketidak tersediaan kayu galam. Kualitas batang kayu galam yang dijual bersih tidak bengkok atau menjual kayu galam yang lurus banyak ragam yang disediakan.

Alat yang digunakan dalam pengangkutan kayu galam menggunakan truk.

Penjual kayu galam jaya tidak merasakan adanya pesaing sesama penjual akan tetapi mereka merasa saling melengkapi dikarenakan

apabila kayu galam yang dipesan oleh pelanggan tidak ada ketersediaan kayu galam, maka penjual mencari ke pengusaha yang ada di desa sebelah seperti desa Sungai Pantai, Pindahan Baru, Gampa Muara.

Dan untuk kedepannya pangkalan galam adi paqih akan berusaha untuk mengembangkan usaha tersebut dengan cara memperbanyak ukuran atau ketersediaan kayu galam, menanam sendiri bibit kayu galam di lahan yang ada.

4. Responden keempat

Nama : Ahyar
 Umur : 50 tahun
 Pekerjaan : Swasta
 Alamat : Desa Sungai Gampa Muara Rt.06

Usaha Kayu Galam Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala desa Sungai Gampa Muara Rt.06 yang mempunyai usaha, nama dari usaha tersebut Galam Widia yang memulai usaha pada tahun 1994 yang bertempat di Desa Sungai Gampa Muara Rt.06.

Mula dari usaha penjualan kayu galam adalah Galam Widia mempunyai karyawan dan mempunyai modal untuk membeli kayu galam ke daerah-daerah lain lalu di jual kembali, penjualan di tempat yang strategis di pinggir jalan raya atau depan tempat tinggal (rumah).

Usaha yang dijalankan mempunyai modal awal 50 Juta, usaha kayu galam Widia terus menerus meningkat hingga bisa memberi lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar yang menjadi karyawan dari usaha kayu galam tersebut.

Seiring berjalannya waktu usaha Galam Widia sudah mempunyai karyawan tetap, karyawan yang bergabung dalam usaha Galam Widia terdapat 10 orang. Upah yang diberikan kepada karyawan mengangkat kayu galam ke dalam truk Rp.100.000.-.

Kayu galam yang terjual dalam sehari tergantung dari pemesanan pembeli, rata-rata kayu galam yang terjual adalah 1.000 batang untuk semua jenis ukuran yang di pesan oleh pembeli.

Cara mempromosikan usaha kayu galam pangkalan adi paqih hanyalah dengan mulut ke mulut dan dari pelanggan yang datang ke tempat penjualan kayu galam tersebut, dan tidak menggunakan media sosial seperti WA.Ig.dan BBM.

Usaha dari pengusaha Galam Widia mempertahankan kualitas, ketersediaan kayu galam dengan cara apabila pelanggan datang untuk membeli ukuran yang dipesan oleh penjual harus selalu ada dengan cara apabila di tempat pangkalan adi paqih kehabisan ukuran yang di cari oleh pembeli, maka penjual mencarikan ukuran ke tempat pengusaha yang lain untuk menutupi ketidak tersediaan kayu galam. Kualitas batang kayu galam yang dijual bersih tidak bengkok atau menjual kayu galam yang lurus.

Alat yang digunakan dalam pengangkutan kayu galam menggunakan truk.

Penjual kayu galam widia tidak merasakan adanya pesaing sesama penjual akan tetapi mereka merasa saling melengkapi dikarenakan apabila kayu galam yang dipesan oleh pelanggan tidak ada ketersediaan kayu galam, maka penjual mencari ke pengusaha yang ada di desa lain seperti desa Pindahan Baru, Gampa Asahi, Sungai Pantai.

Dan dalam hal usaha tidak lepas dari orang yang suka berhutang, dalam galam widia pernah bahkan seringkali menemui pelanggan yang berhutang dan jauh dari kata membayar. Akan tetapi seiring berjalannya waktu pengusaha harus lebih selektif dalam sistem penjualan yang akan mendatangkan hutang. Dan untuk mengatasi hal terse but harus di adakan batas tempo perjanjian hutang yang ditentukan.

Dan untuk kedepannya Galam Widia akan berusaha u ntuk mengembangkan usaha tersebut dengan cara memperbanyak ukuran atau ketersediaan kayu galam, mempromosikan dengan sosial media.

C. Analisis Data

1. Analisis strategi Penjualan Kayu Galam Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala.

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan. Pemasaran meliputi perumusan jenis produk, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada konsumen, seberapa tinggi harga yang seharusnya ditetapkan produk tersebut yang cocok dengan kondisi konsumennya, bagaimana cara promosi untuk mengkonsumsikan produk tersebut kepada konsumen, yang cocok dengan kondisi konsumennya, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen, serta bagaimana mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dan sebagainya. Dalam dunia sekarang ini, sebuah perusahaan harus memiliki strategi-strategi dalam bisnis guna menjaga kelangsungan dan perkembangan bisnis tersebut dalam persaingan pasar yang sangat ketat. Oleh sebab itu, salah satunya perusahaan sangat penting memiliki strategi-strategi pemasaran yang efektif. Dengan pemasaran sebuah perusahaan dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat baik itu dengan cara promosi atau melalui media masa dan lain-lain untuk meningkatkan daya jual beli

yang tinggi agar produk tersebut tetap bertahan dan berkembang untuk menarik dan mempertahankan konsumen.

Pemasaran produk kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala dilakukan agar dapat bersaing dengan pengusaha kayu galam lainnya yang memiliki produk serupa. Agar dapat bertahan di tengah maraknya persaingan usaha, pengusaha kayu galam harus memiliki strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya, termasuk strategi pemasaran untuk produk kayu galam. Ini merupakan suatu tantangan yang dihadapi pengusaha kayu galam dan harus dihadapi dengan strategi-strategi pemasaran agar produk kayu galam bisa terus bertahan dan berkembang sehingga akan menarik konsumen agar membeli produk kayu galamnya.

Pemasaran menurut Philip Kotler merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.¹ Hasil dari suatu produk itu dilihat bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh suatu badan usaha. Pemasaran pengusaha kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan serangkaian alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran. Alat pemasaran yang digunakan meliputi empat faktor yang disebut 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).²

¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* (Jakarta: Prehallindo, 2002), hlm. 125.

² Philip Kotler, *et. Al., opcit*, hlm. 123.

1) Strategi Produk (*product*).

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan. Produk yang ditawarkan oleh pengusaha di Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala yaitu kayu galam. Kayu galam yang ditawarkan juga beraneka ragam dan banyak ukurannya. Adapun jenis kayu galam yaitu galam biasa, galam dak, laja galam, galam amaparan dan galam kasau. Kayu galam tersebut mereka peroleh dari mencari sendiri kayu galam di sekitar lingkungan tempat tinggal dan juga membelinya dari orang lain, kemudian mereka jual lagi. Pemilihan usaha menjual kayu galam sendiri karena barang yang dijual tidak mudah rusak, ketertarikan, keinginan dan untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Ukuran kayu galam yang dijual dari ukuran 2 M – 9 M.

2) Strategi Harga.

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Pada strategi pemasaran Rasulullah SAW dalam menentukan harga tidak menetapkan harga lebih tinggi dari harga yang ditawarkan oleh pesaing atau lebih dari biaya yang dikeluarkan.³

³Ichwan Fayzi, *et al.* Eds. *Ensiklopedia Nabi Muhammad SAW Sebagai Wirausahawan* (Jakarta: PT Lentera Abadi, 2011), hlm. 273

Sebagaimana Firman Allah SWT dalam Al-Quran surat *An-Nisa*: 29 yaitu

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Berdasarkan ayat diatas dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain dengan jalan yang batil, artinya tidak ada haknya. Dalam etika pemasaran juga dijelaskan konteks harga yaitu beban biaya produksi yang wajar, sebagai alat kompetisi yang sehat, diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat, margin perusahaan yang layak, sebagai alat daya tarik bagi konsumen.⁴ Penentuan suatu harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang di hasilkan pengusaha kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala dalam menerapkan harga yang lebih murah dan terjangkau.

⁴Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. (Yogyakarta: UPP AMP YKPN), hlm. 101

Tabel 4.1 Harga kayu Galam

Nama Usaha Kayu Galam / Tempat	Jenis Kayu Galam	Ukuran (Meter)	Harga (Rp)
Pangkal Galam Adi Pakih/ desa Sungai Pantai	Galam	2 3 4 5 7	2.500 6.500 12.000 16.000 22.500
	Galam Dak	2 4 5	1.250 2.000 2.500
H.Robin/ desa Pindahan Baru	Galam	2 3 4 5 7	3.500 7.500 10.000 13.000 26.500
Galam Wijaya/ desa Sungai Gampa Muara RT. 06	Galam Galam	2 5 6-7	4.000 8.000 22.000
UD. Galam Jaya/ Sungai Gampa Asahi	Galam	2 3 4 7	5.000 6.000 10.000 17.000
	Galam Dak	4 5	2.500 3.000

Dari segi harga pengusaha kayu galam di kecamatan Rantau Badauh menjual kayu galam dengan harga yang sangat terjangkau. Adapun harga kayu galam yang dijual dari beberapa desa tersebut harga Rp 1.500 - Rp 22.500 sesuai ukuran kayu galamnya.

3) Strategi tempat.

Tempat adalah salah satu keberhasilan dalam memasarkan sebuah produk, tempat yang ramai akan meningkatkan pengetahuan masyarakat akan suatu perusahaan. Penentuan tempat atau lokasi bertujuan untuk memberikan kemudahan untuk konsumen mendapatkan akses terhadap barang dan jasa. Pentingnya pemilihan lokasi sebagaimana dijelaskan diatas, letak penjualan kayu galam di Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala penjualannya tepat di depan rumah. Pemilihan lokasi ini dikarenakan letaknya strategis yaitu di pinggir jalan sehingga orang akan mudah melihat dan mengakses tempatnya. Dengan lokasi yang sangat strategis memudahkan pengusaha melakukan kegiatan pemasarannya

4) Strategi Promosi.

Promosi merupakan salah satu sarana pemasaran perusahaan yang bertujuan agar produk yang dipasarkan dapat dikenal secara luas oleh masyarakat dengan jangkauan promosi yang luas sehingga diharapkan volume penjualan dapat lebih ditingkatkan. Dalam memasarkan seorang pemasar dituntut untuk selalu jujur. Allah SWT Berfirman dalam Q.S. Az-zumar/39:33

وَالَّذِي جَاءَ بِالصَّدَقِ وَصَدَّقَ بِهِ ۖ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ ﴿٣٣﴾

“dan orang yang membawa kebenaran (Muhammad) dan membenarkannya, mereka Itulah orang-orang yang bertakwa”.

Ayat diatas menjelaskan untuk berperilaku jujur. Seorang pemasar tidak hanya berperilaku jujur akan tetapi seorang pemasar juga harus bersikap amanat yaitu memiliki rasa tanggung jawab, yakin bahwa ada yang mengawasi pelaksanaan tugasnya. Allah SWT berfirman dalam Q.S. *An-Nisā/4:58*

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”.⁵

Dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat, pengusaha kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala menggunakan beberapa saluran promosi baik yang secara langsung maupun tidak langsung. Saluran promosi secara langsung yang digunakan antara lain dengan bertemu secara langsung yang mana konsumen yang datang langsung ke tempatnya, informasi dari mulut ke mulut, menawarkannya ke sejumlah perusahaan/proyek seperti Citraline dan Bunyaminsedangkan promosi yang secara tidak langsung melalui media sosial seperti facebook, WhatsApp, dan

⁵Al-Fatih, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: PT. Insan Media Pustaka, 2013), hlm. 87.

Instagram. Pemanfaatan promosi itu tentunya mendorong pemasaran untuk menarik konsumen membeli kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala.

Setelah dianalisis bauran pemasaran 4P (*marketing mix*) yakni *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi) semua bauran pemasaran 4P tersebut sudah dijalankan pengusaha kayu galam kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala dengan baik. Untuk usaha kayu agar bisa bersinergi kembali sebaiknya bisa diterapkan strategi-strategi alternatif lainnya dan sebaiknya pihak pengusaha kayu galam kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala lebih gencar lagi dalam melakukan pemasarannya.

2. Analisis lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan merupakan proses awal dalam menentukan strategi penjualan yang bertujuan memantau lingkungan perusahaan. Lingkungan perusahaan mencakup berbagai aspek, baik yang berada di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi kelangsungan pencapaian tujuan perusahaan. Secara garis besar lingkungan dapat dibagi menjadi lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

- a. Analisis lingkungan internal perusahaan dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam bidang fungsional. Audit internal memerlukan pengumpulan dan informasi mengenai sumberdaya perusahaan yang meliputi bidang fungsional keuangan, produksi, pemasaran dan sumber daya manusia (SDM).

1) Keuangan

Dalam hal ini keuangan memegang peranan penting dalam menjalankan sebuah usaha, karena usaha apapun yang dijalankan tanpa modal tidak akan bertahan dalam jangka panjang. Dalam hal ini yang lebih penting lagi adalah pengelolaan keuangan atau laba yang diharapkan. Pertama, Pada dasarnya kondisi keuangan yang baik adalah dimana pendapatan lebih besar dari pada pengeluaran. Karena jika pendapatan lebih kecil dari pengeluaran maka yang terjadi adalah rugi. Selain itu juga menyiasati kerugian karena pelanggan yang berhutang sehingga kerugian akan dialami oleh pengusaha dan akan sulit mengembangkan usahanya. Namun dalam hal ini strategi yang digunakan pengusaha kayu galam kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala adalah dengan membuat perjanjian secara tertulis menggunakan materai dengan jangka waktu yang telah ditentukan oleh kedua belah pihak. Dengan strategi seperti itu pengusaha kayu galam maka akan terhindar dari resiko kerugian apabila pelanggan ada yang tidak membayar.

2) Produksi

Proses produksi dalam sebuah usaha mempunyai peranan sebagai penghasil keuntungan. Karena hasil dari sebuah produksi merupakan produk yang akan dijual untuk mencapai hasil yang diharapkan yaitu berupa pendapatan. Proses produksi yang baik menghasilkan produk yang baik pula. Sehingga konsumen merasa

terpuaskan dan dapat menarik kembali minat konsumen untuk menggunakan lagi. Terlebih lagi dalam sebuah usaha kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala memberikan hasil produksi yang baik dan sesuai permintaan maka konsumen pun akan terpuaskan dan akan kembali atau dengan kata lain menjadi pelanggan tetap.

3) Pemasaran

Pemasaran atau promosi merupakan hal yang unik. Karena proses promosi ini bertujuan untuk menarik minat konsumen agar memakai atau menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan. Sehingga dalam proses perjalanannya harus melalui pendekatan-pendekatan dua arah antara produsen dan konsumen. Artinya, antara produsen dengan konsumen harus saling mengenal. Inilah konsep manajemen pemasaran yang baik untuk diterapkan dalam sebuah usaha kayu galam.

Proses penjualan yang dilakukan pengusaha usaha kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala seperti desa Sungai Pantai, Pindahan Baru, Gampa muara masih cenderung melakukan penjualan secara tradisional seperti dari mulut ke mulut kepada pelanggan. Sedangkan dari desa Sungai Gampa Asahi selain proses penjualan melalui mulut ke mulut desa Sungai Gampa Muara juga menggunakan informasi melalui internet, menawarkan

kesejumlah perusahaan/proyek, media sosial seperti Facebook, WhatApp, dan Instagram.

4) Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) mempunyai peranan dalam membantu meningkatkan hasil produk yang akan dijual didalam sebuah usaha. Dalam prakteknya SDM merupakan kunci utama bagi tercapainya suatu tujuan SDM yang baik adalah yang berkualitas. Kualitas yang ada pada diri SDM sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dapat dilihat dari lingkungan, teman maupun keturunan. Maka penting bagi para pengusaha memilih dengan hati-hati SDM-nya agar memperoleh keselarasan antara harapan produsen dengan konsumen. Pengusaha kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala memiliki beberapa karyawan yang membantunya dalam proses memenuhi permintaan kayu galam seperti menebang dan mengangkut kayu galam. Dalam proses tersebut akan mempermudah bagi pengusaha untuk memenuhi permintaan dari pelanggan. Sehingga pelanggan tidak segan-segan untuk kembali dan memesannya.

b. Analisis Lingkungan Eksternal penjualan Kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala

Aspek eksternal perusahaan terdiri dari lingkungan mikro dan lingkungan makro yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan strategi penjualan. Lingkungan mikro terdiri dari pelanggan (customer), pesaing (competitors), pemasok (supplier). Lingkungan makro meliputi kondisi demografi, ekonomi, alam/ekologi, sosial dan budaya, politik dan teknologi. Analisis lingkungan eksternal digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menjadi peluang dan ancaman perusahaan.

1) Lingkungan Mikro

a) Pelanggan (Customer)

Pelanggan membeli produk barang dan jasa. Sebuah usaha tidak bisa hidup tanpa dukungan pelanggan. Oleh karena itu usaha kayu galam terus mengamati perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Seperti mendengarkan keluhan pelanggan dan memberikan solusi yang tepat, melayani sebaik mungkin yang dibutuhkan pelanggan. Pengusaha kayu galam kecamatan Rantau Batuah kabupaten Barito Kuala sudah memiliki pelanggan dalam pembelian kayu galam seperti Citraline dan Bunyamin.

b) Pesaing (Competitors)

Pesaing adalah usaha di dalam industri yang sama dengan menjual barang atau jasa kepada pelanggan. Seringkali perbedaan antara keberhasilan dan kegagalan usaha tergantung pada apakah

perusahaan melakukan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing lain. Karena itu, perusahaan harus melakukan analisis bersaing, yaitu menentukan siapa pesaingnya, mengantisipasi pergerakan pesaing, serta memperhitungkan kekuatan dan kelemahan pesaing. Seperti halnya usaha kayu galam yang memiliki pesaing disekitar lokasi usaha, akan tetapi pengusaha kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala tidak merasa ada persaingan antar pengusaha kayu galam, malahan mereka saling melengkapi, membantu dan menunjang usaha kayu galam.

c) Pemasok (*Suppliers*)

Pemasok adalah perusahaan yang menyediakan bahan baku, tenaga kerja, keuangan, dan sumber informasi kepada perusahaan lain. Terdapat hubungan saling ketergantungan antara pemasok dan perusahaan. Ketergantungan perusahaan pada pemasok adalah pentingnya produk pemasok bagi perusahaan dan sulitnya mencari sumber lain sebagai pengganti. Selain pengusaha kayu galam mendapatkan kayu galam dari lingkungan sekitarnya pengusaha juga memasok kayu galam dari luar daerah seperti Palingkau, Sawahan, Jajangkit dan Kalteng. Untuk pengiriman kayu galam menggunakan trak dan juga kapal.

2) Lingkungan Makro

a) Ekonomi

Keadaan ekonomi suatu negara akan mempengaruhi sebagian besar organisasi yang beroperasi didalamnya. Pada suatu keadaan perekonomian yang sedang tumbuh, secara umum kemampuan daya beli masyarakat untuk membeli suatu produk atau jasa juga meningkat. Dan factor perkembangan ekonomi menjadi penilaian dalam menentukan strategi penjualan.

b) Teknologi

Teknologi adalah pengetahuan, peralatan, dan teknik yang digunakan untuk mengubah bentuk masukan (input) menjadi keluaran (output).

c) Politik

Komponen politik/hukum adalah undang-undang, peraturan, dan keputusan pemerintah yang mengatur perilaku usaha. Komponen politik/hukum ini dalam suatu periode waktu tertentu akan menentukan operasi perusahaan. Sehingga usaha kayu galam tidak mungkin menagabaikan iklim politik dan hukum-hukum maupun peraturan yang ada di suatu negara, seperti perlakuan yang adil dalam pembayaran gaji pegawai sesuai dengan perjanjian di awal.

d) Sosial Budaya

Komponen sosial budaya merujuk kepada karakteristik demografi serta perilaku, sikap, dan norma-norma umum dari penduduk dalam suatu masyarakat tertentu. Hal-hal yang diperhatikan dalam usaha kayu galam adalah seberapa besar pengetahuan masyarakat tentang kualitas usaha kayu galam dan pelayanan yang baik.

3. Perumusan Strategi Penjualan

a. Tahap Masukan

Hasil identifikasi factor eksternal ditemukan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang di hadapi perusahaan, sedangkan dari hasil identifikasi factor internal ditemukan kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan. Selanjutnya dilakukan pembobotan dengan metode *paired comparison* (perbandingan berpasangan) dengan melihat tingkat kepentingan dan penentuan rating atas factor-faktor internal dan eksternal melalui proses kuisisioner. Responden dari kuisisioner ini yaitu pemilik usaha kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala yang membawahi seluruh bagian perusahaan dan memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan untuk strategi penjualan perusahaan.

1) Analisis Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan yang dihadapi perusahaan sebagai factor-faktor strategis internal beserta bobot dan peringkat disajikan dalam tabel 6. Semua faktor strategis internal yang teridentifikasi menjadi kekuatan yang paling menonjol dari perusahaan yaitu kualitas kayu galam yang dijual bagus karena setiap stok yang datang dari pemasok, stok lama dikeluarkan dan diganti dengan stok yang baru datang dengan nilai 0,60. Kelemahan usaha kayu galam adalah ketersediaan kayu galam dari pemasok di luar kota bernilai 0,10 dari semua indikator kelemahan. Total nilai matriks IFE sebesar 2,75, nilai ini berada di atas rata-rata 2,0, nilai matriks IFE. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan untuk dapat mengatasi kelemahan perusahaan. Perusahaan sudah memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dengan cukup baik untuk mengatasi kelemahan-kelemahannya.

Tabel 4.2. Matriks IFE

Faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Nilai
Kekuatan			
Pelayanan yang baik	0,10	4	0,40
Tempat yang strategis	0,10	4	0,40
Kualitas Kayu galam bagus dan bersih karena setiap ada stok kayu galam dari pemasok maka stok lama di ganti stok baru	0,15	4	0,60
Harga yang ekonomis dan terjangkau	0,10	3	0,30
Pengusaha kayu galam mencari sendiri kayu galam	0,10	4	0,40
Kelemahan			
sering terjadi kesalahan dalam melayani pelanggan	0,10	1	0,10
Bergantung pada pemasok dari luar daerah	0,05	2	0,10
Kayu galam yang rusak	0,10	1	0,10
Promosi kurang luas	0,05	2	0,10
Kayu galam tidak datang dari pemasok	0,10	1	0,10
Total	1,00		2, 75

2) Analisis Matriks External Factor Evaluation (EFE)

Hasil identifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi usaha kayu galam sebagai faktor-faktor strategis eksternal beserta bobot dan peringkat dapat disajikan dalam tabel 7. Peluang utama yang dimiliki oleh usaha kayu galam di kecamatan Ranutau Badauh kabupaten

Barito Kuala yaitu mampu memenuhi ketersediaan pesanan pelanggan karena pengusaha memiliki akses yang banyak 0,45. Sebagai ancaman utama bagi perusahaan adalah meningkatnya lahan sawit membuat lahan untuk kayu galam berkurang 0,45. Secara umum total nilai perusahaan, yaitu sebesar 2,75 berada di atas nilai rata-rata nilai matriks EFE 2,8. Ini menggambarkan bahwa pengaruh eksternal yang dihadapi perusahaan cukup kuat dan berada diposisi sedang dan perusahaan dapat merespon peluang dan ancaman yang dihadapi dengan baik.

Tabel 4.3. Matriks EFE

Faktor Eksternal Utama	Bobot	Peringkat	Nilai
Peluang			
Promosi sangat menentukan keberhasilan perusahaan	0,10	3	0,30
Kecendrungan masyarakat menggunakan kayu galam daripada kayu yang lain	0,10	4	0,40
Mampu memenuhi permintaan dalam jumlah banyak karena memiliki akses yang banyak	0,15	3	0,45
Kecendrungan para proyek/perusahaan	0,10	3	0,30

dalam kebutuhan pembangunan			
Mampu memenuhi permintaan dalam jumlah banyak karena memiliki akses yang banyak	0,10	3	0,30
Kecendrungan para proyek/perusahaan dalam kebutuhan pembangunan	0,10	3	0,30
Ancaman			
Lahan kayu galam berkurang akibat lahan sawit	0,15	3	0,45
Kenaikan harga BBM membuat biaya angkuta jadi mahal	0,10	2	0,20
Barang pesanan yang tidak datang	0,10	3	0,30
Total	1,00		2,8

3) Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)

Hasil total nilai k edua matriks kemudian dipetakan ke dalam matriks IE seperti pada gambar 2 berikut. Dapat dilihat posisi usaha kayu galam di kecamatan Rantau Badauh berada di kuadran V, karena nilai total EFE 2,8 dan nilai total IFE adalah 2,7. Posisi ini menunjukkan persahaan ada pada tahap tumbuh dan stabil.

Tabel 4.4 Matriks IE

Total skor Faktor Strategis Internal

		Kuat	Rata-rata		Lemah
		4.0	3.0	2.0	1.0
Total Skor Faktor Strategis Eksternal	Tinggi				
	3,0	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan	
	Menengah	IV Stabilitas	V Pertumbuhan	VI Penciutan	
			Stabilitas		
	Rendah	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi	
	1.0				

Strategi yang diambil sebaiknya adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar didefinisikan sebagai strategi yang berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk atau jasa saat ini melalui upaya penjualan yang lebih baik lagi. Penetrasi pasar mencakup meningkatkan jumlah tenaga penjual, meningkatkan jumlah belanja iklan, menawarkan promosi penjualan yang intensif atau meningkatkan usaha publisitas. Pengembangan produk didefinisikan

sebagai strategi yang mencari peningkatan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa saat ini.

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Berdasarkan hasil penelitian, matriks SWOT memberikan cara pengusaha kayu galam menghadapi ancaman dan kelemahan dalam penjualan serta mengoptimalkan peluang dan kekuatan penjualan kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala sebagai berikut: strategi S-O, S-T, W-O, dan W-T.

a) Strategi S-O

- 1) Membuat perbedaan dengan usaha sejenis yang lain dalam hal pelayanan yang baik, ramah, hasil kayu galam bagus dan bekerja efektif dan efisien. Selalu ramah kepada pelanggan adalah nilai plus tersendiri.
- 2) Meningkatkan kualitas kayu galam yang bagus untuk meraih kepercayaan pelanggan. Kualitas hasil kayu galam harus tetap dipertahankan dengan mengganti kayu galam yang lama dengan kayu galam yang baru. Memberikan jaminan kepada pelanggan untuk mengembalikan kayu galam yang tidak sesuai dan menggantinya.

b) Strategi S-T

1. Mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari para pesaing. Harga atau biaya kayu galam tidak lebih mahal dibandingkan dengan para pesaing lainnya. Menetapkan harga yang sesuai pasaran. Untuk sekarang ini harga kayu galam Rp. 1.500 - Rp 22.500 tergantung jenis dan ukurannya.
2. Memanfaatkan tempat yang strategis. Lokasi yang strategis dan jenis dan ukuran yang banyak bisa menjamin suatu usaha berjalan lancar, dan sebaiknya usaha yang dijalankan harus mempunyai nilai tambah.

e) Strategi W-O

1. Mendorong promosi dari mulut ke mulut dengan membuktikan hasil kualitas kayu galam yang dijual ke pelanggan. Dengan kualitas kayu galam yang bagus dan tempat yang strategis seperti di samping jalan raya.

f) Strategi W-T

1. Memastikan ketersediaan kayu galam untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Adapun hasil analisis SWOT yaitu cara pengusaha kayu galam di kecamatan Rantau Badauh kabupaten Barito Kuala menghadapi ancaman dan kelemahan dalam penjualan yaitu dengan menanam sendiri kayu galam, bekerja sama dengan pengusaha kayu galam di lingkungan sekitar, lebih selektif dalam

memberikan hutang kepada pelanggan. Selain itu untuk mengoptimalkan peluang dan kekuatan penjualan yaitu meningkatkan penawaran kepada golongan tertentu, meningkatkan promosi, memberikan kualitas barang yang terbaik kepada pelanggan, menyediakan ketersediaan barang yang diperlukan pelanggan dengan tepat waktu dan sesuai pemesanan.

Tabel 4.5 Hasil matriks SWOT

EKSTERNAL INTERNAL	STRENGTHS (S) 1. Pelayanan yang baik 2. Tempat yang strategi 3. Kualitas kayu galam yang bagus 4. Harga yang ekonomis dan terjangkau 5. Pengusaha dibantu karyawan dalam mencari kayu galam dilingkungan sekitar	WEAKNESSES (W) 1. Sering terjadi kesalahan dalam melayani pelanggan 2. Sangat bergantung pada pemasok dari luar daerah. 3. Kayu galam yang terbatas 4. Promosi yang kurang luas
	OPPORTUNITIES (O) 1. Promosi sangat menentukan keberhasilan perusahaan 2. Kecendrungan masyarakat menggunakan kayu galam daripada kayu yang lain 3. Mampu memenuhi permintaan dalam jumlah banyak karena memiliki	STRATEGI S-O 1. Membuat perbedaan dengan usaha sejenis yang lain dalam hal pelayanan yang lebih cepat, bersih, ramah, dan bekerja secara efektif dan efisien (S1,S3, S4, O1, O2, O3) 2. Meningkatkan kualitas kayu galam untuk meraih
		STRATEGI W-O 1. Mendorong promosi dari mulut ke mulut dengan membuktikan kualitas kayu galam yang ditawarkan kepada pelanggan (W4, O1, O2) 2. Mengganti kayu galam lama dengan kayu galam yang

akses yang banyak 4. Kecendrungan para proyek/perusahaan dalam kebutuhan pembangunan	kepercayaan pelanggan (S2, S4, S5, O3, O4)	baru(W1, W2, W3, O3, O4)
THREATS (T) 1. Banyaknya pesaing si sekitar lokasi usaha 2. Kenaikan harga BBM membuat biaya angkuta jadi mahal 3. Barang pesanan yang tidak datang	STRATEGI S-T 1. Mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari pesaing (S3, S4, , T2) 2. Memanfaatkan tempat yang strategis (S1, S2, T1,) 3. Menjalin kerjasama dengan golongan tertentu (S5, T3)	STRATEGI W-T 1. menyediakan ketersediaan barang yang diperlukan pelanggan dengan tepat waktu dan sesuai pemesanan (W1, W2, W3, W4, T1, T2, T3)

