

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah *Home Industry* Telur Asin di Desa Bunderan Demak

Menurut Muliawan yang menjelaskan *home industry* merupakan bentuk usaha dalam skala mikro yang pada umumnya usaha ini menggunakan satu sampai dengan dua rumah sebagai tempat produksi, administrasi, dan tempat memasarkan produk. Berdasarkan dari modal yang digunakan dalam perputaran usaha memiliki jumlah yang tidak cukup besar dengan tenaga kerja yang diserap berasal dari lingkungan sekitar dengan skala yang kecil. Berdasarkan hal tersebut dapat dinilai bahwa *home industry* merupakan kesatuan usaha yang berada di lingkungan sekitar dengan proses operasional yang sederhana dan tenaga kerja yang cukup terbatas.¹

Home industry secara umum adalah unit-unit kegiatan usaha dengan sifat tradisional dan terdapat penerapan sistem organisasi dan manajemen yang baik seperti industri pada umumnya namun tidak dipusatkan pada pembagian kerja dan pembukuan yang detail. Berdasarkan hal tersebut *home industry* bisa diartikan sebagai rumah, tempat tinggal, dan lingkungan sekitar atau kampung halaman sebagai tempat menjalin memasarkan dan memproduksi.

Sedangkan arti *industry* sendiri bisa diartikan sebagai kerajinan usaha kreatif ataupun perusahaan. Berdasarkan berbagai uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *home industry* merupakan bentuk rumah untuk usaha produk barang dalam skala kecil mampu menghasilkan barang untuk diperjualbelikan. *Homeindustry* dikategorikan sebagai perusahaan kecil karena bentuk kegiatan ekonomi hanya dipusatkan di rumah dan lingkungan sekitar. Hal ini *home industry* dapat diartikan sebagai industri rumah tangga yang dikelola oleh keluarga dan kerabat.²

¹Muchlisn Riadi, Home Industri (Fungsi, Manfaat, Jenis Usaha, Keunggulan dan Kelemahan), dikutip dari <https://www.kajianpustaka.com/2019/11/home-industri-fungsi-manfaat-jenis-keunggulan-dan-kelemahan.html?m=1> , pada hari Rabu, tanggal 26 Oktober 2021, Pukul 19.21 WIB

²Abdul Aziz dkk, Mekanisme Pasar Produk Usaha Kreatif Home Industri di Desa Bodelor Dalam Teori Ibn Khaldun, Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam, Vo.2 No.2 (Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon: 2017) hlm. 207.

Realitas yang ada semakin bertambahnya keluarga berprofesi sebagai wirausaha, kondisi ini disebabkan karena untuk membantu meningkatkan perekonomian dalam kesejahteraan keluarga. Hal tersebut minimnya minat warga sebagai pekerja pabrik atau *industry*. Kondisi aktual di mana adanya peluang usaha yang ada di Desa Bunderan menciptakan lapangan pekerjaan sebagai pedagang kaki lima. Berdasarkan kebutuhan yang semakin bertambah, membuat tidak sedikit warga Desa Bunderan menciptakan lapangan pekerjaan sendiri untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

Home Industry Telur Asin yang terdapat di Desa Bunderan ada 5 tempat. Salah satunya adalah di tempatnya Ibu Faizah. Ibu Faizah memilih menjadi seorang pelaku usaha disebabkan adanya keyakinan yang serius secara pribadi yang mana profesi wirausaha adalah jalan yang baik untuk perubahan dalam kualitas hidup, baik secara pribadi maupun di masyarakat. Profesi yang berkaitan dengan penciptaan hal baru, pengembangan dan pertumbuhan yang harus terstruktur secara sistematis. Pelaku memiliki tujuan menciptakan nilai bagi masyarakat dan menghasilkan pendapatan. Masyarakat yang kurang mampu sangat terbantu dengan adanya peluang usaha yang mana sebagai jalan pintas meningkatkan pendapatan keluarga.

Ibu Faizah merupakan pengusaha telur asin pertama yang maju di Desa Bunderan. Ibu Faizah mulai memproduksi telur asin pada tahun 1997. Ibu Faizah dahulu juga memproduksi telur asin namun tidak begitu banyak. Setelah menikah dengan suaminya Ibu Faizah mampu membuat *Home Industry* ini berkembang dengan menyalurkan telur asin ke pedagang-pedagang pasar yang ada di sekitar. Tidak berhenti disitu juga *Home Industry* ini sudah mempunyai pemasok telur bebek mentah yang setiap harinya mengirimkan ke rumahnya. Kadang kala Ibu Faizah juga mendistribusikan telur asinnya ke luar kota, bahkan luar Jawa.³*Home industry* Telur asin yang terdapat di desa Bunderan menerapkan prinsip pemasaran Islam serta bauran pemasaran dalam penjualan telur asin.

2. Visi dan Misi

Dilakukan oleh unit organisasi dan apa yang mereka harapkan untuk mencapai visi *home industri* tersebut. Adapun visi

³Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

misi dan tujuan *homeindustry* Telur asin milik ibu Faizah dijelaskan sebagai berikut:

a. Visi

Visi adalah suatu angan-angan tentang keadaan masa depan yang diinginkan oleh organisasi. Misi adalah suatu pernyataan tentang apa yang menjadi *home industry* yang maju, kompetitif dan memiliki kepedulian sosial yang tinggi terhadap perkembangan lingkungan sekitar. Visi dari *homeindustry* Telur asin milik ibu Faizah adalah meningkatnya perusahaan yang tidak hanya *Home Industry*. Tapi menjadi CV ataupun PT yang bermanfaat di lingkungan sekitar.

b. Misi

- 1) Meningkatkan penjualan telur asin.
- 2) Pemerataan penjualan telur asin di seluruh wilayah Jawa Tengah
- 3) Standarisasi pakaian karyawan (seragam, masker, sarung tangan dll)
- 4) Memiliki berbagai cabang outlet toko sendiri dipasar-pasar tradisional.

c. Tujuan

Mengembangkan usaha dan membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat dilingkungan sekitar.⁴

3. Struktur Organisasi

Organisasi merupakan satu kesatuan yang memadukan secara sadar, dengan ketentuan yang dapat dipahami dan dilakukan secara bersinambung untuk mencapai tujuan bersama. Jadi, organisasi adalah tempat dan suatu proses yang dikerjakan bersama dan dengan tujuan yang sama serta dilakukan bersama pula.

Struktur Organisasi merupakan unsur yang saling terkait dan berhubungan satu sama lain disemua bagian pada sebuah organisasi atau perusahaan ketika menjalankan aktivitas operasional dalam mencapai tujuan perusahaan. Struktur Organisasi harus menggambarkan pembagian pekerjaan secara jelas antara satu sama lain dengan tugas yang saling berkaitan satu sama lain. Sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan apa yang diharapkan.

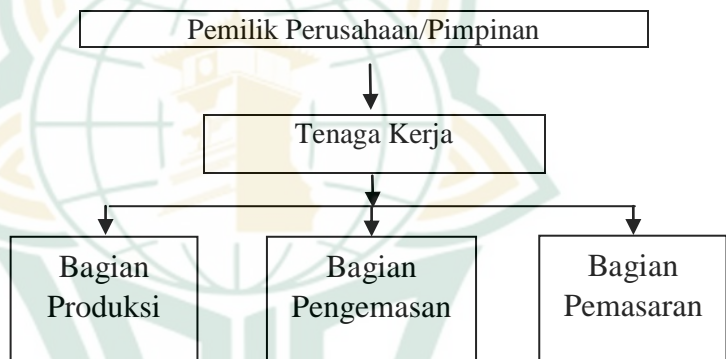
Struktur organisasi adalah alat yang membantu manajemen mencapai tujuannya. Struktur organisasi dapat memberikan dampak yang signifikan bagi anggotanya. Dampak struktur

⁴Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

organisasi terhadap kepuasan dan kinerja karyawan mengarah pada kesimpulan yang sangat jelas. Struktur organisasi menunjukkan bagaimana tugas kerja secara formal dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasikan.

Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan penempatan pola hubungan yang tetap. Hubungan antara fungsi, bagian atau lokasi merupakan kewajiban dan tanggung jawab dalam organisasi. Kerangka organisasi disebut juga dengan desain organisasi. Suatu bentuk kerangka organisasi disebut struktur organisasi.⁵ Adapun struktur yang ada pada *Home Industry* Telur Asin Ibu Faizah adalah:

Gambar 4.1
Struktur Manajemen Telur Asin Ibu Faizah



Berdasarkan gambar di atas, jumlah karyawan yang terdapat dalam *homeindustry* Telur asin ibu Faizah adalah sebanyak 5 orang yaitu 2 orang sebagai supir, 2 tenaga kerja pembuatan/produksi, 1 tenaga kerja pengemasan.⁶

4. Ruang lingkup produk

Bisnis adalah kata yang sangat populer dalam kehidupan sehari-hari. Setiap hari, jutaan orang melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara dan sebagai konsumen. Istilah bisnis ini umumnya difokuskan pada tiga hal yaitu :

- a. Sebuah perusahaan tunggal kecil
- b. Perusahaan besar seperti pabrik, transportasi, surat kabar, hotel, dan lain sebagainya

⁵Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Fajar Inter Pratama Mandiri, 2006), 180.

⁶Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

c. Usaha di bidang struktur ekonomi nasional.⁷

Dalam ilmu ekonomi, produk adalah barang atau jasa yang dapat diperdagangkan. Dalam pemasaran, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar dan memenuhi kebutuhan manusia. Ditingkat retail produk sering disebut sebagai merchandise. Dalam industri manufaktur, produk dibeli dalam bentuk barang mentah dan dijual sebagai barang jadi. Produk dapat berupa komoditas seperti halnya logam dan produk pertanian.

Dalam penggunaan yang lebih luas, produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang serupa, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa.

Perusahaan haruslah menghasilkan output dari sebuah input. Sebuah perusahaan pastilah menghasilkan yang namanya output dari input. Seperti halnya pada *home industry* telur asin milik ibu Faizah hanya memproduksi telur asin saja.⁸

5. Daftar Karyawan

Karyawan merupakan hal yang harus ada dalam sebuah perusahaan baik dalam jumlah yang banyak maupun sedikit. Karyawan adalah individu yang diberikan tugas sebagai pekerja dalam perusahaan untuk melakukan tugas dan kewajibannya di dalam kantor dan mendapatkan upah yang sesuai dengan kinerjanya. Semua perusahaan pastilah mengadakan evaluasi kinerja pekerja agar dapat mengetahui kelemahan dan meningkatkan nama baik perusahaan.

Home industry telur asin ibu Faizah mempunyai pekerja yang terdiri dari beberapa bagian / divisi, yaitu :

Bagian Produksi	: 2
Bagian pengemasan	: 1
Bagian pemasaran	: 2

Tabel 4.1

Daftar karyawan pada *Home Industry* Milik Ibu Faizah :

No	Nama	Alamat	Keterangan
1.	Pak Sulkan	Demak	Bagian Pemasaran
2.	Mas Arif	Demak	Bagian Pemasaran
3.	Ibu maemunah	Demak	Bagian Produksi

⁷Buchari Alma Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah*(Bandung: ALFABETA, 2009), 116.

⁸Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

4.	Mbak Saroh	Demak	Bagian Produksi
5.	Mbak Rani	Demak	Bagian Pengemasan

Jadi Jumlah Karyawan *home industry* telur asin milik ibu Faizah Berjumlah 5 Karyawan. sebagaimana terlampir.⁹

6. Tujuan Pemasaran

Pemasaran merupakan proses manajemen sosial yang dilakukan oleh satu orang atau sekelompok orang untuk melakukan kegiatan dengan cara menciptakan, menyerahkan, dan berbagi sesuatu yang bernilai. Pengertian ini didasarkan pada konsep inti, yaitu : kebutuhan, keinginan dan keinginan pasardan dan pemasar.

Home industry telur asin milik ibu Faizah memiliki tujuan pemasaran seperti halnya perusahaan lainnya, yaitu mengetahui dan mencoba mengenali customer sedemikian rupa sehingga produk yang dipasarkan akan cocok dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga produk atau barang dijual dapat laku terjual dipasaran dengan baik. Maka dari itu, perusahaan harus memikirkan langkah yang harus dilakukan oleh perusahaan agar produk dapat tetap ada karena permintaan pelanggan atau customer yang semakin tinggi.¹⁰

Tabel 4.2

Daftar Toko yang bekerjasama dengan telur asin milik ibu Faizah

No	Nama/Outlet	Alamat
1.	RM. Wahyu Utama	Demak
2.	Katering Bu Modin	Demak
3.	Catering Purnama	Demak
4.	Catering Mbak Jum	Demak
5.	Pasar Gajah	Demak
6.	Warteg Sumber	Semarang
7.	Pasar Demak	Demak
8.	Toko Sampurna	Brebes
9.	Warung 2 Saudara	Kendal
10.	Warung Berkah	Kendal
11.	Toko Prambanan	Jepara
12.	Warung Bu Novi	Semarang
13.	RM. H. Ismun	Jepara
16.	Toko Bu Siti	Semarang

⁹Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

¹⁰Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

Setiap kali mengirimkan telur asin kepada para toko yang sudah bekerjasama dengan *Home industry* telur asin milik ibu Faizah membutuhkan waktu sampai 2 hari bahkan lebih. Biasanya dilakukan oleh 2 orang pekerja dibagian pemasaran dengan menggunakan mobil kol atau biasa disebut dengan mobil bak tertutup. Biasanya pekerja yang mempunyai tugas sebagai pemasar akan mengirimkan telur asin setiap minggu 2 kali tergantung permintaan para toko maupun pengusaha catering. Karena biasanya pada masa menjelang Ramadhan permintaan telur asin akan mengalami kenaikan yang signifikan.

7. Hambatan Perusahaan

Ketika menghadapi persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat. Saat ini perusahaan dituntut untuk dapat mengembangkan usaha, supaya usaha kita dapat tumbuh dan berkembang serta menjadi wirausaha yang maju. Pengembangan bisnis itu terdiri dari sejumlah tugas dan proses yang pada umumnya bertujuan untuk mengembangkan dan menerapkan peluang pertumbuhan atau kemajuan. Namun, pada kenyataannya sangat sulit untuk mengembangkan bisnis yang dimulai dari nol besar atau baru memulai usaha.

Terdapat banyak kendala seperti kurangnya modal perusahaan, kurangnya tenaga kerja yang terampil atau ahli kinerja perusahaan yang buruk dan lain sebagainya. Namun, kendala tersebut dapat diatasi dengan mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik. Perkembangan suatu usaha tidak hanya disertai dengan modal yang besar atau tenaga kerja yang terampil, tetapi juga harus dibarengi dengan niat dari diri kita sendiri. Dengan niat yang tinggi, kita bisa mengembangkan usaha kita menjadi lebih besar. Jika tidak mengembangkan usaha dengan serius maka sebaliknya usah kita akan bangkrut. Cara lain yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan bisnis dengan baik adalah dengan memberikan pelatihan kepada para pengusaha (wirausahawan) untuk meningkatkan ketrampilan, pelatihan pengembangan bisnis dan lain sebagainya.

Home industry telur asin milik ibu Faizah, tentunya dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari permasalahan. Seperti halnya ketika pandemi COVID-19 permintaan pelanggan akan telur asin Ibu Faizah mengalami penurunan yang sangat signifikan. Adanya hambatan yang dilalui oleh *Home industry* telur asin milik ibu Faizah tersebut dapat diperbaiki dan merupakan pelajaran kepada para pengusaha agar mampu bertahan dan bangkit dari

keterpurukan. Sehingga mampu menjadikan bisnisnya lebih maju dari sebelumnya. Saran penulis bagi *Home industry* telur asin milik ibu Faizah yaitu:

- a. Sampah yang ada dapat dimanfaatkan kembali untuk diolah kembali sehingga dapat bermanfaat dan tidak terbuang secara percuma. Seperti cangkang telur yang tidak terpakai dapat dijadikan karya seni yang bernilai jual.
 - b. Lebih memperjelas dalam pembagian *job deskripsinya*. Seperti menginformasikan tugas pokok setiap karyawan sehingga *job disk* nya jelas.
 - c. Penempatan ruang kerja yang efektif dan efisien agar kegiatan produksi dan pengemasan berjalan lancar. Seperti tempat produk dan pengemasan bisa dibedakan ruangnya.
 - d. Pemasaran bisnis telur asin dapat dilakukan dengan membuat telur asin yang enak dan berbeda. Selain itu dapat memanfaatkan promosi olahan telur asin melalui media sosial yaitu WhatsApp, Facebook, dan instagram.
 - e. Tidak menganggap karyawan sebagai bawahan namun sebagai teman dalam memajukan bisnis.¹¹
8. Proses Pembuatan Telur Asin Ibu Faizah

Adapun proses produksi pembuatan telur asin Ibu Faizah adalah :

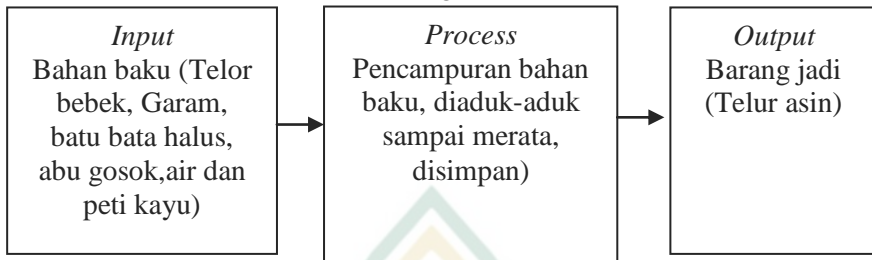
- a. Bahan:
 - 1) Telor bebek
 - 2) Garam dapur
 - 3) Batu-bata merah yang halus
 - 4) Abu gosok
 - 5) Air
 - 6) Peti kayu
- b. Cara Membuat
 - 1) Membuat adonan yaitu campurkan garam dapur, batu-bata merah yang halus dengan air
 - 2) Lulurkan telur bebek dengan dengan adonan tersebut kemudian taburkan abu gosok diatas telur bebek yang sudah lulurkan.
 - 3) Simpan telur bebek tersebut kedalam sebuah peti kayu selama 10-14 hari.
 - 4) Setelah proses penyimpanan selesai' bersihkan telur dengan air
 - 5) Rebus telur sampai matang.

¹¹Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

Kegiatan produksi dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.2

Proses Kegiatan Produksi



Adapun untuk inspirasi pembuatan telur asin Ibu Faizah antara lain adalah :

- a. Mengambil contoh dari pengusaha telur asin yang lebih sukses seperti pengusaha telur asin Cah Angon milik mas Bimo dari Brebes yang sudah dianggap lebih sukses bisa menjualkan ribuan telur asin setiap bulanya.
 - b. Setelah itu, pengembangan contoh melihat dari internet
 - c. Referensi melalui media televisi, misalnya dengan mencari rasa yang diminati oleh masyarakat, kemasan yang menarik dan tampilan yang bagus.
 - d. Langkah selanjutnya adalah pemasaran. Namun dalam hal memasarkan produk tidak dapat memenuhi semua kebutuhan dan keinginan pasar. karena pengusaha fokus pada segmen pasar kelas menengah kebawah. Terdapat empat cara dalam memasarkan produk telur asin, yaitu :
 - 1) Dijual sendiri, kepasar grosir makanan ringan/khas di jawa tengah.
 - 2) Dijual ke lokasi warung makan yang ternama dimana tingkat pengunjungnya sangat tinggi.
 - 3) Dipasarkan ke minimarket ataupun toko yang berada di kawasan wisata.
 - 4) Menggunakan jasa pemasaran orang lain.¹²
9. Proses Operasional di *Home Industry* Telur Asin Milik Ibu Faizah
- a. Perencanaan produksi pembuatan telur asin
 - 1) Jenis produk yang dihasilkan
Pada *home industry* telur asin milik ibu Faizah hanya memproduksi telur asin saja.
 - 2) Kualitas produk yang diproduksi

¹²Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

Kualitas produk sangat penting karena dapat membantu perkembangan perusahaan itu sendiri dan meningkatkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan. Motto kami adalah “*Pelayanan prima dan kasih sayang untuk orang lain.*” Ini dapat dijadikan referensi untuk semua proses yang berjalan.

3) Bahan baku

Bahan baku diperoleh dari peternak, pedagang ataupun membuat sendiri seperti telur bebek, garam, batu bata yang sudah dihaluskan dan peti kayu, sehingga perusahaan mampu melakukan proses produksi setiap harinya, sehingga dapat membantu meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar..¹³

b. Pengendalian produksi Telur Asin Ibu Faizah

1) Menyusun perencanaan

Penyusunan perencanaan di *homeindustry* telur asin milik ibu Faizah berbeda dengan perusahaan yang lain dimana di *homeindustry* telur asin milik ibu Faizah memproduksi dan menyetok produk, ini tentang bagaimana dapat memaksimalkan pekerjaan tepat waktu sesuai dengan keinginan perusahaan. Semua karyawan harus dapat menyelesaikan pekerjaannya dalam 1 hari yaitu dengan memproduksi sekitar 500-700 butir telur bebek menjadi telur asin setiap harinya.

2) Membuat jadwal kerja

Perusahaan telah menetapkan beberapa peraturan yang harus dipatuhi oleh seluruh karyawan yang terdapat dalam *homeindustry* telur asin milik ibu Faizah. Beberapa peraturan tersebut adalah masuk kerja pada pukul 07.00 WIB dan pulang pada pukul 13.00 WIB untuk bagian produksi atau sekitar 6 jam. Bagian pengemasan juga memiliki jadwal tersendiri yaitu sampai habisnya produk telur asin yang akan dikemas dan untuk bagian pemasaran, harus menjangkau sampai ke beberapa kota sehingga membutuhkan waktu sampai 2 hari.

3) Menentukan pemasaran

Pada *homeindustry* telur asin milik ibu Faizah konsumennya yaitu pada kalangan menengah ke bawah dan masyarakat sekitar yang biasanya membeli produk dengan

¹³Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

datang langsung ke lokasi produksi untuk membeli produknya.¹⁴

4) Pengawasan produksi

a) Menetapkan kualitas

Kualitas disini sangat diunggulkan di *homeindustry* telur asin milik ibu Faizah, karena menggunakan bahan baku yang berkualitas seperti telur bebek yang masih fresh, garam, dan lain sebagainya. Cara tersebut merupakan hal yang sangat menentukan perusahaan dalam meningkatkan nama baik perusahaan sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Adapun kualitas yang diutamakan adalah pemilihan bahan baku dan proses pengemasan telur asin.

b) Menetapkan standart barang

Setiap perusahaan pasti memiliki standart untuk produk yang dihasilkannya. Kriteria penentuan produk asin milik ibu Faizah meliputi kualitas bahan baku produksi, dan kebersihan kemasan.

c) Pelaksanaan produksi yang tepat waktu

Produksi tepat waktu dapat dicapai dengan menerapkan target minimal 500 butir telur per hari pada semua karyawan, pelaksanaan produksi dapat dilaksanakan secara tepat waktu. Ketetapan waktu memungkinkan barang yang dipesan atau diserahkan sesuai dengan waktu yang ditentukan dalam kontrak sebelumnya, sehingga meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.¹⁵

Tabel 4.3

Data Produksi *Home Industry* Telur Asin
Milik Ibu Faizah 5 Bulan Terakhir tahun 2021

No.	Bulan	Jumlah/Butir
1.	Juli	11.467
2.	Agustus	10.321
3.	September	9.674
4.	Oktober	8.512
5.	November	7.744

¹⁴Ibu Faizah, pemilik *home indusry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

¹⁵Ibu Faizah, pemilik *home indusry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

10. Recruitmen dan Gaji Karyawan

Proses perekrutan dan penggajian karyawan menjadi hal yang penting diterapkan oleh setiap pelaku usaha untuk memperlancar kegiatan produksi dan pemasaran. Berdasarkan hal tersebut dalam proses memperoleh karyawan pelaku usaha melakukan berbagai cara yaitu dengan memasang pengumuman dan menawarkan secara langsung perekrutan terhadap lingkungan sekitar yang memadai. Hal ini dimaksudkan untuk mendapat karyawan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha dalam proses kinerja dan proses produksi.

Proses perekrutan karyawan selanjutnya melalui tahap pelatihan dengan tujuan untuk memberikan pengarahan dan skill terhadap kinerja yang akan dilakukan. Hal yang sama dilakukan oleh pemilik usaha *home industry* telur asin milik ibu Faizah dalam melakukan perekrutan dan pelatihan, diantaranya melatih karyawan baru dalam pembuatan telur asin, pengemasan telur asin, mencuci telur, dan menata telur dalam wadah yang telah disiapkan untuk dipasarkan.

Adapun ciri-ciri dalam pemilihan karyawan yang diterapkan oleh hal industri ini yaitu siap kerja lembur memiliki kejujuran dan tanggung jawab yang tinggi dan tanggung jawab yang tinggi. Kriteria ini dibutuhkan karena perusahaan harus melakukan kinerja dengan tepat dengan kualitas yang tinggi pada setiap bidang produksi. Sedangkan untuk karyawan baru dan belum ada bakat atau pun pengalaman dalam dunia produksi telur asin akan dilakukan pelatihan secara bertahap dengan mengikuti arahan dari karyawan lain yang lebih paham dalam pengolahan dan pendistribusian telur asin.

Berdasarkan tingkat kinerja dalam hal ini *home industry* telur asin milik ibu Faizah tidak terlepas dari pemberhentian atau pemutusan hubungan kerja jika dijumpai kesalahan yang fatal yang merugikan *home industry* tersebut. Selain itu pemutusan hubungan kerja juga dilakukan dengan alasan tidak mematuhi peraturan dan kinerja yang tidak sesuai dengan prosedur yang sengaja dilakukan.

Berdasarkan sistem kerjanya *home industry* telur asin milik ibu Faizah menggunakan sistem borong. Sistem borong yaitu dengan bagian tersendiri diantaranya bagian produksi dengan gaji Rp 50.000 setiap 500 butir telur. Sedangkan biasanya setiap hari setiap karyawan bisa mencapai 800 butir telur yang dikerjakan pada jam kerja. Bagian selanjutnya yaitu pengemasan dengan gaji Rp 45.000 setiap hari yang bekerja antara jam 07.00 - 16.00 WIB sedangkan untuk pemasar atau sales gajinya mencapai Rp 75.000

ditambah dengan jatah makan dan rokok untuk satu orang setiap hari. Hal ini dilakukan karena pemasar atau sales berada di luar lingkungan *home industry* yang membutuhkan biaya tambahan untuk transportasi dan operasional lainnya.¹⁶

B. Data Penelitian

1. Data Tentang Strategi Pemasaran yang Dilakukan di *home industry* telur asin milik ibu Faizah untuk Meningkatkan Penjualan.

Perusahaan atau pelaku usaha mampu memfokuskan strategi pada keputusan yang tinggi dengan alasan memiliki pelanggan dengan kepuasan terhadap produk yang telah ditawarkan oleh produsen. Produk dengan nilai tinggi bisa dikarenakan memiliki nilai jual dan juga kualitas yang diharapkan oleh pembeli ataupun konsumen. Kepuasan ini dapat menghadirkan kesenangan dan menciptakan pembelian ulang pada produk tersebut dan memunculkan loyalitas dari pembeli terhadap produk dan perusahaan atau pelaku usaha.

Berdasarkan hal tersebut strategi mampu diterapkan pada *home industry* telur asin milik ibu Faizah dengan mengutamakan kualitas dan nilai jual. *Home industry* telur asin milik ibu Faizah dapat dilihat dengan bertambahnya kesetiaan dan loyalitas pelanggan yang tinggi yang berdampak pada semakin tingginya pangsa pasar. Sehingga dengan semakin lebarnya pangsa pasar menjadikan *home industry* telur asin milik ibu Faizah mampu dikenal di berbagai kalangan dan meraih keuntungan yang tinggi. Strategi tersebut diterapkan oleh industri ini dengan mengolah berbagai keterampilan dan inovasi terhadap pengolahan produk telur asin.

Salah satu metode yang digunakan yaitu strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran. Strategi ini diterapkan karena memiliki metode dalam marketing sehingga mampu melayani pelanggan dengan memperoleh citra baik dan tepat sasaran melalui 4P (*Product* atau produk, *Price* atau harga, *Place* atau lokasi, dan *Promotion* atau promosi) yaitu sebagai berikut:¹⁷

1. *Product* (produk)

Produk merupakan hal atau benda yang bersifat kompleks, baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk kemasan,

¹⁶ Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

¹⁷ Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah*, 267

warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, dan layanan yang diterima pembeli dari perusahaan dan pengecer untuk memenuhi kebutuhannya. *Homeindustry* telur asin milik ibu Faizah ini hanya memproduksi telur asin saja dalam skala besar. Peneliti mewawancarai salah satu karyawan dibagian produksi yaitu ibu Maemunah, beliau menjelaskan bahwa :

Setiap harinya memproduksi telur asin, saat menjelang lebaran, karena saat menjelang lebaran permintaan produk meningkat drastis. Tetapi kali ini berbeda, adanya pembatasan (PSBB), mudik dilarang, jadinya omzet turun. Kalau dihitung-hitung sampai 25 persen dari normal.¹⁸

Adapun untuk inspirasi dan pembuatan *home industry* telur asin milik ibu Faizah antara lain adalah :

- a. Mengambil contoh dari pengusaha telur asin yang lebih sukses seperti pengusaha telur asin Cah Angon milik mas Bimo dari Brebes yang sudah dianggap lebih sukses bisa menjualkan ribuan telur asin setiap bulanya.
- b. Mengambil contoh dari internet kemudian dikembangkan.
- c. Mengambil referensi dari media televisi, misalnya rasa yang diminati banyak khalayak, kemasan yang bagus dan tampilan yang menarik.¹⁹

Meski sudah menggunakan cara yang sedemikian rupa, tetap saja *homeindustry* telur asin milik ibu Faizah belum mengalami peningkatan penjualan malah sebaliknya yakni mengalami penurunan akibat dari Pandemi COVID-19. Penulis menyarankan pihak *home industry* telur asin milik ibu Faizah sebaiknya menggunakan 3 kategori penemuan barang baru. Tiga kategori penemuan barang baru yang dimaksud adalah :²⁰

- a. Barang yang betul-betul baru

Home industry telur asin milik ibu Faizah seharusnya juga bisa menerapkan kategori ini. Misalnya produk telur asin yang berbahan dasar dari telur bebek tetapi diberi tambahan bisa dikasih saus wortel di setiap kemasannya misalnya yang baik untuk kesehatan mata. Atau saus yang berbahan dasar dari buah manggis yang baik untuk kesehatan lambung dan sebagainya.

¹⁸Ibu Maemunah, bagian produksi, wawancara oleh penulis, 21 Oktober 2021, wawancara 2, transkrip.

¹⁹Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

²⁰Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*(Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), 104.

- b. Barang yang sama jenisnya tetapi menggunakan model baru.

Home industry telur asin milik ibu Faizah juga bisa menerapkan kategori ini. Misalnya, memunculkan bentuk-bentuk baru dari kemasan telur asinya. Bisa bentuk hewan, bentuk transportasi atau bentuk-bentuk bangunan. Jadi bentuk dari kemasan telur asin sendiri tidak hanya bulat atau kotak di dalam plastik mika seperti yang sekarang.

- c. Barang tiruan yang baru bagi perusahaan, tetapi tidak baru bagi pasar

Home industry telur asin milik ibu Faizah bisa meniru bentuk-bentuk yang sudah banyak dikenal atau sedang ngetren di pasaran. Misalnya, telur asin yang diolah dengan berbagai rasa dan dicampurkan seperti berbentuk pizza atau telur asin yang dibuat pengganti daging pada campuran komposisi hamburger.

2. *Price* (harga)

Price atau harga adalah strategi penerapan harga jual. Penetapan harga tidak hanya berfokus pada target dan keinginan pedagang, tetapi juga daya beli masyarakat. Harga yang diberikan kepada konsumen dalam penjualan produk oleh *home industry* telur asin milik ibu Faizah ini dapat dikatakan terjangkau dengan melihat pertimbangan kualitas yang ada. Harga untuk telur asin per butirnya dipatok harga Rp 2.300,00, untuk yang pembelian skala banyak lebih dari 200 butir telur asin, diberi harga lebih murah yakni Rp 2.200,00 per butirnya. Peneliti mewawancarai salah satu karyawan dibagian pemasaran yaitu bapak Sulkan, beliau menjelaskan bahwa :

Kalau harga dari pemilik usaha sama mereka sendiri jadi kita hanya tinggal mengikuti saja. Dilihat dari perbedaan harga cenderung berbeda dan tergantung dari pembeli itu sendiri. Dalam hal ini apakah pembeli menjual kembali atau hanya untuk dikonsumsi. Pembeli yang melakukan pembelian dan akan dijual kembali biasanya dari pemilik telur asin memberikan harga yang lebih rendah di bawah harga normalnya karena dengan alasan tersebut pembeli ini menjadi mitra dalam memasarkan telur asin dari kita. Sedangkan kalau pembeli hanya melakukan pembelian dengan maksud untuk mengkonsumsi maka kita akan memberikan harga normal yaitu harga yang sama dengan pembeli pada umumnya titik biasanya pembeli ini membeli dalam jumlah yang tidak banyak hanya

saja pembeli ingin membeli langsung dari tempat produksi telur asin.²¹

Mengenai harga, peneliti menganjurkan *home industry* telur asin milik ibu Faizah sesuai istilah berikut.²²

a. Penetapan harga sama dengan harga saingan.

Sering dijumpai adanya penjual yang mematok harga yang sama dengan pesaingnya. Akan lebih menguntungkan menggunakan metode ini ketika harga bersaing tinggi. Biasanya penjual menggunakan cara ini untuk barang standar.

Home industry telur asin Bu Faizah bisa menggunakan cara ini. Misalnya produk telur asin biasanya dijual ke konsumen dengan harga yang sama dengan produk telur asin perusahaan lain. Berdasarkan hal tersebut dari segi harga tidak terlalu mahal atau terlalu murah dibandingkan dengan produk di tempat lain.

Penetapan tingkat harga umumnya dilakukan dengan melakukan eksperimen untuk menguji pasar dengan menerima atau menolak. Jika konsumen menerima tawaran tersebut, berarti harga yang ditetapkan adalah wajar. Sedangkan jika mereka menolak artinya harganya cepat berubah. Keputusan harga harus dikombinasikan dengan keputusan komoditas. Hal ini dengan alasan harga merupakan bagian dari penawaran komoditas serta kemasan dan branding.

b. Penetapan harga dibawah harga saingan.

Metode ini sering digunakan oleh pengecer, dan perusahaan sering tidak menyadari praktik tersebut. Pelaku usaha memiliki prinsip bahwa menentukan harga yang lebih rendah akan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi. Mereka juga berpendapat bahwa nama baik produsen berkontribusi pada nama baik pengecer. Menurunkan harga dari pesaing juga merupakan cara yang bagus bagi perusahaan untuk memasuki pasar baru. Berdasarkan hal tersebut pelaku usaha menggunakan metode tersebut untuk menjalankan usahanya.

Home industry telur asin milik ibu Faizah dapat menggunakan cara ini dengan penetapan harga di bawah

²¹Pak Sulkan, bagian pemasaran, wawancara oleh penulis, 21 Oktober 2021, wawancara 2, transkrip.

²²Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, 167.

persaingan, sehingga harga yang dijual kembali oleh pemasok tidak jauh lebih mahal dari harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Jadi, ketika pemasok ingin mengambil produk dalam jumlah besar dari perusahaan dan ingin menjualnya kembali, perusahaan dapat memberikan harga di bawah standar sebagai diskon kepada pemasok.

c. Penetapan harga di atas harga saingan.

Umumnya produsen dan pengecer mengenakan harga di atas tingkat harga pasar untuk produk. Metode ini hanya tersedia untuk perusahaan yang memproduksi barang-barang prestise. Hal ini dikarenakan konsumen kurang memperhatikan harga saat membeli, dan justru mengutamakan faktor kualitas atau kredibilitas yang mereka dapatkan dari barang tersebut.

Hal ini juga dapat diterapkan oleh perusahaan khusus untuk produk yang memenuhi 3 kategori baru yang dijelaskan dalam poin-poin produk di atas. Misalnya produk yang belum ada di pasaran, seperti telur asin kemasan berbentuk hewan dan telur asin dengan rasa dan tampilan unik yang tidak dapat ditandingi oleh produsen lain. Hal ini dapat diterapkan melalui sistem harga yang lebih tinggi dari harga pesaing, sehingga mampu menciptakan nilai dan keuntungan lebih bagi pelaku usaha.

3. *Place* (lokasi)

Strategi lokasi yang diterapkan oleh industri *home industry* telur asin milik Ibu Faizah memiliki inventaris dan produksi di rumah untuk pemantauan pengawasan yang optimal selama produksi. Ibu Faizah menjelaskan:

Sejak awal, tempat produksi memang di rumah, dan sementara ibu Faisha berharap suatu hari nanti memiliki lahan yang lebih luas dari tanahnya sendiri, itu tetap di rumah sampai sekarang.²³

Berdasarkan dari lokasi usaha seharusnya pelaku usaha bisa berfokus pada supplier dalam memasarkan hasil produksinya, berdasarkan hal tersebut lokasi secara geografis menjadi fokus yang utama pengajar berdasarkan lokasi geografis tersebut memiliki keterkaitan dengan pola pembelian oleh konsumen. Secara garis besar dapat dikategorikan bahwa mampu menarik perhatian konsumen sehingga bisa melakukan

²³Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

pembelian produk tersebut. Analisis geografis ini dapat digunakan dalam melakukan penilaian terhadap bangsa pasar yang potensial secara regional berdasarkan beberapa produk yang dipasarkan titik berdasarkan hal tersebut lokasi geografis pengecer atau distributor dapat dibagi ke dalam dua kategori diantaranya sebagai berikut:²⁴

a. Pengecer yang berada di desa.

Lokasi pengecer atau distributor dalam hal ini bisa diasumsikan dengan tempat di desa yang lebih produktif untuk pelaku usaha karena produksi dilakukan di desa. Berdasarkan hal tersebut pelaku usaha mampu menganalisa dengan menawarkan produk telur asin sesuai dengan rata-rata penjualan atau harga rata-rata telur asin pada daerah tersebut yang relatif kecil jika dibandingkan dengan harga telur asin yang telah dijual di toko. Secara tidak langsung hasil produksi yang dilakukan di desa dan dipasarkan langsung di desa akan bernilai jual lebih rendah karena tidak memerlukan berbagai biaya transpor dan biaya pemasaran.

b. Pengecer yang berada di kota.

Pengecer yang berada di kota dituntut untuk melakukan berbagai penjualan dari hasil produksi dengan mengeluarkan berbagai biaya transportasi dan biaya lain yang menjadikan lokasi toko berada di pusat kota penjualan lebih banyak. Pelaku usaha umumnya mampu memberikan produk yang lebih banyak dan lebih besar untuk stok yang cukup untuk penjualan di toko tersebut mengingat konsumen yang hadir untuk membeli lebih tinggi karena tersedianya produk telur asin yang telah disiapkan untuk dijual di toko tersebut.

4. *Promotion* (promosi)

Media promosi yang dilakukan oleh *home industry* telur asin ibu Faizah yaitu melalui pemasaran kepada masyarakat sekitar, dipasarkan melalui toko-toko ataupun minimarket dan melalui pedagang tradisional di pasar. Berdasarkan hal tersebut telur asin ibu Faiza mampu diterima oleh berbagai kalangan dan menjelaskan bahwa produksi saat ini mengalami kenaikan berdasarkan promosi tersebut. Dalam wawancaranya ibu upaya menyebutkan sebagai berikut:

Promosi biasa dilakukan dengan menjalin hubungan kerjasama dan sponsorship dari berbagai instansi ataupun pihak

²⁴Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, 197.

pengelola dan pemilik usaha lainnya ibu Faizah setiap tahun juga memberikan santunan kepada anak yatim yang berada di lingkungan sekitar, memberi sumbangan pada pembangunan masjid sebagai cara dalam menciptakan keharmonisan antara pemilik usaha *home industry* telur asin yang berada di lingkungan masyarakat sekitar.²⁵

Berdasarkan media promosi yang dilakukan pihak *homeindustry* telur asin milik ibu Faizah juga memperhatikan beberapa sifat pasar yang akan mempengaruhi promosi diantaranya sebagai berikut:²⁶

a. Luas pasar secara geografis

Perusahaan yang hanya berfokus pada pasar lokal dan berupaya mengadakan kegiatan pemasaran yang beragam dan bekerjasama dengan perusahaan lain memiliki nilai jual yang cukup tinggi. Berdasarkan hal tersebut perusahaan perusahaan dengan luas pasar secara geografis secara lokal mampu menggunakan *personal selling* dalam memasarkan produk, sedangkan untuk perusahaan yang memiliki pasar nasional diharuskan untuk tetap menggunakan metode iklan dengan tujuan produk yang dipasarkan mampu diterima oleh berbagai kalangan secara luas.

Hal ini untuk pihak *home industry* telur asin milik ibu Faizah menurut penulis menyarankan untuk menggunakan media promosi berupa periklanan. Hal berdasarkan hal tersebut periklanan mampu menarik perhatian masyarakat secara umum yang dapat dilakukan melalui majalah, koran, media sosial ataupun televisi radio dan media iklan lainnya. *Home industry* telur asin milik ibu Faizah memiliki pangsa pasar yang cukup luas yakni wilayah Demak dan juga mampu memberikan kesempatan yang lebih untuk melakukan pemasaran tingkat nasional ataupun pemasaran di seluruh daerah pulau Jawa.

Berdasarkan hal tersebut *homeindustry* telur asin milik Ibu Faizah penulis menyarankan untuk mempromosikannya dalam bentuk iklan melalui majalah, surat kabar, terutama media sosial atau TV. Mengingat wilayah pasar yang telah dicapai perusahaan, yaitu di tingkat nasional, mencakup seluruh wilayah Jawa.

²⁵Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

²⁶Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, 240.

b. Konsentrasi pasar

Konsentrasi pasar dalam hal ini mampu mempengaruhi strategi yang digunakan untuk promosi oleh perusahaan terhadap peningkatan jumlah pembeli dan konsumen sehingga jumlah pembeli yang potensial dengan ragam yang berbeda dan konsentrasi secara nasional perusahaan dapat melakukan pemusatan terhadap penjualan dalam suatu kelompok pembelian. Berdasarkan hal tersebut penggunaan alat promosi mampu memberikan perbedaan dengan perusahaan lainnya dengan fokus pada pembelian oleh konsumen. Hal ini bisa dimisalkan dengan adanya perusahaan yang memusatkan penjualannya pada wanita sehingga perusahaan dapat menggunakan media seperti majalah dan media sosial yang berfokus pada wanita dalam melakukan pengiklanan dan juga promosi.

Melihat kondisi tersebut bisa diterapkan oleh *home industry* telur asin memiliki Bu Faizah dengan melakukan penerbitan pada semua kalangan. Penerbitan ini mampu diterapkan dengan konsentrasi pasar wanita atau ibu-ibu dengan alasan mayoritas pembeli adalah kalangan ibu-ibu yang biasanya menjadikan telur asin sebagai oleh-oleh atau jamuan untuk tamu. Berdasarkan hal tersebut *homeindustry* telur asin milik ibu Faizah juga bisa menggunakan pendekatan ini. Meski menyasar semua kalangan, konsentrasi pasar perempuan/ibu juga bisa diterapkan. Karena pembelinya kebanyakan ibu-ibu, biasanya untuk membuat oleh-oleh atau jamuan untuk tamu.

2. Data Tentang Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Pada *Home Industry* Telur Asin Milik Ibu Faizah

Pendapat Ibu Faizah sebagai pemilik perusahaan dan general manager yang membuat semua aktivitas perusahaan, dalam proses pemasaran sangat memerlukan strategi pemasaran. Karena sebagai bentuk dalam proses pemasaran produk, mulai dari produk dapat diproduksi sampai ditangan konsumen, sehingga pemasaran dapat terkendali dengan teratur.

Pada dasarnya strategi pemasaran sangatlah dibutuhkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dapat menentukan dimana produk akan di jual dengan cara melihat peluang yang akan masuk dalam pasar, konsumen dapat mengetahui produk diinginkan dan dibutuhkan dengan cara melihat apa yang sedang menjadi trend, bagaimana segmentasi pasarnya yang berfokus pada konsumen

yang menjadi sasaran, dan strategi apa yang perlu dilakukan saat memasarkan produknya sehingga konsumen dapat lebih mengenal produk dan mengembangkannya menjadi produk yang tambah diminati.²⁷

East Meets Eask dan *Mark Plus Forum* mengutip dan mengembangkan sepuluh credo pemasaran yang penuh kasih (*The Ten Credos of Compassionate Marketing*) yaitu :²⁸

a. *Love your customer, respect your competitor*

Cintai langganamu, layani mereka dengan baik dan bertanggung jawab, responsiflah terhadap mereka, atasi komplain atau keluhan-keluhan mereka, jangan berusaha menipu langganan. Demikian pula terhadap pesaing, jangan anggap mereka musuh yang harus dihancurkan dan disingkirkan, tapi buatlah mereka sebagai teman, jika perlu adakan kerjasama dengan pesaing. Demikianlah kecendrungan mutakhir dalam dunia bisnis, orang mulai menganggap saingan sebagai teman yang bisa diajak kerjasama, jadikan partner, buat networking yang saling menguntungkan. Ibu Faizah menjelaskan bahwa : “Disini ada beberapa masyarakat/tetangga yang sama-sama memproduksi telur asin, kami tidak mengusik satu sama lain dan selalu berhubungan dengan baik dari dulu baik sebagai tetangga maupun kompetitor bisnis.”²⁹

b. *Be sensitive to change, be ready to transform*

Anda harus peka terhadap perubahan yang terjadi setiap saat dan harus siap mentransformasikan nilai-nilai dan teknologi ke dalam kegiatan bisnis. Perubahan demi perubahan tidak bisa dipungkiri, ia akan selalu ada dan kita harus selalu siap berubah kearah yang lebih baik.

Menurut penulis, bisnis telur asin milik ibu Faizah harus peka terhadap perubahan zaman yang semakin modern, penggunaan teknologi apapun yang terjadi harus bisa beradaptasi seperti pemasaran lewat *e-commers* maupun lewat media sosial.

²⁷Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:RajaGrafindo Persada, 2002), 269-271

²⁸Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah*, 269

²⁹Ibu Faizah, pemilik *home indusry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

c. *Guard your name, be clear of who you are*

Jaga namamu, dan tunjukkan siapa kamu sebenarnya, tentu ini dari segi yang positif, bukan berlagak jagoan, premanisme. Ikuti Muhammad yang dijuluki *Al-Amien*. Ibu Faizah menjelaskan bahwa :*“kita selalu berusaha menjaga nama baik perusahaan. Ini saya terapkan dan saya anjurkan kepada semua karyawan juga yang ada disini perihal etika bekerja dan menjaga nama baik perusahaan.”*

d. *Customers are diverse, go first to who you are*

Banyak konsumen yang perlu dilayani dan layanilah lebih dulu orang yang betul-betul memerlukan anda dan komoditi yang anda perdagangkan. Ibu Faizah menjelaskan : *“Setiap hari ada konsumen yang datang kemari, baik tetangga maupun penjual yang membeli telur asin untuk dijual kembali. Selain itu juga kami punya reseler yang memasarkan telur asin ke berbagai daerah. Kami selalu berupaya memberikan pelayanan maksimal seperti menyediakan produk tepat waktu sesuai pemesanan.”*³⁰

e. *Always offer a good package, at a fair price*

Jagalah selalu agar anda menjual barang yang baik dengan harga normal, jangan menipu, barang yang jelek dikatakan baik, barang yang murah dikatakan mahal sehingga anda mengeruk keuntungan berlipat ganda yang sifatnya sesat.³¹ *“Batas kadaluarsa telur asin ini sebenarnya lebih dari 15 hari mbak, tapi sejak 12 hari kalo belum terjual pasti kami return kembali. Telur yang sudah kadaluarsa akan kami musnahkan langsung biar tidak disalah gunakan. Telur asin yang kami return setiap bulanya tidak sampai 5 persen, sangat sedikit sekali dan jarang sekali ada barang return.”* Ujar Ibu Faizah.

f. *Always make yourself available, spread the good news*

Anda harus selalu siap dengan menyebarkan berita-berita baik. Terutama tentang diri dan komoditi yang anda perdagangkan. Sebarkan berita baik, bukan sebaliknya yang bisa menghancurkan karir anda. Peneliti mewawancarai mbak Fitri selaku karyawan bagian pengemasan. Beliau mengemukakan: *“Usaha telur asin milik ibu Faizah dimata masyarakat itu usaha yang baik, pemiliknya juga baik. Ibu*

³⁰Ibu Faizah, pemilik *home industry* telur asin, wawancara oleh penulis, 21 oktober, 2021, wawancara 2, transkrip.

³¹Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah*, 270

*Faizah, suaminya dan juga keluarga-keluarganya. Mereka sering mambantu kami karyawan ataupun tetangga saat mengalami musibah. Yang saya tahu di lingkungan sini baik-baik saja mbak.*³²

g. *Get your customer, keep and grow with them*

Dekati konsumen, bertumbuh dan hiduplah bersama mereka..³³Peneliti mewawancarai ibu Murti Istiqomah yang merupakan tetangga atau rumahnya disamping *Home Industry* milik ibu Faizah, beliau mengemukakan bahwa :*“usaha telur asin bu Faizah itu baik mbak, pemiliknya ramah dengan tetangga, saya sebagai tetangga juga sering dikasih produknya saat bertamu kerumah saya.”*³⁴

h. *Whatever your busines, it is a service busines*

Apapun bisnis anda, intinya adalah pelayanan. Para pelaku bisnis selalu berhubungan dengan masyarakat konsumen. Para pengusaha harus memberi layanan masyarakat atau publik yang sebaik-baiknya.

Menurut penulis, bisnis telur asin milik ibu Faizah harus memberikan pelayanan yang maksimal, ibu Faizah perlu sekali memperhatikan pelanggan-pelangganya seperti barang sampai tepat waktu dan informasi yang tepat dan jelas.

i. *Always refine your busines process, in terms of quality, cost, and delivery*

Perhatikan, teliti kajilah bisnis anda, bagaimana proses bisnis anda dan utamakan kualitas, tekan faktor biaya, dan percepat pengiriman. Kadang-kadang anda harus berjanji dalam kegiatan bisnis, dan janji ini harus ditepati. Menurut penulis ini juga sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen, baik konsumen yang berlokasi jauh dari tempat usaha maupun yang dekat dengan tempat usaha, mereka harus dapat pelayanan yang sama dimata penjual, yakni usaha milik ibu Faizah.

j. *Gather relevant information, but use wisdom in final decision*

Cari, renungi, analisis informasi yang relevan dengan permasalahan bisnis anda, dan buatlah keputusan yang bijaksana dalam menetapkan langkah-langkah selanjutnya. Dalam Islam ini dikenal dengan istilah tabayun, selidiki dulu,

³²Mbak Rani, bagian pengemasan, wawancara oleh penulis, 21 Oktober 2021, wawancara 2, transkrip.

³³Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah*, 271

³⁴Ibu Romlah, tetangga/pembeli, wawancara oleh penulis, 15 November 2021, wawancara 2, transkrip.

cari informasi sebanyak-banyaknya, baru ambil keputusan, tapi tetap dengan kepala dingin.

Menurut penulis, ibu Faizah dalam mengambil keputusan sangat perlu sekali mengambil dari berbagai referensi misalkan dari saran karyawan, dari tetangga maupun dari konsumen.

C. Analisis dan Pembahasan

1. Analisis Strategi Pemasaran yang Dilakukan *Home Industr* Telur Asin Ibu Faizah untuk Meningkatkan Penjualan.

Perusahaan yang berencana untuk memperkenalkan produk baru perlu memutuskan kapan mereka akan merambah pasar. Unuk menjadi yang pertama di pasar dapat menguntungkan penjualannya namun dapat berisiko dan juga mahal. Jika sebuah perusahaan dapat masuk belakangan dan mampu membawa kualitas, teknologi, atau kekuatan merek yang lebih baik, disinilah peran strategi pemasaran perlu diterapkan dalam perusahaan.³⁵

Strategi Pemasaran adalah serangkaian sasaran, tujuan dan kebijakan yang dapat memberikan arah untuk usaha-usaha *marketing* dari waktu ke waktu dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan prinsip pemasaran. Strategi-strategi yang diterapkan oleh pemasar dalam *Marketing* nantinya akan dapat menarik simpati para konsumen. Salah satunya adalah dengan bauran pemasaran (*marketingmix*) adalah sesuatu strategi pemasaran supaya dapat melayani pelanggan dengan cara memuaskan, melalui 4 elemen P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*).³⁶

a. *Product*

Unsur dalam produk berarti menawarkan atau menyediakan produk yang terjamin akan kualitasnya. Produk yang akan dijual harus sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan selera konsumen. Dalam praktek usaha telur asin, ibu Faizah selalu menjelaskan kualitas produk yang akan dijualnya. Kualitas produk yang dipesan oleh pelanggan, harus sesuai dengan barang yang akan dikirim. Jika terjadi ketidaksesuaian, beliau mengajarkan bahwa pelanggan memiliki hak untuk khidar, dengan membatalkan jual beli jika terdapat sesuatu yang tidak cocok. Terdapat 3 kategori dalam penemuan barang baru yaitu :³⁷

³⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*(Jakarta: Indeks, 2004), 351.

³⁶Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah*, 267

³⁷Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*(Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), 104.

1) Produk yang betul-betul baru

Maksudnya adalah tidak ada produk penggantinya. Contohnya : misalnya nuklir sebagai alternatif dalam menggantikan tenaga air atau disel untuk membangkitkan listrik.

Homeindustry telur asin milik ibu Faizah ini seharusnya dapat menggunakan kategori ini. Misalnya, produk telur asin yang berasal dari dari telur bebek tetapi diberi tambahan bisa dikasih saus wortel di setiap kemasannya misalnya yang baik untuk kesehatan mata. Atau saus yang terbuat dari buah manggis yang baik untuk kesehatan lambung.

2) Produk menggunakan model baru tetapi yang sama dengan jenisnya.

Jadi, produk yang sudah pernah atau sudah beberapa kali diproduksi, dan mengalami perubahan model secara periodis. Misalnya : Mobil model tahun 1978.

Homeindustry telur asin milik ibu Faizahjuda dapat mempratikkan kategori ini. Misalnya, memunculkan bentuk baru dari kemasannya telur asinya. Bisa berbentuk hewan, transportasi atau bangunan. Jadi bentuk dari kemasannya telur asinnya sendiri tidak hanya bulat ataupun kotak di dalam plastik mika seperti yang saat ini.

3) Produk tiruan yang baru bagi perusahaan, tetapi tidak baru bagi pasar

Misalnya, kursi dari bahan besi meniru kursi dari bahan kayu. Untuk kategori ini *homeindustry* telur asin milik ibu Faizah dapat meniru bentuk yang telah banyak diketahui atau lagi trend di pasaran. Misalnya, telur asin yang diolah dan dicampurkan seperti berbentuk pizza atau telur asin asin yang dibuat pengganti daging pada campuran komposisi hamburger.

b. *Price*

Adalah taktik untuk menerapkan harga jual. Dalam hal penetapan harga ini bukan tentang memprioritaskan keinginan pedagang sendiri, tetapi juga harus mempertimbangkan daya beli masyarakat. Ekonomi Barat memiliki taktik untuk menerapkan harga tertinggi yang dianal dengan istilah *skimming price*. Dalam Islam, tidak dibenarkan untuk mengambil keuntungan yang banyak, tetapi harus tetap dalam batas-batasnya. Dan tidak boleh bersaing melakukan perang harga, dengan niat mengalahkan lawan, maka diperlukakan untuk

melakukan persaingan secara adil, dan mendapatkan keuntungan dengan membedakan layanan dan kualitas yang diberikan. “*Pada harga berapakah tepatnya, barang-barang atau jasa itu harus dijual?*” persoalan ini hendak akan diulang-ulang beberapa kali sehari di toko di seluruh dunia. Hal ini menampilkan bahwa konsumen dan organisasi akan membeli dalam jumlah banyak jika *harganya tepat* atau *wajar*.³⁸ Hubungan penetapan harga pasar yaitu :³⁹

1) Penetapan harga sama dengan harga saingan.

Berdasarkan penetapan harga yang sama dengan harga saingan sering dijumpai bahwa penjual yang menetapkan harga ini memiliki persaingan yang cukup ketat. Hal ini dapat berarti adanya cara yang lebih menguntungkan jika harga pesaing lebih tinggi sehingga menjadikan pelanggan atau pembeli memilih harga yang lebih rendah. Umumnya penjual menggunakan harga yang sama dengan pesaing hanya untuk jenis barang standar.

Homeindustry telur asin memiliki ibu Faizah dapat dikategorikan menggunakan metode ini titik alasannya yaitu telur asin yang biasa atau standar dijual kepada konsumen dengan harga yang sama dengan produk telur asin lainnya di pasar, toko, dan lain-lain. Sehingga harga yang ditawarkan oleh *home industry* telur asin milik ibu Faizah tidak jauh berbeda harga dengan telur asin pada umumnya.

Sering dijumpai adanya penjual yang mematok harga yang sama dengan pesaingnya. Akan lebih menguntungkan menggunakan metode ini ketika harga bersaing tinggi. Biasanya penjual menggunakan cara ini untuk barang standar. *Home industry* telur asin Bu Faizah bisa menggunakan cara ini. Misalnya produk telur asin biasanya dijual ke konsumen dengan harga yang sama dengan produk telur asin perusahaan lain. Berdasarkan hal tersebut dari segi harga tidak terlalu mahal atau terlalu murah dibandingkan dengan produk di tempat lain.

2) Penetapan harga dibawah harga saingan.

Metode penetapan harga di bawah harga saing umumnya digunakan oleh pemilik usaha kepada pengecer atau distributor. Hal ini dengan alasan pengecer dan

³⁸Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*(Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), 146.

³⁹Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, 167.

distributor merupakan mitra yang mampu membantu penjualan produksi telur asin ibu Faizah. Berdasarkan hal tersebut penetapan harga di bawah harga saing mempunyai prinsip *mark up* yang lebih kecil yang menghasilkan penjualan lebih rendah. Pemilik usaha berpendapat bahwa nama baik usaha mampu membawa Citra yang baik untuk bahan produksi terutama yang dibawa oleh pengecer dan distributor penetapan harga yang lebih rendah dari pesaing ini sebagai upaya oleh pelaku usaha untuk memasuki pasar baru. Berdasarkan hal tersebut pemilik usaha memberikan kesempatan kepada distributor dan juga pemasok untuk mendapat keuntungan dalam pemasaran produk telur asin milik ibu Faizah.

Metode ini sering digunakan oleh pengecer, dan perusahaan sering tidak menyadari praktik tersebut. Pelaku usaha memiliki prinsip bahwa menentukan harga yang lebih rendah akan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi. Mereka juga berpendapat bahwa nama baik produsen berkontribusi pada nama baik pengecer. Menurunkan harga dari pesaing juga merupakan cara yang bagus bagi perusahaan untuk memasuki pasar baru. Berdasarkan hal tersebut pelaku usaha menggunakan metode tersebut untuk menjalankan usahanya.

Homeindustry telur asin milik ibu Faizah dapat menggunakan cara ini dengan penetapan harga di bawah persaingan, sehingga harga yang dijual kembali oleh pemasok tidak jauh lebih mahal dari harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Jadi, ketika pemasok ingin mengambil produk dalam jumlah besar dari perusahaan dan ingin menjualnya kembali, perusahaan dapat memberikan harga di bawah standar sebagai diskon kepada pemasok.

3) Penetapan harga di atas harga saingan.

Metode penetapan harga yang berbeda yaitu di atas harga saingan umumnya dilakukan oleh produsen dan pengecer dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang lebih dari harga pasar. Metode ini hanya digunakan oleh pelaku usaha dengan menghasilkan barang prestise. Hal ini dilakukan karena konsumen kurang memperhatikan perbandingan harga dalam melakukan pembelian, sedangkan pemilik perusahaan lebih mengutamakan kualitas produksi atau faktor lainnya yang mampu menambah nilai jual dari barang tersebut.

Berdasarkan hal tersebut mampu diterapkan oleh pemilik usaha lainnya seperti *home industry* milik ibu Faizah sesuai dengan tiga kategori baru yaitu produk-produk yang belum secara besar-besaran di perkebang di pasar. Salah satu pembeda antara produk ibu Faizah yaitu keunggulan telur asin dengan bentuk hewan maupun telur asin dengan rasa dan tampilan yang unik sehingga sulit dijumpai dan susah untuk menyamai produk tersebut. Hal ini bisa menjadi nilai tambah yang diterapkan dengan sistem harga di atas harga lain karena produk telur asin tidak sama dengan produk telur asin pada umumnya.

Pemilik usaha *home industry* telur asin milik ibu Farizah menyebutkan perbedaan ini menjadi ciri khas yang mampu menarik minat pembeli secara umum dan juga menjadi harga jual yang bernilai tinggi.

Umumnya produsen dan pengecer mengenakan harga di atas tingkat harga pasar untuk produk. Metode ini hanya tersedia untuk perusahaan yang memproduksi barang-barang prestise. Hal ini dikarenakan konsumen kurang memperhatikan harga saat membeli, dan justru mengutamakan faktor kualitas atau kredibilitas yang mereka dapatkan dari barang tersebut.

Hal ini juga dapat diterapkan oleh perusahaan khusus untuk produk yang memenuhi 3 kategori baru yang dijelaskan dalam poin-poin produk di atas. Misalnya produk yang belum ada di pasaran, seperti telur asin kemasan berbentuk hewan dan telur asin dengan rasa dan tampilan unik yang tidak dapat ditandingi oleh produsen lain. Hal ini dapat diterapkan melalui sistem harga yang lebih tinggi dari harga pesaing, sehingga mampu menciptakan nilai dan keuntungan lebih bagi pelaku usaha.

c. *Place*

Place berarti lokasi dan distribusi. Berdasarkan hal tersebut produsen memilih saluran penjualan atau mendirikan kantor cabang. Sesuai dengan ekonomi Barat menyebutkan bahwa distributor produk-produk ini berada di bawah pengaruh produsen, sedangkan distributor menekan produsen untuk menahan, meluaskan, dan menghentikan pendistribusian pruduk yang telah diproduksi. Muhammad menjelaskan bahwa elemen lokasi dan distribusi memiliki peran yang penting dalam menjalankan usaha. Berdasarkan hal tersebut terdapat larangan untuk pihak dan perantara dalam memutuskan jalur distribusi

dengan mencegat pedagang desa yang ingin menjual barang ke kota. Pihak dalam hal ini melakukan peranya dengan berhenti di pinggiran kota dan mengatakan bahwa harga barang bawaan yang akan di jual ke kota telah turun dan mereka harus menjualnya kepada mereka yang mencegahnya. Sehingga hal ini sangat dilarang oleh Muhammad dengan alasan merugikan pihak lain, yaitu pihak pedagang desa yang akan menjual barang dagangan ke kota dengan harga rendah. Muhammad menyampaikan sebagai berikut “tidak boleh orang kota menjadi perantara niaga bagi orang desa. Biarkanlah orang memperoleh rizki Allah satu dari yang lainnya.”(HR Muslim). Hal lain yang dilarang Muhammad yaitu tengkulak yang melakukan perbudakan dan membeli buah yang masih di pohon dengan menyebutkan taksiran harganya. Hal ini dilarang dan Muhammad tidak diperbolehkan membeli buah dari pohon karena hasilnya tidak jelas dan menjadi jual beli yang penuh dengan keraguan. Berdasarkan pada lokasi geografisnya, pengecer dibagi ke dalam :⁴⁰

1) Pengecer yang berada di desa.

Menurut penulis, ibu Faizah perlu sekali memperhatikan faktor ini, karena tingkat pembelian di daerah desa berbeda sekali dengan tingkat pembelian yang berada di kota yang bisa lebih banyak terkait jumlah penduduk yang tinggal disitu.

Lokasi pengecer atau distributor dalam hal ini bisa diasumsikan dengan tempat di desa yang lebih produktif untuk pelaku usaha karena produksi dilakukan di desa. Berdasarkan hal tersebut pelaku usaha mampu menganalisa dengan menawarkan produk telur asin sesuai dengan rata-rata penjualan atau harga rata-rata telur asin pada daerah tersebut yang relatif kecil jika dibandingkan dengan harga telur asin yang telah dijual di toko. Secara tidak langsung hasil produksi yang dilakukan di desa dan dipasarkan langsung di desa akan bernilai jual lebih rendah karena tidak memerlukan berbagai biaya transpor dan biaya pemasaran.

2) Pengecer yang berada di kota.

Di daerah perkotaan, ibu Faizah perlu sekali memperhatikan stok telur asin yang berada di minimarket maupun di toko, karena tingkat pembelian di daerah perkotaan biasanya lebih tinggi dibandingka di desa. Di

⁴⁰Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, 197.

perkotaan banyak penduduk yang bermukim, perputaran keuangan yang lebih cepat dan aktivitas penduduk yang lebih padat.

Pengecer yang berada di kota dituntut untuk melakukan berbagai penjualan dari hasil produksi dengan mengeluarkan berbagai biaya transportasi dan biaya lain yang menjadikan lokasi toko berada di pusat kota penjualan lebih banyak. Pelaku usaha umumnya mampu memberikan produk yang lebih banyak dan lebih besar untuk stok yang cukup untuk penjualan di toko tersebut mengingat konsumen yang hadir untuk membeli lebih tinggi karena tersedianya produk telur asin yang telah disiapkan untuk dijual di toko tersebut.

d. *Promotion*

Promotion merupakan penggunaan metode promosi berupa iklan, penjualan pribadi, diskon dan hubungan masyarakat. Setiap perusahaan perlu menentukan berapa banyak perbedaan diantaranya manfaat, hak istimewa, dan lainnya yang akan ditawarkan atau diiklankan kepada pelanggan atau sasaran pasar. Umumnya pemasar menyarankan untuk mempromosikan hanya satu manfaat utama. Menurut Rosser Reeves, perusahaan perlu membuat dan berpegang pada proposal penjualan untuk setiap merek.⁴¹

Berdasarkan hal tersebut pelaku usaha yang menggunakan teknologi periklanan untuk menjual produknya secara berlebihan dan meremehkan rendah kredibilitas produk pesaing. Hal ini produk pesaing dapat dipalsukan dan dipasarkan, memberikan citra buruk kepada orang lain. Produk yang ditawarkan memiliki nilai jual yang rendah akan menjadi nilai jual tinggi dengan metode promosi yang tepat dan beragam. Namun pada praktiknya pelaku usaha atau pedagang tidak ragu untuk membuat sumpah palsu untuk membeli atau menjual. Sumpah untuk merasionalisasi perdagangan dapat menggerogoti keuntungannya dan penjual berpura-pura tertarik dengan barang yang dijual. Hal ini disebut Najashi dan praktik ini dilarang keras oleh Muhammad.⁴²Berikut sifat pasar untuk promosi yaitu :⁴³

- 1) Luas pasar secara geografis

⁴¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*(Jakarta: Indeks, 2004), 342.

⁴² Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syari'ah*,268

⁴³Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, 240.

Perusahaan yang hanya berfokus pada pasar lokal dan berupaya mengadakan kegiatan pemasaran yang beragam dan bekerjasama dengan perusahaan lain memiliki nilai jual yang cukup tinggi. Berdasarkan hal tersebut perusahaan perusahaan dengan luas pasar secara geografis secara lokal mampu menggunakan *personal selling* dalam memasarkan produk, sedangkan untuk perusahaan yang memiliki pasar nasional diharuskan untuk tetap menggunakan metode iklan dengan tujuan produk yang dipasarkan mampu diterima oleh berbagai kalangan secara luas.

Hal ini untuk pihak *home industry* telur asin milik ibu Faizah menurut penulis menyarankan untuk menggunakan media promosi berupa periklanan. Hal berdasarkan hal tersebut periklanan mampu menarik perhatian masyarakat secara umum yang dapat dilakukan melalui majalah, koran, media sosial ataupun televisi radio dan media iklan lainnya. *Home industry* telur asin milik ibu Faizah memiliki pangsa pasar yang cukup luas yakni wilayah Demak dan juga mampu memberikan kesempatan yang lebih untuk melakukan pemasaran tingkat nasional ataupun pemasaran di seluruh daerah pulau Jawa.

2) Konsentrasi pasar

Konsentrasi pasar dalam hal ini mampu mempengaruhi strategi yang digunakan untuk promosi oleh perusahaan terhadap peningkatan jumlah pembeli dan konsumen sehingga jumlah pembeli yang potensial dengan ragam yang berbeda dan konsentrasi secara nasional perusahaan dapat melakukan pemusatan terhadap penjualan dalam suatu kelompok pembelian. Berdasarkan hal tersebut penggunaan alat promosi mampu memberikan perbedaan dengan perusahaan lainnya dengan fokus pada pembelian oleh konsumen. Hal ini bisa dimisalkan dengan adanya perusahaan yang memusatkan penjualannya pada wanita sehingga perusahaan dapat menggunakan media seperti majalah dan media sosial yang berfokus pada wanita dalam melakukan pengiklanan dan juga promosi.

Melihat kondisi tersebut bisa diterapkan oleh *home industry* telur asin milik Bu Faizah dengan melakukan penerbitan pada semua kalangan. Penerbitan ini mampu diterapkan dengan konsentrasi pasar wanita atau ibu-ibu dengan alasan mayoritas pembeli adalah kalangan ibu-ibu yang biasanya menjadikan telur asin sebagai oleh-oleh atau

jamuan untuk tamu. Berdasarkan hal tersebut *homeindustry* telur asin milik ibu Faizah juga bisa menggunakan pendekatan ini. Meski menysasar semua kalangan, konsentrasi pasar perempuan/ibu juga bisa diterapkan. Karena pembelinya kebanyakan ibu-ibu, biasanya untuk membuat oleh-oleh atau jamuan untuk tamu.

Dalam *Home Industry* milik ibu Faizah ini mencakup seluruh elemen, baik kelas ekonomi menengah ke atas, menengah ke bawah, anak-anak, orang dewasa, pria maupun wanita. Jadi ibu Faizah dalam mempromosikan usahanya tidak ada batasan dalam target konsumen dan bisa promosi lewat apasaja dan dimana saja.

2. Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Home Industry* Milik Ibu Faizah Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Dalam Perspektif Islam

Hermawan kertajaya memberikan sebuah definisi tentang *marketing syariah*. Hermawan menyatakan bahwa : *syariah marketing is a strategic busibess dicipline that directs the process of creating, offering, and exchanging values from one inisiator to its stakeholders and the whole process should be in accordance with muamalah principles in Islam.*

Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya memperkenalkan konsep Syariah dan menyebutkan pemasaran adalah proses bisnis yang seluruh prosesnya menerapkan nilai-nilai Islami. Syariah diartikan sebagai prosedur memasarkan hasil produksi yang mewakili nilai-nilai yang meningkatkan keadilan dan integritas.

Sariah marketing atau pemasaran syariah adalah proses penciptaan, penyampaian, dan perubahan nilai dari pemrakarsa kepada pemangku kepentingannya dan konsisten dengan kontrak dan prinsip muamalah atau hubungan usaha timbal balik dalam menjalankan roda perekonomian islam.⁴⁴

Tabel Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Home Industry* Milik Ibu Faizah Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Dalam Perspektif Islam :

⁴⁴ Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah*, 258

Tabel 4.4
Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Pada *Home Industry* Telur Asin
Dalam Perspektif Islam

Bauran Pemasaran	Implementasi
<p>Produk</p>	<p>Bisnis telur asin milik ibu Faizah dalam memproduksi produknya selalu Menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, karena produknya bisa tahan lama dan tidak mudah busuk.</p> <p>Adanya produk yang berkualitas tersebut, akan membuat usaha <i>home industry</i> telur asin banyak diminati oleh pelanggan dan meningkatkan penjualan.</p>
<p>Harga</p>	<p>Usaha telur asin milik ibu Faizah telah dijalankan berdasarkan syariat Islam, yaitu tidak memberikan keberatan kepada konsumen dalam pemilihan dan tidak adanya kebohongan. Berdasarkan hal tersebut penjualan dilakukan secara jujur dengan kualitas yang bisa dipercaya. <i>Home industry</i> milik ibu Faizah dalam menentukan harga diperlakukan sistem adil dan tidak ada merugikan salah satu pihak yaitu antara konsumen dan juga distributor atau pengecer.</p> <p>Harga yang dilakukan diantaranya yaitu cenderung sama pada kondisi pasar yang terjadi pada saat penjualan berlangsung, hal tersebut yang mencakup biaya produksi biaya operasional upah dan lain sebagainya selain itu terdapat suatu kondisi yang mengharuskan <i>home industry</i> telur asin memilih menaikkan harga karena keterbatasan bahan baku untuk menyesuaikan laba dan sumber penghasilan lainnya.</p>
<p>Tempat/Saluran Distribusi</p>	<p>Berdasarkan penelitian bisnis telur asin <i>home industry</i> ibu Farizah</p>

	<p>dalam penerapan metode atau strategi yaitu telah sesuai dengan etika bisnis Islam. Diantaranya memberikan kepercayaan, nyaman dan akses yang cukup mudah oleh pembeli. Berdasarkan hal tersebut saluran pemasaran atau distribusi berlangsung kepada konsumen sehingga tidak adanya penipuan ataupun manipulasi produk yang sampai tidak sesuai dengan ketentuan. Pelaku usaha telur asin milik ibu Faizah menerapkan strategi bersaing secara sehat tanpa harus menjatuhkan pengusaha lain dalam memproduksi ataupun memasarkan produk telur asin tersebut.</p> <p><i>Home industry</i> telur asin ibu Farizah juga berusaha memperbaiki kualitas produksi dan mencari inovasi dalam mengembangkan usaha sehingga mampu melanjutkan pemasaran dan membuka pangsa pasar baru yang lebih kompetitif dengan pesaing.</p> <p>Berdasarkan hal tersebut pendistribusian dilakukan secara maksimal dari berbagai daerah mulai dari daerah sekitar, perkotaan, sampai dengan wilayah lain yang mampu dijangkau oleh distributor dan pengecer.</p>
<p>Promosi</p>	<p><i>Home industry</i> telur asin milik ibu Faizah dalam mempromosikan produk diperlakukan sistem jujur dan tidak melakukan penipuan ataupun meninggikan produk yang tidak sesuai dengan kualitasnya. Produk yang dipasarkan merupakan hasil produksi sendiri dari desa Bunderan Demak yang memiliki karakteristik cita rasa dan tampilan yang menarik sebagai media promosi. Hal penting yang menjadi kunci promosi dalam usaha ini yaitu kejujuran yang mampu diterapkan dalam menjelaskan produk dan memaksakan</p>

	produk tersebut sampai kepada konsumen ataupun pengajar dan distributor.
--	--

