

**STRATEGI PEMASARAN USAHA PRODUKSI TIMBA AIR  
DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT  
DESA AMBUNTEN-BARAT**

**Ahmad Sirojuddin Wahid<sup>1</sup>, Faisal<sup>2</sup>**

Institut Ilmu Keislaman Annuqayah Guluk-Guluk Sumenep

<sup>1)</sup>[ahmadsirojuddinwahid@gmail.com](mailto:ahmadsirojuddinwahid@gmail.com), <sup>2)</sup>[faisolamin0405@gmail.com](mailto:faisolamin0405@gmail.com)

**Abstrak.** Produk Timba Air mempunyai peran yang cukup penting dalam perekonomian masyarakat, terutama ditinjau dari segi alat pertanian yang menjadi kebutuhan para petani/pekebun. Bisnis ini terbilang menonjol peranannya, baik dikalangan para petani/pekebun. Usaha timba air merupakan industri rumah tangga. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari, dengan demikian perusahaan dituntut untuk mampu memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan. Di desa ambunten barat merupakan sentra industri timba air di daerah kabupaten sumenep, karena terdapat 3 industri rumahan timba air. Penelitian ini membahas bagaimana strategi pemasaran usaha produksi timba air dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat ambunten barat. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (field Research) yang berlokasi di Desa Ambunten Barat Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep. Adapun data primer berasal dari lapangan, baik yang diperoleh melalui wawancara, observasi maupun dokumentasi, Serta data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan artikel. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, metode wawancara dan metode dokumentasi. Menggunakan teknik analisis data metode deskriptif kualitatif. Hasil Penelitian ini adalah bahwa strategi pemasaran usaha produksi timba air menggunakan strategi pemasaran produk, distribusi/tempat, harga dan promosi. Hasil Penelitian ini adalah bahwa strategi pemasaran usaha produksi timba air dalam meningkatkan kesejahteraan menggunakan strategi pemasaran produk, distribusi/tempat, harga dan promosi.

**Kata kunci :** timba air, strategi, pemasaran, dan kesejahteraan

**Abstract :** *Has a fairly important role in the community's economy, especially in terms of agricultural equipment that is needed by farmers/planters. This business has a prominent role, both among farmers/planters. Water bucket business is a home industry. The emergence of competition in the business world is unavoidable, thus companies are required to be able to choose and determine strategies that can be used to face competition. In the village of West Ambunten, it is the center of the water bucket industry in the Sumenep Regency area, because there are 3 home industries for water buckets. This study discusses how the marketing strategy of the water bucket production business in improving the welfare of the people of western ambunten. This research is a field research located in Ambunten Barat Village, Ambunten District,*

---

<sup>1</sup> Penulis adalah Mahasiswa Institut Ilmu Keislaman Annuqayah Guluk-Guluk Sumenep

<sup>2</sup> Ibid

*Sumenep Regency. The primary data comes from the field, both obtained through interviews, observation and documentation, and secondary data obtained from books, journals, and articles. Data collection techniques using observation methods, interview methods and documentation methods. Using data analysis techniques qualitative descriptive method. The result of this research is that the marketing strategy of the water bucket production business uses product marketing strategies, distribution/place, price and promotion. The result of this research is that the marketing strategy of water bucket production business in improving welfare uses product marketing strategies, distribution/place, price and promotion.*

**Keywords:** *water bucket, strategy, marketing, and welfare*

## **PENDAHULUAN**

Kecamatan Ambunten secara geografis merupakan salah satu bagian wilayah Kabupaten Sumenep yang terletak 23 Km di posisi Barat Daya dari Pusat Pemerintahan Kabupaten dan merupakan wilayah pantai serta wilayah kering dengan kondisi geografis daerah dataran rendah yang memanjang dari batas wilayah sebelah barat sampai dengan batas wilayah sebelah Timur. Luas wilayah Kecamatan Ambunten 5.054,28 hektar yang berada pada ketinggian di bawah 500 meter dari permukaan laut.<sup>3</sup> Desa Ambunten Barat merupakan salah satu bagian dari kecamatan Ambunten, dimana Desa Ambunten Barat ini terletak di paling barat dari semua bagian desa yang ada di kecamatan Ambunten. Mata pencaharian sebagian besar masyarakat Ambunten Barat adalah sebagai petani.

Oleh sebab itu, sebagian masyarakat Ambunten Barat memiliki ide kreatif untuk membangun usaha produk timba air demi memudahkan dan terwujudnya kebutuhan masyarakat dalam bertani. Hal ini kan memiliki pengaruh terhadap kesejahteraan petani itu sendiri dan juga kesejahteraan ekonomi pengusaha timba air. Dalam hal ini, usaha produk timba air tidak hanya semata untuk mencari keuntungan. Melainkan dilain sisi, adanya usaha produk timba air ini bertujuan untuk menyediakan alat-alat untuk bertani sehingga dapat mempermudah masyarakat tanpa harus mencari alat-alat tersebut ke suatu daerah yang lain. Dengan demikian, kegiatan ini merupakan kegiatan yang saling menguntungkan antara masyarakat dan pengusaha produk timba air. Sehingga, pantas jika Desa Ambunten Barat dipandang sebagai wilayah yang memiliki potensi pertumbuhan ekonomi daerah yang bersumber dari Produk Timba Air.

---

<sup>3</sup> [https://kec-ambunten.sumenepkab.go.id/profil/letak\\_geografis](https://kec-ambunten.sumenepkab.go.id/profil/letak_geografis) diakses pada tanggal 16 Agustus 2022 Pukul 13:16

Membangun sebuah usaha tidak lepas dari sebuah kendala. Oleh sebab itu, untuk menimalisir kendala tersebut dibutuhkan strategi pemasaran yang baik. Pemasaran merupakan keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa.<sup>4</sup> Dengan demikian, strategi pemasaran merupakan sebuah rencana yang bertujuan untuk memasarkan produk kepada masyarakat sehingga produk yang ditawarkan dapat terjual dan bisa menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Desa Ambunten Barat memiliki 3 pengusaha Produksi Timba Air, yang berada di dusun Bajung Barat. Kendala yang terdapat dalam perkembangan produksi timba air ini adalah kurangnya strategi pemasaran yang tepat ditambah dengan produk ini terbilang musiman, dimana dalam kurun waktu 3 tahun barang yang sudah dibeli oleh masyarakat belum tentu rusak jika konsumen juga bisa merawat dengan baik. Maka dengan demikian Produk timba air ini bisa jadi kurang memiliki tempat dalam persaingan pemasaran produk alat pertanian.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merasa tertarik untuk mengkaji strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha produk timba air di desa Ambunten Barat, Yang mana penelitian terdahulu tentang Timba Air belum ada menurut peneliti. Oleh karena itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk timba air di desa Ambunten Barat Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep ?
2. Bagaimana dampak dari strategi pemasaran produk timba air terhadap kesejahteraan masyarakat desa Ambunten Barat Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep?

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk kategori penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), metode itu disebut penelitian lapangan (*field research*) karena peneliti harus terjun langsung ke lapangan, terlibat dengan masyarakat setempat. Penelitian yang dimaksudkan untuk menggambarkan (mendeskripsikan) mengenai suatu masalah. Dalam hal

---

<sup>4</sup> M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2014), hlm 110

ini yang menjadi penelitian adalah masyarakat pengusaha Timba Air di Desa Ambunten-Barat. Dengan fokus penelitian adalah Strategi pemasaran usaha produksi timba air dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Ambunten-Barat.

### **Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Desa Ambunten Barat, Kecamatan Ambunten, Kabupaten Sumenep. Waktu penelitian ini dilakukan dari bulan Juni sampai Agustus 2022.

#### **1. Sumber Data**

Untuk menggali kelengkapan data tersebut, diperlukan sumber-sumber data sebagai berikut:

##### **a. Data Primer**

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subjek penelitian sebagai sumber informasi data.<sup>5</sup> Data primer disini diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan subjek penelitian yaitu pengusaha timba air yang ada di desa ambunten barat.

##### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer.<sup>6</sup> Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan jalan melakukan studi kepustakaan yaitu mempelajari, memahami buku – buku, artikel, jurnal ilmiah, literature yang ada hubungannya dengan judul peneliti, serta tulisan para pakar atau cendekiawan yang ada hubungannya dengan obyek peneliti. Peneliti menggunakan data sekunder untuk memperkuat penemuan atau melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui observasi dan wawancara langsung oleh pemilik usaha timba air., dan masyarakat desa dan para konsumen.

#### **2. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

##### **a. Wawancara**

---

<sup>5</sup> Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 91.

<sup>6</sup> Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2006), hlm 122.

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diperoleh oleh yang diwawancarai.<sup>7</sup> Jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara tak berstruktur yaitu wawancara yang tidak secara ketat telah ditentukan sebelumnya mengenai jenis-jenis pertanyaan, urutan, dan materi pertanyaannya. Materi pertanyaan dapat dikembangkan pada saat berlangsung wawancara dengan menyesuaikan pada kondisi saat itu sehingga menjadi lebih fleksibel dan sesuai dengan jenis masalahnya. Metode ini digunakan penulis sebagai data primer, yaitu penulis melakukan wawancara dengan pengrajin timba air untuk mendapatkan data tentang strategi pemasaran usaha produksi timba air dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.<sup>8</sup> Jenis teknik observasi dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi (*participant observation*) yaitu penulis terlibat langsung secara aktif dalam objek yang diteliti.<sup>9</sup> Metode ini digunakan oleh penulis untuk memperoleh data yang secara fisik terlihat, seperti tempat industri timba air.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan-pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dokumen tersebut dapat berupa data, gambar maupun produk yang dijual.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini fokus untuk dokumen-dokumen yang berkaitan dengan industri timba air.

### 3. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah

---

<sup>7</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penelitian Skripsi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hlm. 104.

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm. 55-56.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RAD* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 240.

yang dapat dilakukan melalui penggambaran atau melukiskan tentang subyek atau obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan faktafakta yang tampak atau sebagaimana adanya.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini penulis akan mendeskripsikan tentang gambaran strategi usaha produksi di Desa Ambunten Barat. Tahapan yang dilakukan penulis dalam menganalisis data diantaranya:

1. *Analisis Sebelum di Lapangan*

Data ini diperoleh berdasarkan studi pendahuluan dan data sekunder yang berkaitan dengan industry timba air khususnya dalam hal persaingan antar pengusaha tahu. Tujuan analisis ini adalah untuk memfokuskan penelitian untuk kemudian dikembangkan lebih lanjut.

2. *Analisis Data di Lapangan*

Analisis ini dilakukan pada saat pengumpulan data sedang berlangsung dan setelah pengumpulan data pada periode tertentu. Dalam analisis ini ada beberapa komponen dalam analisis data, diantaranya:<sup>12</sup>

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dilapangan cukup banyak, oleh karena itu penulis harus teliti dan rinci dalam mencatat. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal hal yang penting, dicari tema pokoknya tentang strategi usaha produksi timba air di Desa Ambunten Barat.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah direduksi, maka langkah selanjutnya yaitu penyajian data. Penyajian data dapat dilakukan dengan grafik, gambar, table atau sejenisnya. Melalui penyajian data maka akan memudahkan dalam memahami objek yang diteliti.

c. *Conclusion Drawing* atau *Verifition*

Langkah ketiga atau terakhir adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi berdasarkan data yang ada guna menjawab rumusan masalah yang diajukan

---

<sup>11</sup> Soejono, Metodologi Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), hlm. 23.

<sup>12</sup> 7 Sugiyono, Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif , hlm. 245.

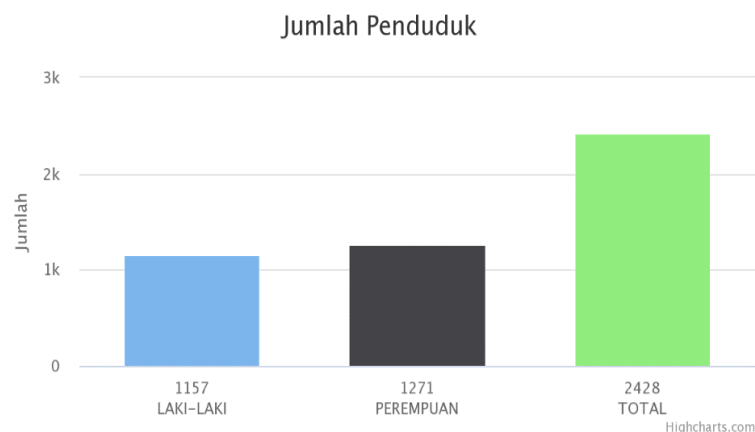
dalam penelitian ini yaitu tentang bagaimana strategi pemasaran usaha produksi timba air dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa ambunten barat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1.1. Profil Desa Ambunten Barat

Desa Ambunten Barat dengan julukan uniknya yaitu (*DESA AMBAR*) merupakan salah satu bagian dari Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep, dimana Desa Ambunten Barat ini terletak di paling barat dari semua bagian desa yang ada di kecamatan Ambunten. Luas wilayah yang dimiliki Kecamatan Ambunten 5.054,28 hektar yang berada pada ketinggian di bawah 500 meter dari permukaan laut.<sup>13</sup>

Gambar 1.1 Data Demografi Berdasarkan Jumlah Penduduk Desa Ambunten Barat



Sumber Data 1.1 Wbsite Resmi Desa Ambunten Barat

<sup>13</sup> [https://kec-ambunten.sumenepkab.go.id/profil/letak\\_geografis](https://kec-ambunten.sumenepkab.go.id/profil/letak_geografis) diakses pada tanggal 16 Agustus 2022 Pukul 13:16

*Table 1.1 Data Jumlah Penduduk*

JUMLAH KEPALA KELUARGA	808 Jiwa
JUMLAH PENDUDUK LAKI-LAKI	1157 Jiwa
JUMLAH PENDUDUK PEREMPUAN	1271 Jiwa
JUMLAH PENDUDUK	2482 Jiwa

*Sumber Data 1.1 Wbsite Resmi Desa Ambunten Barat*

Jumlah penduduk di Desa Ambunten Barat sebanyak 2482 Jiwa dengan penduduk yang berprofesi sebagai petani/pekebun lebih banyak,<sup>14</sup> hal ini membuat peluang bagi produsen timba air dalam memproduksi serta memasarkan, yang mana produk timba air ini memang termasuk kebutuhan seorang petani/pekebun.

### **2.1. Strategi Usaha Produksi Timba Air Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat**

Menurut Makmun selaku Wakil Kepala Desa Ambunten Barat, Salah satu industri kecil yang ada di Kabupaten Sumenep adalah industri timba air yang tepatnya berada di Desa Ambunten Barat, Kecamatan Ambunten. Jumlah industri timba air yang ada di Desa Ambunten Barat adalah sebanyak 3 industri, industri timba air desa Ambunten barat merupakan usaha yang didirikan secara pribadi dan dilakukan di rumah masing-masing pemiliknya serta menggunakan modal dan memiliki kekayaan bersih dibawah Rp 5.000.000, oleh sebab itu industri tahu desa Kalisari disebut industri kecil.<sup>15</sup>

Hal ini selaras dengan teori Undang-undang No. 20 tahun 2008, industri Kecil

---

<sup>14</sup>[Website Resmi Desa Ambunten Barat Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep \(sumenepkab.go.id\)](http://www.sumenepkab.go.id) diakses pada tanggal 20 September 2022 Pukul 10:59

<sup>15</sup> Wawancara dengan Makmun selaku Wakil Kepala Desa Ambunten Barat Kecamatan Ambunten, pada tanggal 02 Agustus 2022 pukul 10.40 WIB.



adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp5.000.000, (lima juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Dalam teori lain juga dikemukakan tentang industri kecil yaitu Menurut Tambunan dalam buku *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia* yaitu industri kecil merupakan kegiatan industri yang dikerjakan di rumah-rumah penduduk yang pekerjanya merupakan anggota keluarga sendiri yang tidak terikat jam kerja dan tempat. Karakteristik industri kecil disebutkan antara lain sebagai berikut:

- Proses produksi lebih mechanized dan kegiatannya dilakukan ditempat khusus (pabrik) yang biasanya berlokasi di samping rumah si pengusaha atau pemilik usaha.
- Sebagian tenaga kerja yang bekerja di industri kecil adalah pekerja bayaran (wage labour).
- Produk yang dibuat termasuk golongan barang-barang yang cukup sophisticated.<sup>16</sup>

Desa Ambunten Barat merupakan sentra industri timba air di Kabupaten Sumenep karena jumlah rumah-rumah industri yang sangat banyak dengan produk atau barang yang dihasilkan merupakan produk sejenis. Industri tahu desa Kalisari merupakan industri primer karena membuat alat pertanian yang dibutuhkan masyarakat petani/pekebun yaitu timba air yang dapat memudahkan dan terwujudnya kebutuhan masyarakat dalam bertani. Dan juga Hal ini memiliki pengaruh terhadap kesejahteraan petani itu sendiri dan juga kesejahteraan ekonomi pengusaha timba air.

### **3.1. Penerapan Bauran Pemasaran**

#### **Produk (Product)**

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar (baik berwujud atau tidak berwujud) untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Unsur-unsur yang termasuk dalam bauran produk antara lain adalah keragaman produk, kualitas design,

---

<sup>16</sup> Tulus Tambunan, *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia* (Jakarta: Mutiara Sumber Widya, 1999), hlm. 20.

ciri khas, ukuran, pelayanan, garansi dan imbalan.

Kualitas produk dalam kegiatan proses pemasaran sangat menentukan apakah berhasil atau tidak, karena produk yang berkualitas mulai dari kemasan, varian bentuk ukuran, brand yang menarik konsumen akan melakukan pembelian ulang, sementara untuk produk timba air bisa menerapkan terkait produk yang berkualitas tersebut diatas, sehingga perlu ada penerapan branding yang sangat menarik mungkin, varian bentuk ukuran, dan lain – lain untuk meningkatkan penjualan.

### **Harga (*Price*)**

Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relatif singkat, sedangkan ciri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga memosisikan nilai yang dimaksudkan perusahaan kepada pasar tentang produk dan mereknya.

Penentuan harga dalam proses pemasaran sebuah produk sangat penting, karena dengan harga yang terjangkau di barengi dengan produk yang berkualitas, konsumen akan melakukan pembelian berulang, sehingga akan meningkatkan penjualan produk itu sendiri, sementara untuk timba air ini masih relatif terjangkau dengan kisaran harga 80.000 – 100.000/ 1 set nya.

### **Tempat (*Place*)**

Menurut Kotler, saluran pemasaran adalah rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran dapat didefinisikan sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak, atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa tertentu selama barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Nasiruddin, Tamha, Fausi* pemasaran timba air Ambunten barat melalui pemasaran secara langsung, pemasaran langsung dilakukan oleh produsen atau pengrajin timba air ke konsumen langsung, baik dijual di pasar

maupun konsumen datang langsung untuk membeli timba air ke rumah pengrajin timba air. Kebanyakan para pengusaha timba air ambunten barat selain menjadi produsen juga sekaligus menjadi penjual timba air dipasar.<sup>17</sup>

Menentukan tempat atau lokasi dalam proses kegiatan pemasaran sangat penting, karena dengan tempat atau lokasi yang strategis yang mudah di lihat dan di jangkau masyarakat banyak, bisa membantu dalam proses pemasaran tersebut, sehingga tujuan dari pemasaran tersebut bisa tercapai. Untuk pemasaran produk timba air sudah menerapkan hal tersebut diatas. Yang mana terdapat 4 Pasar yaitu di pasar ambunten barat sendiri dan juga pasar pasean, pasongsongan dan rubaru.

### **Promosi (*Promotion*)**

Definisi promosi menurut Kotler adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut.

menurut Nasiruddin, Tamha dan Firdaus dengan pelayanan yang baik dan kualitas yang bagus konsumen akan menceritakan kepada orang lain untuk membeli timba air di sini.<sup>18</sup>

Adapaun kegiatan promosi dalam pemasaran sebuah produk sangat penting di lakukan, apalagi untuk produk baru yang belum banyak di kenal orang banyak. Tujuan dari promosi itu sendiri untuk memperkenalkan produk kepada konsumen, dengan mengenali produk di harapkan konsumen bisa melakukan pembelian, dengan demikian tujuan dari pemasaran itu bisa tercapai. Sementara untuk produk timba air ini belum menerapkan dalam proses pemasarannya belum menerapkan hal tersebut diatas, seharusnya ada tempat atau wadah untuk mempromosikan produk timba air, sehingga banyak di kenal orang diantaranya melalui media online dan semacamnya.

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan Nasiruddin, Tamha dan Fausi selaku pengrajin timba air, pada tanggal 29 Juni 2019 pukul 08.30 WIB

<sup>18</sup> Ibid.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Setelah melakukan penelitian dengan wawancara ke narasumber selaku pengusaha timba air desa Ambunten Barat dan konsumen yaitu petani/pekebun maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengusaha tahu dalam menghadapi persaingan antar pengusaha adalah menggunakan strategi produk, pelayanan, harga dan promosi. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

#### **A. Strategi Pemasaran Produk**

Strategi pemasaran produk oleh pengusaha timba air di Desa Ambunten Barat yaitu meliputi keragaman ukuran produk, kualitas, dan ciri khas.

#### **B. Harga**

Produsen timba air dalam menjual produknya memberikan harga yang berbeda-beda tergantung ukuran dan kualitas bahan baku yang digunakan. Harga timba air untuk satu biji berkisar antara Rp. 40-50 Ribu rupiah, adapun satu setnya bisa sampai 80-100 Ribu rupiah

#### **C. Tempat**

Saluran distribusi pemasaran timba air Ambunten Barat adalah melalui pemasaran langsung, pemasaran langsung dilakukan oleh produsen atau pengrajin timba air ke konsumen langsung baik dijual di pasar maupun konsumen datang langsung untuk membeli timba air ke rumah pengrajin timba air. Ada 4 pasar yang menjadi tempat untuk pemasaran timba air, yaitu pasar Ambunten, Pasean, Pasongsongan dan Rubaru.

#### **D. Promosi**

Adapun dalam segi promosi produk timba air belum menerapkannya, yang mana hanya berupa mulut ke mulut konsumen bukan dari produsen langsung. Jadi salah satu kelemahannya dari produk timba air desa Ambunten Barat yaitu ada di Promosi.

### **Saran**

Berikut adalah beberapa saran yang diberikan penulis kepada pengusaha timba air desa Ambunten Barat:

1. Produsen harus membuat inovasi-inovasi baru agar usaha timba air lebih berkembang.
2. Produsen timba air bisa mulai menggunakan media online dalam promosinya untuk lebih memudahkan petani luar daerah bisa mengetahui keunggulan dari produk timba air di desa Ambunten Barat dan juga agar dapat meningkatkan penjualan.
3. Produsen timba air sebaiknya membuat catatan laporan keuangan agar memudahkan dalam mengetahui arus kas masuk dan keluar dalam usahanya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifudin. 2010. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Abu Achmadi dan Cholid Narkubo, 2005, *Metode Penelitian*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Bungin Burhan, 2006, *Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif*, Airlangga University Press, Surabaya.
- Fathoni, Abdurrahmat. 2006. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penelitian Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Lexy J. Moleong, 1993, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mursid. M, 2014, *Manajemen Pemasaran*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Nana Saudjana dan Ahwal Kusuma, 2002, *Proposal Penelitian di Perguruan Tinggi*, Sinar Baru Argasindo, Bandung.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung.
- Soejono. 1997. *Metodologi Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tambunan, Tulus. 1999. *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*. Jakarta: Mutiara Sumber Widya.
- Usman, Husaini. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [https://kec-ambunten.sumenepkab.go.id/profil/letak\\_geografis](https://kec-ambunten.sumenepkab.go.id/profil/letak_geografis) diakses pada tanggal 16 Agustus 2022 Pukul 13:16.
- [Website Resmi Desa Ambunten Barat Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep \(sumenepkab.go.id\)](https://sumenepkab.go.id) diakses pada tanggal 20 September