

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Pemilik Perusahaan¹

Nama : Juladi
TTL : Pati, 24 Mei 1978
Nama Orang tua : Ibu Suriph dan Bapak kasno
Saudara kandung : Kitri Anita Sari
Istri : Tri Fitrianingrum
Anak : Riski Utomo Adi dan Arsyia
Aditya Putra
Tempat Tinggal : Ds Sekarkurung, Muktiharjo
Rt/Rw 04/03, Kecamatan Margorejo Kabupaten Pati
Pendidikan : SMP PGRI Pati
Tempat belajar bisnis : Dimanapun, karena tempat belajar adalah dari pengalaman
Pekerjaan : Wirausahawan

2. Sejarah Berdirinya Usaha Mie Segar Riski Barokah

Tahun 2007 merupakan awal berdirinya usaha pembuatan Mie Riski Barokah yang dirintis oleh Bapak Juladi. Sebelum merintis usaha pembuatan mie, Bapak Juladi awalnya merupakan buruh di salah satu usaha pembuatan mie. Selama 13 tahun menjadi karyawan, keluar pemikiran ingin membuat usaha sendiri agar kehidupan bisa maju. Ide untuk membuat usaha mie sendiri dikarenakan adanya saran dari konsumen yang Bapak Juladi layani ketika menjadi karyawan. Konsumen menyarankan Bapak Juladi untuk membuka usaha sendiri yang agar dapat meningkatkan ekonomi keluarga. Saran dari konsumen tersebut tidak serta merta dilaksanakan oleh Bapak Juladi, karena takut akan resiko yang akan

¹ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip.

dihadapi. Setelah berbagai pertimbangan kemudian Bapak Juladi mempunyai tekad untuk membuka usaha sendiri yang di bantu dengan rekan kerja lamanya.²

Asal mula nama Riski Barokah diambil nama depan anaknya yang bernama Riski yang artinya semoga mendapat Riski yang banyak dan kata Barokah semoga usahanya mendapatkan keberkahan dunia dan akhirat. Awal merintis sendiri banyak kendala yang harus dihadapi oleh Bapak Juladi dari permodalan. Untuk mengatasi tersebut Bapak Juladi menyertakan anggota keluarga untuk pengadaan modal. Modal usaha yang digunakan bukan berasal dari modal pribadi saja, namun modal usaha juga berasal dari anggota keluarga. Minimnya modal pada awal pendirian berdampak pada rendahnya jumlah produksi hal ini dikarenakan modal untuk membeli bahan baku sangat minim. Pada awal pendirian Bapak Juladi dibantu oleh istri sebagai kasir dan satu orang karyawan bagian produksi, sehingga tak jarang Bapak Juladi turun sendiri dalam proses produksi maupun pelayanan penjualan. Saat ini Bapak Juladi mampu memperkerjakan empat orang karyawan.³

3. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada perusahaan yang berlokasi di Jln. Kol. Sunandar Pati. Perusahaan yang akan dijadikan objek penelitian adalah Usaha Mie Riski Barokah yang berlokasi di ruko pasar Puri baru dengan luas 3 x 6, yang buka dari pukul 07.00 sampai pukul 12.00 wib.⁴

² Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip.

³ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

⁴ Hasil observasi di tempat usaha Mie Riski Barokah, 26 April 2020

4. Visi dan Misi, Tujuan dan Struktur usaha Mie Riski Barokah

Menjalankan suatu usaha, seorang pemilik usaha pasti memiliki visi dan misi untuk menjadi patokan dalam usahanya. Visi dan misi dari usaha Mie Riski Barokah adalah sebagai berikut:⁵

a. Visi

Membangun usaha yang berorientasi tidak hanya kehidupan duniawi namun juga kehidupan akhirat.

b. Misi

- 1) Meningkatkan kebutuhan konsumen dengan kualitas yang baik.
- 2) Menghasilkan laba yang pantas untuk mendukung pengembangan usaha.
- 3) Menanamkan kejujuran dalam bekerja untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

c. Tujuan

Tujuan didirikannya Mie Riski Barokah yaitu mencari keuntungan, sama dengan perusahaan-perusahaan lainnya yang juga mencari keuntungan sebagai salah satu tujuan yang ingin dicapai, mencari profit atau keuntungan yang halal dan berkah dan juga melakukan usaha sesuai dengan ajaran dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW.

5. Struktur Organisasi

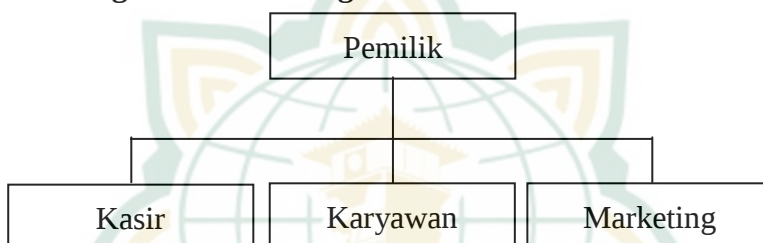
Untuk dapat menjamin kelancaran kerja suatu usaha, diperlukan adanya pembagian tugas, tanggung jawab dan wewenang secara jelas di dalam usaha, kesimpang siuran dalam melaksanakan pekerjaan, tanggung jawab dan wewenang masing-masing bagian dapat diatasi melalui struktur dapat dilaksanakan secara efektif, terarah dan terawasi.

⁵ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip.

Untuk memenuhi syarat pengawasan yang baik hendaklah dalam struktur organisasi terdapat pemisah fungsi-fungsi yang dilakukan secara tepat, akan menentukan tanggung jawab kedalam bagian-bagian.

Susunan personalia Usaha Mie Riski Barokah adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1
Bagan Struktur Organisasi Mie Riski Barokah⁶



Keterangan:

- a. Pendiri (Pemilik), mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:
 - 1) Tugas:
 - a) Bertanggung jawab atas keberlangsungan usaha.
 - b) Bertanggung jawab atas marketing atau pemasaran usaha.
 - c) Bertanggung jawab terhadap manajemen usaha (manajemen personalia dan produksi).
 - 2) Wewenang:
 - a) Memberi perintah dan tugas serta menilai pelaksanaan kerja karyawan.
 - b) Menentukan tujuan pelaksanaan kerja yang realistis (dalam artian kualitas, kuantitas, keamanan dan sebagainya).
 - c) Mengubah tujuan karyawan sehingga tujuan mereka bisa berguna secara organisator.

⁶ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip.

- b. Kasir, mempunyai tugas dan wewenang:
 - 1) Tugas:
 - a) Menjalankan penerimaan uang dari *buyer*
 - b) Melaksanakan pembayaran usaha.
 - c) Membuat laporan *stock* bahan dan barang jadi setiap bulan.
 - 2) Wewenang:
 - a) Mengendalikan keuangan usaha.
 - b) Mengawasi segala bentuk transaksi usaha.
 - c) Mengeluarkan tanda terima pembelian bahan.
- c. Karyawan, tugas dan wewenangnya yaitu:
 - 1) Tugas:

Menyelesaikan bahan yang harus dibuat untuk dapat segera dipasarkan.
 - 2) Wewenang:

Mentaati peraturan usaha.
- d. Marketing:
 - 1) Tugas:

Bertanggung jawab memasarkan produk dari perusahaan.
 - 2) Wewenang:

Menentukan daerah pemasaran produk.

6. Sistem Pemasaran

Pemasaran sangat penting dunia usaha, sebab berhasil tidaknya pemasaran akan menentukan kelangsungan hidup suatu usaha. Aktifitas pemasaran Mie Riski Barokah dilakukan dengan cara:⁷

- a. Pembelian secara nyata yaitu adanya transaksi jual beli dimana penjual dan pembeli bertemu secara langsung dalam satu tempat. Transaksi dilakukan dengan cara konsumen bertemu langsung untuk membeli mie di kios Mie RiSki Barokah.

⁷ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip.

- b. Pembelian secara virtual atau maya, yaitu adanya transaksi jual beli dimana penjual dan pembeli tidak bertemu langsung. Transaksi ini dilakukan cara konsumen menggunakan alat komunikasi seperti handphone untuk memesan mie kepada pemilik Mie Riski Barokah

Untuk meluaskan daerah pemasarannya Mie Riski Barokah, pemilik melakukan dengan cara membuka caban-cabang di tempat yang strategi khususnya di sekitar kabupaten Pati. Pembukaan cabang-cabang baru dilakukan agar dapat mendekatkan diri kepada konsumen.⁸

B. Data Penelitian

1. Pengelolaan Usaha Mie Riski Barokah Pati

Mie merupakan salah satu bahan makanan pokok yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Data menunjukkan Indonesia merupakan negara dengan konsumsi mie terbesar kedua setelah China. Melihat besarnya pangsa pasar industri mie tersebut, memunculkan usaha-usaha dalam pembuatan mie. Salah satu usaha pembuatan mie adalah usaha dagang dengan merek Mie Riski Barokah. Usaha Mie Riski Barokah merupakan usaha kecil yang bergerak dalam pembuatan mie segar yang nantinya akan diolah menjadi menu utama seperti mie ayam atau sebagai pelengkap seperti di dalam hidangan bakso.

Saat ini banyak muncul usaha-usaha pembuatan mie segar. Bukan hal yang mudah bagi pemilik Mie Riski Barokah untuk bersaing mendapatkan pelanggan. Adanya pengelolaan yang tepat dari pemilik Mie Riski Barokah sehingga membuat usahanya dapat bertahan di dalam persaingan industri mie basah. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Juladi selaku pemilik Mie Riski Barokah:

⁸ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

“Persaingan usaha mie segar di pasaran cukup ketat, apalagi di Pasar Puri ini ada 3 usaha sejenis ditambah lagi belum pasar-pasar lainnya di kabupaten Pati, tetapi dari semua sepandai-pandainya kita mengelola usaha akan ada celah yang dapat kita manfaatkan untuk bertahan dan menjaring konsumen lebih besar.”⁹

Pengelolaan usaha yang baik merupakan kunci utama Mie Riski Barokah bertahan dalam persaingan usaha mie segar. Pengelolaan ini meliputi:

a. Pengelolaan bahan baku

Usaha yang bergerak dalam bidang produksi terlebih untuk usaha makanan ketersediaan bahan baku adalah hal yang paling utama. Adanya ketersediaan bahan baku maka produksi akan terus berputar. Dalam ketersediaan bahan baku, pemilik Mie Riski Barokah memegang kendali atas pembelian bahan baku dari pemasok. Seperti yang dikatakan Bapak Juladi:

“Segala aktivitas pembelian bahan baku dipegang oleh saya. Saya berusaha untuk mendatangkan bahan baku dari produsen langsung. Mendapatkan bahan baku langsung dari produsen akan dapat menjamin kualitas bahan serta mengantisipasi apabila terdapat kenaikan harga yang sangat signifikan sehingga harga jual mie masih dapat terjangkau konsumen.”¹⁰

Hal sama juga diungkapkan oleh Tri Fitrianingrum kasir Mie Riski Barokah. Dia menyatakan mengenai penyediaan bahan baku:

“Biasanya pemilik membeli bahan baku langsung kepada produsen dengan jumlah pemesanan yang besar. Pengadaan bahan baku seluruhnya dipegang oleh

⁹ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

¹⁰ Juladi, wawancara oleh penulis, 26 April 2020, wawancara, transkrip

pemilik, dan saya bertugas membayar apabila terdapat tagihan dari supplier dengan sepengetahuan pemilik.”¹¹

Khumaidi selaku karyawan Mie Riski Barokah mengungkapkan bahwa:

“Bahan baku pembuatan mie biasanya dipasok oleh supplier yang langsung datang ke kios dengan jumlah yang sangat banyak. Pengiriman bahan baku biasanya seminggu sekali.”¹²

b. Pengelolaan produksi

Proses produksi merupakan langkah penting untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Untuk itu tahapan-tahapan dalam pengelolaan bahan baku menjadi barang jadi menjadi perhatian khusus dari pemilik Mie Riski Barokah. Seperti yang diungkapkan Bapak Juladi:

“Saya akan mengawasi penuh tahapan pembuatan mie mulai dari pencampuran bahan baku, pengepresean campuran hingga perajangan menjadi mie. Untuk itu saya membeli beberapa mesin yang terpisah mulai dari mesin molen untuk membuat adonan campuran bahan baku. Mesin pengepresen untuk mengepress adonan supaya menjadi lempengan tipis dan mesin perajang untuk merajang mie sesuai dengan ukuran pemesan.”¹³

Hal yang sama dikatakan oleh Dimas salah satu karyawan Mie Riski Barokah lainnya yang mengungkapkan:

“Langkah awal pembuatan mie adalah pencampuran bahan baku dalam satu campuran yang kemudian diaduk melalui mesin molen. Setelah bahan menjadi kalis dan tercampur, langkah selanjutnya adalah pengepresen adonan dalam mesin pres yang dilakukan secara berulang-ulang. Setelah kekenyalan bahan pas,

¹¹ Tri Fitrianingrum, wawancara oleh penulis, 26 April 2020, wawancara, transkrip.

¹² Khumaidi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

¹³ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

langkah selanjutnya adalah perajangan ke dalam bentuk mie dengan bantuan mesin perajangan dimana ukuran disesuaikan dengan pesanan konsumen. Keseluruhan proses produksi akan diawasi oleh pemilik.”¹⁴

Hal yang sama juga dituturkan oleh Khumaidi salah karyawan Mie Riski Barokah. Ia menyatakan:

“Proses pembuatan mie diawali pencampuran bahan baku di mesin molen kemudian pengepresan terhadap adonan pada mesin press dan perajangan pada mesin perajangan untuk membuat mie yang selalu diawasi oleh pemilik.”¹⁵

c. Pengelolaan sumber daya manusia

Sumber daya manusia merupakan bagian penting dari suatu perusahaan. Berkembang atau tidaknya suatu perusahaan tergantung dari pengelolaan sumber daya manusia. Perusahaan yang dapat mengelola sumber daya manusia (karyawan) dengan baik akan dapat menciptakan kekuatan yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan itu sendiri. Sebagaimana pada Mie Riski Barokah, karyawan mempunyai peranan penting dalam keberlangsungan usaha, untuk itu pemilik tidak segan-segan mendudukan karyawan sebagai mitra dari pemilik itu sendiri. Seperti yang diungkapkan Bapak Juladi:

“Mie Riski Barokah memiliki 4 orang karyawan. Mie Riski Barokah memandang karyawan adalah mitra. Untuk itu segala kebutuhan karyawan akan saya penuhi sehingga karyawan akan bekerja maksimal. Terpenuhinya kebutuhan karyawan akan berdampak terhadap loyalitas karyawan itu sendiri. Dari 4 karyawan yang ada 2 karyawan merupakan karyawan lama yang ada sejak Mie Riski Barokah berdiri sedangkan 2 lainnya

¹⁴ Dimas, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

¹⁵ Khumaidi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

merupakan karyawan yang sudah bekerja lima tahun belakangan”¹⁶

Hal sama juga diungkapkan oleh Tri Fitrianingrum kasir Mie Riski Barokah. Dia menyatakan :

“Karyawan yang ada di Mie Riski Barokah merupakan 2 karyawan yang ada sejak berdirinya dan 2 merupakan karyawan baru. Karyawan biasanya digaji setiap hari dengan gaji di atas rata-rata gaji harian UMR. Selain itu setiap hari raya karyawan akan mendapatkan THR serta bingkisan dari pemilik”¹⁷

Khumaidi selaku karyawan Mie Riski Barokah mengungkapkan bahwa:

“Saya sudah bekerja di Mie Riski Barokah sejak awal berdirinya. Saya betah bekerja disini disamping gaji yang saya terima dapat memenuhi kebutuhan keluarga juga sikap pemilik yang menganggap karyawan seperti keluarga sendiri.”¹⁸

Hal yang sama dikatakan oleh Dimas salah satu karyawan Mie Riski Barokah lainnya yang mengungkapkan.

“Pemilik menganggap karyawan sebagai bagian keluarganya sehingga kami yang bekerja baik yang sudah lama dan baru merasa betah. Disamping itu dalam pemberian upah, selain mempertimbangkan lama bekerja juga memperhatikan kinerja karyawan itu sendiri, dimana upah yang kami terima cukup untuk memenuhi kebutuhan. Ada juga pemberian THR pada hari raya dan pembagian bingkisan untuk semua karyawan”¹⁹

¹⁶ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

¹⁷ Tri Fitrianingrum, wawancara oleh penulis, 26 April 2020, wawancara, transkrip.

¹⁸ Khumaidi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

¹⁹ Dimas, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

d. Pengelolaan pemasaran

Salah satu faktor utama yang membuat bertahan atau tidaknya suatu usaha adalah dengan faktor pemasaran. Faktor pemasaran sangat penting dilakukan usaha karena adanya pemasaran barang produksi/jasa dapat sampai kepada konsumen. Seperti yang diungkapkan Bapak Juladi:

“Dalam memasarkan produk kami menggunakan dua cara yaitu bertemu langsung dan pemesan melalui telepon. Cara pertama yaitu konsumen datang langsung ke kios kami dan kami akan melayani sesuai dengan keinginan konsumen tersebut, biasanya penjualan dilakukan mulai jam 07.00 WIB sampai dengan pukul 12.00 WIB. Cara kedua yaitu pembelian melalui pesanan, dimana konsumen akan memesan melalui telepon kemudian kami akan mengantarkan barang tersebut ke alamat konsumen, untuk mengirimkan barang tersebut saya menyediakan satu unit motor sebagai alat transportasinya.”²⁰

Hal sama juga diungkapkan oleh Tri Fitrianingrum kasir Mie Riski Barokah. Dia menyatakan :

“Biasanya konsumen akan membeli langsung ke kios kami dari pukul 07.00 WIB sampai dengan 12.00 WIB. Pembeli akan memesan mie dengan berat dan ukuran tertentu setelah itu akan membayarnya di kasir”²¹

Khumaidi selaku karyawan Mie Riski Barokah mengungkapkan bahwa:

“Pembeli yang dekat biasanya akan membeli langsung ke kios dari jam 07.00 sampai 12.00. Adapun pembeli yang jaraknya jauh akan memesan kemudian

²⁰ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

²¹ Tri Fitrianingrum, wawancara oleh penulis, 26 April 2020, wawancara, transkrip.

kami akan mengirimkan ke alamat pemesan. Tetapi ada juga pembeli yang jauh membeli langsung ke kios”.²²

Hal yang sama dikatakan oleh Dimas salah satu karyawan Mie Riski Barokah lainnya yang mengungkapkan:

“Sebagian besar konsumen membeli langsung ke kios kami mulai dari pukul 07.00 sampai 12.00 dan langsung dilayani. Adapun pembeli yang melalui pesanan akan dicatat terlebih dahulu kemudian setelah ada beberapa pesana yang datang kami akan mengirimkan barang tersebut.”²³

2. Pengembangan Usaha Mie Riski Barokah

Di zaman modern saat ini, jika suatu usaha dapat bertahan dan mengembangkan usaha langkah utama adalah menumbuhkan tingkat kepercayaan konsumen. Untuk itu harus ada beberapa aktivitas yang harus diusahakan sebagai manifestasi untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen yaitu:

a. Penetapan harga yang terjangkau

Harga yaitu nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap barang dan jasa. Pemilik Mie Riski Barokah berupaya harga yang ditetapkan dapat terjangkau oleh konsumen. Seperti yang diungkapkan Bapak Juladi:

“Kami berupaya harga yang kami tetapkan dapat terjangkau bagi konsumen. Penetapan harga ini kami dasarkan atas harga bahan baku serta harga saing dari usaha sejenis juga melihat harga dari mie-mie kering produksi perusahaan besar.”²⁴

Menurut Hasan pedagang mie ayam selaku konsumen mengungkapkan bahwa:

²² Khumaidi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

²³ Dimas, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

²⁴ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

“Saya sudah lebih dari 5 tahun menjadi pelanggan Mie Riski Barokah. Harga yang ditawarkan Mie Riski Barokah sangat terjangkau, karena menyesuaikan bahan yang layak dan juga menyesuaikan harga di pasaran, jadi tidak memberatkan konsumen.”²⁵

Hal yang sama dikatakan oleh Sulis salah satu konsumen penjual bakso dan mie mengungkapkan:

“Saya mendapat informasi bahwa harga yang ditetapkan sangat terjangkau, sehingga saya mencoba untuk datang kesini dan apa yang saya terima sesuai dimana harga yang ditetapkan sangat terjangkau.”²⁶

b. Menjaga kualitas produk

Mie Riski Barokah yang merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang penjualan barang sudah tentu harus mengutamakan kualitas produk yang akan dijual. Produk yang dipasarkan adalah makanan mie segar dengan demikian usaha harus memberikan kualitas produk mie yang enak sesuai dengan selera masyarakat. Seperti yang diungkapkan Juladi:

“Pertama saya akan menjamin kehalalan bahan baku dimana saya akan membeli bahan baku yang memiliki sertifikat halal dari MUI. Selain sertifikat kehalalan, saya juga memeriksa apakah bahan baku yang kami beli memiliki ijin dari BPOM serta memiliki waktu kadaluarsa yang masih lama minimal 6 bulan dari masa kadaluarsa. Kualitas dan kebersihan dari mie yang kami hasilkan akan di jaga sebaik mungkin agar konsumen puas. Karena itulah saya mengawasi langsung proses produksi untuk memastikan bahwa tidak ada bahan-bahan yang berbahaya bagi kesehatan yang kami gunakan sehingga kualitas dan kebersihan mie akan tetap terjaga dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari sertifikat dari Dinas

²⁵ Hasan, wawancara oleh penulis, 25 April 2020, wawancara, transkrip.

²⁶ Sulis, wawancara oleh penulis, 25 April 2020, wawancara, transkrip

Kesehatan Pati bahwa produk yang kami hasilkan tidak mengandung formalin yang dapat membahayakan kesehatan konsumen”²⁷

Menurut Hasan pedagang mie ayam selaku konsumen mengungkapkan bahwa:

“Saya percaya terhadap produk mie Riski Barokah karena kehalalnya serta adanya sertifikat kesehatan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Selain itu, kualitas mie yang dihasilkan berbeda dengan mie-mie lainnya. Mie Riski Barokah mempunyai tekstur yang kenyal tetapi tidak terlalu keras dan dapat mengembang dengan baik dengan rasa enak”²⁸

Hal yang sama dikatakan oleh Sulis salah satu konsumen penjual bakso dan mie mengungkapkan.

“Mie dihasilkan kekenyalannya pas dan memiliki rasa yang berbeda dibandingkan dengan mie-mie yang dihasilkan di tempat lain. Selain kualitas tersebut unsur kehalalan dan aman bagi kesehatan merupakan alasan utama kami menggunakan mie basah Riski Barokah.”²⁹

c. Kualitas pelayanan

Mie Riski Barokah melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Dengan bersikap ramah dan cepat dalam pelayanan, pelanggan akan merasa sangat senang. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Dimas selaku karyawan yaitu:

“Kalau ada pembeli dilayani dengan ramah, pesanan dari konsumen langsung kita kerjakan sehingga konsumen tidak akan menunggu lama yang akan

²⁷ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

²⁸ Hasan, wawancara oleh penulis, 25 April 2020, wawancara, transkrip.

²⁹ Sulis, wawancara oleh penulis, 25 April 2020, wawancara, transkrip

berdampak terhadap loyalitas konsumen, dimana sebagian besar konsumen merupakan pelanggan tetap.”³⁰

3. Strategi Pengembangan Usaha pada Mie Riski Barokah

Bukan hal yang mudah bagi Mie Riski Barokah untuk bersaing mendapatkan pelanggan. Mie Riski Barokah membutuhkan strategi yang baik agar dapat memenangkan persaingan dan menarik perhatian pelanggan. Salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh Mie Riski Barokah adalah diferensiasi produk. Tujuan dari diferensiasi barang yaitu meluaskan dan membedakan produk yang tepat sesuai keinginan pelanggan. Seperti yang diungkapkan oleh Juladi:

“Kami berusaha untuk memenuhi keinginan konsumen salah satunya adalah dengan membuatkan konsumen mie hijau atau mie wortel yaitu mie yang salah satu bahannya sawi hijau dan juga wortel. Dan juga kami membuat dua varian baru selain mie segar yaitu pangsit dan bistik”³¹

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Dimas selaku karyawan yaitu:

“Selain mie segar kami juga membuat pangsit. Selain itu kami juga pernah membuat pesanan dari konsumen mie hijau dan mie merah.”³²

Hal yang sama dikatakan oleh Sulis salah satu konsumen penjual bakso dan mie mengungkapkan.

“Selain mie segar Mie Riski Barokah juga menghasilkan pangsit dimana saya sering membelinya

³⁰ Dimas, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

³¹ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

³² Dimas, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

serta saya juga pernah meminta untuk membuat mie hijau, dimana mereka sanggup untuk membuatnya.”³³

Konsumen Mie Riski Barokah sebagian besar adalah pedagang mie ayam yang berjualan di kota Pati dan sekitarnya. Untuk menjangkau konsumen yang lebih besar, kedepannya pemilik akan melakukan promosi yang dengan membuka cabang-cabang baru serta melibatkan pedagang-pedagang lainnya seperti pedagang ayam potong, sayuran, serta pengusaha penggilingan bakso. Seperti yang diungkapkan Juladi:

“Untuk menjangkau konsumen lebih luas lagi kami akan melakukan berbagai upaya. Salah satu upaya yang kami tempuh adalah membuka cabang-cabang baru di lokasi yang strategi serta melakukan komunikasi dan kerjasama dengan pedagang-pedagang yang dapat membantu penjualan mie seperti pedagang ayam potong, sayuran serta pengusaha penggilingan bakso. Langkah kedepannya kami akan melakukan promosi di luar Pati”³⁴

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Dimas selaku karyawan yaitu:

“Ke depannya pemilik akan berencana untuk membangun cabang baru di Tayu, Juana, juga akan membuka cabang di luar Pati.”³⁵

C. Analisis Data dan Pembahasan

1. Analisis Pengelolaan Usaha pada Mie Riski Barokah

Pengelolaan adalah segala aktivitas yang dilakukan untuk mencapai tujuan sebuah organisasi dengan cara bekerja dalam team. Adanya pengelolaan

³³ Sulis, wawancara oleh penulis, 25 April 2020, wawancara, transkrip

³⁴ Juladi, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

³⁵ Dimas, wawancara oleh penulis, 24 April 2020, wawancara, transkrip

yang baik akan membuat usaha dapat bertahan di dalam persaingan bisnis yang tidak menentu. Hal ini didasarkan bahwa sebelum menjalankan usaha, agar tujuan mudah terealisasi tentunya diperlukan pengelolaan yang diatur sebaik mungkin, dan dijalankan melalui proses yang sistematis atau suatu rangkaian aktivitas yang satu sama lainnya saling bersusulan sehingga akan mampu memberikan hasil yang maksimal.³⁶

Hasil penelitian yang dilakukan pada Mie Riski Barokah menunjukkan bahwa ketepatan dalam pengelolaan mampu membuat usaha tersebut dapat bertahan dan bersaing dalam persaingan industri mie. Pengelolaan yang dilakukan adalah:

a. Pengelolaan bahan baku

Pengelolaan bahan baku adalah langkah awal bagi industri pengolahan terutama industri makanan. Ketersediaan bahan baku akan menentukan berputar atau tidaknya produksi suatu usaha. Untuk mendapatkan bahan baku maka pemilik atau pengelola harus melakukan kendali atas pengadaan bahan baku dan juga penentuan supplier yang mampu memenuhi kebutuhan bahan baku yang dibutuhkan.

Seperti halnya pemilik Mie Riski Barokah memegang kendali atas pengadaan bahan baku. Hal ini dilakukan untuk menjamin kualitas sertaantisipasi terhadap perubahan harga bahan baku yang nantinya akan berdampak pada harga produk yang dihasilkan.

Pengelola yang memegang kendali atas pengadaan bahan baku menunjukkan adanya keseriusan pengelola untuk menjaga rantai pasokan bahan baku bagi industri yang dikelola. Atas kendali

³⁶ Didin Hafifuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah dalam Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), 78

ini pengelola akan dapat menjaga kualitas dari bahan baku serta mampu meminimalisir peningkatan harga bahan baku karena perubahan harga di pasar. Adanya kendali langsung oleh pengelola maka akan memiliki posisi lebih baik di mata supplier dibandingkan dengan memberikan kepercayaan kepada orang lain, disamping itu pengelola dapat menentukan banyak sedikit bahan baku yang dibutuhkan.

b. Pengelolaan produksi

Hasil penelitian menunjukkan pemilik mengawasi langsung produksi dari pembuatan mie segar. Hal ini dilakukan untuk dapat menjaga kualitas dari mie tersebut.

Pengawasan langsung dari pengelola maupun pemilik menunjukkan keseriusan pemilik untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Karena pemilik mengetahui bahwa apabila produk yang dihasilkan tidak berkualitas akan berdampak terhadap turunnya penjualan produk yang dapat mengancam keberlangsungan dari usaha yang dikelolanya.

c. Pengelolaan sumber daya manusia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan pada Mie Riski Barokah merupakan mitra dari pemilik usaha. Dengan menganggap karyawan sebagai mitra maka menempatkan karyawan dalam posisi yang sangat penting dalam keberlangsungan usaha. Untuk itu pemilik memberikan gaji melebihi UMR dan memberikan tunjangan serta bingkisan pada hari raya.

Karyawan merupakan merupakan bagian terpenting dalam suatu organisasi. Maju mundurnya suatu organisasi sangat ditentukan oleh kualitas dari karyawan itu sendiri. Untuk itu pemilik atau pengelola harus memposisikan karyawan sebagai salah satu aset berharga perusahaan. Agar kinerja

karyawan dalam maksimal, maka beberapa langkah yang dilakukan oleh pengelola usaha adalah dengan memberikan gaji serta insentif-insentif lainnya yang dapat meningkatkan loyalitas karyawan sehingga karyawan mampu menunjukkan kinerja yang tinggi sehingga produk yang dihasilkan akan lebih berkualitas.

d. Pengelolaan pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan ada dua cara yang dilakukan Mie Riski Barokah yaitu pembelian secara langsung ke kios dan pembelian melalui pemesanan. Kedua hal ini dilakukan agar dapat memenuhi keinginan konsumen.

Ada banyak strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menjual produk yang dihasilkan. Lazim yang digunakan pemasaran dengan adanya transaksi langsung antar pembeli dan penjual. Adanya transaksi langsung ini pembeli dapat menilai sendiri kualitas dari produk yang dihasilkan. Adanya perkembangan teknologi sistem pemasaran tidak hanya melulu interaksi fisik antara pembeli dan penjual tetapi juga dapat melalui pemesanan lewat telepon genggam salah satunya. Penentuan pemasaran tergantung kepada kemampuan atau tersedianya sumber daya perusahaan, keseragaman produk dan pasar, serta strategi pemasaran perusahaan dalam menghadapi persaingan.³⁷

Usaha merupakan salah satu kegiatan produktif yang dilakukan manusia untuk menghidupi diri dan keluarganya. Konsep usaha dalam ekonomi syari'ah islam yaitu usaha yang dilakukan tersebut tergolong usaha yang halal yang telah sesuai dengan

³⁷ Muhammad Fakhri H dan Amin Wibowo, *Sistem Informasi Manajemen* , (Yogyakarta : AMP YKPN, 2002), 16-17.

usaha mie riski barokah merupakan salah satu usaha yang dihallowkan dalam islam.³⁸

Allah sangat menyukai orang yang bekerja dan berusaha dalam kehidupannya dan dilakukan dengan baik sesuai dengan syariah Islam. Dengan kata lain usaha yang dikembangkan untuk usaha Mie Riski Barokah sudah sejalan dengan prinsip ekonomi syariah Islam. Disamping bentuk usaha, pemasaran (jual beli) juga merupakan hal yang menjadi perhatian dalam Islam. Dalam muamalah, Islam menjunjung tinggi keadilan yang merupakan salah satu dasar teori ekonomi syariah Islam.” Adil diartikan dengan *La- Tazhlim Wala Tuzhlim* (tidak menzalimi dan tidak dizalimi) dengan kata lain tidak ada pihak yang diragukan. Dalam Al-Qur’an surat An-nisaa’ ayat 29 Allah mengatakan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾ النساء :

Artinya: “Hai orang-orang yang bermain, janganlah kamu memakan harta sesama dengan jalan yang bathil. Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu janganlah kamu membunuh dirimu: sesungguhnya Allah adalah maha penyanyang kepadamu.” (Q.S. an-Nisaa’:29).³⁹

2. Analisis Pengembangan Usaha pada Mie Riski Barokah

Dengan adanya perubahan di lingkungan bisnis secara global perlu disikapi dengan kritis oleh para pebisnis dalam mengembangkan usahanya.

³⁸ Mustofa Edwin Nasution dkk, *Pengantar Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana cet. Ke-1, 2007), 17.

³⁹ Departemen Agama RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka cet. Ke-4, 1990), 107.

Perusahaan perlu melakukan berbagai upaya dalam mempertahankan konsumennya.

Hasil penelitian menunjukkan berbagai upaya telah dilakukan oleh pengelola Mie Riski Barokah dalam mengembangkan usaha. Upaya-upaya tersebut antara lain:

a. Penetapan harga yang terjangkau

Pengelola Mie Riski Barokah berupaya bahwa harga yang ditetapkan pada produknya dapat terjangkau oleh konsumen. Penetapan harga yang dilakukan didasarkan atas harga bahan baku serta melihat harga saing dari produk sejenis maupun produk lain yang menjadi ancaman bagi produknya.

Harga yaitu nominal yang diberikan oleh konsumen. Harga yang baik yaitu harga yang sesuai dengan kualitas dan kuantitasnya. Penentuan harga sangat menentukan bagi keberlangsungan suatu usaha. Apabila perusahaan salah dalam penetapan harga akan berdampak terhadap berkurangnya jumlah konsumen yang membeli produk yang dihasilkan, untuk itu dalam penetapan harga perusahaan harus berpedoman pada keekonomisan dari harga dan melihat juga harga yang ditetapkan oleh pesaing.

b. Menjaga kualitas produk

Hasil penelitian menjelaskan pengelola berupaya menjaga kualitas dari kebersihan dari produk mie yang dihasilkan dan tidak lupa kehalalan dari produk yang dihasilkan. Adanya jaminan kehalalan, kualitas dan kebersihan yang terjaga memberikan dampak yang positif kepada konsumen. Konsumen akan terpuaskan dan akan menjadi lebih loyal kepada produk yang dihasilkan.

Produk yang halal dan berkualitas akan memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang dibeli telah memenuhi syariat agama

dan aman untuk dikonsumsi terlebih untuk produk makanan. Produk yang halal dan berkualitas akan memberikan jaminan bahan baku, proses produksi yang dilakukan perusahaan telah memenuhi syariat agama dan standar keamanan dan kesehatan bagi produk makanan. Karena menghasilkan produk makanan yang halal dan berkualitas merupakan tanggungjawab produsen kepada konsumen. Adanya jaminan kehalalan dan kualitas dari produk yang dihasilkan akan memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi konsumen yang akan mampu membuat konsumen lebih loyal terhadap produk yang dihasilkan.

Menurut ajaran Islam, mengkonsumsi yang halal, suci dan baik merupakan perintah agama dan hukumnya wajib.⁴⁰ Salah satu ayat yang menjelaskan tentang hal tersebut adalah surat al-Maidah ayat 88 sebagai berikut:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ج وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾ المائدة

88 :

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (QS. Al-Ma’idah: 88)

c. Kualitas pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan adanya pelayanan yang prima yang diberikan Mie Riski Barokah untuk mempertahankan pelanggan. Pelayanan prima itu yaitu dengan memberikan senyuman ramah serta pelayanan yang cepat dimana konsumen tidak memerlukan waktu yang lama.

⁴⁰ Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal Majelis Ulama Indonesia*,(Jakarta: Departemen Agama, 2003), 1-2.

Hasilnya adalah peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam pemasaran. Pemberian pelayanan yang berkualitas akan memberikan persepsi yang baik dari konsumen. Persepsi positif dari konsumen akan memudahkan perusahaan untuk mempertahankan serta mampu membuat konsumen untuk lebih loyal terhadap perusahaan. Loyalitas ini akan berdampak pada peningkatan penjualan produk perusahaan.

3. Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada Aspek Pemasaran Mie Riski Barokah

Bukan hal yang mudah bagi Mie Riski Barokah untuk bersaing mendapatkan pelanggan. Mie Riski Barokah membutuhkan strategi yang baik supaya dapat memenangkan persaingan dan menarik perhatian pelanggan. Salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh Mie Riski Barokah adalah diferensiasi produk yaitu dengan menghasilkan produk yang diluar mie segar.

Penciptaan suatu produk baru dalam bidang makanan, rasa adalah kesan pertama yang ingin dicari oleh konsumen, rasa yang berbeda dengan lainnya membuat konsumen jadi penasaran dan ingin mencobanya. Untuk itu perusahaan harus memahami kebutuhan sang pembeli dan perilakunya secara berhati-hati. Secara keseluruhan tujuan strategi diferensiasi adalah menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan, menaikkan penjualan dan kepuasan pelanggan.

Selain dengan diferensiasi produk, Mie Riski Barokah juga melakukan promosi dengan membuka cabang-cabang baru. Pembukaan cabang baru akan dapat memperpendek jarak konsumen dengan produsen sehingga akan mengurangi tenaga yang dikeluarkan oleh konsumen. Selain itu juga serta

melibatkan pedagang lainnya yang dapat menunjang penjualan mie. Pembentukan ekosistem pasar yang baik akan dapat memperkecil persaingan dalam dunia usaha. Untuk itu dibutuhkan kerjasama yang baik antar sektor, seperti kerja sama pembuat mie dengan pedagang ayam, dimana dua sektor akan saling membantu dalam pemasaran produk dan tidak akan terjadi persaingan antar keduanya.

Strategi mengembangkan usaha Mie Riski Barokah menggunakan Strategi yang meliputi enam sikap utama dan beberapa proses yang terbebas dari keharaman. Enam sikap utama di Usaha Mie Riski Barokah dalam menjalankan usaha tidak bertentangan dengan Ekonomi Islam, bahkan dalam Islam sangat dianjurkan untuk menjaga sikap atau etika dalam berbisnis atau mengembangkan bisnis.⁴¹

Sebagaimana firman Allah yang berbunyi :

وَلِكُلِّ دَرَجَةٌ مِّمَّا عَمِلُوا ۖ وَلِيُوَفِّيَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ﴿١٩﴾ الْأَحْقَافُ :
﴿١٩﴾

Artinya: *“Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan.”* (QS. Al-Ahqaaf:19)⁴²

Dalam surat tersebut, orang-orang islam didorong untuk menggunakan hari-harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitu pula dalam berusaha dilarang melakukan perbuatan curang dan memakan *riba*.⁴³

⁴¹ Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika dengan Realitas*, (Malang: UIN-Malang Press, 2009), 79.

⁴² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, 504.

⁴³ Mardani, *Hukum Bisnis*, 79.

4. Analisis SWOT Pengelolaan dan Pengembangan pada Usaha Mie Riski Barokah

Berdasarkan hasil deskripsi mengenai pengelolaan, pengembangan dan strategi pengembangan pada usaha Mie Riski Barokah dapat dianalisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan adanya ancaman dengan matrik SWOT sebagai berikut:



Tabel 4.1
Matrik SWOT Mie Riski Barokah

Internal Eksternal	Kekuatan (S) Produk halal dan berkualitas Harga yang bersaing Loyalitas SDM Lokasi yang strategis	Kelemahan (W) Manajemen tradisional Minimnya promosi Wilayah distribusi masih terbatas
	Peluang (O) Loyalitas konsumen Perkembangan dunia kuliner Pangsa pasar mie yang luas	Strategi SO Mempertahankan kehalalan dan kualitas dan menetapkan harga yang bersaing Meningkatkan produksi Mengembangkan diversifikasi produk
	Ancaman (T) Kenaikan harga bahan baku Banyaknya produk mie instan Adanya usaha yang sejenis	Strategi WT Memproduksi mie sesuai jumlah pesanan Menjual produk mie melalui pedagang lain

a. Strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*)

Strategi ini adalah untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi yang dapat digunakan yaitu mempertahankan unsur kehalalan dan kualitas serta menjaga keterjangkauan harga. Kehalalan, kualitas dan harga yang terjangkau akan

dapat meningkatkan loyalitas konsumen disamping itu juga akan meningkatkan penjualan dengan pesatnya perkembangan dunia kuliner dan pangsa pasar mie yang semakin luas. Selain itu dengan meningkatkan produksi akan dapat memenuhi kebutuhan mie di pasar luas dan juga pengembangan diversifikasi produk untuk memenuhi industry kuliner yang terus meningkat.

b. *Strategi S-T (Strenghts-Treathts)*

Strategi ini adalah untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi yang dapat digunakan yaitu dengan menciptakan suatu membeli bahan baku langsung produsen. Pembelian bahan baku ke produsen akan dapat menjaga keterjangkauan harga di tingkat konsumen juga dapat menjaga kualitas yang dapat mengurangi kenaikan harga bahan baku juga untuk meminimalisir persaingan harga dengan pesaing.

Selain itu produsen harus menciptakan produk dengan bentuk dan inovasi produk. Hal ini dapat menambah konsumen baru sehingga dapat meningkatkan produksi dan penjualan produk disamping itu menjaga dari ancaman produk perusahaan besar dan usaha yang sejenis.

c. *Strategi W-O (Weaknesses-Opportunities)*

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi yang dapat digunakan yaitu menjaga hubungan harmonis dengan konsumen. Hal ini dilakukan karena manajemen yang cenderung tradisional tidak memiliki banyak alternative-alternatif lain untuk melakukan promosi agar dapat meningkatkat jumlah penjualan. Salah satunya cara dengan menjaga loyalitas dari konsumen dimana konsumen yang loyalitas akan merekomendasikan produk kepada konsumen lainnya.

Selain itu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan membuka cabang-cabang baru. Adanya cabang-cabang baru akan mendekatkan produsen dengan konsumen sehingga akan mampu meningkatkan penjualan produk dari produsen.

d. *Strategi W-T (Weaknesses- Treathts)*

Strategi ini didasarkan pada kegiatan perusahaan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi yang dapat dilakukan yaitu pertama, memproduksi mie sesuai jumlah pesanan. Memproduksi mie sesuai pesanan akan dapat mempertahankan usaha dikarenakan hasil produksi tidak akan menyisakan produk yang tidak terjual yang dapat mengurangi keuntungan perusahaan karena bahan baku yang digunakan masih tersedia sehingga pengusaha tidak menambah bahan baku lagi di tengah kenaikan harga bahan baku.

Strategi kedua yang dapat digunakan yaitu menjual produk mi melalui pedagang pendukung maupun pesaing lainnya. Strategi ini digunakan agar produk yang dihasilkan dapat terjual semua sehingga tidak menyisakan produk yang tidak terjual.