

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum Desa Pelemgede

a. Letak Geografi

Desa Pelemgede merupakan salah satu Desa yang berada di wilayah Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati yang terdiri dari 5 Dusun yaitu Dusun Pelemgede, Dusun Ndadap, Dusun Tlogo, Dusun Kudur, dan Dusun Njodak. Desa Pelemgede merupakan salah satu dari 20 Desa yang berada di Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati. Kecamatan Pucakwangi terletak 27 km arah tenggara dari Kota Pati. Di bagian selatan terdapat pegunungan kapur Utara yang menjadi batas pemisah antara Kabupaten Pati dengan Kabupaten Blora.¹

Luas wilayah Desa Pelemgede keseluruhan adalah 370,00 Ha, yang terdiri dari perumahan, sawah, tegal atau kampung, pekarangan dan lain-lain. Dengan luas lahan sawah 41 persen dan lahan bukan sawah 59 persen. Dilihat dari data tersebut bahwa luas lahan kering atau lahan bukan sawah lebih besar dibandingkan dengan luas lahan sawah.

Desa Pelemgede di sebelah utara berbatasan dengan Desa Sokopuluhan, di sebelah timur berbatasan dengan Desa Mencon, di sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Jatilawang, dan di sebelah Barat berbatasan dengan Desa Pucakwangi.

Tabel 4.1.
Batas Wilayah Desa Pelemgede
Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati

Batas	Desa/kelurahan
Sebelah Utara	Desa Sokopuluhan
Sebelah Timur	Desa Mencon
Sebelah Selatan	Desa Jatilawang
Sebelah Barat	Desa Pucakwangi

Berdasarkan jenis tanah Desa Pelemgede yang berada di Kecamatan Pucakwangi adalah tanah Hidromer dan

¹ Sri Wisnu Bayu Sunarto, *Kecamatan Pucakwangi dalam angka Pucakwangi District In Figures 2015*, BPS Kabupaten Pati, Pati, 2015, 1

tanah Gromosol. Berada di ketinggian 233 meter diatas permukaan air laut, dan berada di titik rendah 17 meter diatas permukaan air laut dan rata-rata ketinggian 51,15 meter dari permukaan laut.²

b. Kondisi Demografi

1) Keadaan Penduduk Berdasarkan jenis kelamin

Data administrasi Desa Pelemgede menunjukkan keadaan penduduk berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	2416 orang
Perempuan	2827 orang
Total	5243 orang
Jumlah Kepala Keluarga	1704 KK

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa data penduduk yang tercatat secara administrasi berjumlah 5243 orang dengan persentase perbandingan jumlah perempuan lebih besar dari jumlah laki-laki. Jumlah laki-laki 2416 orang dan jumlah perempuan sebesar 2827 orang. Secara administrasi Desa Pelemgede berjumlah 1704 KK (Kartu Keluarga).

2) Keadaan Penduduk Berdasarkan Tenaga Kerja dan Mata Pencaharian

Penduduk Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati memiliki mata pecaharian yang berbeda-beda sesuai dengan profesinya masing-masing. Sebagian besar mata pencaharian masyarakat yaitu sebagai petani atau buruh tani. Kemudian diikuti oleh pedagang, karyawan swasta, peternak, buruh bangunan dan buruh industri. Selain itu juga mempunyai kerja sampingan salah satunya sebagai pengusaha insdutri makanan Cilok dara Franchise, data keadaan penduduk berdsarkan tenaga kerja dan mata pencaharian Desa Pelemgede dapat dilihat dari tabel berikut :

² Sri Wisnu Bayu Sunarto, *Kecamatan Pucakwangi dalam angka Pucakwangi District In Figures 2015*, BPS Kabupaten Pati, Pati, 2015, 4

Tabel 4.3
Data mata pencaharian dari berbagai sektor

Jenis Mata Pencaharian	Jumlah
Sektor Pertanian	398 orang
Sektor Perkebunan	92 orang
Sektor Peternakan	41 orang
Sektor Perdagangan	131 orang
Sektor Industri/ Usaha Menengah	32 orang
Sektor Jasa	45 orang

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas masyarakat Desa Pelemgede berprofesi sebagai Petani atau Buruh tani yaitu sebesar 398 orang dan sebagai pedagang yang berjumlah sebesar 131 orang.

3) Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan terdapat sarana yang tersedia di Desa Pelemgede yaitu PAUD sebanyak 1 buah, TK/RA sebanyak 1 buah, SD atau tingkat MI (Madrasah Ibtidaiyah) sebanyak 2 buah, MTs (Madrasah Tsanawiyah) sebanyak 1 buah dan MA (Madrasah Aliyah) sebanyak 1 buah.

Dari jumlah sekolah yang terdapat di Desa Pelemgede bisa dilihat data tabel keadaan penduduk berdasarkan tingkat pendidikan sebagai berikut :

Tabel 4.4
Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah
1.	PAUD	102 orang
2.	TK/RA	163 orang
3.	SD/MI	1885 orang
4.	SMP/MTs	477 orang
5.	SMA/MA	417 orang
6.	SARJANA	45 orang

Dari data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata tingkat pendidikan Desa Pelemgede adalah lulusan SD/MI dengan jumlah 1885 orang.

4) Keadaan Penduduk Berdasarkan Sosial dan Lingkungan

Berdasarkan hasil peneliti keadaan sosial dan lingkungan penduduk Desa Pelemgede Kecamatan

Pucakwangi Kabupaten Pati bersifat *heterogen* yang berbeda dari latar belakang agama, sosial budaya, suku bangsa dan tingkat pendidikan. Masyarakat Desa Pelemgede mayoritas memeluk agama Islam yaitu sebanyak 4235 orang, sedangkan untuk minoritas beragama khatolik dengan jumlah 287 orang dan memeluk agama Protestan sebesar 721 orang.

2. Gambaran Umum Industri Makanan Cilok Dara Franchise

a. Sejarah Berdirinya Industri Makanan Cilok Dara Franchise

Cilok Dara merupakan usaha Franchise yang didirikan oleh Prisdianto dan Nani Farani sejak tahun 2017 sampai sekarang. Cilok Dara Franchise salah satu usaha terbesar di wilayah Pucakwangi Kabupaten Pati dengan mempunyai karyawan yang terdiri dari 30 orang, 26 karyawan terdiri dari ibu-ibu dan mbak-mbak di bagian produksi Cilok dan 4 karyawan yaitu bapak-bapak di bagian pembuatan Gerobak. Selain itu terdapat 13 agen diantaranya Semarang, Demak Selatan, Demak Utara, Kudus, Jepara Selatan daerah Mayong, Jepara Utara daerah Bangsri, Tayu, Cluak, Rembang, Cepu, Purwodadi, Sukolilo dan Karaban. Sedangkan untuk mitra jumlahnya mendekati 500 kemitraan yang tersebar di berbagai Kabupaten baik di dalam daerah Pati ataupun luar daerah.

Usaha yang masih berjalan dan tetap lancar ini sudah berkembang hingga kurang lebih 5 tahun. Dengan berjalannya waktu pemilik usaha Cilok Dara Franchise menciptakan ide-ide baru dalam menginovasi produk nya yaitu memperbanyak varian rasa yang berbeda-beda dari produk Cilok dan menciptakan produk baru, diantara produk Cilok Dara Franchise meliputi :

- 1) Cilok (varian rasa original, rasa pedas, dan rasa keju)
- 2) Empek-empek
- 3) Somay
- 4) Dan tahu bakso

Cilok Dara Franchise merupakan usaha tanpa modal atau 0 rupiah dengan sudah tersedianya fasilitas lengkap bagi mitra Cilok Dara Franchise yang ingin bergabung. Semua fasilitas sudah disediakan pemilik Cilok Dara Franchise dan bergabung secara gratis.

Fasilitas yang sudah disediakan pemilik diantaranya meliputi:

- 1) Paket Cilok
- 2) Kompor
- 3) Tabung gas ukuran 3 kg
- 4) Panci dan wajan
- 5) Bumbu-bumbu (saos kacang, bubuk cabe, dan kecap)

Selain itu, pemilik Cilok Dara Franchise menyediakan fasilitas berbagai macam gerobak untuk mitra sesuai dengan fungsinya diantaranya yaitu :

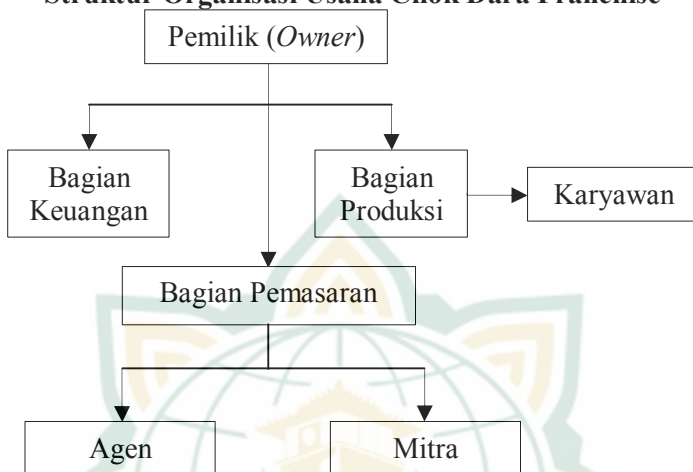
- 1) Gerobak *Stay*, merupakan gerobak yang bisa dijadikan usaha sampingan ketika sudah mempunyai usaha lain seperti toko kelontong.
- 2) Gerobak sepeda motor, gerobak yang khusus untuk berjualan keliling menggunakan sepeda motor.
- 3) Gerobak dorong, gerobak yang hanya bisa di dorong dan tidak bisa dipasang dengan sepeda motor atau yang lainnya.

b. Tujuan Usaha Cilok Dara Franchise

- 1) Mendapatkan provit yang halal dan barokah
- 2) Membantu meningkatkan perekonomian keluarga khususnya masyarakat sekitar
- 3) Memanfaatkan peluang dengan menggunakan bahan-bahan yang tersedia
- 4) Membuka lapangan pekerjaan
- 5) Berinovasi di bidang industri makanan

c. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Usaha Cilok Dara Franchise



Owner atau pemilik merupakan pihak yang memiliki kekuasaan penuh serta mengkoordinasi dan mengidentifikasi semua kebutuhan, merencanakan program dan mengelola usaha.

Bagian produksi dimana semua kegiatan produksi mulai dari produksi Cilok, pembuatan gerobak sampai peracikan bumbu-bumbu merupakan tanggung jawab dan dipegang alih oleh para karyawan Cilok Dara Franchise.

Sedangkan untuk agen dan mitra bertugas sebagai pihak yang mendistribusi, mempromosikan serta melaksanakan usaha Cilok Dara Franchise yang masuk ke dalam bagian pemasaran.

B. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian bersumber dari informan yang didapat dari hasil wawancara sesuai dengan bidangnya masing-masing. Peneliti melakukan wawancara kepada karyawan, agen serta mitra yang bekerja di Cilok Dara Franchise dengan klasifikasi usia, berapa lama dalam bekerja, dan berperan sebagai apa di usaha Cilok Dara Franchise. Data penelitian yang sudah terbentuk dari hasil wawancara ini nantinya akan di olah dan dijabarkan menggunakan analisis data yang akan dijelaskan di subbab berikutnya.

Tabel 4.5
Data Informan

Nama Informan	Usia	Lama Bekerja	Peran Informan
Prisdianto	43 tahun	5 tahun	Pemilik
Suntari	40 tahun	4 tahun	Karyawan
Septiana	34 tahun	3 tahun	Agen
Paryono	46 tahun	5 tahun	Mitra
Fathur Rozaq	22 tahun	4 tahun	Mitra

1. Data Strategi Pengembangan Industri Makanan Cilok Dara Franchise dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Pada prinsipnya setiap organisasi usaha mempunyai strategi pengembangan masing-masing di setiap usahanya. Tidak terkecuali usaha Cilok Dara Franchise yang berada di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati. Pastinya setiap usaha memiliki perbedaan dari satu dengan yang lainnya. Terkhusus usaha Cilok Dara Franchise yang memiliki ciri khas yang menjadi salah satu strategi dalam mengembangkan usahanya.

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik Cilok Dara Franchise dan para karyawan serta agen dan mitra bahwa apa saja strategi dalam mengembangkan indutri makanan Cilok Dara Franchise, diantaranya sebagai berikut :

a. Inovasi Produk

Strategi pengembangan melalui inovasi produk merupakan salah satu usaha dalam meningkatkan jumlah penjualan dengan mengembangkan produk baru yang ditujukan ke pasar.

Hal ini disampaikan oleh Bapak Prisdianto selaku *Owner* Cilok Dara Franchise menuturkan bahwa :

“Saya dan istri tak henti-hentinya mencoba berinovasi dengan mengembangkan produk baru sehingga produk yang dihasilkan memiliki banyak variasi. kami memproduksi Cilok dengan berbagai varian rasa dan warna yang berbeda-beda. Dari warna original, kuning dengan rasa keju dan warna merah dengan rasa pedas. Kami juga selalu menjaga kualitas produk kami dengan menyimpannya di lemari pendingin agar tetap terjaga ke higienisannya dan ke *fresh* annya. Karena banyaknya pesanan dari para konsumen agar tidak bosan dengan produk itu-itu saja, kami mencoba membuat produk baru seperti empek-empek, somay,

dan kami baru mencoba lagi produk baru yaitu membuat tahu bakso.”³

Selanjutnya, *Owner* atau pemilik usaha Cilok Dara FranchisePak Prisdianto juga menjelaskan bahwa :

“Selain itu kami membuat gerobak sendiri dari berbagai jenis mulai dari gerobak dorong, gerobak sepeda motor dan gerobak *stay* yang sudah kami pasang lebel Cilok Dara Franchise. Tak hanya itu kami juga melakukan pemasaran dengan menggunakan sistem agen dan mitra sehingga kami menjangkau lebih banyak dan lebih luas pemasaran Cilok Dara Franchise.”⁴

Hasil wawancara dengan Ibu Septiana Selaku agen Cilok Dara Farnchise, menjelaskan bahwa :

“dari produk Cilok Dara Franchise yang mempunyai banyak variasi membuat para konsumen tertarik dan tidak bosan dengan hanya satu varansi saja. Dan banyak juga para konsumen yang mencari produk selain cilok seperti empek-empek dan somay. Karena di Cilok Dara Franchise tidak hanya memproduksi Cilok tapi juga produk lainnya.”⁵

Wawancara dengan saudara Fathur Rozaq yang merupakan mitra di usaha Cilok Dara Franchise juga menyampaikan bahwa :

“Saya memasarkan produk Cilok Dara Franchise dengan selalu memperhatikan dan menjaga kualitas Cilok yang akan saya jual. Demi menjaga kulaitas tersebut saya mengambil paket Cilok langsung dibagian produksi dan mengambil secukupnya agar tidak terlalu lama di lemari pendingin sehingga tidak

³ Prisdianto, Wawancara oleh peneliti, 23 Januari, 2022, pukul 11:30 WIB, di rumah Bapak Prisdianto, wawancara 1, transkrip.

⁴ Prisdianto, Wawancara oleh peneliti, 23 Januari, 2022, pukul 11:30 WIB, di rumah Bapak Prisdianto, wawancara 1, transkrip.

⁵ Septiana, Wawancara oleh peneliti, 16 Februari, 2022, pukul 14:34 WIB, di rumah Ibu Septiana, wawancara 3, transkrip

mempengaruhi kualitas dari Cilok, konsumen pun merasa puas dan ingin kembali membeli.”⁶

Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Paryono yang juga sebagai mitra di usaha Cilok Dara Franchise, menyampaikan bahwa :

“Saya langsung ke bagian produksi untuk mengambil paket Cilok yang akan saya jual secukupnya, bila habis baru saya akan ambil lagi demi terjaganya rasa dan kualitas Cilok. Saya memasarkan Cilok Dara Franchise dengan menggunakan gerobak yang termasuk fasilitas dari pemilik untuk berjualan. Saya memasarkannya dengan berkeliling desa. Selain itu saya memiliki jargon untuk menarik pembeli dan menjadi ciri khas saya, sehingga banyak konsumen yang kenal dan tahu bahwa yang jual Cilok Dara Franchise itu saya.”⁷

Hasil dari beberapa wawancara diatas menyimpulkan bahwa strategi pengembangan di industri makanan Cilok Dara Franchise adalah dengan menjaga kualitas produk dan mengembangkan produk-produk baru yang memperbanyak variasi Cilok Dara Franchise.

Dari hasil pengamatan di lapangan menunjukan bahwa fasilitas yang terdapat di ruang produksi cukup lengkap. Hal tersebut dilihat dari bagian ruang bangunan dengan kondisi baik dan adanya fasilitas-fasilitas yang memiliki fungsinya masing-masing.⁸ Tidak hanya itu fasilitas dari pemilik berupa gerobak juga turut menjadi penunjang dalam mengembangkan usaha industri makanan Cilok Dara franchise.

b. Penetrasi Pasar

Strategi pengembangan selanjutnya adalah penetrasi pasar dimana usaha yang dilakukan untuk meningkatkan

⁶ Fathur Rozaq, Wawancara oleh peneliti, 17 Februari, 2022, pukul 14.57 WIB, lokasi dagang saudara Fathur Rozaq, wawancara 5, transkrip.

⁷ Paryono, Wawancara oleh peneliti, 16 Februari, 2022, pukul 15.00 WIB, di depan rumah dan lokasi jualan Bapak Paryono, wawancara 4, transkrip.

⁸ Observasi peneliti pada kondisi tempat usaha Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati, 23 Januari 2022, pukul 11.30 WIB

penjualan pada pangsa pasar yang sudah ada melalui distribusi secara aktif dan juga melalui promosi.

Hasil wawancara peneliti dari informan oleh Bapak Prisdianto selaku *Owner* Cilok Dara Franchise menjelaskan bahwa:

“ Untuk strategi atau cara agar tetap berkembang, kami menggunakan jasa agen dan mitra. Semakin luas jangkauan usaha Cilok Dara Franchise, sehingga kami kualahan dengan jarak dan waktu yang kurang mumpuni. Akhirnya kami mempunyai sistem agen yang berada di luar Pati dan sistem mitra yang tersebar di daerah Pati. Peran media sosial sangat berpengaruh bagi usaha kami salah satunya melalui promosi di media sosial *Facebook*. Selain itu, kami juga mempunyai karyawan yang bertugas sebagai agen marketing di bagain pemasaran yang tugasnya khusus mencari mitra.”⁹

Begitu juga yang disampaikan Ibu Septiana selaku agen usaha Cilok Dara Franchise menuturkan bahwa :

“ Untuk pemasaran sendiri saya menggunakan cara promosi di media sosial. Jadi tidak hanya mulut ke mulut saja. Selain jemput bola dalam mencari mitra atau dengan kata lain mendatangi dan mengajak bergabung sebagai mitra, peran media elektronik melalui media sosial cukup membantu saya dalam mempromosikan produk ini.”¹⁰

Selanjutnya, Ibu Septiana menjelaskan dalam wawancara dengan peneliti.

“pemanfaatan media sosial melalui *facebook* menurut saya cukup membantu dalam penjualan saya. Hanya dengan membuat *story* dan *post* di *Facebook* untuk mengiklankan produk Cilok Dara Franchise. Banyaknya fitur-fitur yang terdapat di dalam media sosial *Facebook* memudahkan saya dalam menjual produk. Salah satu fitur di *facebook* yang saya sering

⁹ Prisdianto, Wawancara oleh peneliti, 23 Januari, 2022, pukul 11:30 WIB, di rumah Bapak Prisdianto, wawancara 1, transkrip.

¹⁰ Septiana, Wawancara oleh peneliti, 16 Februari, 2022, pukul 14:34 WIB, di rumah Ibu Septiana, wawancara 3, transkrip

gunakan adalah fitur *canvas* dimana dengan bantuan fitur ini saya bisa menampilkan produk saya agar lebih menarik. Fitur *canvas* ini gabungan dari foto, video, dan tombol *call-to-action*.¹¹

Hal ini juga disampaikan oleh salah satu mitra usaha Cilok Dara Franchise saudara Fathur Rozaq.

“Cara pemasaran yang biasa saya lakukan adalah menuju target pasar seperti di pinggir jalan raya, depan sekolah dan berkeliling desa. Selain itu saya juga mempromosikannya lewat media sosial *Whatsapp*, dimana orang bisa langsung pesan Cilok tanpa perlu keluar rumah. Sehingga mempermudah konsumen untuk membeli Cilok Dara Franchise. Adanya fitur di *whatsapp business* ini sangat memudahkan saya dalam menjual produk. Salah satu fiturnya yaitu *automatic messages* yang sama seperti fitur *quick replies* dimana konsumen dengan mudah mengetik pesan dan langsung terkirim. Bedanya kalo *automatic messages* masih menetik terlebih dahulu, sedangkan *quick replies* akan otomatis terkirim dan terbalas.”¹²

Hasil dari ketiga informan diatas dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha Cilok Dara Franchise menggunakan jasa agen dan mitra dalam membantu mengembangkan usahanya serta dalam melakukan promosi baik pemilik, agen maupun mitra memanfaatkan media elektronik yaitu berupa media sosial. Adapula yang mempromosikannya melalui media sosial *facebook* dan media sosial *whatsapp*. Dengan adanya pemanfaatan media sosial dalam mengembangkan usaha Cilok Dara Franchise sangat memudahkan pemasaran produk dalam penjualan.

c. Analisis SWOT

1) Kekuatan (*Strengths*)

- a) Proses pembuatannya mudah dan sederhana

¹¹ Septiana, Wawancara oleh peneliti, 16 Februari, 2022, pukul 14:34 WIB, di rumah Ibu Septiana, wawancara 3, transkrip

¹² Fathur Rozaq, Wawancara oleh peneliti, 17 Februari, 2022, pukul 14.57 WIB, lokasi dagang saudara Fathur Rozaq, wawancara 5, transkrip.

- b) Kualitas rasa dan tekstur produk yang khas (beda dari produk yang lain)
 - c) Tempat penjualan dan konsumen telah tersedia
 - d) Harga jual murah meriah
 - e) Memanfaatkan media elektrotik atau *e-Business* untuk mempromosikan produk melalui internet
 - f) Kemasan dari penjualan yang menarik san berlabel
 - g) Kualitas produk terjamin
- 2) Kelemahan (*Weaknesses*)
- a) Harga bahan baku (tepung) yang relatif tidak stabil bahkan beberapa waktu mengalami kenaikan harga yang fluktuatif
 - b) Manajemen perusahaan masih sederhana
 - c) Kapasitas tampungbdari produk Cilok Dara Franchise yang telah jadi
 - d) Jika tidak tepat proses pembuatannya akan merusak kulit dari produk itu sendiri sehingga tidak akan tahan lama
- 3) Peluang (*Opportunities*)
- a) Pertumbuhan pasar dimungkinkan meningkat
 - b) Keterbukaan untuk menggunakan teknologi baru kedepannya untuk membuat kemajuan besar dibidang produksi khususnya
 - c) Peluang pasar untuk mendapatkan konsumen yang menjanjikan
- 4) Ancaman (*Threats*)
- a) Banyaknya kompetitor yang menjual produk serupa
 - b) Selera konsumen yang selalu berubah-ubah mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembelian produk
 - c) Produk Cilok Dara Franchise tidak bisa disimpan terlalu lama dilemari pendingin karena akan mengurangi kualitas dan cita rasa dari produk Cilok Dara Franchise¹³

¹³ Lantip susilo wati, *bisnis kewirausahaan*, (yogyakarta: teras, 2013), 67-68

2. Data Peran Industri Makanan Cilok Dara Franchise dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

a. Menyediakan lapangan pekerjaan baru

Keberadaan usaha Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati dianggap masyarakat sekitar mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini banyaknya karyawan, agen dan mitra yang sudah bekerja di usaha Cilok Dara Franchise, sebagai berikut :

Tabel 4.6
Data Jumlah Karyawan, agen dan mitra di usaha Cilok Dara Franchise.

No.	Tenaga kerja/Pekerja	Jumlah
1.	Karyawan	30 orang
2.	Agen	13 orang
3.	Mitra	500 orang
Total		563 ang

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa banyaknya tenaga kerja yang sudah diserap oleh Bapak Prisdianto pemilik usaha Cilok Dara Franchise sejumlah 563 orang. Tidak bisa dipungkiri bahwa adanya usaha Cilok Dara Franchise dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat khususnya masyarakat desa Pelemgede. Tersedianya lapangan pekerjaan baru ini memberikan kesempatan kerja bagi ibu-ibu rumah tangga. Selain itu menciptakan lapangan pekerjaan baru diluar sektor pertanian bagi masyarakat sekitar.

Beberapa tanggapan dari hasil wawancara oleh peneliti kepada informan mengenai peran industri makanan Cilok Dara Franchise dalam meyediakan lapangan pekerjaan. Tanggapan pertama dari Ibu Suntari Selaku karyawan.

“saya hanya ibu rumah tangga yang tidak mempunyai penghasilan dan hanya menunggu uang bulanan dari suami. Dengan adanya usaha Cilok Dara Franchise ini saya bisa bekerja serta mempunyai penghasilan sendiri sekaligus membantu suami dalam meningaktkan perekonomian keluarga.”¹⁴

¹⁴ Suntari, Wawancara oleh peneliti, 18 Februari, 2022, pukul 10.21 WIB, di rumah Ibu Suntari, wawancara 2, transkrip.

Tanggapan serupa juga diungkapkan oleh seorang mitra Cilok Dara Franchise yaitu Bapak Paryono :

“ adanya usaha Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru selain di sektor pertanian. Dari saya yang seorang petani awalnya hanya mengandalkan hasil panen dan dengan adanya usaha ini menjadi pekerjaan sampingan saya sehingga mampu menambah kebutuhan sehari-hari.”¹⁵

Kemudian ditambah lagi tanggapan oleh Bapak Prisdianto selaku *Owner* Cilok Dara Franchise :

“Adanya usaha Cilok Dara Franchise ini dapat membuka lapangan pekerjaan khususnya bagi masyarakat sekitar. Banyak karyawan kami dari kalangan bapak, mbak-mbak, dan ibu-ibu yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Keberadaan usaha ini juga turut membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran serta membantu masyarakat dalam meningkatkan pendapatan keluarga yang awalnya ibu rumah tangga yang tanpa penghasilan dan sekarang bisa membantu para suami mendapatkan penghasilan sehingga mampu meningkatkan perekonomian keluarga.”¹⁶

Dari semua pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa adanya industri makanan Cilok Dara Franchise dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru selain di sektor pertanian selain itu industri makanan Cilok Dara Franchise mampu menyerap tenaga kerja baik dari kalangan ibu-ibu rumah tangga maupun yang sudah mempunyai pekerjaan.

b. Peran industri makanan Cilok Dara Franchise bagi pemilik usaha dan para pekerja atau karyawan

Pengembangan industri makanan Cilok Dara Franchise mempunyai peranan tersendiri dalam membantu meningkatkan perekonomian masyarakat. Karena dengan

¹⁵ Paryono, Wawancara oleh peneliti, 16 Februari, 2022, pukul 15.00 WIB, di depan rumah dan lokasi jualan Bapak Paryono, wawancara 4, transkrip.

¹⁶ Prisdianto, Wawancara oleh peneliti, 23 Januari, 2022, pukul 11:30 WIB, di rumah Bapak Prisdianto, wawancara 1, transkrip.

mendirikan usaha tersebut pemilik juga merasa terbantu sehingga dapat memperbaiki taraf hidupnya. Selain itu, para karyawan juga merasa perekonomiannya terdongkrak dengan adanya usaha Cilok Dara Franchise.

Hal ini disampaikan oleh salah satu karyawan yang bekerja di usaha Cilok Dara Franchise bernama Ibu Suntari mengungkapkan bahwa :

“dengan adanya usaha Cilok Dara Franchise di desa Pelemgede ini merasa terbantu dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Waktu berdirinya usaha ini juga sudah cukup lama sejak beberapa tahun yang lalu. Sehingga seiring berjalannya waktu ekonomi masyarakat juga ikut naik.”¹⁷

Hal serupa juga dilontarkan oleh Ibu Septiana.

“iya jelaslah mbak ekonomi juga ikut terangkat, usaha yang berjalan bertahun-tahun sudah pasti mereka dapat memiliki ekonomi yang cukup baik dan bisa memenuhi kebutuhan ekonomi. Saya sendiri yang sebagai agen di usaha ini dapat membantu orang dengan merekrut mitra tanpa pandang orang itu, entah dari orang yang berpendidikan tinggi maupun berpendidikan rendah. Sehingga orang yang berpendidikan rendah pun mampu mencukupi kebutuhannya sendiri bahkan ekonomi keluarga.”¹⁸

Begitu juga yang disampaikan pemilik usaha Cilok Dara Franchise yaitu Bapak Prisdianto menuturkan bahwa:

“kalau menurut saya dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dengan adanya usaha Cilok Dara Franchise ini dapat dilihat secara langsung. Misalnya saya sendiri yang menjalankan usaha ini, perekonomian saya sedikit demi sedikit meningkat menjadikan taraf hidup yang lebih baik. Begitu juga dengan para karyawan yang ekonominya meningkat

¹⁷ Suntari, Wawancara oleh peneliti, 18 Februari, 2022, pukul 10.21 WIB, di rumah Ibu Suntari, wawancara 2, transkrip

¹⁸ Septiana, Wawancara oleh peneliti, 16 Februari, 2022, pukul 14:34 WIB, di rumah Ibu Septiana, wawancara 3, transkrip

sedikit demi sedikit beriringan dengan berjalannya waktu.”¹⁹

Jadi, dapat disimpulkan dari hasil wawancara diatas bahwa adanya peran industri makanan Cilok Dara Franchise ini cukup berdampak pada tingkat perekonomian masyarakat di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati. Terkhusus pemilik usaha dan para karyawan yang bekerja di dalamnya.

c. Peran industri makanan Cilok Dara Franchise bagi agen dan mitra

Peran usaha ini selanjutnya turut dirasakan para agen dan mitra. Pendapatan yang diperoleh dari ikut bergabung menjadi agen dan mitra di usaha Cilok Dara Franchise ini mampu membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan ekonomi masing-masing.

Berikut besaran jumlah pendapatan yang diperoleh dari usaha Cilok Dara Franchise baik pemilik usaha, karyawan, agen maupun mitra.

Tabel 4.7

Jumlah pendapatan pemilik usaha dan para pekerja di Cilok Dara Franchise.

No.	Nama	Jabatan	Pendapatan
1.	Prisdianto	Pemilik	Rp. 50.000.000/bulan
2.	Suntari	karyawan	Rp. 1.200.000/bulan
3.	Septiana	Agen	Rp. 10.000.000/bulan (Kuantiti)
4.	Paryono	Mitra	Rp. 160.000/hari (kuantiti)
5.	Fathur Rozaq	Mitra	Rp. 120.000/hari (kuantiti)

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa pendapatan yang di peroleh dari masing-masing bagian mulai dari pemilik sampai dengan mitra yang bekerja di usaha Cilok Dara Franchise memperoleh besaran jumlah yang berbeda-beda sesuai dengan sitem kerja dan bagian yang berbeda. Dari pemilik yang memperoleh pendapatan dengan rata-rata Rp. 50.000.000/bulannya, besaran pendapatan karyawan Rp. 1.200.000/bulan, dan besaran jumlah pendapatan yang diperoleh dari masing-masing agen dan mitra yaitu berdasarkan kuantiti. Dimana

¹⁹ Prisdianto, Wawancara oleh peneliti, 23 Januari, 2022, pukul 11:30 WIB, di rumah Bapak Prisdianto, wawancara 1, transkrip.

semakin banyak pengeluaran atau penjualan akan banyak pula pendapatan yang diperoleh.

Hal ini disampaikan oleh salah satu mitra yang bergabung cukup lama yaitu Bapak Paryono, beliau mengungkapkan bahwa :

“saya sudah lama bergabung di usaha ini sejak mulai berdirinya sampai sekarang ini. Alhamdulillah dengan adanya usaha Cilok Dara Franchise, saya bisa memenuhi kebutuhan keluarga saya. Bahkan dari hasil saya berjualan Cilok keliling saya mampu menyekolahkan anak saya sampai sarjana. Yang awalnya saya hanya seorang petani dengan hanya mengandalkan hasil panen untuk memenuhi kebutuhan keluarga saya, dengan adanya usaha ini bisa menjadi pekerjaan sampingan saya sehingga menambah pendapatan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi.”²⁰

Hal serupa juga diungkapkan oleh Fathur Rozaq selaku mitra di usaha Cilok Dara Franchise.

“dengan bekerja di usaha Cilok Dara Franchise ini saya bisa mempunyai penghasilan sendiri untuk membayar kuliah saya dan uang saku tanpa meminta ke orang tua. Saya bekerja biasanya pada waktu libur kuliah, hari sabtu-minggu atau waktu libur semester.”²¹

Begitu juga yang disampaikan oleh agen yaitu Ibu Septiana bahwa :

“awalnya saya hanya seorang ibu rumah tangga yang tidak mempunyai pekerjaan dan hanya bergantung pendapatan suami. Akan tetapi, dengan adanya usaha Cilok Dara Franchise ini saya bisa mendapatkan penghasilan sendiri dan membantu menambah pendapatan keluarga serta dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.”²²

²⁰ Paryono, Wawancara oleh peneliti, 16 Februari, 2022, pukul 15.00 WIB, di depan rumah dan lokasi jualan Bapak Paryono, wawancara 4, transkrip.

²¹ Fathur Rozaq, Wawancara oleh peneliti, 17 Februari, 2022, pukul 14.57 WIB, lokasi dagang saudara Fathur Rozaq, wawancara 5, transkrip.

²² Septiana, Wawancara oleh peneliti, 16 Februari, 2022, pukul 14:34 WIB, di rumah Ibu Septiana, wawancara 3, transkrip

Hasil wawancara oleh informan dapat disimpulkan bahwa usaha Cilok Dara Franchise ini tidak hanya berperan bagi karyawan ataupun pemilik tapi juga para agen dan mitra yang bergabung di usaha tersebut dalam meningkatkan perekonomiannya. Selain itu dari usaha Cilok Dara Franchise ini mampu meningkatkan pendapatan diluar mata pencaharian mereka baik ibu rumah tangga ataupun dari sektor pertanian.

3. **Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pengembangan Industri Makanan Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati**

Bisnis atau usaha perlu adanya strategi pengembangan dalam sebuah usaha dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariat islam dimana nilai-nilai ekonomi islam terkandung didalamnya. Strategi pengembangan sangat diperlukan demi keberlangsungan usaha dan kesuksesan dalam berbisnis.

Strategi pengembangan yang dilakukan oleh pemilik berupa inovasi produk dan penetrasi pasar dalam usaha industri makanan Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati ini juga sudah menerapkan nilai-nilai ekonomi islam.

Berikut penjelasan dari pemilik usaha industri makanan Cilok Dara Franchise Bapak Prisdianto.

“Dalam usaha saya selalu menekankan untuk menerapkan nilai-nilai keislaman dalam setiap strategi usaha saya mbak. Nilai-niali keislaman yang saya terapkan pada strategi pengembanagn di usaha Cilok Dara Franchise ini meliputi nilai-nilai ketuhanan dimana kita selalu ingat akan peraturan yang diperbolehkan maupun tidak diperbolehkan oleh Allah SWT, yang tidak boleh diabaikan. Dan mencontoh praktik dagang Nabi kita Muhammad SAW. Dengan tidak merugikan ataupun mencurangi konsumen.”²³

Selanjutnya, penjelasan serupa juga dilontarkan oleh salah stau mitra saudara Fathur Rozaq.

“Pak Prisdianto selalu mengingatkan saya dan para mitra lainnya untuk tidak menyimpang dari nilai-nilai islam

²³ Prisdianto, Wawancara oleh peneliti, 23 Januari, 2022, pukul 11:30 WIB, di rumah Bapak Prisdianto, wawancara 1, transkrip.

dalam menjalankan strategi-strategi dan harus senantiasa ingat kepada Allah SWT.”²⁴

Selain itu dalam penerapan setiap strategi di usaha industri makanan Cilok Dara Franchise yang berada di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati juga dilandasi nilai-nilai islam. Diantaranya strategi-strategi yang diterapkan, Islam melandasi strategi pengembangan usaha sebagai berikut :

a. Nilai ketuhanan atau *tauhid*

Nilai ketuhanan merupakan keyakinan terhadap kekuasaan Allah SWT, dimana segala sesuatu di muka bumi ini telah diatur oleh Allah SWT. Begitu juga yang diyakini oleh pemilik serta agen dan mitra usaha Cilok Dara Franchise bahwa rejeki sudah ada yang mengatur dan tidak akan tertukar.

Berikut yang diutarakan pemilik usaha Cilok Dara Franchise Bapak Prisdianto.

“walaupun banyak pesaing, apalagi zaman yang semakin cangsih seperti sekarang ini, menurut saya tidak terlalu masalah sih mbak,saya merasa tidak tersaingi toh rejeki sudah ada yang mengatur yang penting saya menjalankan bisnis ini sesuai dengan aturan islam dan tidak keluar dari larangan-Nya. Namun, saya juga selalu berusaha dalam berinovasi, menciptakan produk baru sehingga mempunyai ciri khas yang berbeda dari usaha lain dan dari inovasi produk saya selalu memilih bahan dengan kualitas yang baik. Alhamdulillah usaha saya ini masih bertahan sampai sekarang ini, dan masih lancar.”²⁵

Tanggapan lain disampaikan oleh Ibu Septiana selaku agen di usaha Cilok Dara Franchise.

“setiap usaha pasti ada pesaingnya mbak, tetapi menurut saya usaha Cilok Dara Franchise ini masih tetap bisa bersaing secara sehat dengan adanya inovasi produk sehingga mampu bersaing dengan produk lain

²⁴ Fathur Rozaq, Wawancara oleh peneliti, 17 Februari, 2022, pukul 14.57 WIB, lokasi dagang saudara Fathur Rozaq, wawancara 5, transkrip.

²⁵ Prisdianto, Wawancara oleh peneliti, 23 Januari, 2022, pukul 11:30 WIB, di rumah Bapak Prisdianto, wawancara 1, transkrip.

bahkan memiliki ciri khas tersendiri. Masalah rejeki Allah sudah mengaturnya.”²⁶

Begitu juga yang disampaikan oleh Bapak Paryono bahwa :

“saya selalu berusaha dalam mejajakan produk ini dengan berkeliling desa, saya yakin pasti akan terjual. Jika itu rejeki saya tidak akan tertukar karena Allah Sudah mengatur rejeki hambanya.”²⁷

Hasil wawancara dengan informan bisa dijelaskan bahwa, pemilik usaha Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede meyakini rezeki apa yang mereka dapat sudah diatur semua oleh Allah SWT tanpa adanya hal merugikan bagi orang lain. Dengan adanya nilai ketuhanan semua informan setuju bahwa apapun itu baik rezeki tidak akan tertukar serta sudah diatur oleh Allah SWT.

b. Nilai keadilan

Nilai dari keadilan dalam usaha industri makanan Cilok Dara Franchise ini terlihat dari adanya pembagian wilayah atau sistem zonasi dalam berdagang para mitra dan pembagian gaji atau upah yang diberikan dari pemilik kepada pekerja atau para karyawan.

Seperti hasil wawancara dengan salah satu mitra yaitu Bapak Paryono Menjelaskan bahwa :

“dengan adanya sistem zonasi ini, saya mempunyai batas wilayah sendiri untuk berjualan Cilok. Jika nanti ada yang melewati batas atau mencuri wilayah jualan saya, saya bisa melaporkan ke pemilik usaha Cilok Dara Franchise dan selanjutnya pemilik menindaklanjuti dengan memberi sanksi berupa kartu kuning bagi mitra yang melanggar.”²⁸

²⁶ Septiana, Wawancara oleh peneliti, 16 Februari, 2022, pukul 14:34 WIB, di rumah Ibu Septiana, wawancara 3, transkrip

²⁷ Paryono, Wawancara oleh peneliti, 16 Februari, 2022, pukul 15.00 WIB, di depan rumah dan lokasi jualan Bapak Paryono, wawancara 4, transkrip.

²⁸ Paryono, Wawancara oleh peneliti, 16 Februari, 2022, pukul 15.00 WIB, di depan rumah dan lokasi jualan Bapak Paryono, wawancara 4, transkrip.

Penjelasan lain disampaikan oleh Ibu Suntari selaku karyawan di usaha Cilok Dara Franchise.

“Alhamdulillah mbak sudah cukup lumayan, dengan gaji yang saya terima bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari.”²⁹

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Prisdianto pemilik usaha Cilok Dara Franchise bahwa :

“bersifat adil itu sulit mbak, menurut saya dengan adanya sistem zonasi bagi para mitra ini jadi setiap mitra satu dengan mitra yang lain mempunyai batas wilayah masing-masing untuk berjualan. Sehingga tidak terjadi persaingan. Dan untuk upah atau gaji karyawan menurut saya sudah lumayan untuk karyawan disini. Karena setiap bagian beda-beda, ada yang bagian produksi Cilok beda gajinya, bagian pembuatan gerobak juga beda gajinya. Jadi sesuai dari hasil kerjanya masing-masing. Alhamdulillah karyawan menerima semua. Jadi adil menurut saya sama-sama menerima antara karyawan satu dengan yang lainnya yang beda bagian.”³⁰

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara oleh ketiga informan diatas bahwa nilai keadilan yang diterapkan dalam strategi pengembangan di usaha Cilok Dara Franchise, pemilik menciptakan sistem zonasi atau pembagian wilayah kepada para mitranya yang sedang berjualan. Selain itu, pemberian gaji atau upah yang merupakan kewajiban dari pemilik usaha Cilok Dara Franchise kepada para karyawan dibayar sesuai dengan hasil kerja mereka dan sistem kerja misal borongan atau harian gaji yang didapat bisa diminta mingguan ataupun bulanan. Para karyawan sudah merasa cukup dan adil dengan gaji yang mereka terima sudah bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari mereka. Sehingga dengan adanya prinsip tersebut dalam etika bisnis di Cilok Dara Franchise

²⁹ Suntari, Wawancara oleh peneliti, 18 Februari, 2022, pukul 10.21 WIB, di rumah Ibu Suntari, wawancara 2, transkrip

³⁰ Prisdianto, Wawancara oleh peneliti, 23 Januari, 2022, pukul 11:30 WIB, di rumah Bapak Prisdianto, wawancara 1, transkrip.

ini dapat menciptakan hubungan yang harmonis serta mesara saling menguntungkan.

c. Nilai kenabian atau *nubuwwah*

Sifat-sifat Nabi Muhammad SAW yang tercermin dalam usaha Cilok Dara Franchise ini terlihat dari kejujuran dan tanggungjawab para agen dan mitra yang bekerjasama serta sifat kecerdasan dan komunikasi dalam pemasaran oleh pemilik usaha Cilok Dara Franchise.

Dalam wawancara peneliti dengan pemilik usaha Cilok Dara Franchise Bapak Prisdianto menuturkan bahwa:

“saya melihat peluang yang ada dengan selalu berinovasi dan menciptakan produk-produk yang laris di pasaran. Selain itu istri saya juga ikut terjun langsung dalam mencari para mitra dan agen yang siap bekerjasama dengan memudahkan mereka yaitu untuk agen kami hanya membuat kontrak kerja tanpa agen mengeluarkan biaya apapun dan agen pun mendapatkan fasilitas dari kami berupa lemari pendingin dan sepeda motor. Dan untuk mitra dengan persyaratan kartu identitas seperti KTP atau KK dan tanpa adanya modal atau 0 rupiah bisa langsung bergabung menjadi mitra dengan fasilitas dari kami berupa paket Cilok, Gerobak, gas, kompor, panci, wajan dan bumbu-bumbunya.”³¹

Selanjutnya, Ibu Septiana selaku agen menjelaskan dalam wawancara dengan peneliti.

“saya selalu mengecek Cilok yang baru datang dan Cilok yang masih tersisa di dalam lemari pendingin, dengan menjaga kualitas Cilok yang masih *fresh* baik mitra saya ataupun konsumen lain bisa merasa puas.”³²

³¹ Prisdianto, Wawancara oleh peneliti, 23 Januari, 2022, pukul 11:30 WIB, di rumah Bapak Prisdianto, wawancara 1, transkrip.

³² Septiana, Wawancara oleh peneliti, 16 Februari, 2022, pukul 14:34 WIB, di rumah Ibu Septiana, wawancara 3, transkrip.

Penjelasan lain datang dari salah satu mitra yaitu Fathur Rozaq.

“Alhamdulillah saya jadi mitra di usaha ini tidak mengeluarkan modal sama sekali, hanya dengan KTP saya bisa bergabung disini. Selain itu saya juga mendapatkan fasilitas dari pemilik untuk berjualan produknya. Jadi dari fasilitas tersebut saya bertanggungjawab menjaganya.”³³

Hasil wawancara dari para informan diatas dapat dilihat sifat pemilik yang memiliki sifat *fatonah* atau kecerdasan dalam melihat peluang dan sifat kejujuran serta *amanah* atau tanggungjawab dari pelaku usaha baik agen maupun mitra yang menjalankan usaha Cilok Dara Franchise dari pemilik. Serta tersediannya lemari pendingin di rumah agen dengan kapasitas yang sesuai untuk meletakkan Cilok agar tetap terjaga kualitasnya.³⁴ Dan terlihat juga fasilitas gerobak yang digunakan para mitra berjualan yang masih terjaga dengan baik.³⁵

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Strategi Pengembangan Industri Makanan Cilok Dara Franchise dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Strategi pengembangan yang dilakukan pemilik usaha Cilok Dara Franchise adalah dengan melakukan pembaharuan produk atau berinovasi untuk menciptakan produk-produk baru serta melalui serangkaian strategi penjualan melalui promosi baik lewat jasa atau yaitu agen dan mitra maupun mempromosikannya lewat media sosial. Adapun media sosial yang dimanfaatkan seperti *Facebook* dan *Whatsapp* dalam melakukan promosi.

Dengan strategi pengembangan yang di terapkan dalam usaha Cilok Dara Franchise, diharapkan mampu meningkatkan usaha Cilok Dara Franchise agar tetap lancar dan berkembang.

³³ Fathur Rozaq, Wawancara oleh peneliti, 17 Februari, 2022, pukul 14.57 WIB, lokasi dagang saudara Fathur Rozaq, wawancara 5, transkrip.

³⁴ Observasi peneliti pada kondisi tempat agen Ibu Septiana, 16 Februari 2022, pukul 14.34 WIB

³⁵ Observasi peneliti pada kondisi tempat dagang dan fasilitas yang digunakan oleh mitra, 17 Februari 2022, pukul 14.57 WIB

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dari lapangan, terdapat beberapa strategi pengembangan industri makanan Cilok Dara Franchise yang dilakukan baik pemilik, agen maupun mitra, diantaranya :

a. Inovasi produk

Untuk memulai sebuah usaha dibutuhkan keberanian dalam berbisnis khususnya dalam industri makanan, segala resiko berani diambil dan dihadapi baik itu resiko kegagalan maupun resiko keberhasilan ketika menjalankan suatu bisnis.

Pentingnya inovasi produk dalam suatu usaha dapat menimbulkan ciri khas yang berbeda dengan menghasilkan keunikan pada produk sehingga nantinya menjadi produk yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk sejenis dan memiliki nilai tambah dimata konsumen.³⁶

Dengan berjalannya waktu pemilik usaha Cilok Dara Franchise menciptakan ide-ide baru dalam menginovasi produk nya yaitu memperbanyak varian rasa yang berbeda-beda dari produk Cilok dan menciptakan produk baru, diantara produk Cilok Dara Franchise meliputi produk cilok dengan varian rasa yang berbeda-beda (varian rasa original, rasa pedas, dan rasa keju), produk empek-empek, produk somay, dan produk tahu bakso

Dari beberapa pernyataan dari hasil wawancara dan hasil pengamatan yang telah dilakukan peneliti dapat dianalisis bahwa pemilik usaha Cilok Dara Franchise melakukan berbagai strategi salah satunya dalam inovasi produk, menciptakan banyak varian produk Cilok sehingga menjadikan daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Fasilitas-fasilitas yang ada juga menjadi penunjang dalam mengembangkan usaha tersebut.

b. Penetrasi pasar

Selain adanya inovasi produk dalam strategi pengembangan, industri makanan Cilok Dara Franchise juga melakukan penetrasi pasar dengan mempromosikan produk baik secara langsung dengan mengguankan jasa agen dan mitra, ataupun secara tidak langsung dengan prantara media sosial seperti *Facebook* dan *whatsapp*.

³⁶ Aninda Fauziyyah Djayadiningrat, "Peran inovasi Produk Orientasi kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran IMK Sektor Industri Makanan Kota Denpasar", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 9, 2017, 4978-5004

Adanya promosi di bidang pemasaran yang menggunakan basis teknologi melalui sosial media meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam pemasaran. Terbukti dengan adanya testimoni dari para konsumen, memberikan efek yang cukup baik terhadap penjualan. Dengan adanya konsumen yang merasa puas setelah membeli produk kemudian konsumen memberi komentar positif dengan merekomendasikan produk dan menyebarkannya di sosial media.

Adanya peran media elektronik dalam mempromosikan produk Cilok Dara Franchise dianggap memudahkan pelaku usaha baik pemilik, agen serta mitra yang memanfaatkan media sosial. Salah satu media sosial yang sering digunakan adalah media sosial *Facebook*. Salah satu fitur di *facebook* yaitu fitur *canvas* dimana dengan bantuan fitur ini bisa menampilkan produk yang ditawarkan agar lebih menarik. Fitur *canvas* ini gabungan dari foto, video, dan tombol *call-to-action*.

Penggunaan media sosial *whatsapp* ini sangat mempermudah para pelaku usaha. Dimana para konsumen dengan mudah dapat mengetahui produk yang dijual disertai keterangan harga dan deskripsi melalui fitur *page business* yang ditawarkan dalam profil akun penjual. Selain itu terdapat fitur lain yaitu *quick replies*, dimana agen atau mitra yang menggunakan media sosial *whatsapp business* diberikan ruang dalam membuat *template* untuk para konsumen memberikan pertanyaan sehubungan dengan produk yang ditawarkan. Agen maupun mitra juga dapat mengklasifikasikan para konsumen berdasarkan kelompok tertentu, seperti *PO (Pre Order)*, *new order*, *order complete*, dan lainnya. Selain itu fitur lain juga ada dalam media sosial *whatsapp business* yaitu fitur *broadcast*, dimana si agen atau mitra dapat menginformasikan promo kepada konsumen, dengan mengirim 1 *chat* ke banyak kontak secara langsung.³⁷

Para mitra selalu memberikan pelayanan terbaik mereka kepada para konsumen sehingga konsumen pun merasa puas dengan produk Cilok yang ditawarkan. Dalam

³⁷ Defa Tsamara Zafira, , “Strategi Bisnis Online Para Pelaku UMKM Industri Makanan Selama Masa Pandemi COVID-19 di Jalan Jatayu”, *Jurnal kajian dakwah dan kemasyarakatan*, Vol. 25, No. 2, 2021, 174-193

suatu pemasaran cara ini disebut dengan *word of mouth*, seperti penjelasan yang dikatakan oleh Kotler dan Keller bahwa *word of mouth* merupakan pemberian rekomendasi terhadap suatu produk yang dilakukan oleh individu maupun kelompok melalui proses komunikasi dengan tujuan untuk memberikan suatu informasi secara personal.³⁸ Selain itu adanya agen dan mitra usaha Cilok Dara Franchise mampu menjangkau sampai luar daerah.

Dari hasil pengamatan di lapangan dan beberapa wawancara dengan informan, peneliti dapat menganalisis bahwa industri makanan Cilok Dara Franchise dalam mengembangkan usahanya tidak hanya melakukan strategi inovasi produk. Namun juga melakukan penetrasi pasar. Adanya gencaran promosi dan distribusi langsung kepada para konsumen membuat usaha Cilok Dara Franchise ini masih tetap lancar dan berkembang sampai sekarang ini.

c. Analisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman)

Faktor-faktor yang menjadi kekuatan dalam strategi pengembangan produk Cilok Dara Franchise :

1) Memiliki ragam jenis produk kualitas baik

Tanaman pangan yang dihasilkan oleh para petani memiliki kualitas yang cukup baik. Sehingga dari berbagai macam tanaman pangan yang dihasilkan mempermudah para pelaku UKM untuk mengembangkan usaha.

2) Promosi melalui media sosial

Promosi merupakan salah satu hal penting. Bagi pemasaran suatu produk. Promosi produk lewat internet yang dilakukan para agen dan mitra merupakan promosi yang dapat menjangkau konsumen secara luas.

3) Varian produk dan rasa yang berbeda

Varian rasa merupakan kekuatan yang utama dimana konsumen akan lebih mudah memilih berbagai varian rasa yang diinginkan.

³⁸ Ash Shadiq Egim, "Strategi Pengembangan Industri Makanan Khas di Kota Padang Pengemasan dan Pemasaran berbasis Teknologi", *Menara Ekonomi*, Volume 5, Nomor 3, 2019, 31

4) Harga terjangkau

Harga merupakan faktor utama dalam proses penjualan. Penetapan harga Cilok Dara Franchise dengan ramah katong sesuai porsi perbutir Cilok dengan harga Rp.500 rupiah.

Faktor-faktor yang menjadi kelemahan dalam strategi pengembangan produk Cilok Dara Franchise :

1) Jaringan pemasaran yang masih terbatas

Pemasaran produk yang dilakukan para pemilik usaha Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwnagi Kabupaten Pati dari produsen langsung ke konsumen. Kelemahan pada pemasaran ini, jaringan pemasaran tersebut sebagian besar masih lemah.

2) Perencanaan dan sistem keuangan yang tidak tertulis

Kelemahannya adalah belum adanya secara tertulis programprogram rencana untuk kedepannya program ini hanya sebatas pembicaraan dan ide harapan kedepannya saja, dan belum ditulis sebagai targe yang ingin dicapai. Selain tu, pencatatan data seperti hasil penjualan keuntungan masih sederhana bahkan tidak tertulis secara jelas.

3) Teknologi yang sederhana

Teknologi atau Peralatan dalam proses produksi yang digunakan oleh pelaku usaha Cilok Dara Franchise sebagian masih menggunakan alat sederhana seperti cetakan, pengiris atau pemotong dan gerobak untuk jualan.

Faktor-faktor yang menjadi peluang dalam strategi pengembangan produk Cilok Dara Franchise :

1) Peningkatan pendapatan masyarakat

Pendapatan yang meningkat pada setiap masyarakat khususnya masyarakat Desa Pelemgede akan meningkatkan daya beli masyarakat tersebut. Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi para pelaku UKM khususnya usaha Cilok Dara Franchise untuk menarik konsumen dapat meningkatkan pendapatan.

2) Pertumbuhan masyarakat

Pertumbuhan penduduk di suatu tempat akan meningkatkan tingkat konsumsi. Pertumbuhan

penduduk akan menjadikan peluang bagi pelaku UKM pangan di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati.

- 3) Permintaan dan minat oleh konsumen selalu ada
Permintaan dan minat konsumen menjadi peluang besar dalam sebuah usaha untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha yang sedang dijalankan.

Faktor-faktor yang menjadi ancaman dalam strategi pengembangan produk Cilok Dara Franchise :

- 1) Munculnya kometitor atau pesaing
Munculnya pesaing dengan produk dan jenis produk yang sama merupakan ancaman yang paling penting dalam sebuah usaha.
- 2) Banyaknya produk serupa
Dengan munculnya produk-produk yang serupa sehingga menjadi ancaman bagi pemilik usaha Cilok Dara Franchise.
- 3) Kehabisan bahan baku
Kehabisan bahan baku merupakan ancaman bagi pemilik usaha Cilok Dara Franchise dalam proses produksi akan terhambat.

2. Analisis Peran Industri Makanan Cilok Dara Franchise dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

a. Menyediakan lapangan pekerjaan baru

Adanya usaha Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati dianggap oleh masyarakat sekitar telah menciptakan lapangan pekerjaan baru dan mampu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Terkhusus ibu rumah tangga yang mempunyai pekerjaan sampingan dengan adanya usaha tersebut. Tidak bisa dipungkiri industri makanan Cilok Dara Franchise mampu menyerap tenaga kerja dan menciptakan lapangan pekerjaan baru selain sektor pertanian di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati.

Perlu adanya tenaga kerja disetiap bisnis terutama usaha industri makanan Cilok Dara Franchise ini. Tenaga kerja adalah penduduk yang masuk kedalam kategori usia kerja yang sudah siap melakukan pekerjaan baik sudah

bekerja, bersekolah, sedang mencari pekerjaan ataupun yang sedang mengurus rumah tangga.³⁹ Peran penting tenaga kerja yaitu mampu meningkatkan profit serta mengembangkan usaha melalui memperbaiki dan menyempurnakan proses produksi maupun distribusi dan menciptakan inovasi barang atau produk.

Berdasarkan data-data yang diperoleh dan hasil wawancara dari para informan dapat dianalisis bahwa salah satu peran dari adanya industri makanan Cilok Dara Franchise adalah menyediakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat.

b. Peran industri makanan Cilok Dara Franchise bagi pemilik usaha dan para pekerja atau karyawan

Peran penting adanya usaha Cilok Dara Franchise bagi karyawan terutama bagi pemilik usaha mampu meningkatkan taraf hidup mereka menjadi lebih baik dengan terpenuhinya kebutuhan ekonomi. Keberadaan usaha Cilok Dara Franchise juga turut membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran serta ikut meningkatkan ekonomi masyarakat yang awalnya ibu rumah tangga tanpa penghasilan dengan bekerja di usaha Cilok Dara Franchise ini dapat mempunyai penghasilan sendiri dan bisa membantu perekonomian keluarga.

Pernyataan serupa juga diperkuat oleh salah satu penelitian dari Sugeng Haryanto yaitu adanya peran dari perempuan atau ibu rumah tangga lebih signifikan dalam meningkatkan perekonomian keluarga. Pendapatan yang diperoleh perempuan mampu meningkatkan ekonomi rumah tangga.⁴⁰

Dari pernyataan-pernyataan yang diperoleh melalui wawancara oleh peneliti dapat dianalisis bahwa peran usaha industri makanan Cilok Dara Franchise mampu meningkatkan perekonomian keluarga yang diperoleh dari pendapatan karyawan yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Selain itu dari adanya usaha Cilok Dara Franchise

³⁹ Andhatu Achsa, "Determinan Profitabilitas Pada Industri Makanan Dan Minuman Indonesia", *jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, volume 5, Nomor 1, 2020, 4

⁴⁰ Sugeng Haryanto, "Peran Aktif Perempuan Dalam Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Miskin : Studi Kasus Pada Wanita Pemecah Batu Di Puncanganak Kecamatan Tugu Trenggalek", *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 9, No. 2, 2008, 226

di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati tidak hanya dapat meningkatkan perekonomian dari ekonomi karyawan tetapi juga ekonomi pemilik usaha.

c. Peran industri makanan Cilok Dara Franchise bagi agen dan mitra

Dengan adanya usaha industri makanan Cilok Dara Franchise tidak hanya masyarakat sekitar Desa Pelemgede, namun juga masyarakat lain dari luar Desa yaitu tenaga kerja dari agen dan mitra. Keberadaan usaha ini turut membantu meningkatkan ekonomi keluarga mereka. Pemilik usaha mampu menyerap tenaga kerja baik dari ibu-ibu rumah tangga atau yang sudah memiliki pekerjaan di sektor pertanian maupun dibidang lain.

Berikut besaran jumlah pendapatan yang diperoleh dari usaha Cilok Dara Franchise baik pemilik usaha, karyawan, agen maupun mitra.

Tabel 4.7

Jumlah pendapatan pemilik usaha dan para pekerja di Cilok Dara Franchise.

No.	Nama	Jabatan	Pendapatan
1.	Prisdianto	Pemilik	Rp. 50.000.000/bulan
2.	Suntari	karyawan	Rp. 1.200.000/bulan
3.	Septiana	Agen	Rp. 10.000.000/bulan (Kuantiti)
4.	Paryono	Mitra	Rp. 160.000/hari (kuantiti)
5.	Fathur Rozaq	Mitra	Rp. 120.000/hari (kuantiti)

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa pendapatan yang di peroleh dari masing-masing bagian mulai dari pemilik sampai dengan mitra yang bekerja di usaha Cilok Dara Franchise memperoleh besaran jumlah yang berbeda-beda sesuai dengan sitem kerja dan bagian yang berbeda. Dari pemilik yang memperoleh pendapatan dengan rata-rata Rp. 50.000.000/bulannya, besaran pendapatan karyawan Rp. 1.200.000/bulan, dan besaran jumlah pendapatan yang diperoleh dari masing-masing agen dan mitra yaitu berdasarkan kuantiti. Dimana semakin banyak pengeluaran atau penjualan akan banyak pula pendapatan yang diperoleh.

Berdasarkan hasil wawancara dan hasil data yang diolah menghasilkan sebuah analisis yaitu dengan pendapatan yang diperoleh mampu memenuhi kebutuhan

ekonomi sehingga dapat meningkatkan perekonomian dari agen dan mitra. Hal ini juga dapat dikatakan bahwa usaha ini menjadi peluang kerja diluar sektor pertanian maupun di bidang lainnya.

3. Analisis Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pengembangan Industri Makanan Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati

Strategi pengembangan yang dilakukan pemilik usaha industri makanan Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati dengan melakukan berbagai inovasi produk yang selalu menjaga kualitas, tidak berlaku curang dengan melanggar larangan-Nya. Hal tersebut tidak dilarang karena tidak sama sekali melanggar perintah-Nya.

Melakukan strategi pengembangan melalui penetrasi pasar dengan adanya promosi lewat jasa agen serta mitra, dan adapula yang memanfaatkan media sosial seperti *facebook* dan *whatsapp* dalam melakukan promosi. Sehingga cara tersebut tidak melanggar syariat islam karena pemilik usaha serta agen dan mitra masih menggunakan cara yang diperbolehkan oleh Allah SWT.

Selain strategi pengembangan berupa inovasi produk dan penetrasi pasar, bahwa dalam penerapan setiap strategi di usaha industri makanan Cilok Dara Franchise yang berada di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati juga didasari nilai-nilai islam. Islam mendasari strategi pengembangan usaha, diantaranya :

a. Nilai ketuhanan atau *tauhid*

Ekonomi islam menerapkan strategi pengembangan dalam suatu kegiatan ekonomi pada perilaku setiap individu. Adanya strategi pengembangan yang sesuai dengan syariat islam sehingga terjaga dan terwujudnya *maqosyid syariah*. Nilai ketuhanan atau *tauhid* merupakan awal dari adanya strategi yang diterapkan di usaha industri makanan Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati.

Ketaatan dan *istiqomah* dalam berbisnis dari pemilik usaha Cilok Dara Franchise mengajarkan bahwa rezeki setiap hamba-Nya sudah ada yang mengatur yaitu oleh Allah SWT dan tidak akan pernah tertukar. Meskipun banyak pesaing dan teknologi yang semakin canggih Pak

Pridianto tidak merasa khawatir. Selain ketaatannya dalam bersikap Pak Prisdianto juga selalu berusaha dalam mengembangkan usahanya dengan tidak keluar dari larangan-Nya dengan kata lain tidak berbuat curang dalam berbisnis.

Dari hasil oleh data wawancara dapat dianalisis bahwa kegiatan ekonomi atau bisnis bukan hanya dilakukan hanya untuk kepentingan duniawi juga kepentingan ukhrawi. Demikian pula dalam ekonomi konvensional yang mejadi pendorong adalah *self-intererst* dimana kegiatan yang dilakukan semata-mata hanya untuk kepentingan pribadi. Dan dengan adanya strategi pengembangan dalam ekonomi islam mampu menciptakan hubungan manusia dengan sang pencipta yaitu *God-intererst* yang artinya perilaku atau kegiatan yang didasarkan atas ridho Allah SWT.⁴¹

b. Nilai keadilan

Pandangan ekonomi islam mengenai strategi pengembangan yang diterapkan pada usaha industri makanan Cilok Dara franchise berikutnya adalah nilai keadilan. Allah SWT telah memerintahkan berbuat adil. Adil disini yang dimaksud tidak mendzalimi dan tidak terdzalimi. Artinya penerapan prinsip adil dalam suatu usaha bisnis agar manusia atau pelaku usaha tidak bersikap sewenang-wenangnya.

Kegiatan yang tercermin dalam usaha ini ketika berlaku adil seperti strategi melalui pembagian wilayah atau sistem zonasi untuk dagang para mitra serta pemberian upah atau gaji oleh pemilik kepada karyawan dengan besaran yang berbeda sesuai bagiannya masing-masing dan tepat pada waktunya.

Dari hasil wawancara oleh peneliti mengenai strategi pengembangan yang diterapkan dalam nilai keadilan pada usaha Cilok Dara Franchise bahwa adanya sitem zonasi bagi para mitra tersebut dapat saling menguntungkan dan bekerja sama dengan baik serta pemberian upah yang layak dan tepat waktu oleh pemilik kepada para karyawan agar sesuai dengan nilai-nilai islam.

⁴¹ Ahmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada, 2007),9-10

c. Nilai kenabian atau *nubuwwah*

Islam mendasari adanya pengembangan usaha yang sesuai dengan yang diajarkan Nabi Muhammad SAW. Nilai kenabian atau *nubuwwah* merupakan cerminan dari cara dagang Nabi Muhammad SAW. Dalam hal ini salah satu sifat atau cara dagang prinsip *nubuwwah* yaitu bersifat jujur. Kejujuran dalam dunia bisnis terutama usaha Cilok Dara Franchise ini adalah kunci keberhasilan dalam suatu bisnis.

Bukti fakta yang dilakukan oleh pemilik usaha Cilok Dara Franchise dalam menerapkan nilai kenabian yaitu pemilik berlaku jujur dengan memberitahu kualitas dan kondisi produk dalam kata lain tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berbohong kepada konsumen atau lain sebagainya yang merungikan pembeli atau konsumen.

Sifat lain yang tercermin dalam prinsip *nubuwwah* pada usaha industri makanan Cilok Dara Franchise ini adalah sifat amanah para agen dan mitra yang amanah dalam bekerjasama serta bertanggungjawab dengan fasilitas yang telah disediakan pemilik. Dengan kata lain amanah adalah sifat tanggungjawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Seorang pembisnis juga harus menjelaskan mengenai harga dan hasil yang diperoleh nantinya.⁴²

Dari hasil data wawancara dan hasil observasi peneliti dapat dianalisis bahwa usaha industri makanan Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati telah menerapkan praktik berdagang Nabi Muhammad SAW yaitu Sifat *shiddiq* (jujur), sifat *amanah* (dapat dipercaya atau tanggungjawab), sifat *tabligh* dan *fatonah* yang artinya komunikatif atau dapat menyampaikan dengan baik dan cerdas.

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam setiap penerapan strategi pengembangan di usaha industri makanan Cilok Dara Franchise juga didasarkan pada nilai-nilai keislaman. Islam mendasari strategi pengembangan usaha perspektif islam, diantaranya yaitu :

⁴² Asyraf Muhammad Dawwabah, *Meneladani Keunggulan Rasulullah*, (Semarang:Pustaka Nuun, 2008), 55

- a. Nilai baik yang selalu ditanamkan oleh pemilik usaha industri makanan Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati menjadikan usaha ini dapat berkembang dengan baik serta tetap lancar.
- b. Dalam melakukan setiap kegiatan usaha baik dalam melakukan strategi pengembangan, akhlak yang harus ada pada semua karyawan baik agen dan mitra serta pemilik usaha meliputi jujur, toleran, amanah, dan menepati janji.
- c. Bersyukur dengan apa yang sudah diperoleh dari usahanya.
- d. Usaha industri makanan Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati telah menerapkan praktik berdagang Nabi Muhammad SAW yaitu Sifat *shiddiq* (jujur), sifat *amanah* (dapat dipercaya atau tanggungjawab), sifat *tabligh* dan *fatonah* yang artinya komunikatif atau dapat menyampaikan dengan baik dan cerdas.
- e. Bekerja sebagai ibadah, dimana ikhlas dalam menjalani pekerjaan untuk pengembangan usaha yang senantiasa diridhai Allah SWT selalu diterapkan dalam usaha Cilok Dara Franchise.
- f. Pemilik usaha selalu menekankan agar selalu menjaga aturan syariah yaitu tidak dzalim, tidak menipu serta tidak riba.
- g. Sikap rendah hati dan menghindari sikap sombong berperan penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Pemilik usaha Cilok Dara Franchise Desa Pelemgede selalu mengingatkan dan memberi contoh kepada para karyawan termasuk mitra dan agen agar bersekap rendah hati dan tidak sombong, sehingga para konsumen pun merasa puas dan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.