

Pendampingan Strategi Pemasaran Pangkalan Gas Lpg Bersubsidi Pemerintah Di Daerah Baturaja Timur Kelurahan Baturaja Permai Kabupaten Ogan Komering Ulu

Nurhawa

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Baturaja

Email : nurhawabaturaja25@gmail.com

Received: Mei 17, 2024
Reviewed: Mei 20, 2024;
Accepted: Mei 28, 2024;
Published: Juni 05, 2024;
DOI. -DOI.



Copyright ©2024 by Nurhawa. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan terhadap pelaku usaha Pangkalan Gas LPG Bersubsidi Pemerintah Di Daerah Baturaja Timur dalam meningkatkan penjualan yang dipengaruhi oleh daya beli terhadap konsumen atau masyarakat. Kegiatan ini diselenggarakan melalui pelatihan tatap muka (On the spot training) dengan metode yang mencakup ceramah, sesi tanya jawab, serta penugasan kepada peserta. Melalui kegiatan ini, peserta pengusaha Gas LPG Bersubsidi Pemerintah diberikan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran guna meningkatkan daya beli konsumen atau masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pangkalan usaha Gas LPG

Abstract

This community service activity aims to provide assistance to business actors of Government Subsidized LPG Gas Plants in the East Baturaja Region in increasing sales which are influenced by the purchasing power of consumers or the public. This activity is held through face-to-face training (On the spot training) with methods that include lectures, question and answer sessions, and assignments to participants. Through this activity, participating Government Subsidized LPG Gas entrepreneurs are given a better understanding of marketing strategies to increase the purchasing power of consumers or the public.

Keywords: Marketing Strategy, Gas LPG Business

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Di samping itu, Strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut, dengan demikian Strategi pemasaran tersebut harus bisa memberikan gambaran jelas dan terarah tentang apa saja yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran. Strategi pemasaran merupakan rencana

fundamental untuk menetapkan arah keseluruhan dari suatu unit bisnis dalam mencapai arah tujuan perusahaan yang sudah ditetapkan. Strategi pemasaran yang efektif salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik bila dapat meningkatkan dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas atau kualitas produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan.

Gas LPG bersubsidi pemerintah adalah bahan bakar yang sehari-hari digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, karena memiliki kekhususan tertentu seperti, penggunaannya, bentuknya, harganya yang harus lebih murah. Gas LPG yang berada di bidang pengolahan minyak bumi di Indonesia yang berada di perusahaan Pertamina adalah satu-satunya barang yang diproduksi secara besar-besaran untuk kebutuhan pokok masyarakat, hal ini diperlukan peningkatan penjualan agar perusahaan mampu mempertahankan persaingan di era globalisasi. Namun peningkatan penjualan bukanlah pekerjaan yang mudah jika tidak didukung oleh daya beli konsumen. Daya beli masyarakat yaitu keinginan konsumen untuk memilih produk yang dibutuhkan. Keinginan masyarakat ini ditandai dengan meningkatnya atau turunnya, suatu daya beli naik jika lebih besar dibanding periode lalu, sedangkan daya beli turun jika lebih besarnya keinginan membeli masyarakat dari periode yang lalu. Keterkaitan antara meningkat dan turunnya suatu keinginan dapat dilihat dari banyaknya permintaan masyarakat terhadap produk tertentu karena pengaruh harga dan pendapatan.

Pangkalan gas LPG di daerah Baturaja Timur PT. Baturaja Ogan Gasindo Utama adalah sebuah pangkalan LPG yang telah resmi ditunjuk Pertamina untuk penyebaran produknya, sehingga membutuhkan penerapan pemasaran yang tepat sasaran untuk meningkatkan penjualannya di kalangan masyarakat. Adapun penyaluran gas LPG bersubsidi pemerintah di daerah Baturaja Timur sangat terbatas dikarenakan banyak persyaratan yang harus dibawa saat kita membeli gas LPG pemerintah tersebut seperti harus membawa KTP, KK dan lain sebagainya dan lokasi yang lumayan jauh dari keramaian pasar.

Di daerah Baturaja Timur hanya ada beberapa pangkalan Gas LPG bersubsidi pemerintah yang menjalankan pemasaran penjualan sebagaimana mestinya. Karena hal demikian menyebabkan terjadinya kelangkaan gas LPG bersubsidi pemerintah di daerah Baturaja Timur. Untuk itu diperlukan strategi pemasaran untuk menimbang kelangkaan gas LPG bersubsidi pemerintah karena dapat membantu menciptakan nilai ekonomi yang tinggi.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan berlokasi di Provinsi Sumatera Selatan tepatnya di Kecamatan Baturaja Timur Kelurahan Baturaja Permai Kabupaten Ogan Komering Ulu. Adapun mitra kegiatan ini adalah Pangkalan-Pangkalan Gas LPG Bersubsidi Pemerintah PT. Baturaja Ogan Gasindo Utama. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui wawancara, observasi, dan pelatihan dan pendampingan.

Tahap observasi langsung ke lokasi Pangkalan-Pangkalan Gas LPG, selanjutnya tahap interview dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran, memahami faktor pendukung pemasaran, penetapan harga dan penentuan harga untuk meningkatkan daya beli konsumen atau masyarakat. Observasi ini akan dilakukan untuk meneliti strategi pemasaran untuk meningkatkan daya beli konsumen atau masyarakat dan untuk strategi penyaluran yang tepat kepada konsumen atau masyarakat guna mencegah kelangkaan gas LPG bersubsidi pemerintah.

Penulis melakukan beberapa prosedur dalam melakukan penelitian ini :

1. Melakukan observasi pada pangkalan Gas LPG bersubsidi pemerintah
2. Mengumpulkan data hasil observasi wawancara interview
3. Mengumpulkan data selanjutnya menganalisis data hasil temuan tersebut dan dijabarkan hasil analisis, kemudian membuat kesimpulan dan saran.

Selanjutnya, memberikan pemahaman dan solusi yang tepat. Tahap berikutnya melakukan pendampingan, monitoring, dan evaluasi strategi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian pengabdian kepada masyarakat, Pangkalan-Pangkalan Gas LPG Bersubsidi Pemerintah sudah menjalankan strategi pemasaran segmentasi pasar, *targeting* (target pasar) dan *positioning* (posisi pasar) sebelum dan sesudah terjadi kelangkaan Gas LPG. Menurut pemilik Pangkalan penjualan tetap berjalan lancar dan tidak ada kendala yang didapatkan. Para konsumen tetap membeli Gas sebagaimana mestinya karena mengingat kebutuhan untuk memasak dan lain-lain. Dengan demikian Pangkalan Gas Lpg di daerah Baturaja Timur tidak memiliki strategi pemasaran khusus karena tidak terlalu berdampak buruk dalam penjualan. Pemilik Pangkalan Gas LPG di daerah Baturaja Timur lebih memperhatikan penyaluran secara efektif yang telah dianjurkan oleh pemerintah yang ada agar para konsumen nyaman untuk membeli di Pangkalan Gas LPG di daerah Baturaja Timur.

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar menjadi segmen kelompok yang lebih kecil berdasarkan karakteristik tertentu. Menurut hasil penelitian Pangkalan-pangkalan Gas LPG Bersubsidi Pemerintah menerapkan segmentasi pasar umumnya penjualan gas ditujukan untuk semua masyarakat tidak ada pengelompokan dalam pemilihan konsumen karena pangkalan melayani semua konsumen yang datang untuk membeli tetapi sesuai dengan aturan yang ada mendaftarkan KTP atau KK kepada Pangkalan, karena kita ketahui bersama tidak sembarangan memperjual belikan gas LPG bersubsidi pemerintah ini. Dan diketahui konsumen yang paling banyak membeli yaitu ibu rumah tangga, para penjual makanan ringan di kantin-kantin kecil dan para penjual daging hewan dipasar tidak ada kendala dalam pemilihan konsumen ini karena sudah tertuju kepada konsumen yang akan dituju oleh pangkalan.

Targeting adalah proses menentukan segmen pelanggan yang akan dilayani dan tidak dilayani oleh perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pangkalan Gas LPG bersubsidi pemerintah sudah menerapkan *targeting* atau target pasar yang baik penjual belum menemui kendala selama menjalankan *targeting* pasar ini. Seperti segmentasi pasar yang dilakukan Pangkalan yaitu menerapkan segmentasi pasar umumnya penjualan gas ditujukan untuk semua masyarakat dan yang paling banyak membeli yaitu ibu rumah tangga, para penjual makanan ringan di kantin-kantin kecil dan para penjual daging hewan dipasar sesuai dengan aturan pembelian. Karena mengingat penjualan Gas LPG bersubsidi pemerintah tidak bisa dijual dengan sembarangan karena berbagai aturan yang telah ditetapkan oleh Pertamina sehingga mengharuskan pemilik pangkalan menjual Gas LPG bersubsidi pemerintah sesuai dengan aturan yang ada. Dan untuk target pasar ini belum mendapat kendala karena target pasar sudah tercapai sesuai sasaran dan mengikuti aturan yang ada.

Positioning merupakan proses menampilkan citra (image) tertentu perusahaan dibenak pelanggan yang dibidik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pangkalan-pangkalan Gas LPG bersubsidi pemerintah PT. Baturaja Ogan Gasindo Utama memiliki posisi pasar yang baik di mata konsumen karena pemilik Pangkalan selalu memberikan

yang terbaik untuk konsumen yaitu dengan menjual produk sesuai dengan aturan dari Pertamina maupun Agen dan melakukan penjualan dengan kejujuran dan produk yang dijual sudah berkualitas sehingga Pangkalan Gas LPG bersubsidi pemerintah Petamia memiliki pandangan baik dimata para konsumen. Konsumen merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Pangkalan dan berbagai fasilitas lainnya seperti harga yang diberikan terjangkau, lokasi yang strategis, produk yang dijual dalam keadaan baik dan Pangkalan juga menyediakan pesan antar yang lebih mempermudah konsumen. Dengan berbagai fasilitas yang telah berikan pastinya ada keuntungan yang didapatkan yaitu Pangkalan Gas LPG bersubsidi pemerintahPT. Baturaja Ogan Gasindo Utama memiliki nilai lebih dibandingkan dengan Pangkalan Gas lainnya yang bersama-sama beroperasi diwilayah yang sama.

SIMPULAN

Strategi pemasaran dan daya beli bersamaan mempengaruhi penjualan terhadap masyarakat, maka dari itu diperlukan strategi pemasan untuk penyaluran secara efektif terhadap konsumen atau masyarakat guna menimbang kelangkaan gas LPG bersubsidi pemerintah didaerah Baturaja Timur karena dapat membantu menciptakan nilai ekonomi yang tinggi. Pekerjaan penyaluran gas itu tidak lepas dari kerjasama kita agar penyaluran tersebut dapat tersebar merata keseluruh konsuen atau masyarakat daerah Baturaja Timur, karena masih ada setiap rumah tangga yang belum terdaftar mendapatkan gas secara merata maka mereka yang tidak mendapatkan gas akan menggunakan gas LPG 12 kilogram non subsidi. Untuk strategi promosi sudah berjalan secara efektif bahkan ada nya layanan pesan dan antar yang disediakan oleh pangkalan.Dapat disimpulkan bahwa Pangkalan-pangkalan Gas LPG bersubsidi pemerintah sudah menerapkan strategi pemasaran yaitu Segmentasi Pasar, Targeting (Target Pasar), Positioning (Posisi Pasar) sudah baik dan tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grapindo
- Fristiana, Dessy A. 2012. ""Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembeli Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang"". Jurnal Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Semarang: Sarjana Hukum Tembalang.
- Ghanimata,Fiftyanita,dan Kamal Mustafa.2012 „“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli"" Diponegoro Journal Of Management. Volume 1,Nomer 2, Tahun 2012.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. (2018).Prinsip-prinsip Marketing. Edisi Ke Tujuh. Jakarta : Salemba Empat
- Margaret, M., Kalangi, J. A. F dan Tamangkel, L. F. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Penyedia Jasa Internet Speedy Di Kec.Taliabu Utara Kab. Pulau Taliabu Prov. Maluku Utara. Vol 8, No 1
- Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi
- Talumewo, J. G, Kalangi, J. A. F, Rogahang, J. J. (2021). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Pangkalan Gas LPG 3 Kg Christian D. Assa di

Pendampingan Strategi Pemasaran Pangkalan Gas Lpg Bersubsidi Pemerintah Di Daerah Baturaja Timur
Kelurahan Baturaja Permai Kabupaten Ogan Komering Ulu
Nurhawa

Desa Pontak Kecamatan Ranoyapo. Vol 2, No 5 (2021): Jurnal Productivity Fakultas
Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado.

Taroreh, G. A., Mananeke, L., Roring, F. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam
Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Pada Pt. Bosowa
Berlianmotor Kairagi. Vol 6, No 4 (2018): Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi,
Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan
Manajemen Universitas Sam Ratulangi

Pendampingan Strategi Pemasaran Pangkalan Gas Lpg Bersubsidi Pemerintah Di Daerah Baturaja Timur
Kelurahan Baturaja Permai Kabupaten Ogan Komering Ulu
Nurhawa