

## Kajian Model Pemasaran Tambang Rakyat Batupasir Kecamatan Kusambi Kabupaten Muna Barat Sulawesi Tenggara

*Muhamad Karnoha Amir\**, *Yogi La Ode Prianata*<sup>1</sup>, *Wira Yudha*<sup>1</sup>,  
*Nurkhalis Mahmudah Dullah*<sup>1</sup>, *Dimos Andrianto*<sup>1</sup>, *Marsela Febriyanty*<sup>1</sup>

*Program Studi Teknik Pertambangan, Fakultas Teknik, Universitas Sulawesi Tenggara*  
*\*karnohaamir020594@gmail.com.*

### SARI

Batupasir merupakan bahan galian c dengan potensi yang melimpah di daerah penelitian. Karena permintaan akan bahan galian batupasir terbatas, maka diperlukan strategi pemasaran yang baik dalam menjaring konsumen. Penelitian ini berfokus pada kajian model pemasaran bahan galian batupasir hasil dari penambangan rakyat. Metode penelitian dalam kegiatan ini adalah penelitian kualitatif dengan cara mengambil data secara langsung di lapangan. Dari hasil pengamatan diperoleh kegiatan penambangan batupasir terdiri dari 4 tahap utama yaitu: persiapan, penggerukan, pemuatan/pengangkutan dan penyimpanan. Berdasarkan hasil analisis kualitatif diperoleh siklus model pemasaran tambang rakyat batupasir adalah dimulai dari konsumen sebagai pembeli, tingkat demand, mining activity dan market. Dari kondisi tersebut, dilakukan analisis situasi dan permasalahan diperoleh keterbatasan teknologi, status legalitas kawasan tidak ada, daya promosi yang kurang serta komunikasi dan pemilihan waktu yang tidak tepat antara konsumen dan pelaku penambangan. Dengan demikian, berdasarkan analisis situasi maka diperoleh rekomendasi siklus model rekayasa pemasaran yaitu konsumen, improvement teknologi, legalitas, demand, koperasi, mining dan market plan. Berdasarkan kondisi data penelitian untuk melakukan untuk melakukan monitoring dan evaluasi rekomendasi model perlu dilakukan penelitian lebih lanjut.

**Kata kunci:** Batupasir, Mining, Pemasaran, Rakyat, Model.

---

**How to Cite:** Amir, M.K., Priyana, Y.L.O., Yudha, W., Dullah, N.K., Andrianto, D., Febriyanty, M. 2024. Kajian Model Pemasaran Tambang Rakyat Batupasir Kecamatan Kusambi Kabupaten Muna Barat Sulawesi Tenggara. Jurnal Geomine, 12 (1): 43 – 51.

**Published By:**

Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Muslim Ide

**Address:**

Jl. Urip Sumoharjo Km. 05  
Makassar, Sulawesi Selatan

**Email:**

geomine@umi.ac.id

**Article History:**

Submit December 30, 2023  
Received in from January 6, 2024  
Accepted March 30, 2024  
Available online

**Lisensec By:**

Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



### ABSTRACT

*Sandstone is a mineral with abundant potential in the research area. Because demand for sandstone minerals is limited, a good marketing strategy is needed to attract consumers. This research focuses on studying marketing models for sandstone minerals resulting from community mining. The research method in this activity is qualitative research by collecting*

*data directly in the field. The observations found that sandstone mining activities consist of 4 main stages: preparation, dredging, loading/transporting, and storage. Based on the results of the qualitative analysis, it was found that the marketing model cycle for smallholder sandstone mining starts with consumers as buyers, demand level, mining activity, and market. From these conditions, a situation analysis was carried out. The problems were limited technology, non-existent legal status, lack of promotional power, and inappropriate communication and timing between consumers and mining actors. Thus, based on the situation analysis, recommendations for the marketing engineering model cycle are obtained, namely consumers, technology improvement, legality, demand, cooperatives, mining, and market plan. Based on the condition of the research data, further research needs to be carried out to carry out the monitoring and evaluation of model recommendations.*

**Keywords:** Sandstone, Mining, Marketing, People, Models.

## PENDAHULUAN

Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial (Cravens W. D., 2003). Menurut Kotler dan Armstrong (2008:5) pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan sebagai tujuan untuk mendapatkan nilai sebagai imbalannya. Pemasaran internasional adalah suatu aktivitas untuk memperdagangkan barang atau jasa pada lebih dari satu negara sehingga memperoleh keuntungan (Krugman, Paul R dan Maurice Obstfeld, 1994)

Dalam proses memanfaatkan bahan galian yang telah dikelola, sangat penting bagi pemerintah, masyarakat dan perusahaan memasarkan bahan galian. Tantangannya adalah mengatasi daya saing penjualan terhadap minat komoditi yang sama untuk setiap pemilik bahan galian baik itu pemerintah, masyarakat maupun perusahaan (Wulandari dkk, 2018). Menurut (mengabay.co.id. 2016) konsep bersaing yaitu Langkah-langkah strategis yang dirancang untuk memperoleh keuntungan, menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi pasar, dan menahan tekanan persaingan. Dalam hal ini untuk memperoleh keunggulan daya saing, sangat diperlukan strategi pemasaran yang baik. Menurut (Sudirman, 2012 dan Cravens W. 2003) Institusi dan perusahaan yang ingin merangkul perdagangan bebas harus mengubah strategi pemasarannya yang bertujuan untuk membangun perusahaan dan institusi yang kuat.

Menurut (Kotler & Keller, 2009), mengingat pesatnya perkembangan pemasaran, memahami perilaku konsumen merupakan salah satu strategi pemasaran produk yang sukses. Cara yang paling tepat dalam market plan bahan galian batupasir adalah melakukan analisis lingkungan terhadap kondisi eksternal dan internal perusahaan dalam menjamin kegiatan pemasaran (Henry Simamora, 2000). Dalam proses analisis lingkungan, metode yang paling tepat dilakukan adalah metode SWOT analysis (strengths=kekuatan, weaknesses=kelemahan, oportunities=peluang, dan threats=ancaman) yang berorientasi terhadap strategi menegemen pemasaran dalam hal ini bahan galian batupasir (Wheelen, Thomas L and J. David Hunger., 2012). Dengan demikian, dapat dihasilkan model yang paling optimal dalam menjamin kegiatan pemasaran bahan galian batupasir.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada area tambang rakyat batupasir terletak di Kecamatan Kusambi Kabupaten Muna Barat Sulawesi Tenggara. Metode pengambilan data yang digunakan adalah pengambilan data primer langsung di lapangan, pengamatan dan

analisa segala hal yang berhubungan dengan kegiatan penambangan dan pemasaran (Amirullah R. Dkk 2022). Pendekatan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif yang berdasarkan dengan ide, pendapat atau kepercayaan, persepsi, dan penalaran. Tujuan kualitatif yaitu untuk memperoleh gambaran mengenai suatu hal menurut objek yang diteliti. (Ido I., 2019).

Pengamatan dilakukan cara memahami fenomena kegiatan pertambangan berupa perilaku, persepsi dan tindakan secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks kegiatan pemasaran bahan galian yang menghasilkan luaran dalam bentuk model ilmiah (Leksono, S., 2013)

Dalam menyelesaikan penelitian, beberapa tahapan yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

- a. Pemetaan situasi dan kondisi dengan beberapa point yang di lakukan dalam kegiatan ini dapat di lihat pada Tabel 1.

**Tabel 1** Tahapan Kegiatan Pemetaan Situasi dan Kondisi Lapangan

No	Tahapan Kegiatan
1	Pengamatan kondisi Eksisting lapangan
2	Analisa kegiatan penambangan
3	Wawancara dan diskusi dengan pelaku penambanga terhadap kegiatan pemasaran
4	Mengamati gambaran usaha kegiatan penambangan batupasir

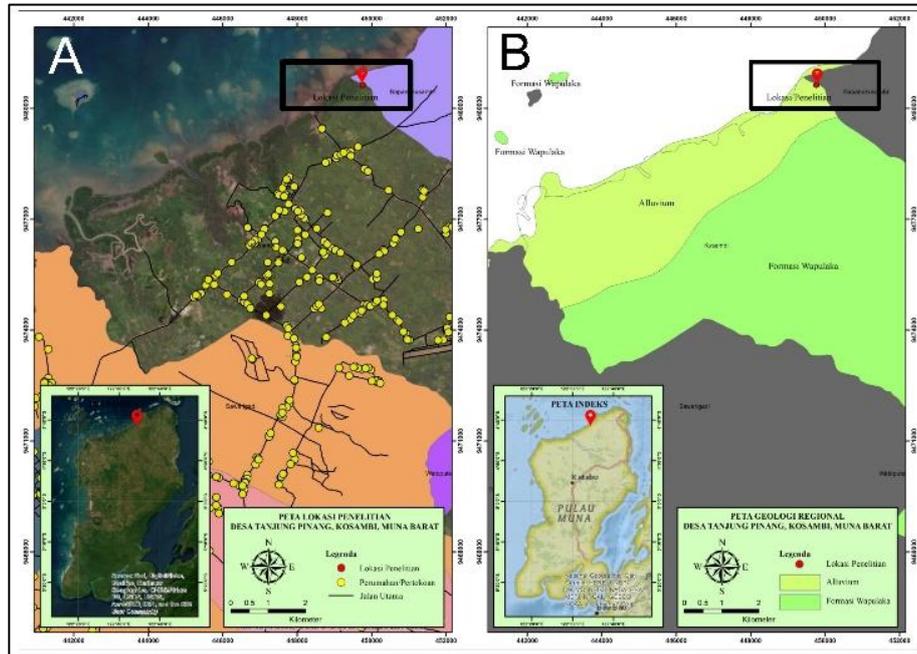
- b. Pengambilan dan pengumpulan data yang kemudian di analisis untuk mengetahui kondisi eksisting di lapangan (*Amir M.K. dkk 2021*)
- c. Melakukan analisis model pemasaran yang sedang berlangsung selama kegiatan penambangan
- d. Melakukan analisis SWOT dalam menentukan *market plan* bahan galian batupasir
- e. Melakukan pemodelan rekayasa pemasaran bahan galian batupasir berdasarkan analisis data dan kajian model pemasaran yang ditemukan di lapangan

## HASIL PENELITIAN

Berdasarkan kegiatan pengamatan dan hasil pengambilan data di lapangan pada Wilayah Kecamatan Kusambi Kabupaten Muna Barat Sulawesi Tenggara maka beberapa hasil yang diperoleh yaitu sebagai berikut:

- a. Pemetaan situasi dan kondisi

Usaha pertambangan pasir mulai sekitar  $\pm$  12 tahun yang lalu. Sebelum menggunakan mesin penyedot pasir, penambangan pasir dilakukan dengan cara tradisional ketika air laut surut.



**Gambar 1** Lokasi Kegiatan Penelitian (A) Peta Citra & (B) Peta Geologi

Penambangan pasir menggunakan mesin pertama kali dimulai pada tahun 2015. Usaha pertambangan pasir di Kecamatan Kusambi ini dilakukan karena sumber bahan galian industri © berupa komoditi pasir dinilai prospek dan potensial. Lahan untuk pengambilan pasir di Kecamatan Kusambi adalah lahan umum sehingga siapapun boleh mengambil pasir.

Beberapa tahapan dalam kegiatan penambangan pasir yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap ini didahului dengan aktivitas pengangkutan yang digunakan pada saat melakukan penambangan. Alat yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu perahu, mesin penyedot pasir, bahan bakar, pompa air, dan pipa.



**Gambar 2.** Proses Pengambilan dengan Mesin Penyedot

Mesin penyedot sebagai alat untuk mengambil pasir yang berada di dasar laut atau sungai. Pompa air sebagai alat untuk memompa air yang mengendap di dalam perahu tempat penampungan pasir agar beban perahu sedikit berkurang .

2. Tahap Penggerukan/Penyedotan batupasir

Cara penambangan pasir menggunakan alat penyedot pasir yaitu menurunkan pipa ke dasar laut atau sungai. Kemudian, alat akan menarik pasir yang naik dan masuk



kedalam mesin dan mengalami proses pemisahan pasir dengan material lainnya. Kemudian pasir akan langsung di pindahkn kedalam perahu/tempat yang telah disediakan di pinggir pantai atau sungai sebagai penampung pasir melalui pipa (Gambar 1 -> tahap 2).

3. Tahap Pengangkutan dan Pemuatan

Hasil sedotan pasir akan di simpan di perahu dan di bawah di tempat penampung sementara. Muatan kapal berisi pasir dengan jumlah yang banyak dilakukan pada saat air laut pasang begitu pula ketika pada saat surut pengangkutan tetap dapat dilakukan.



**Gambar 3.** Proses Pemuatan dan Penyimpanan Bahan Galian Pasir

4. Tahap Penyimpanan

Tahap ini adalah tahap akhir sebelum bahan galian sampai ke konsumen. Namun, di beberapa pihak langsung mengirim pasir ke pembeli.

**b. Hasil Kajian Gambaran Umum Pemasaran Bahan Galian Batupasir**

Kondisi ekonomi masyarakat lokal umumnya berkerja sebagai nelayan. Namun, tekanan ekonomi membuat pengalihan pekerjaan dari nelayan kepertambangan batupasir. Secara umum, tahapan kegiatan pemasaran tambang rakyat batupasir sebagai berikut:

1. Konsumen

Konsumen di daerah penelitian tidak menetap. Dari hasil penelitian didapatkan beberapa kelompok target *supply* bahan galian batupasir di sekitar lokasi penambangan di tunjukan pada Tabel 2

**Tabel 2** Klasifikasi Konsumen daerah Penelitian

No	Konsumen	Kondisi/asal
1	Masyarakat Lokal	Kec. Kosambi, Kec. Napanokosambi, Kec. Lawa, Kec. Sawirgading, Kec. Wedaga, Kec. Toworo
2	Perusahaan Konstruksi	Beli Putus
3	Pemerintah daerah	Beli Putus

2. *Demand* (permintaan)

Permintaan rata-rata sekitar 4 rit – 7 rit per bulannya. Jika di konversi dalam bentuk tonase, pelaku penambang dapat menerima permintaan sekitar 28 ton sampai 49 ton perbulannya.

3. Penambangan

Kegiatan merupakan kegiatan mengambil bahan galian batupasir dengan cara di keruk dan disedot dari dalam laut dan sungai. Kegiatan penambangan terdiri dari tahap persiapan, penggerukan/penyedotan, pengangkutan dan penyimpanan. Kegiatan



penambangan tidak terjadi secara kontinu karena terikat pada permintaan konsumen.

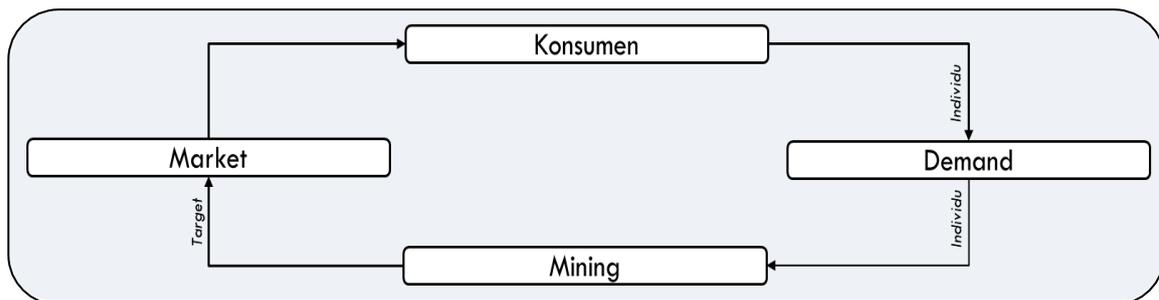
#### 4. *Market*

Dari hasil pengamatan transaksi jual beli terjadi secara 2 arah yaitu individu penambang dengan konsumen langsung. Hal ini dilakukan karena, tidak adanya hak kepemilikan area penambangn secara pribadi. Berdasarkan pengamatan, harga jual per rit bahan galian batupasir tergantung jauh dekatnya lokasi konsumen.

**Tabel 3** Biaya Penjualan Bahan Galian Batupasir Tiap Kecamatan

No	Kecamatan	Harga/rit
1	Kosambi	Rp. 500.000
2	Napanokosambi	Rp. 500.000
3	Lawa	Rp. 600.000
4	Sawergading	Rp. 600.000
5	Wadaga	Rp. 650.000
6	Tiworo	Rp. 700.000

Berdasarkan hasil pengamatan diperoleh model pemasaran bahan galian batupasir seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.



**Gambar 4.** Model Kegiatan Pemasaran Bahan Galian Batupasir Daerah penelitian

### Pembahasan

#### a. Analisis Situasi dan Permasalahan

Beberapa hal yang menjadi konsen permasalahan kegiatan tambang rakyat batupasir daerah penelitian ditunjukkan beberapa hal berikut:

##### 1. Teknologi Pertambangan

Keterbatasan modal dan investasi membuat masyarakat tidak dapat memenuhi permintaan konsumen yang melebihi batas kemampuan produksi alat yang memadai.

##### 2. *Timing* atau Pemilihan Waktu

Di daerah penelitian tidak dilakukan pengamatan terhadap tingkat kebutuhan bahan galian terhadap konsumen. Hal ini terjadi karena tidak adanya monitoring satu arah dan tanpa adanya persiapan *buffering* bahan galian. *Buffering* bahan galian dibutuhkan untuk menyiapkan bahan galian ketika adanya permintaan kebutuhan tertentu.

##### 3. Promosi

Rakyat lokal tidak melakukan kegiatan promosi yang efektif karena tidak ada spesifikasi khusus bahan galian batupasir terkait permintaan konsumen. Hal ini yang menjadi dasar penentuan promosi di anggap tidak efektif.

##### 4. Komunikasi konsumen

Komunikasi antara konsumen dan pelaku tambang hanya terjadi secara satu arah. Sehingga, produk hasil tambang hanya diketahui oleh beberapa pihak saja.

Komunikasi juga dianggap penting untuk menjaring buyer sebagai konsumen. Disisi lain, tidak adanya wadah yang menyediakan sarana komunikasi yang baik antara penambang dan *buyer*(konsumen).

#### 5. Legalitas

Legalitas lokasi penambangan di daerah penelitian tidak jelas/tidak ada dan hak kepemilikan di miliki oleh semua warga lokal. Dengan kondisi tersebut penambangan tidak terstruktur dengan baik. Hal ini membuat pemasaran bahan galian berbasis kontrak tidak dapat dilakukan karena tidak adanya legalitas lokasi penambangan.

#### b. Solusi Permasalahan

Berdasarkan hasil penelitian berikut beberapa *improvement* penunjang pemasaran yaitu:

##### 1. Klasifikasi Konsumen

Klasifikasi konsumen penting dalam menentukan skala prioritas penjualan. Konsumen dengan tingkat kebutuhan yang tinggi bisa menjadi target utama dalam pemasaran. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam kegaitan ini adalah legalitas konsumen, *improvement* teknologi dan koperasi penambangan

##### 2. *Management Demand*

*Management Demand* memungkinkan pengaturan *supply* bahan galian berdasarkan skala prioritas konsumen.

##### 3. Koperasi

Lembaga ini menjadi badan struktur kegiatan bertambang selain perusahaan. Koperasi sebagai penghimpun para pelaku penambang dalam satu wadah. Koperasi menjadi manajemen utama dalam mengatur SOP kegiatan penambang, pelaku tambang dan konsumen.

##### 4. *Mining Improvement*

Salah satu isu dari kegiatan penambangan adalah masalah lingkungan. Berdasarkan kondisi tersebut, solusi utama penanganan terkait lingkungan adalah *improvement* teknologi dan *improvement* SOP penambangan harus dilakukan.

##### 5. *Market Plan*

Metode *market plan* dalam penelitian ini adalah menggunakan *analysis* SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4** *Market Plan Analysis SWOT*

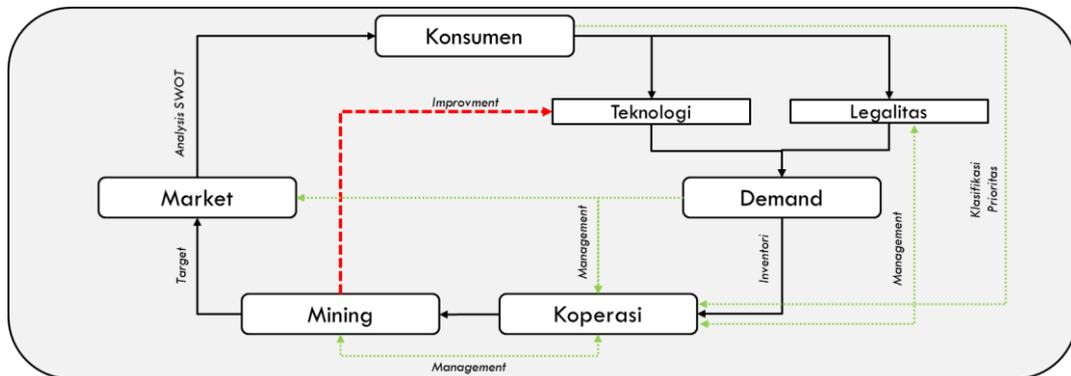
S dan W	STRENGTHS – S	WEAKNESSES – W
	1. Kompetensi <i>leader</i> koperasi yang baik	1. Keterikatan dengan pemilik lahan
	2. Modal yang cukup	2. hubungan antara penambang dan konsumen kurang
	3. Pengalaman dalam penambangan pasir	3. Belum memiliki SDM yang cukup
	4. menjalin hubungan baik dengan swasta, pemda, dan pemilik lahan.	4. kurang mengenal konsumen
	5. Lokasi	
OPPORTUNITIES – O	SO STRATEGIES	WO STRATEGIES
1. Diterimanya keberadaan Penambang	1. Menjalin kerjasama formal dengan Pemda maupun perusahaan swasta(O1, S4)	1. Mempersiapkan SDM dari warga lokal/setempat (O2, W4)
2. Adanya pasokan SDM dari masyarakat lokal	2. merancang regulasi sesuai dengan aturan yang ada (O3, S5)	2. memiliki hubungan dengan konsumen yang ada (W4, O1)
3. Aturan jarang berubah	3. Merencanakan produksi semaksimal mungkin untuk memenuhi kebutuhan (S3, O2)	3. Menjalin hubungan baik dengan penambang (W2, O1)
4. Kebutuhan pasir sangat besar	4. Menggunakan modal kerja sesuai dengan kebutuhan usaha (S2, O4)	4. Berusaha beroperasi secara maksimal sesuai dengan



THREATS – T	ST STRATEGIES	WT STRATEGIES
1. Harga minyak yang tinggi dan fluktuatif	1. Menjalin hubungan yang baik agar mendapatkan kepercayaan dengan penambang (S1, S3, T4)	1. Menjalin hubungan dengan pemilik mesin dan alat berat untuk pembayaran (W2, T4)
2. Gangguan alam, seperti hujan pada musim	2. Adanya analisa pengamatan untuk prediksi harga minyak (S1, T1)	2. Menjalin hubungan dengan pemilik minyak untuk mendapatkan fasilitas pembayaran secara kredit (W2, T1)
3. penghujan	3. Penerapan hasil analisis harga minyak pada penetapan harga jual pasir (S1, T1, T2)	
4. Harga sewa alat-alat yang dibutuhkan cukup mahal	4. Menghentikan produksi apabila terjadi hujan (S1, T3)	

c. Rekomendasi Model Pemasaran

Berdasarkan hasil pengamatan dan hasil pembahasan, rekomendasi model pemasaran ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Model Rekamaya Pemasaran

KESIMPULAN

Tahapan kegiatan penambangan batupasir daerah penelitian terdiri atas persiapan, pengerukan/penyedotan, pemuatan dan penyimpanan. Belum adanya pelatihan dan bimbingan teknis yang baik terkait kaidah pertambangan yang baik dan benar.

Melihat dari kondisi penjualan batu pasir, biaya yang dikenakan setiap 1 rit material galian batupasir tergantung kondisi dan lokasi pengiriman produk jualan ke konsumen. Kegiatan pemasaran yang dilakukan tambang rakyat batupasir di daerah penelitian belum menerapkan *market plan* yang efektif.

Berdasarkan kondisi eksisting daerah penelitian, maka rekomendasi model pemasaran berfokus di beberapa aspek penting yaitu, legalitas lokasi penambangan dan legalitas pembeli, *improvement* teknologi, penyediaan lembaga koperasi dan menerapkan *market plan* berdasarkan *analysis SWOT*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan syukur kepada seluruh pihak yang telah berbagai pikiran, tenaga dan meluangkan waktu, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dan terselesaikan dengan baik.

PUSTAKA

- Amir, M.K., Priyana, Y.L.O., Dzakhir, L.O., Shaddad, A.R., Aldiyansyah, Kadar, M.I., 2021. *Analisis Kualitas pH dan TSS Air Limbah Penambangan Bijih Nikel PT Prima Utama Lestari di Desa Ussu, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Timur*. Jurnal Geomine, 9 (3): 267-274.
- Amirullah, R., Widodo, S., Bakri, H., Amir, M.K., 2022. *Analisis Kandungan Air yang Terdapat Dalam Aspal Lunak Berdasarkan Pengaruh Geologi*. Mining Science and Technology Journal, 1 (1): 11 – 19
- Cravens W. D., 2003, “*Strategi Marketing* (Edisi 7.). The McGraw-Hill Companies, Inc. Hunger, David. J. & Wheelen, Thomas, L. 1996.”*Manajemen Strategis*”, Terj - Agung Yulianto. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Henry Simamora, 2000, “*Manajemen Pemasaran Internasional*”, Surabaya: Pustaka Utama
- Ido I., 2019, “*Dampak Usaha Kegiatan Pertambangan Pasir terhadap Perubahan Mata Pencaharian di Kabupaten Muna Barat*”, FKTP, UHO; Kendari.
- Kotler, P., & Keller, K. L.. 2009, “*Manajemen Pemasaran Terjemahan Bob Sabran*”, (Edisi Keti). Erlangga.
- Krugman, Paul R dan Maurice Obstfeld, 1994, “*Ekonomi Internasional :Teori dan. Kebijakan*”, Jakarta, PT Rajagrafindo Persada
- Leksono, S., 2013, “*Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi Dari Metodologi ke Metode*”, PT Raja Grafindo Persada
- Sastradipoera, Komaruddin, 2003, “*Manajemen Marketing*”
- Setiyawan, 2018, “*Relationship Marketing dalam Membangun Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Paket Data. Arthavidya*”. 20(2), 130–140.
- Sudirman, 2012, “*Strategi pemasaran Pulsa Elektrik Pada PT XL Axiata TBK Makassar*”. Jurnal Docioscientia Kopertis Wilayah XI Kalimantan. Vol. 2 No. 1, 2(1), 14–2.
- Susetyo, 2016, “*Makalah Pertambangan*”. Jurnal Online.
- Wheelen, Thomas L and J. David Hunger., 2012, “*Pearson International Edition Strategic Management and Business Policy*”, United States of America: Pearson.
- Wulandari dkk, 2018, “ *Strategi Bersaing Penambangan Pasir dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan*”, Prodi Menejemen, Unwisma: Malang
- <http://www.mongabay.co.id/2016/08/10/fokus/liputan-kemeluttambang-pasir-hitam-lumajang-bagian-2/> diakses tanggal 28 Mei 2017)