
UPAYA MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN BUAH SAWIT PADA PT. MAKMUR AGRO LESTARI KECAMATAN KETUNGAU HILIR

Darmansah

^{1*}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kapuas Sintang, Jl. Y.C. Oevang Oeray No. 92, Sintang, Indonesia, email: darmansah17@gmail.com

Abstract: *Efforts to Increase Palm Fruit Sales Turnover at PT. Makmur Agro Lestari, Ketungau Hilir District, is carried out through various aspects, namely by having business targets and product quality. This type of research is qualitative. Data collection was used using interviews, documentation studies and observations. The conclusion from the results of this research is that the marketing of the results of palm fruit production is permanent in meeting PT's Palm Fruit Bunches (FFB) sales targets. Makmur Agro Lestari Ketungau Hilir District collaborates with customers where palm fruit production is sold at PT. ASL - POM is one of the largest buyers of palm fruit in West Kalimantan. From the aspect of quality, Palm Fruit Bunches (FFB) are selectively harvested and sold so that the quality of the selling price remains stable. Suggestions from research results: PT. Makmur Agro Lestari, Ketungau Hilir District, has more than one company where the company sells its palm fruit products to anticipate alternative sales places if the host company/main buyer experiences problems in purchasing so that the sales target to increase sales turnover runs smoothly.*

Keywords: *Effort, Increase, Sales Turnover*

Abstrak: Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Buah Sawit Pada PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir yaitu dilakukan melalui berbagai aspek yakni dengan adanya target Bisnis dan kualitas produk. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan dengan menggunakan, Wawancara, studi dokumentasi dan observasi. Kesimpulan dari hasil penelitian ini yakni Pemasaran hasil dari produksi buah sawit secara tetap didalam pemenuhan target penjualan Tandan Buah Sawit (TBS) PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir melakukan kerjasama dengan pelanggan tempat penjualan hasil produksi buah sawit pada PT. ASL - POM yang merupakan salah satu pembeli buah sawit yang terbesar di Kalimantan Barat. Dari aspek kualitas Tandan Buah Sawit (TBS) dilakukan secara selektif pemanenan serta penjualannya agar kualitas harga jualnya tetap stabil. Saran dari hasil penelitian: Sebaiknya PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir memiliki lebih dari satu perusahaan tempat penjualan produk buah sawit perusahaannya untukantisipasi tempat penjualan alternatif jika perusahaan penampung/pembeli utama mengalami hambatan didalam pembeliannya sehingga target penjualan untuk meningkatkan omzet penjualan berjalan dengan lancar.

Kata Kunci : Upaya, Meningkatkan, Omzet Penjualan

PENDAHULUAN

Pengembangan kelapa sawit di Indonesia sebagai suatu komoditas perkebunan selalu dilakukan oleh perkebunan besar yang dimiliki baik oleh pemerintah dalam bentuk Perkebunan Besar Negara (PBN) maupun oleh perusahaan swasta dalam bentuk Perkebunan Besar Swasta (PBS) dengan proyek Perusahaan Inti Rakyat Perkebunan (PIR-Bun : PIR lokal, PIR khusus, PIR berbantuan, dan PIR trans), yang pembudidayanya berkembang sangat pesat meningkat 11,8 persen per tahun sejak tahun 1980 (290.000 hektar), sehingga pada tahun 2009 sudah mencapai 7.320.000 hektar, dan pada tahun 2012 berkembang menjadi sekitar 9.271.000 hektar dengan produksi Crude Palm Oil (CPO) sebanyak 25.710.000 ton, dengan nilai devisa ekspor minyak sawit mentah dan produk turunan sawit Indonesia mencapai US\$ 17.261 juta, naik 50 persen lebih dari 2009 yang berjumlah US\$ 9.952 juta, sehingga Indonesia dan Malaysia menguasai 86 persen produksi CPO dunia. Indonesia menguasai 44,7 persen produksi CPO dunia dan mengukuhkan Indonesia menjadi produsen sawit terbesar dunia menyusul Malaysia 41,3 persen (Dirjen Perkebunan, Kementerian Pertanian, 2012).

PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir Kabupaten Sintang merupakan salah satu dari banyaknya perusahaan sawit yang juga ikut andil didalam produksi dan memasarkan TBS minyak sawit untuk kebutuhan domestik Perusahaan ini berdiri di Kecamatan Ketungau Hilir

sejak 15 Maret 2008 dengan jumlah karyawan tetap 612 orang, luas lahan perkebunan 3.765,51 Ha, dipimpin oleh seorang Estate Manejer bernama Kasino.

PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir merupakan salah satu perkebunan kelapa sawit yang berada dikawasan Kabupaten Sintang. Dalam menjalankan kegiatan industri perkebunan kelapa sawit PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir juga memproduksi TBS hasil dari perkebunan sendiri. Dalam hal pemasaran TBS PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir memasarkan hasil produksinya masih di dalam negeri saja. Dalam proses pemasaran TBS PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir mengalami beberapa hambatan dalam proses pemasarannya antara lain yang menjadi hambatan perdagangan TBS khususnya di luar negeri adalah isu pemanasan global (*global warming*) dan penggundulan hutan-hutan tropis, karena industri CPO dianggap salah satu penyebab hal tersebut. Kesulitan dari sisi kondisi perekonomian dan politik internasional juga tidak bisa dilepaskan dalam pemasaran produk CPO karena dapat mempengaruhi fluktuasi perdagangan CPO internasional. Seiring dengan hal tersebut, peluang dalam mengembangkan industri dan pemasaran produk CPO masih sangatlah besar dan potensial. Salah satu peluangnya adalah permintaan akan produk CPO ini masih terus meningkat baik di dalam maupun di luar negeri. Hal ini didukung oleh sumber daya alam Indonesia yang masih sangat

potensial sehingga menempatkan Indonesia sebagai salah satu produsen CPO terbesar di dunia. Strategi pemasaran merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir sebagai perusahaan yang mempunyai visi dan misi sudah seharusnya merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk usaha pemasaran minyak kelapa sawit perusahaan dalam upaya terus meningkatkan omzet penjualannya. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan tidak sedikit perusahaan yang gagal dan bangkrut karena ketidakmampuannya dalam memasarkan produk yang dihasilkan perkebunannya sehingga berpengaruh secara langsung kepada omzet penjualan perusahaan setiap tahunnya. Pemasaran merupakan ujung tombak kegiatan usaha atau bisnis. Suatu rangkaian proses bisnis pada akhirnya membutuhkan pemasaran yang efisien. Penanganan yang profesional serta efektivitas dalam menjalankan strategi pemasaran itu sendiri.

PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir memiliki peluang didalam menjalankan proses bisnisnya. Hal ini akan berjalan sesuai dengan rencana apabila perusahaan PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir memiliki target pemasaran yang luas, kualitas produk yang semakin baik, *Bundling* Produk dan pemberian garansi terhadap produk CPO sawit yang dipasarkan.

Menurut Solomon dan Stuart (2012:17), target adalah kelompok yang

dipilih oleh perusahaan untuk dijadikan sebagai pelanggan sebagai hasil dari segmentasi dan penargetan. Perusahaan dapat memilih dari empat strategi peliputan pasar, antara lain:

1. *Undifferentiated targeting strategy*. Strategi ini menganggap suatu pasar sebagai satu pasar besar dengan kebutuhan yang serupa, sehingga hanya ada satu bauran pemasaran yang digunakan untuk melayani semua pasar. Perusahaan mengandalkan produksi, distribusi, dan periklanan massa guna menciptakan citra superior di mata sebagian besar konsumen.
2. *Differentiated targeting strategy* Perusahaan menghasilkan beberapa produk yang memiliki karakteristik yang berbeda. Konsumen membutuhkan variasi dan perubahan sehingga perusahaan berusaha untuk menawarkan berbagai macam produk yang bisa memenuhi variasi kebutuhan tersebut.
3. *Concentrated targeting strategy* Perusahaan lebih memfokuskan menawarkan beberapa produk pada satu segmen yang dianggap paling potensial.
4. *Custom targeting strategy* Perusahaan lebih mengarah kepada pendekatan terhadap konsumen secara individual.

Cravens (2013:50) mengatakan bahwa “penetapan pasar sasaran artinya memilih konsumen atau organisasi yang akan dilayani manajemen dalam pasar produk”. Strategi ini dipengaruhi oleh kematangan pasar, keanekaragaman kebutuhan dan preferensi pembeli,

ukuran perusahaan dibanding pesaingnya, sumber daya dan prioritas perusahaan, serta besarnya pasar yang diperlukan untuk mencapai keadaan keuangan yang menguntungkan.

Ada empat kriteria yang harus dipenuhi untuk mendapatkan pasar sasaran yang optimal. Keempat kriteria itu adalah sebagai berikut Clancy dan Shulman, (2013:116) :

1. Responsif: pasar sasaran harus responsif terhadap produk dan program program pemasaran yang dikembangkan.
2. Potensi penjualan: potensi penjualan harus cukup luas. Semakin besar pasar sasaran, semakin besar nilainya. Besarnya bukan hanya ditentukan oleh jumlah populasi tetapi juga daya beli dan keinginan pasar untuk memiliki produk tersebut.
3. Pertumbuhan memadai: pasar tidak dapat dengan segera bereaksi. Pasar tumbuh perlahan-lahan sampai akhirnya meluncur dengan pesat dan mencapai titik pendewasaannya.
4. Jangkauan media: pasar sasaran dapat dicapai dengan optimal kalau marketer tepat memilih media untuk mempromosikan dan memperkenalkan produknya.

Menurut (Purnajaya, 2016:9-10), Bisnis ialah : Suatu kegiatan yang melakukan transaksi jual-beli untuk saling mendapatkan keuntungan baik untuk konsumen atau pelaku bisnis. Keuntungan bagi konsumen berupa barang atau jasa yang dibutuhkan, pelayanan, dan loyalitas dari pelaku bisnis. Keuntungan bagi pelaku bisnis

dapat berupa uang, relasi, konsumen, hingga keberlangsungan jangka panjang suatu bisnis. Bisnis juga dapat dibedakan berdasarkan jenis kegiatannya, bisnis dapat dibedakan menjadi 4 macam, yaitu:

1. Bisnis Ekstraktif yang merupakan bisnis dalam jenis kegiatan pertambangan yang terkandung dalam perut bumi. Seperti pabrik semen dan tambang timah.
2. Bisnis Agraris yang merupakan bisnis dalam kegiatan pertanian, seperti perkebunan dan kehutanan.
3. Bisnis Industri yang bergerak di bidang manufacturing, seperti tekstil dan garmen.
4. Bisnis jasa yang bergerak dalam bidang jasa untuk menghasilkan produk yang tidak berwujud. Seperti jasa pendidikan, kecantikan, dan jasa pariwisata. Berdasarkan tinjauan diatas, terdapat hal lain yang harus ditinjau, bisnis berdasarkan kegunaan bentuk (perusahaan kain dan konfeksi), kegunaan tempat (transportasi dan angkutan), kegunaan waktu (Bulog yang akan menyimpan beras dan palawija hasil panen), dan terakhir bisnis yang memindahkan pemilikan barang (perdagangan dan pertokoan).

Di Indonesia, perkembangan wirausaha sudah beragam jenis baik dari barang ataupun jasa. Menurut Griffin dan Ebert (2007) dalam Suwarso (2018:101), menyatakan bisnis adalah "organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba". Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan

bahwa bisnis ialah suatu kegiatan yang terencana dan tersusun dengan baik guna mendapatkan keuntungan dari interaksi menjual dan membeli suatu barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sukirno, (2017:5) mengatakan bahwa “dalam prinsip ekonomi mengenai sistem perdagangan di berbagai Negara, perekonomian uang merupakan kegiatan jual beli dan tukar-menukar yang dijalankan dengan menggunakan uang sebagai perantara”.

Perkembangan mengenai perekonomian tidak lepas dari perekonomian uang yang merupakan target utama untuk mendapatkan keuntungan dalam dunia perdagangan atau bisnis. Motivasi setiap pelaku usaha dalam mencari keuntungan merupakan faktor utama untuk mengembangkan usahanya. Dalam berbisnis, harus dilakukan inovasi dan target pasar yang tepat untuk mendapatkan keuntungan dan bertahan di dunia perdangan di dunia. Perkembangan bisnis tentunya juga terdapat risiko yang harus diterima oleh setiap pelaku usaha. Risiko tentu akan datang, namun tidak akan diketahui oleh pelaku bisnis waktu kedatangan risiko tersebut, oleh sebab itu setiap pelaku bisnis atau perusahaan harus memikirkan risiko dan solusi yang akan terjadi di kemudian hari untuk mempertahankan kelangsungan bisnis tersebut.

Dalam menjalankan usaha bisnis, setiap pelaku usaha tentu memiliki tujuan atau target yang harus dicapai. Tujuan bisnis suatu perusahaan dapat ditinjau dari berbagai sisi, seperti kepentingan barang untuk di perjual-

belikan, pemilik usaha, pesaing, supplier barang, karyawan, konsumen, masyarakat umum, pemerintah, hingga harga dan keuntungan yang didapatkan. Pada umumnya, tujuan bisnis untuk mendapatkan keuntungan, namun hal tersebut tidak dapat dijadikan poin utama.

Pengertian Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu kegiatan perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang tujuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan bagi perusahaan produk merupakan suatu alat perusahaan untuk mencapai tujuannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Menurut Firmansyah (2019:3) produk secara dapat diartikan : Sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk dapat diidentifikasi. Sedangkan secara luas, produk merupakan sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang didalamnya mencakup warna, kemasan, harga, presise pengencer, dan pelayanan dari pabrik dan pengencer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sebuah hal yang dapat memberikan kepuasan atas keinginannya.

Sabran dalam Riyono, (2016:98) produk adalah “segala sesuatu yang

dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide". Angipora (2015:75) produk merupakan "unsur pertama dalam bauran pemasaran. Karena produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar". Tjiptono (2015:231) produk adalah "pemahaman subyektif produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar". Alma (2015:139) produk merupakan "sebagai seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya".

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Kotler dan Armstrong (2016:97) kualitas produk adalah : segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli,

digunakan, atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual kepasar.

Assauri (2015:211) kualitas adalah "pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan". Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:164) "kualitas produk adalah "kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan"

Menurut Oentoro (2012:111), tujuan produk yang diproduksi untuk mencapai persaingan sebagai berikut:

1. Fitur produk merupakan sebuah produk yang memiliki karakteristik sifat yang berbeda.
2. Manfaat produk merupakan manfaat fitur produk bagi pelanggan.
3. Desain produk merupakan fungsi produk yang mempunyai manfaat sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta harapan pelanggan.
4. Kualitas produk merupakan spesifikasi produk yang sesuai dengan kinerja produk dan sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan.

Tingkatan produk menurut Sangadji (2013:15) terdapat lima tingkatan produk antara lain:

1. Manfaat inti, adalah sebuah produk yang memiliki manfaat dasar dapat dikonsumsi oleh pelanggan. Seperti perusahaan perhotelan dengan

menawarkan produk yang memiliki manfaat utamanya yaitu untuk istirahat dan tidur.

2. Produk dasar, adalah suatu produk dalam bentuk dasar yang dapat dikonsumsi pelanggan. Seperti kain.
3. Produk yang diharapkan merupakan serangkaian atribut produk serta suatu kondisi-kondisi yang biasa diinginkan dan diterima pelanggan saat mereka membeli suatu barang. Seperti baju, celana, sepatu, sandal, tas dan lain sebagainya.
4. Produk yang ditingkatkan merupakan produk yang sudah dalam perubahan sedemikian rupa sehingga barang yang ditawarkan berbeda dengan barang pesaing. Seperti sepatu merek Adidas, baju merek Gucci, celanan merek Levi's, dan lain sebagainya.
5. Produk potensial, adalah sebuah produk yang dialami perubahan bentuk di masa sekarang. Seperti, mobil klasik, emas, saham dan lain sebagainya.

Menurut Arumsari (2012:44), kebanyakan produk disediakan terdiri dari empat tingkatan kualitas sebagai berikut: "Kualitas rendah, Kualitas rata-rata sedang, Kualitas baik, dan kualitas sangat baik".

Alasan memproduksi produk berkualitas Menurut Prawirosentono (2012:2-3) bahwa : produk yang berkualitas prima akan lebih atraktif untuk pelanggan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

- a. Pelanggan yang membeli produk dengan berdasarkan taraf. Pada umumnya produk memiliki loyalitas

produk yang lebih besar dibandingkan dengan pelanggan yang hanya membeli berdasarkan harga. Pelanggan akan membeli produk sesuai dengan mutu sampai pelanggan tersebut sudah merasa tidak puas sebab ada produk yang lebih bermutu. Akan tetapi jika produk selalu memperbaiki mutu pelanggan akan selalu setia dan tetap membelinya. Berbeda dengan pelanggan yang hanya mencari produk dengan harga yang lebih murah apapun mereknya. Maka konsumen tersebut tidak memiliki loyalitas produk.

- b. Bersifat kontradiktif dengan cara berpikir bisnis tradisional, selain memproduksi barang yang bermutu, secara otomatis akan lebih mahal dibandingkan produk yang bermutu rendah. Banyak perusahaan yang menemukan bahwa memproduksi suatu barang yang bermutu tidak harus memiliki harga yang lebih mahal. Produk yang menghasilkan mutu tinggi secara simultan meningkatkan produktivitas, sebagai berikut mengurangi penggunaan bahan dan mengurangi biaya.
- c. Menjual barang yang tidak bermutu, kemungkinan banyak yang akan menerima keluhan dan pengembalian barang dari konsumen atau biaya yang untuk perbaikan menjadi lebih besar, selain memperoleh citra yang tidak baik. Belum lagi kecelakaan yang dialami konsumen pada produk tersebut yang mengakibatkan pemakaian produk tersebut bernilai rendah. Mungkin pelanggan akan

meminta ganti rugi melalui pengadilan. Jadi berdasarkan dari ketiga alasan tersebut bahwa memproduksi sebuah barang yang memiliki mutu lebih tinggi lebih banyak memberikan keuntungan untuk konsumen berbeda dibandingkan dengan produsen yang menghasilkan produk bermutu rendah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan /melukiskan keadaan subyek/obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak, atau sebagaimana adanya.

Menurut Nawawi (2012:67) : "Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/ melukiskan keadaan subyek/obyek penelitian (seorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang nampak atau sebagaimana adanya". Dalam metode ini, peneliti bisa saja membandingkan fenomena-fenomena tertentu sehingga merupakan suatu studi komparatif.

Penelitian ini menggunakan perspektif pendekatan kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln dalam Moleong (2012:25) menyatakan bahwa "Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah

dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada". Dalam pengambilan jumlah responden yang dijadikan subyek penelitian penulis menggunakan metode *Purposive sampling* yaitu menurut Sugiyono (2010 : 144), "teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih *representative*".

Menurut Sugiyono (2012 : 63) menyatakan : "Ada empat macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi". Penelitian ini menggunakan teknik-teknik pengumpulan data dengan cara :

- a. Teknik wawancara.
- b. Observasi.
- c. Studi Dokumentasi.

Dalam mengumpulkan data-data penulis membutuhkan alat bantu (instrumen penelitian). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 alat bantu yaitu :

- a. Pedoman wawancara.
- b. Pedoman Observasi.
- c. Dokumentasi.

Didalam menganalisis data didalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis kualitatif. Menurut Sugiyono (2015:246) Dalam menganalisa penelitian kualitatif terdapat beberapa tahapan - tahapan yang perlu dilakukan, diantaranya: Mengorganisasikan Data. 1. Peneliti mendapatkan data langsung dari subjek melalui wawancara mendalam (*indepth*),

dimana data tersebut direkam dengan menggunakan alat perekam seperti Hp dan dibantu dengan alat tulis lainnya. 2. Penyesuaian antara permasalahan yang ada terhadap data Setelah mengkategorikan pola data tergambar dengan jelas. 3. Mencari Alternatif Penjelasan tentang Data. 4. Menulis Hasil Penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Cara meningkatkan omset penjualan merupakan suatu hal yang penting bagi pelaku bisnis. Sebab, omset sendiri merupakan parameter yang mampu menentukan bisnis akan semakin maju atau mundur. Semakin meningkat suatu omset, maka semakin maju bisnis tersebut. Hal ini juga berlaku sebaliknya. Maka demikian, Sektor usaha melakukan beragam cara untuk menaikkan omset penjualan.

Didalam meningkatkan omzet PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir memiliki Target tempat pemasaran hasil produksi buah sawit secara tetap untuk pemasaran hasil dari produksi buah sawit secara tetap yakni dengan melakukan kerjasama dengan pelanggan tempat penjualan hasil produksi buah sawit pada PT. ASL - POM yang merupakan salah satu pembeli buah sawit yang terbesar di Indonesia karena terdiri dari beberapa group perusahaan yang khusus bergerak pada bidang pembelian TBS dari perusahaan perkebunan sawit di Indonesia. Dengan demikian dalam upaya meningkatkan omzet perusahaan PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan

Ketungau Hilir dari aspek penjualan TBS buah sawit tidak mengalami hambatan dalam upaya memenuhi target guna meningkatkan omzet penjualan perusahaan, Memiliki Target tempat pemasaran hasil produksi buah sawit secara tetap sehingga untuk memasarkan TBS buah sawit perusahaan tidak mengalami hambatan setiap saat akan mengantarkan TBS buah sawit karena PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir memiliki langganan tempat penjualan yang merupakan mitra tempat melakukan penjualan sejak dari awal perusahaan melakukan produksi. Setiap bulan target penjualan TBS buah sawit selalu tercapai kecuali bila hasil panen kebun sawit perusahaan mengalami penurunan pada bulan-bulan tertentu biasanya ada penurunan hasil penjualan namun demikian masih tetap diatas target yang telah direncanakan hal ini disebabkan pihak perusahaan juga menerima penjualan TBS dari petani yang memiliki lahan secara pribadi dan menjualkannya pada perusahaan PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir, dengan demikian kekurangan produksi TBS yang dihasilkan oleh kebun milik perusahaan dapat dipenuhi dari hasil pembelian TBS milik petani.

Pemasarkan produk TBS sawit milik perusahaan sebenarnya PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir bebas melakukan penjualan kepada perusahaan pembeli manapun akan tetapi PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir dari awal telah menetapkan penjualan TBS sawitnya pada satu perusahaan karena

merupakan group dari perusahaan PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir juga.

Didalam pemenuhan target penjualan PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir tidak ada hambatan yang berarti selama ini, walaupun ada hambatan didalam mengejar target penjualan baik bulanan ataupun tahunan bukan dikarenakan hasil produksi serta kesulitan didalam memasarkan TBS sawit akan tetapi lebih dikarenakan faktor iklim musim hujan sehingga pihak perusahaan kesulitan didalam memobilisasi kendaraan angkutan ke lokasi perkebunan guna mengangkut TBS menuju pabrik.

Didalam meningkatkan omzet penjualan TBS hasil perkebunan PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir salah satunya yaitu pihak perusahaan harus mengutamakan kualitas produk TBS yang dihasilkan. TBS dari hasil perkebunan PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir memiliki tingkat kualitas yang berbeda, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yakni faktor usia panen buah sawit, faktor musim hujan ataupun kemarau yang terlalu lama, faktor kualitas pupuk serta faktor lamanya waktu angkutan milik perusahaan dari lahan perkebunan menuju pabrik perusahaan yang dikarenakan kualitas jalan yang belum memadai untuk digunakan angkutan TBS pada musim hujan menuju pabrik dari lokasi perkebunan sehingga mengakibatkan kualitas TBS semakin menurun setelah diolah menjadi CPO di pabrik. Namun demikian kualitas produknya masih

sangat layak untuk diolah dan dilakukan penjualan kepada perusahaan penampung TBS (PT. ASL-POM) sebagai mitra pembeli hasil TBS dari PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir selama ini hanya saja tingkatan harga juga berbeda sesuai dengan kualitas TBS yang dijual serta harga pasaran TBS pada saat transaksi dilakukan.

Hasil perkebunan PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir memiliki beberapa tingkatan kualitas buah sawit yang dihasilkan selama ini, Kualitas tersebut terdiri dari Buah Masak, Buah HB, dan Buah *Overripe*. Untuk kualitas Buah HB akan dikenakan potongan harga, sesuai dengan jumlah yang dihasilkan. Hingga saat ini PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir mesti harus menjaga tingkat kualitas produk dan harga kepada perusahaan mitra sebagai pembeli hasil perkebunannya selama ini agar nama perusahaan tetap terjaga dan pihak perusahaan pembeli (PT. ASL - POM) selaku dari tempat penjualan tetap buah sawit dari PT. MAL, merasa puas dengan buah sawit yang dihasilkan oleh PT. MAL karena menghasilkan CPO yang sesuai dengan standard dari perusahaan yakni menghasilkan FFA yang rendah dan OER yang tinggi.

Upaya melakukan penjualan buah sawit kepada pelanggan/ pembeli selalu menggabungkan semua jenis tingkatan kualitas buah sawit hal ini dikarenakan terkadang pemanen tetap panen Buah sawit jenis HB sebab rotasi pendek dan Buah *Overripe* rotasinya panjang, sehingga buah sawit dengan kualitas

tersebut tetap harus cepat dilakukan penjualan agar cepat diolah masuk pabrik milik penampung/pembeli PT. ASL-POM dan tentunya akan dikenakan potongan harga karena buah yang dihasilkan bukan Buah Masak. Dalam penentuan harga jual gabungan produk yakni perusahaan penampung/pembeli menentukan harga berdasarkan kualitas dari buah sawit yang dikirim, tonase yang diambil adalah netto bukan bruto. Penggabungan penjualan produk TBS oleh PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir agar hasil panen buah sawit yang telah dipanenkan oleh karyawan harian semuanya dapat terjual walaupun pada tingkatan harga yang berbeda namun kualitasnya masih pada tingkat standar yang telah ditentukan oleh perusahaan penampung/ pembeli, dengan demikian buah yang dihasilkan oleh kebun perusahaan dapat secara maksimal dalam upaya meningkatkan omzet penjualan perusahaan setiap bulan dan setiap tahunnya.

Penjualan produk kelapa sawit dalam bentuk Tandan Buah sawit (TBS) setiap kali panen (2 minggu sekali) penjualan buahnya selalu digabung baik dari perbedaan tingkatan usia tanam, kualitas buah yang dihasilkan maupun buah sawit yang dibeli dari kebun sawit milik petani pribadi di sekitarnya. Tujuannya yakni agar buah sawit yang telah dipanenkan dapat secepatnya dibawakan ke pabrik untuk diproses menjadi minyak CPO oleh perusahaan penampung/pembeli sehingga kualitas minyak yang dihasilkan kualitasnya tetap terjamin, jika telah melewati waktu

24 jam maka kualitas TBS menurun dan berdampak pada minyak sawit yang dihasilkan juga menurun secara langsung mempengaruhi tingkat harga penjualan dibawah target yang diharapkan dan ini juga akan membawa dampak terhadap total omzet penjualan perusahaan.

Penjualan buah sawit kepada pelanggan/pembeli selalu menggabungkan semua jenis tingkatan kualitas buah sawit hal ini dikarenakan kandungan minyak buah sawit kualitasnya tergantung dengan cepat dan tidaknya diolah di pabrik, semakin lama tidak diolah maka kualitas minyaknya menurun walaupun di hasilkan dari pohon sawit yang unggul dan pilihan. Maka selama ini perusahaan sawit manapun bila telah melakukan penen buah sawit dalam keadaan cuaca bentuk apapun TBS yang telah dipanen harus secepatnya dibawa ke pabrik bahkan untuk mempercepat buah sawit semuanya terangkut ke pabrik pihak perusahaan Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada Karyawan Pemasaran PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir mempersiapkan kendaraan angkutan yang memadai sehingga TBS yang telah dipanenkan dapat terangkut semuanya menuju pabrik milik penampung sekaligus sebagai perusahaan pembeli. Setelah semuanya diolah maka kualitas minyak sawit yang dihasilkan aman serta masih terjamin kualitasnya dan produksi TBS-nya tetap secara maksimal dilakukan oleh pihak perusahaan setiap kali panen buah sawit dilakukan.

Kualitas produknya memiliki garansi (jaminan) dalam bentuk buah sawit yang dipanenkan selalu buah yang sudah standar pada saat waktu panennya, dan jenis pohon sawitnya unggul serta bersertifikat jadi tidak diragukan lagi oleh perusahaan pembelinya sejak dari awal pembeliannya dari PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir jika terdapat buah yang rusak ataupun masih mentah tetap dilakukan greeding atau sorter sebelum dilakukan penimbangan di pabrik oleh perusahaan penampung/pembeli sehingga kualitasnya betul-betul terjamin. Buah tergreeding/tersorter (rusak atau masih kualitasnya betul-betul terjamin. Buah tergreeding/ tersorter (rusak atau masih mentah) dikembalikan lagi kepada perusahaan PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir. Adanya garansi/jaminan kualitas buah sawit bagi PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir sangat menguntungkan perusahaan dikarenakan perusahaan pembeli selalu menaruh kepercayaan kepada PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir tentang kualitas TBS selama ini dan dimasa akan datang bagi perusahaan, dengan demikian perusahaan selalu dapat melakukan penjualan produk buah sawitnya kepada perusahaan penampung/pembeli serta tetap mendapatkan harga TBS yang maksimal sesuai dengan tingkatan harga pasaran dalam negeri. Selain itu PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir selalu dapat meningkatkan omzet penjualannya bila

hasil panen buah sawitnya semakin bertambah seiring dengan penambahan pohon sawit yang telah dapat menghasilkan buah untuk selanjutnya. Penjualan buah sawit dari hasil perkebunannya baik itu dari lahan inti maupun dari lahan plasma milik petani untuk buah yang dihasilkan dijamin berkualitas, hal ini disebabkan dari saat memilih bibit perusahaan pasti memilih pohon sawit yang jenisnya unggul serta bersertifikat dan berstandarkan internasional sehingga minyak CPO-nya dapat dipasarkan di perdagangan Internasional. Selain itu pemeliharaan tanamannya telah berdasarkan standar perusahaan, kemudian waktu usia panen dan lamanya waktu angkutan dari lokasi perkebunan hingga menuju pabrik juga menggunakan rentang waktu maksimal 12 jam sebelum diolah pada pabrik perusahaan penampung /pembeli sehingga minyak sawit yang dihasilkan bergaransi/terjamin berkualitas sesuai dengan yang diinginkan oleh perusahaan pembeli.

Hasil buahnya dijamin berkualitas karena usia panennya terukur waktunya, kemudian dalam setiap bulan panen buahnya dipilih betul-betul yang sudah masak dan terjadwal 1 bulan 2x panen kemudian hasil panen langsung diangkut menuju pabrik untuk diolah hingga hasil panennya selesai dalam kurun waktu 24 jam. Jadi kualitas Tandan buah sawit (TBS) masih segar dan bagus saat dilakukan penimbangan serta masuk pabrik olahan. Selain itu tanaman sawitnya telah dipilih dari jenis tanaman yang unggul. Sedangkan pemiliharaannya dan pemupukannya

juga teratur sehingga buah yang dihasilkan juga dijamin berkualitas. Dengan demikian pihak perusahaan dapat melakukan penjualan buah sawitnya selalu maksimal jumlahnya setiap 2 minggu sekali pada perusahaan penampung/ pembeli sekaligus sebagai pemilik pabrik pengolah buah sawit. Untuk omzet penjualan perusahaan selalu terpenuhi bahkan sering melebihi dari penjualan-penjualan sebelumnya jika angkutan buahnya dapat dimaksimalkan pada saat setiap kali panen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pemasaran hasil dari produksi buah sawit secara tetap didalam pemenuhan target penjualan Tandan Buah Sawit (TBS) PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir melakukan kerjasama dengan pelanggan tempat penjualan hasil produksi buah sawit pada PT. ASL - POM yang merupakan salah satu pembeli buah sawit yang terbesar di Kalimantan Barat. Dari aspek kualitasn Tandan Buah Sawit (TBS) PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir dilakukan seacara selektif pemanenan serta penjualannya agar kualitas serta harga jualnya tetap stabil sesuai dengan harga pasaran TBS pada saat dilakukan penjualan kepada perusahaan pembeli. Dengan demikian omzet penjualan masih tetap meningkat total setiap tahunnya.

Disarankan PT. Makmur Agro Lestari Kecamatan Ketungau Hilir memiliki lebih dari satu perusahaan

tempat penjualan produk buah sawit perusahaannya untukantisipasi tempat penjualan alternatif jika perusahaan penampung/pembeli utama mengalami hambatan didalam pembeliannya sehingga target penjualan untuk meningkatkan omzet penjualan berjalan dengan lancar. pembuatan jalan dari lokasi perkebunan dibuatkan pengerasan sehingga pada musim hujan angkutan hasil panen TBS tidak terhambat menuju pabrik, dengan demikian kualitas buah sawit tetap standar sampai di pabrik.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Gramedia Pustaka Utama, Rajawali, Jakarta.
- Alma, 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- , 2016. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Cravens , 2013. *Strategic Marketing 10th. Edition*. New York: McGraw-Hill International Edition.
- Clancy, Dan. Shulman. 2013. *The Marketing Revolution: A. Radical Manifesto For Dominating The Marketplace*. New York: Harper Bussines.
- Denzin dan Lincoln, 2012. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Firmansyah. 2019. *Pemasaran produk dan merek*, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.

- Kotler, dan Amstrong, 2016. *Principles of Marketing*, 12th Edition Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Nawawi. 2012. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Riyono, 2016. *Pengaruh Kualitas, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua*. Jurnal STIE Semarang, Vol 8, NO. 2, Edisi Juni 2016 , 101.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- , 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung.
- Solomon, 2002. *Marketing : Real People, Real Choices*. New Jersey : Prentice Hall.
- Tjiptono.2019. *trategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- , 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Keenam, Penerbit Andi, Yogyakarta.