

Analisis Bauran Pemasaran Usaha Garam Prisma di Desa Sedayulawas *Marketing Mix Analysis of Prism Salt Business in Sedayulawas Village*

Bhiaztika Ristyanadi^{1*}, Yunni Rusmawati DJ², Emalia Nova Sustyorini², Nurul Khoiroh¹

¹Prodi Agrobisnis Perikanan Fakultas Perikanan Universitas Islam Lamongan Jl. Veteran, No. 53 A, Fakultas Perikanan Universitas Islam Lamongan

²Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan Jl. Veteran, No. 53 A, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan

*Corresponding Author: bhiaztika89@gmail.com

ABSTRAK

Garam adalah salah satu bahan kebutuhan yang merupakan pelengkap dari kebutuhan pangan dan sumber elektrolit bagi tubuh manusia. Garam memanfaatkan air laut sebagai bahan baku utama komoditi strategis yang dibutuhkan manusia dalam bentuk garam konsumsi dan juga sebagai bahan baku atau bahan tambahan berbagai industri. Tujuan pelaksanaan penelitian ini untuk mengetahui proses produksi usaha garam prisma dan mengetahui strategi pemasaran usaha garam prisma di Desa Sedayulawas. Serta mengetahui tentang proses produksi usaha garam dan strategi pemasaran usaha garam di Desa Sedayulawas. Metode yang dilakukan adalah metode deskriptif dengan teknik pengambilan data meliputi observasi, wawancara, literature dan pengambilan dokumentasi. Bauran pemasaran terdiri dari produk, harga tempat dan promosi, untuk produk garam prisma ini memiliki keunggulan-keunggulan yang dapat bersaing di pasar. Produk yang dihasilkan diharapkan mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen, melalui penentuan harga produk garam prisma dan kualitas garam yang baik. Selain itu garam prisma mempunyai gudang penyimpanan yang strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen karena lokasinya dekat dengan laut dan pemukiman warga. Sedangkan untuk kegiatan promosi masih dilakukan dengan cara menginfokan produk usaha garam tersebut melalui mulut ke mulut sehingga konsumen satu dengan konsumen yang lain agar dapat mengetahui keberadaan produk garam prisma.

Kata kunci: *Teknologi Garam Prisma, Bauran Pemasaran*

ABSTRACT

Salt is one of the ingredients needed which is a complement to food needs and a source of electrolytes for the human body. Salt utilizes seawater as the main raw material for strategic commodities needed by humans in the form of consumption salt and also as a raw material or additive to various industries. The purpose of conducting this study is to determine the production process of the prism salt business and find out the marketing strategy of the prism salt business in Sedayulawas Village. As well as knowing about the production process of the salt business and the marketing strategy of the salt business in Sedayulawas Village. The method carried out is a descriptive method with data collection techniques including observation, interviews, literature and documentation collection. The marketing mix consists of products, venue prices and promotions, for salt products this prism has advantages that can compete in the market. The products produced are expected to be able to meet the wishes or needs of consumers, through pricing prism salt products and good salt quality. In addition, prism salt has a strategic storage warehouse and is easily accessible to consumers because of its location close to the sea and residential areas, while promotional activities are still carried

out by informing the salt business products through word of mouth so that consumers are one with another consumer so that they can find out the existence of prism salt products.

Keywords: *Prism Salt Technology, Marketing Mix*

PENDAHULUAN

Pada saat ini, teknologi yang umum digunakan oleh petani garam di Indonesia adalah teknologi tradisional madurase. Namun, teknik produksi garam ini masih sering menghasilkan kualitas garam yang kurang bagus (Arwiyah, 2015). Penerapan teknologi sederhana di usaha garam rakyat sering membuat garam yang dihasilkan tidak mencapai standar SNI yang ditetapkan oleh pemerintah (SNI 4435:2017). Selain kandungan NaCl yang rendah, garam yang dihasilkan juga sering kali tidak berwarna putih dan bercampur dengan kotoran karena dasar tambak garamnya adalah tanah. Selain itu, sering kali terjadi ketidakefektifan produksi karena air yang tertampung dalam media hilang melalui pori-pori tanah (Nur 2013).

Teknologi produksi garam berkembang dengan menggunakan plastik geomembran sebagai pelapis dasar media produksi garam, plastik geomembran tersebut mampu menampung dan mempercepat produksi garam karena intensitas serapan panas tinggi sehingga membantu dalam proses presipitasi, evaporasi dan pembentukan kristal garam. Selain itu, kualitas garam yang dihasilkan lebih higienis dari teknologi tradisional madurase (Susanto, 2015). Walaupun teknologi geomembran ini memiliki potensi untuk menjawab tantangan produksi garam dari teknologi tradisional madurase, akan tetapi produksi garam masih sering terhambat akibat kondisi cuaca yang tidak menentu (Suhendra, 2016). Oleh karena itulah dibutuhkan pengembangan teknologi yang lebih efektif dan efisien terutama untuk mengatasi permasalahan produksi garam akibat curah hujan yang tinggi dan tidak menentu di Indonesia. Salah satu alternatif teknologi yang ada adalah teknologi rumah kaca (Green House). Menurut Dehbi (2017), ketidakstabilan cuaca pada produksi bahan pangan dapat dieliminir dengan penerapan teknologi rumah kaca ini.

Pengembangan teknologi produksi garam menjadi sebuah keharusan untuk memenuhi target produksi garam nasional. Salah satu pengembangan teknologi produksi garam adalah dengan teknologi rumah kaca dengan menggunakan rumah prisma. rumah prisma adalah teknologi produksi garam yang didesain berbentuk bangunan rumah kristalisasi yang dilapisi dengan plastik UV. Rumah kristalisasi ini mampu menyerap panas dan menahan panas di

dalamnya sehingga mampu mempercepat presipitasi, evaporasi dan pembentukan kristal garam. Menurut Adam, (2005), pemakaian lapisan films plastik akan membantu penyerapan panas di dalam ruangan. Selain itu, penggunaan jenis plastik dan lapisan plastik yang berbeda juga mempengaruhi proses penguapan (Dehbi dan Mourad, 2016; Dehbi dkk., 2017). Sethi (2009) menyatakan bahwa model rumah prisma sangat menentukan suhu dan aliran udara panas di dalam ruangan.

Pengembangan teknologi produksi garam menggunakan rumah prisma ditujukan untuk meningkatkan produksi garam secara efektif dan efisien dalam upaya mewujudkan ketahanan, kemandirian, dan kedautan pangan. Selain itu, produksi garam lebih tidak bergantung kepada kondisi cuaca. Terkait penggunaan teknologi garam dengan metode rumah prisma termasuk kualitas garam yang dihasilkan sangat dibutuhkan namun sangat jarang digunakan. Berdasarkan hasil uji laboratorium penerapan metode rumah prisma di desa Sedayulawas, Kabupaten Lamongan dapat menghasilkan garam yang memenuhi standar SNI 4435:2017.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif. Metode penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang memaparkan dan mengklasifikasikan data yang diperoleh dari berbagai teknik pengambilan data. Menurut Azwar (2013), penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk difahami dan disimpulkan. Kesimpulan yang diberikan selalu jelas dasar faktualnya sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung pada data yang diperoleh. Karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu Berusaha menggambarkan situasi atau kejadian dalam proses pemasaran usaha garam.

Teknik Pengambilan Data

Teknik yang digunakan adalah teknik observasi, teknik wawancara dan dokumentasi.

a. Teknik Observasi

Menurut Arikunto (2006), “Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala pada obyek penelitian”. Adanya observasi penulis dapat mengetahui kegiatan pengelolaan garam dalam kesehariannya. Berdasarkan pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa observasi merupakan kegiatan pengamatan dan pencatatan yang dilakukan oleh peneliti guna menyempurnakan penelitian agar mencapai hasil yang maksimal.

b. Teknik Wawancara

Menurut Sugiyono (2010) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Wawancara yang digunakan ini dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terstruktur karena penulis menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data yang dicari. Wawancara dilakukan pada pihak petambak garam, metode wawancara yang digunakan untuk memperkuat dan memperjelas data yang diperoleh yaitu data tentang profil lembaga dan kegiatan pemasaran garam.

c. Dokumentasi

Menurut Hamidi (2004) Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2013), Dokumentasi merupakan pengumpulan data oleh penulis dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen untuk dapat memberikan data yang akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Garam prisma adalah garam yang tidak bergantung pada musim, cara pembuatan garam dengan metode rumah prisma yaitu dengan memiliki petakan-petakan kristalisasi garam dan dilapisi dengan atap berbentuk prisma yang terbuat dari bahan plastik. Dengan lindungan dari atap plastik ini tambak garam tidak lagi bergantung pada musim kemarau atau musim hujan, garam prisma ini diproduksi oleh kelompok usaha garam karya lestari.

Manfaat Garam Prisma

Manfaat garam untuk kehidupan sehari-hari yaitu membuat cita rasa makanan menjadi lebih nikmat dan dikonsumsi secara teratur oleh manusia, karena garam sebagai penyampai zat yodium dalam tubuh manusia dalam upaya menanggulangi penyakit. Garam tidak hanya untuk manusia saja melainkan bisa untuk pembudidaya ikan juga, manfaat garam untuk pembudidaya ikan adalah untuk mencegah serangan bakteri dan membersihkan kotoran saat air keruh.

Tata Cara Produksi Garam

1. Persiapan lahan

Menurut Arifin (2020) persiapan lahan adalah langkah awal yang harus dilakukan apabila akan melakukan usaha garam prisma dalam skala besar maupun skala kecil. Persiapan lahan untuk proses produksi garam prisma memiliki tahap-tahap antara lain yaitu: mengukur tanah, meratakan tanah, mempersiapkan saluran air, mempersiapkan galengan, mempersiapkan penjemuran air dan mempersiapkan meja produksi untuk pengkristalan garam. Tahap-tahap tersebut dilakukan saat ingin memulai memproduksi garam dalam skala besar maupun kecil, lahan tanah sangat dibutuhkan saat akan melakukan proses pengolahan tambak garam tersebut, proses persiapan lahan bisa dilihat pada gambar.



Gambar 1. Proses pengambilan air laut

2. Penjemuran air muda

Menurut Arifin (2020) penjemuran air muda adalah air yang dijemur didalam petakan sampai kotoran-kotoran di dalam air itu mengendap dan tidak keruh, dilakukannya penjemuran air ini supaya kualitas air tersebut tidak berpengaruh pada kualitas garam. Penjemuran air muda merupakan penjemuran air laut yang dimasukkan ke kolam petakan guna untuk mengendapkan kotoran-kotoran air yang keruh dengan dilakukan penjemuran ini supaya air menjadi bersih dan bebas dari kotoran sehingga kualitas air tersebut tidak terpengaruh saat akan diproses menjadi garam, penjemuran air dilakukan sampai kepekatan

air menjadi 10be. Satuan be yaitu ketinggian salinitas atau tingkat kepekatan air laut karena penguapan, proses penjemuran air muda.

3. Pindahan air muda ke penyimpanan air tua
Menurut Arifin (2020) pemindahan air yaitu guna untuk memindahkan air yang sudah matang tingkat kepekatan airnya dan sudah mencapai batas waktu pengkristalan. Pemindahan air laut yaitu apabila air sudah matang tingkat kepekatan airnya dan sudah mencapai batas kepekatan, setelah mencapai kepekatan air mencapai 15be maka air dipindahkan ke penyimpanan air tua guna untuk mempersiapkan proses pengkristalan garam, proses pemindahan.

4. Proses pengkristalan garam
Menurut Arifin (2020) proses pengkristalan garam adalah proses penjemuran air yang sudah matang tingkat kepekatan sehingga terjadi pembentukan kristal-kristal garam. Proses pengkristalan garam merupakan air tua yang siap di pindahkan ke meja kristalisasi untuk proses pembentukan garam, lamanya proses pengkristalan air tergantung tebalnya air sehingga air berubah menjadi kristal garam, jika kepekatan air sudah mencapai 25 be maka proses tersebut sudah menjadi bentuk kristal dan setelah garam sudah terbentuk maka garam tersebut siap dipanen, proses pengkristalan garam.

5. Pemanenan garam
Menurut Nazaruddin (2003) pemanenan merupakan kegiatan mengumpulkan hasil usaha yang diproduksi. Dalam garam prisma ini Pemanenan garam dilakukan apabila hasil penjemuran air laut sudah benar-benar berubah menjadi kristal garam, adapun cara pemanenan garam hanya mengumpulkan garam ke tepian atau sudut kolam guna untuk mengurangi kadar air laut yang masih tersisa didalamnya, proses garam sampai menjadi kristal membutuhkan waktu 15 hari mulai dari pengambilan air sampai pemanenan, akan tetapi waktu yang dibutuhkan tergantung tinggi air dan tergantung cuaca, proses pemanenan garam.

6. Pengemasan
Menurut Indraswati (2012) pengemasan merupakan suatu bentuk kegiatan yang melibatkan desain produk, sehingga kemasan dapat berfungsi untuk melindungi produk. Pengemasan dalam usaha garam prisma sendiri yaitu untuk menambah nilai daya jual dan daya minat para konsumen, pengemasan garam juga untuk melindungi dari kotoran-kotoran dan untuk memperpanjang masa

simpan. garam akan dikemas dalam bentuk karung atau plastik tergantung permintaan konsumen, sebelum dikemas garam dipastikan bersih dari kotoran-kotoran dan zat lain yang masih terkandung dalam garam, setelah dipastikan bersih garam dimasukan ke dalam karung satu karung berisi 50kg sedangkan yang plastik garam berisi 200-500gram, setelah garam selesai dikemas, lalu garam tersebut diletakkan di gudang penyimpanan, proses pengemasan garam.

7. Pemasaran

Pemasaran garam prisma dipasarkan dengan harga Rp 50.000 per karung sedangkan kemasan plastik berkisaran Rp 2000 dengan berat 500gram, selain itu garam yang di produksi biasanya di distribusikan ke pabrik-pabrik, terkadang menjualnya ke luar Jawa karena adanya permintaan dari konsumen di luar Jawa yang tidak mendapatkan stok garam di daerahnya pada musim hujan dan juga ada yang sudah berlangganan pemasokan garam setiap harinya. Sistem penjualan garam pada usaha ini adalah sesuai permintaan konsumen, mengingat garam adalah bahan baku yang sangat di butuhkan dalam berbagai bidang misalnya saja dalam bidang industri, pertanian, pengolahan, dan lain-lain sehingga pemasok garam harus terus dapat memproduksi garam dapat cuaca apapun sehingga kebutuhan garam dalam negeri dapat terpenuhi.

Perbedaan Pengolahan Garam Prisma Dengan Garam Lainnya

Perbedaan pengolahan tambak garam rumah prisma dengan lainnya yaitu bisa memproduksi garam sepanjang musim meskipun biaya yang dikeluarkan saat produksi sangat besar karena pembuatan rumah garam prisma membutuhkan plastik geomembran, bambu, plastik UV dan pompa untuk memasukkan air laut ke dalam kolam tambak. Penggunaan plastik geomembran pada proses pengolahan air laut menjadi garam membuat pengolahan garam prisma menjadi bersih dan bening sehingga harga garam bisa mahal. Untuk alasan rumah prisma yang atapnya berbentuk prisma yaitu karena bentuk tersebut bisa tahan angin selain itu panasnya fokus dan irit bahan baku.

Kelebihan dan Kekurangan

1. Kekurangan

a. Belum banyak dikembangkan di daerah sekitar
Karena biaya produksi atau modal yang cukup mahal sehingga pemilik rumah garam prisma belum dapat mengembalikan usaha tersebut begitu pun masyarakat sekitar yang terkendala modal.

b. Biaya pengeluaran saat produksi sangat besar
Rumah garam prisma sangat membutuhkan modal

yang cukup besar karena pembuatan rumah garam prisma membutuhkan plastik geomembran, bambu, pompa dan plastik UV.

c. Waktu panen lebih lama

Waktu panen lebih lama karena produksi pada rumah garam prisma yang air tuanya tidak langsung bersinggungan dengan sinar matahari dan angin karena berada di ruang yang tertutup sehingga penguapan tidak maksimal seperti teknik pembuatan garam tradisional.

2. Kelebihan

a. Produksi sepanjang musim

Rumah garam prisma dapat memproduksi garam sepanjang musim karena rumah garam prisma dilengkapi atap yang terbuat dari plastik UV transparan oleh karena itu hujan tidak mengagalkan panen para petani rumah garam prisma.

b. Keunggulan produk

Produk dan hasil garam lebih unggul dari segi kualitas maupun kuantitas di bandingkan dengan teknik pembuatan garam tradisional, dikarenakan bentuk rumah prisma yang melindungi garam agar tidak terkontaminasi dari kotoran sekitar.

c. Ketersediaan bahan baku

Para petani garam rumah garam prisma tidak perlu takut kehabisan bahan baku karena rumah garam prisma memiliki penampungan air tua yang berguna sebagai bahan baku pembuatan garam.

Kendala dan Cara Menghadapi Kendala

Kendala yang dihadapi adalah faktor alam yaitu terjadinya pergantian musim kemarau ke musim penghujan, pada musim penghujan tempat penyimpanan air tua terkena genangan air hujan mengakibatkan air yang sudah dijemur itu menjadi sia-sia sehingga memperlambat produksi garam. Adapun cara untuk mengatasi kendala adalah pada musim penghujan dilakukan peninggian tempat produksi garam sehingga air hujan tidak bisa masuk ke air tua.

Konsep Pemasaran

1. Konsep Produksi

Konsep produksi memiliki arti yang sangat luas, ia menekankan manfaat barang-barang yang akan di produksi yaitu memproduksi barang-barang harus mempunyai hubungan dengan kebutuhan manusia. Maksudnya barang yang di produksi harus memenuhi kebutuhan hidup manusia, bukan memproduksi barang mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia, karena tenaga kerja yang

dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut dianggap tidak produktif (Afzalur Rahman, 1995). Konsep produksi usaha garam prisma sendiri yaitu memproduksi barang yang dibutuhkan oleh manusia hal itu garam prisma mementingkan kepuasan konsumen, sehingga dalam produksinya pemilik usaha garam mengusahakan mudah dijangkau oleh para konsumen salah satunya dengan cara memudahkan konsumen dalam membeli garam melalui telpon, dan juga dapat diantarkan langsung ke tempat konsumen.

2. Konsep Produk

Konsep produk adalah sebuah gambaran atau perkiraan mengenai teknologi, prinsip kerja, dan bentuk produk. Sasaran penyusunan konsep adalah menggali lebih jauh area konsep-konsep produk yang mungkin sesuai dengan kebutuhan konsumen. Konsep produk merupakan gambaran singkat bagaimana produk memuaskan kebutuhan konsumen (Ulrich, 2001). Konsep produk garam prisma ini menyesuaikan yang dibutuhkan oleh konsumen, produk garam prisma ini dikemas dalam bentuk karung dan plastik karena konsumen biasanya adalah nelayan yang memfungsikan garam sebagai pengawetan ikan sehingga mereka membeli dalam bentuk karungan sedangkan untuk di toko-toko mereka membeli dalam bentuk plastik karena akan dijual kembali.

3. Konsep Penjualan

Konsep penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Marwan, 1991). Konsep penjualan garam ini lebih mengarahkan kepada kualitas dan jumlah yang dibutuhkan pemasok garam sehingga menghasilkan laba yang diharapkan oleh pemilik usaha garam prisma, pemilik usaha garam juga memuaskan kebutuhan dan keinginan para konsumennya.

4. Konsep Pemasaran

Menurut Kotler (1997) mengatakan bahwa konsep pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Konsep pemasaran garam prisma ini memberikan kebutuhan dan keinginan para konsumen sehingga menekankan pada kualitas garam dan para konsumen tertarik untuk membeli garam tersebut. Konsumen cenderung memilih garam prisma untuk mengambil pasokan

yang dibutuhkan setiap harinya. Untuk pemasaran garam prisma ini menerapkan pemasaran secara langsung dan tidak langsung.

5. Konsep Pemasaran Sosial

Menurut Kotler (2006) mendefinisikan konsep pemasaran sosial adalah sebagai proses yang menerapkan prinsip-prinsip pemasaran dan teknik untuk membangun, mengkomunikasikan, dan menciptakan nilai untuk mempengaruhi perilaku khalayak sasaran yang menguntungkan masyarakat. Konsep pemasaran sosial lebih mementingkan serta memberikan kepuasan yang lebih efektif dan efisien dengan cara mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat secara keseluruhan.

Bauran Pemasaran

1. Produk

Menurut Kloter (2001) produk yaitu sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan, diciptakan dengan memiliki keunggulan-keunggulan tertentu yang dapat bersaing dipasar. Penjualan yang berhasil pada suatu pasar yang koperatif didasarkan atas produk barang dan jasa yang dihasilkan, apakah sudah mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen atau tidak. Dari segi produk, garam prisma ini memiliki keunggulan-keunggulan yang dapat bersaing di pasar, produk yang dihasilkan mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Adapun itu garam prisma mempunyai 2 jenis garam yaitu garam krosok dan garam halus dengan merek garam refina yang diproduksi oleh kelompok usaha garam karya lestari, produk garam prisma memiliki 2 kemasann yaitu kemasan karungan dan kemasan plastik. Produk terlaris adalah garam krosok karena kebanyakan konsumen adalah para nelayan yang membutuhkan garam krosok untuk mengawetkan ikannya agar tidak cepat membusuk. Konsumen yang datang selalu puas dengan apa yang mereka harapkan karena kualitas garam sangat bagus dan sesuai apa yang dibutuhkannya.

2. Harga

Menurut Kloter dan Amstrong (2012) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Dari segi harga, produk garam prisma menyusun harga sesuai kualitas garam untuk konsumen membeli garam prisma ditetapkan harga dari penjual terhadap semua pembeli, untuk harga dalam bentuk kemasan karung berkisaran Rp 50.000 dengan berat 50kg

sedangkan bentuk kemasan plastik berkisaran Rp 2000 dengan berat 500gram. harga tersebut dinilai sebanding dengan kualitas garam dan harga tersebut sudah ditetapkan oleh penjual garam terhadap para konsumennya.

3. Tempat

Menurut Kotler (2005) tempat merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen datang untuk membeli produk atau untuk memajukan produk-produk yang dihasilkan. Dari segi tempat, garam prisma mempunyai gudang untuk menyimpan garam prisma yang tempatnya strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen karena lokasinya dekat dengan laut dan pemukiman warga. Dengan demikian para nelayan dan warga dapat mudah menjangkau lokasi gudang garam prisma untuk membeli produk garam tersebut.

4. Promosi

Menurut Kloter (2005) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk yang dihasilkan. Dari segi promosi, usaha garam melakukan promosi dengan cara menginfokan produk usaha garam tersebut melalui mulut ke mulut sehingga konsumen satu dengan konsumen yang lain dapat mengetahui produk garam prisma.

KESIMPULAN

Proses produksi garam di Desa Sedayulawas diharapkan dapat bersaing dengan produk garam nasional maupun international. Sehingga memungkinkan untuk mencoba hal baru salah satunya yaitu dengan menggunakan metode garam prisma. Metode ini sudah mulai dikembangkan khususnya di daerah pantura Kabupaten Lamongan. Bauran pemasaran terdiri dari produk, harga tempat dan promosi, untuk produk garam prisma ini memiliki keunggulan-keunggulan yang dapat bersaing di pasar, produk yang dihasilkan mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen, untuk harga produk garam prisma menentukan harga sesuai kualitas garam untuk konsumen membeli garam prisma ditetapkan harga dari penjual terhadap semua pembeli, untuk harga dalam bentuk kemasan karung berkisaran Rp 50.000 dengan berat 50kg sedangkan bentuk kemasan plastik berkisaran Rp 2000 dengan berat 500gram, untuk tempat garam prisma mempunyai gudang untuk menyimpan garam prisma yang tempatnya strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen karena lokasinya dekat dengan laut dan pemukiman warga, untuk

usaha garam melakukan promosi dengan cara menginfokan produk usaha garam tersebut melalui mulut ke mulut sehingga konsumen satu dengan konsumen yang lain dapat mengetahui produk garam prisma.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, A, 2002. *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi Buku 1*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Afzalur Rahman, 1995. *Doktrin Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT. Dana Bakti Wakaf. Jilid I. Cet. I. h. 193.
- Arifin, 2020. *Pengolahan Usaha Garam Prisma. Desa Sedayulawas Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan*.
- Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Adam, A, Kouider, S.A, Youssef, B, Homou, A, & Saiter, J,M, 2005. *Studies Of Polyethylene Multi Layer Films Used As Greenhouse Covers Under Saharan Elimatic Conditions*. *Polymer Testing*. 24(7). 834-838.
- Arwiyah, Zainuri, M, dan Efendy, M, 2015. *Studi Kandungan NaCl di dalam Air Baku dan Garam yang Dihasilkan Serta Produktivitas Lahan Garam Menggunakan Media Meja Garam yang Berbeda*. *Jurnal Kelautan*, 8(1), 1907-9931.
- Azwar, 2013. *Sikap Manusia: Teori Pengukurannya*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Burhanuddin, 2001. *Proceeding Forum Pasar Garam Indonesia*. Badan Riset Kelautan Dan Perikanan. Jakarta.
- Dehbi, A, dan Mourad, A,H, I, 2016. *Duability Of Mono-Layer Versus Tri-Layers LDPE Films Used As Greenhouse Cover : Comprative Study*, *Arabian Journal Of Chemistry*. 9. 282-289.
- Dehbi, A, Youssef, B, Chappay, C, Mourad, A, H, I, Picuno, P, & Statuto, D, 2017. *Multilayers Polyethylene Film For Crop Protection in Harsh Climatic Conditions*. *Advances in Materials Science and Engineering*. 2017. 1-7.
- Hamidi, 2004. *Metode Penelitian Kualitatif : Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. UMM Press. Malang.
- Indraswati, D, 2012. *Pengemasan Makanan Ponorogo (ID): Penerbit Forum Ilmiah Kesehatan (FORKIKES)*.
- Kotler dan Amsrong, 2012. *Principles Of Marketing*. 14 th Edition Pearson International Edition. Prentice Hall New.
- Kotler, 2006. *Social Marketing Improving The Quality Of Life Second Edition*. Sage Publication. Inc.
- Kotler, P, 2001. *“Marketing Management: Analisis Planing And Control”*. 9 th Ed. London: Prentice-Hall Internasional. Inc.
- Kotler, P, 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: CV Ryama Widya.
- Kotler, 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedelapan*. Erlangga. Jakarta.
- Marwah, 1991. *Konsep Pemasaran dan Penjualan*. Blog-Ahmad Elqorny.
- Nur, M, Marhendrajaya, I, Sugito, Windarti, T, Arnelli, Hastuti, R, Haris, A, Rahmanto, W.H, Widodo, 2013. *Pengayaan Yodium dan Kadar NaCl pada Garam Krosok menjadi Garam Konsumsi Standar SNI*. *Jurnal Sains dan Matematika*. 21(1): 1-6.
- Nazaruddin, 2003. *Teknologi Penanganan Pasca Panen*. Graha ilmu. Yogyakarta.
- Oentoro, Deliyanti, 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : LaksBang Pressindo.
- Philip, Kloter. 1995. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi kedua. Cetakan Keempat. Liberty. Yogyakarta.
- Purbani, D, 2003. *Buku Panduan Pembuatan Garam Bermutu*. Pusat Riset Wilayah Laut dan Sumberdaya Non Hayati. Badan Riset Kelautan dan Perikanan Jakarta.
- Sethi, V, P, 2009. *On The Selection Of Shape And Orientation Of a Greenhouse: Thermal Modeling and Experimental Validation*. *Solar Energy*. 83. 21-38.
- Suhendra, A, 201). *Increasing The Productivity of Salt Trought HDPE Geomembrane Indonesia Case History in Salt Evaporation Pond*. *EJGE*. 11. 4272-4280.
- Sumarni, Murti, dan Soeprihanto, John, 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Alfabeta.
- Susanto, H, Rokhati, N, dan Santoso, G,W, 2015. *Development of Tranditional Salt Production Prosses for Improving Product Quality dan Quality in Jepara District. Central Java. Indonesia*. *Proceeding Enviromental Science*. 23. 175-178.

- Sugiyono, 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif. dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif. dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Ulrich, 2001. Perancang Dan Pengembangan Produk Edisi Pertama. Salemba Teknika. Jakarta.