

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data Penelitian

1. Deskripsi Objek Penelitian

Lokasi CV. Surya Food Indonesia di Lingkungan Purworejo, Kelurahan Sutojayan, Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar. Sejarah berdirinya CV. Surya Food Indonesia di Kabupaten Blitar, pada awalnya Bapak Darmawan pernah belajar memproduksi roti di Sumatera yang tepatnya di PT. Surya Bakery Lampung pada tahun 1995 sampai tahun 2003, yang perusahaan roti surya tersebut milik Bapak Krisno. Pada tahun 2004 Bapak Darmawan pulang ke Blitar mencoba untuk merintis usaha sendiri pada waktu itu produk yang dihasilkan adalah bolu cake sampai tahun 2008. Pada tahun 2008 sampai tahun 2009 Bapak Darmawan merombak produksi roti dan mulai membikin roti bakery yang bernama “Ridho Bakery” yang bertempat di Lingkungan Purworejo, Kelurahan Sutojayan, Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar, kemudian Bapak Darmawan menutup usahanya dan sudah tidak memproduksi roti yang bernama Ridho Bakery lagi. Karena usaha Bapak Darmawan tersebut sudah ditutup, akhirnya pada tahun 2011 Bapak Krisno yang mempunyai PT. Surya Bakery Lampung mulai membuka cabang pabrik roti yang bernama CV. Surya Food Indonesia yang bertempat di Lingkungan Purworejo, Kelurahan Sutojayan, Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar,

dan didirekturi oleh Bapak Darmawan. Usaha ini sudah berjalan sampai dengan sekarang. Jadi CV. Surya Food Indonesia Blitar merupakan cabang dari PT. Surya Bakery Lampung.¹

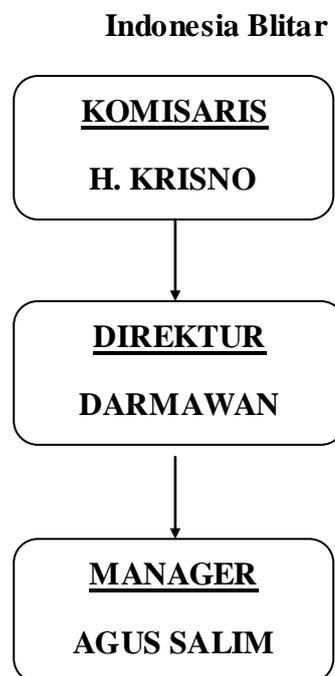
Perkembangan usaha roti surya sampai saat ini adalah mengalami pasang surut. Pada tahun 2014 roti sudah mulai berkembang dan sempat ada komplain dari masyarakat. Jadilah pihak CV. Surya Food Indonesia Blitar bekerjasama dengan masyarakat bahwa keberadaan pabrik boleh dibilang juga milik masyarakat. Dengan adanya keberadaan pabrik roti surya ini masyarakat merasa memiliki sehingga karyawan-karyawan yang ada rata-rata dari lingkungan pabrik roti surya Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar, dengan dibukanya cabang pabrik roti surya dari Blitar sini, maka hal ini tenaga ahli dari pabrik pusat menjadi dikirim ke CV. Surya Food Indonesia Blitar. Jadi karyawan yang sudah lama dari pabrik pusat terus dikirim ke pabrik baru roti surya Blitar, kurang lebih ada beberapa karyawan dari Lampung yaitu tenaga ahli saja. Pada tahun 2015 dan 2016 peningkatan penjualan produk roti surya mengalami perkembangan yang cukup pesat, meskipun banyak pesaing tetapi pada waktu itu produk roti surya yang banyak diminati oleh masyarakat atau konsumen. Akan tetapi pada tahun 2017 dan 2018 saat ini kondisinya mengalami penurunan. Hal ini disebabkan adanya kompetitor (pesaing) perusahaan-perusahaan roti saling bermunculan sehingga semakin ketat dan persaingan harga pun juga semakin ketat.

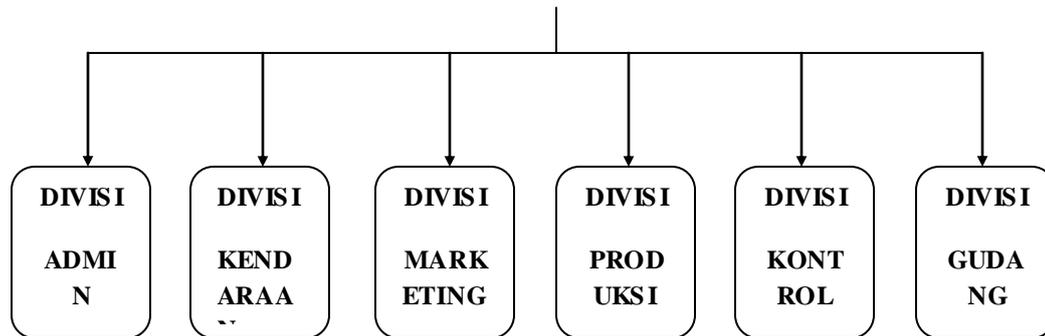
¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Darmawan (Direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar), Rabu, 10 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

Visi dari CV. Surya Food Indonesia Blitar adalah ingin menjadi perusahaan dakwah, dan juga menjadikan karyawan-karyawan bisa bekerja, beramal dan beribadah. Kemudian misinya adalah untuk memperbaiki gizi masyarakat, dan menciptakan lapangan kerja untuk masyarakat sekitar dan masyarakat Indonesia pada umumnya. Adapun tujuan didirikannya pabrik roti surya ini adalah ingin mengembangkan di beberapa titik cabang perusahaan roti surya di Indonesia bahkan sampai ke luar negeri.

Struktur Organisasi pada CV. Surya Food Indonesia Blitar, sebagaimana gambar di bawah ini:

Gambar 4.1 Struktur Kepengurusan CV. Surya Food





Sumber: Manager CV. Surya Food Indonesia Blitar

CV. Surya Food Blitar dimiliki oleh Bapak H. Krisno yang bertempat di Lingkungan Purworejo, Kelurahan Sutojayan, Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar. Pada struktur organisasi ini terdapat sembilan jabatan, yang mana dari sembilan jabatan tersebut yang menentukan maju mundurnya suatu perusahaan roti, baik dari segi hasil penjualannya maupun yang lainnya. CV. Surya Food Indonesia Blitar ini di ketuai oleh Bapak Krisno, dibantu Bapak Darmawan sebagai direktur dan Bapak Agus Salim sebagai manager, dan dibantu oleh karyawan-karyawan lainnya sesuai dengan tugasnya masing-masing.

Berdasarkan struktur organisasi di atas, hal ini akan dijelaskan tugas-tugas atau tanggung jawab dari komisaris, direktur, manager serta karyawan-karyawan CV. Surya Food Indonesia Blitar adalah sebagai berikut:²

² Hasil Wawancara dengan Bapak Agus Salim (Manager CV. Surya Food Indonesia Blitar), Jumat, 13 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

- a. Komisararis CV. Surya Food Indonesia Blitar
 - 1) Memberikan pengarahan dan nasihat kepada direksi dan menjalankan tugasnya
 - 2) Melakukan pengawasan atas kebijakan direksi dalam menjalankan perusahaan
- b. Direktur
 - 1) Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan
 - 2) Memilih dan menetapkan tugas untuk kepala bagian dan karyawan
 - 3) Mengawasi manager (wakil direktur)
 - 4) Menyetujui anggaran tahunan
- c. Manager
 - 1) Memimpin organisasi
 - 2) Mengendalikan organisasi
 - 3) Membangun kepercayaan antar karyawan
 - 4) Mengembangkan kualitas organisasi
 - 5) Mengevaluasi aktifitas organisasi
 - 6) Menjadi pemecah masalah pada suatu permasalahan
 - 7) Mencapai tujuan perusahaan bersama dengan yang dipimpin
 - 8) Bertanggungjawab dalam proses manajemen
- d. Devisi Admin
 - 1) Menerima panggilan telepon

- 2) Membuat agenda kantor
 - 3) Entri data perusahaan
 - 4) Melakukan arsip data
- e. Devisi Kendaraan
- 1) Menjaga dan merawat semua kendaraan
 - 2) Menjadwal kendaraan yang dikeluarkan per hari
 - 3) Mengadakan sopir
 - 4) Mengatur jadwal sopir pemasar
 - 5) Memelihara keawetan kendaraan
- f. Devisi Produksi
- 1) Mengatur perencanaan barang yang akan diproduksi
 - 2) Menentukan target barang yang akan diproduksi
 - 3) Memperkirakan anggaran dan negosiasi dengan manager
 - 4) Menentukan kualitas standar control
 - 5) Mengawasi proses produksi
- g. Devisi Marketing
- 1) Melakukan perencanaan pemasaran dengan memperhatikan trend pasar dan sumber daya perusahaan
 - 2) Merencanakan perkembangan market dengan mengikuti perkembangan pasar, utamanya dengan produk yang sejenis dengan perusahaan pesaing
 - 3) Melakukan riset pemasaran dengan cara mengenalkan dan menawarkan produk baru kepada konsumen

- 4) Memasarkan produk ke tempat-tempat saluran distribusi
- h. Devisi Quality Control
- 1) Mengawasi proses pembuatan dari semua varian produk
 - 2) Bertanggungjawab untuk memperoleh kualitas produk
 - 3) Menentukan kualitas semua produk, baik dari segi rasa, aroma, tekstur, bentuk, keawetan, kemasakan, kemasan, dan lain-lain
 - 4) Menjamin kualitas
 - 5) Merekomendasikan penanganan ulang apabila ada produk yang ketika di kemas bungkusnya mengempes
- i. Devisi Gudang
- 1) Menerima dan mengecek barang maupun bahan baku yang datang
 - 2) Melayani order barang dari devisi produksi
 - 3) Mengawasi dan mengendalikan operasional gudang
 - 4) Mengawasi dan mengendalikan semua barang yang masuk dan keluar

Proses pembuatan produk roti surya di CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo, Kelurahan Sutojayan, Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar adalah memproduksi barang-barang sendiri yang dihasilkan untuk dijual ke pasar-pasar tradisional maupun

ke toko-toko pelanggan. Proses pembuatan roti surya di antaranya adalah:³

- a. Menyiapkan dan memasukkan bahan baku, meliputi tepung terigu, air, obat-obatan, telur, gula, margarine, minyak goreng, dan susu ke dalam mixer kecil, kemudian diaduk sampai rata dan dimasukkan ke dalam mixer besar tergantung varian roti yang dibuat. Jika yang dibuat roti sisir adonannya tanpa dimasukkan ke dalam mixer besar, jika yang dibuat roti double coklat, roti coklat bulat dan blueberry bulat maka adonannya dimasukkan ke dalam mixer besar.
- b. Setelah jadi adonan dan pemutarannya sudah kalis (halus), kemudian ditaruh di atas meja dan dipotong-potong.
- c. Setelah dipotongi lalu dimasukkan ke mesin pencetak roti tergantung jenis atau varian roti yang mau dicetak, kemudian yang tercetak di taruh di atas loyang.
- d. Setelah roti tersebut berbentuk cetakan, kemudian dimasukkan ke ruang pengembang roti.
- e. Setelah roti benar-benar sudah mengembang, lalu dikeluarkan dari ruang pengembang, kemudian dimasukkan ke ruang oven agar roti tersebut benar-benar masak.
- f. Setelah roti tersebut benar-benar sudah masak, lalu dikeluarkan dari ruang oven dan di tarik keluar untuk didinginkan.

- g. Langkah yang terakhir setelah roti tersebut benar-benar sudah dingin, kemudian dikemas atau dibungkus dengan menggunakan mesin pembungkus roti dan siap untuk dijual.⁴

2. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Roti Pada CV. Surya Food Indonesia di Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar

CV. Surya Food Indonesia Blitar merupakan pabrik roti surya di Jawa Timur khususnya di Lingkungan Purworejo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar. Usaha pabrik roti ini dirintis oleh Bapak Krisno yang memproduksi roti dari proses awal sampai jadi dan siap untuk dijual ke pasar-pasar tradisional, pelanggan-pelanggan toko, agen-agen dan bahkan sampai konsumen akhir. Bapak Krisno selaku pemilik usaha Roti Surya selalu berupaya untuk terus melakukan strategi-strategi pemasaran untuk meningkatkan hasil penjualan roti surya per tahun, tetapi namanya orang jualan makanan tidak selalu meningkat terus pasti mengalami penurunan atau ketidakstabilan, dikarenakan banyak sekali pesaing-pesaing perusahaan roti di luar yang saling berlomba-lomba untuk meningkatkan hasil penjualannya dengan berbagai strategi yang dilakukan agar banyak diminati oleh konsumen.

CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam meningkatkan hasil penjualan produknya, menggunakan beberapa strategi pemasaran yang

⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Syaiful (Tenaga bagian produksi CV. Surya Food Indonesia Blitar), Kamis, 18 Oktober 2018, Pukul 09.30 WIB

dilakukan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Bapak Darmawan selaku direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar:

Dalam meningkatkan hasil penjualan roti, karena kita produk makanan maka kita ini mengutamakan kualitas rasa dan kelembutan roti itu sendiri dari tekstur produk rasa, kemudian dalam mengenalkan produk kepada calon konsumen, kita ke pasar kita kasih sampel atau tester untuk dirasakan bisa ketemu langsung konsumen atau siapa di rumah untuk dikasih produk, setelah itu bagaimana komentarnya dan kami pun siap untuk menawarkan produk itu, memperbanyak pasar-pasar tradisional untuk saluran distribusi, dan harga.⁵

Adapun paparan dari Bapak Agus Salim adalah:

Pertama dijual di gudang pabrik kita sendiri, kedua dikirim ke distributor-distributor (agen), ketiga dikirim ke pasar-pasar tradisional yaitu pasar-pasar di setiap kecamatan, kan kalau pasar itu segala ada ya mbak kalau distributor biasanya khusus distributor roti, kan dia juga biasanya tidak di pasar misalkan di tempat mana gitu di pinggir jalan besar kalau toko kan seperti itu kalau grosir, pertama kali CV. Surya Food Indonesia Blitar mempromosikan produk dulunya pada tahun 2011.⁶

Penjelasan di atas dapat dinyatakan bahwa, CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam meningkatkan hasil penjualan roti surya, menerapkan empat strategi pemasaran, yaitu: mengunggulkan dari segi rasa pada produk, memperbanyak pasar-pasar tradisional, maupun ke agen-agen, pelanggan-pelanggan toko roti untuk saluran distribusi, promosi, dan harga.

Adapun perencanaan strategi pemasaran yang akan diterapkan dan yang sudah diterapkan oleh CV. Surya Food Indonesia Lingkungan

⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Darmawan (Direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar), Rabu, 10 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Agus Salim (Manager CV. Surya Food Indonesia Blitar), Jumat, 13 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

Purworejo Kabupaten Blitar untuk jangka panjang adalah sebagaimana yang dipaparkan oleh Bapak Darmawan:

Kita akan bangun stok gudang di suatu daerah dan di situ akan diberikan personal atau menaruh personal disitu untuk memasarkan dengan motoris maupun mobil kecil ke daerah-daerah. Itu kelihatannya lebih efektif dari pada kita membuat agen orang luar. Jadi orang kita sendiri kita carikan misalkan di Pasuruan kita ada tempat terus ada kendaraan ada personal terus kita kirim dari sini ke sana lalu nanti di sana yang menyebarkan itu lebih kuat. kalo agen, kita kadang dikendalikan agen toh hari ini agen belum bisa ngambil karena ada hajatan dan sebagainya berarti roti kita kan repot padahal orang kita berinjak strateginya kesana baik motoris maupun mobil kecil.⁷

Bapak Darmawan juga menambahkan paparannya:

Kalau yang daerah jauh kita bikin rencana kita buat dropping kendaraan besar dari sini, di sana ada gudangnya itu perencanaan kedepannya. Ini sudah kita jalankan di Solo. Di sana ada gudang ada sumber daya manusia (SDM) ada kendaraan, jadi dari gudang solo itu bisa ngirim ke berbagai kota seperti Semarang, Purwodadi, Jogja, sampai ke Purwokerto bahkan sampai daerah-daerah seperti Tawangmangu, Wonogiri, kalau dikirim dari Blitar kan jauh dan itu kurang efektif. Perjalanan kalau ngecer tidak mungkin dari Blitar mau ke pasar Wonogiri aja waktunya sudah berapa nanti belum ngecernya tapi kalo dari Solo bisa. Kalau kita kekuatannya di situ sebenarnya ini strategi kedepan kita realisasikan tapi sekali lagi faktor yang terpenting adalah SDM. SDM ini nggak gampang mbak, menghendel SDM yang punya karakter, punya loyalitas, punya jiwa marketing serta mempunyai kemampuan untuk mengembangkan jaringan (connection). Connection itu penting bagi seorang marketing kurang lebih strateginya itu mbak. Kita mulai membangun stok gudang roti di Solo sekitar tahun 2016 awal.⁸

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa, CV. Surya Food Indonesia Blitar, mempunyai perencanaan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam memperbanyak tempat-tempat di berbagai kota untuk

⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Darmawan (Direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar), Rabu, 10 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

⁸ *Ibid.*

memperluas saluran distribusi dalam meningkatkan hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar.

Disamping strategi pemasaran yang dilakukan CV. Surya Food Indonesia yang sedang berjalan, ada banyak hambatan-hambatan atau kendala dalam melakukan pemasaran. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Bapak Darmawan adalah “Kendalanya sudah banyak produk-produk roti yang beredar di pasaran, sehingga butuh kemahiran personal marketing kemahiran dalam hal menawarkan, kecakapan dalam berargumen”.⁹

Adapun paparan dari Bapak Yogi selaku tenaga bagian pemasaran adalah “Banyak mbak kalau hambatan, terutama dari kompetitor, terus juga jarak tempuh. Kalau disana lokasi bagus tapi kalau aksesnya sulit ya kesulitan kita, jadi kalau pemasaran hambatannya pada kompetitor dan akses masuk kesananya karena kita termasuk pendatang”.¹⁰

Bapak Suroso juga memaparkan sebagai berikut:

Kendalanya pada masalah kita mempertahankan kualitas roti mungkin hari ini bisa bagus besok belum tentu itu yang menjadi kendala kita, dan juga apabila bungkusnya mengempes. Kemudian juga misalnya dari pagi berangkat kesana ternyata dari sana sudah didahului oleh kompetitor lain. Kendalanya pada uangnya untuk membayar. Apabila ada kompetitor datang duluan lalu kemudian kita datang maka pihak toko-toko atau pasar-pasar yang dikirim roti yang biasanya ngambilnya 100 pack menjadi 75 pack alasannya karena uangnya digunakan untuk membayar kompetitor seperti itu mbak.¹¹

Bapak Agus Salim juga memaparkan:

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Yogi (Tenaga Pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Sabtu, 20 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

¹¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Suroso (Tenaga bagian Kendaraan CV. Surya Food Indonesia Blitar), Kamis, 18 Oktober 2018, Pukul 09.45 WIB

Kendalanya harga bahan baku gampang naik, mudah sekali untuk naik kayak gula, tepung terigu dan lain-lain. Kalau untuk kendala di pemasaran itu ya mbak, karena yang kita hasilkan produk kalau rotinya lakunya sedikit otomatis kan bikinnya juga kan sedikit, kemudian banyaknya kompetitor (pesaing), jadikan ada roti macam-macam lah gitu kita kan mereknya surya yang lain-lain kan ada banyak sekali, itu yang menjadi hambatan bagi kita. ya hambatan sekaligus tantangan. jadi kita harus bekerja keras supaya roti kita ini betul-betul diminati oleh calon konsumen.¹²

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa, CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam memasarkan produk yang dihasilkannya mengalami berbagai hambatan atau kendala, baik kendala tersebut dikarenakan banyak pesaing-pesaing roti lain, dalam pembayaran yang dilakukan oleh agen atau pelanggan-pelanggan toko tidak cash, bungkus roti mengempes, jarak tempuh yang sulit untuk dijangkau, bahan baku mudah sekali naik, maka dari itu setiap perusahaan pasti memiliki strategi tersendiri untuk meningkatkan hasil penjualan produknya dan juga agar produk yang dihasilkan tersebar kemana-mana sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas.

a. Strategi Bauran Pemasaran

1) Produk

Pemilik CV. Surya Food Indonesia adalah Bapak Krisno, dalam mendapatkan bahan baku roti surya membeli dari luar kota yaitu Surabaya dan Semarang, tetapi sebagian belanjanya ikut PT. Surya Bakery Lampung, karena ada sebagian bahan baku dari sini

¹² Hasil Wawancara dengan Bapak Agus Salim (Manager CV. Surya Food Indonesia Blitar), Jumat, 13 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

yang sulit untuk didapatkan, kemudian pabrik bahan baku tinggal mengirim ke CV. Surya Food Indonesia Blitar dan pihak pabrik roti surya Blitar tinggal membayar ke pabrik pusat. CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam memproduksi barang makanannya meliputi berbagai varian roti, sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak Darmawan selaku direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar adalah sebagai berikut:

Produk yang kami pasarkan meliputi bermacam-macam varian roti surya, berupa pia coklat dan pia kacang hijau seharga 1000,- rupiah per biji, roti coklat double seharga 1000,- rupiah per biji, roti coklat bulat dan blueberry bulat seharga 1000,- rupiah per biji, roti sisir seharga 2500,- rupiah per biji, dan roti tawar seharga 2500,- per biji.¹³

Berdasarkan penjelasan Bapak Darmawan selaku direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar, dapat dinyatakan bahwa Surya Food Blitar mampu memproduksi makanan olahan sendiri yang siap untuk diperjualbelikan kepada konsumen.

Adapun dari strategi produk yang lebih diterapkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar di antaranya adalah mengutamakan kualitas produk dan menambah varian roti yang baru, mengganti produk yang rusak atau kadaluarsa dengan produk baru. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak Darmawan selaku Direktur CV. Surya Food Blitar adalah sebagai berikut: “Karena produk kita makanan, maka kita ini

¹³ Hasil Wawancara dengan Bapak Darmawan (Direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar), Rabu, 10 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

mengutamakan kualitas rasa dan kelembutan roti itu sendiri dari tekstur produk rasa”.¹⁴

Berdasarkan pemaparan di atas, Bapak Agus Salim juga memaparkan bahwa:

Kalau kelebihanya insyaallah dari segi rasanya mbak, kita menggunakan bahan-bahan pilihan. Kelebihanya insyaallah itu, karena kayak gula itu kan kita tidak berani memakai pemanis buatan to mbak, jadi kita pakai gula asli, telur juga satu sakunya itu kita pemakaiannya banyak biar enak rotinya.¹⁵

Hal ini sama juga yang diungkapkan oleh Bapak Syaiful selaku tenaga bagian produksi CV. Surya Food Blitar adalah “Kelebihanya pada teksturnya bagus dan lebih unggul pada rasanya”.¹⁶

Adapun Mas Ismail selaku tenaga bagian produksi, juga memaparkan sebagaimana berikut: “Memang roti surya ini terlihat kecil tapi lebih unggul pada rasanya mbak”.¹⁷

Pemaparan yang sama dijelaskan oleh Ibu Mimin selaku tenaga bagian pengontrolan produksi adalah “Kelebihanya roti surya ini berada pada rasanya”.¹⁸

Berdasarkan pemaparan di atas, Bapak Rudin selaku tenaga bagian pemasar juga memaparkan sebagai berikut: “Ya

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Agus Salim (Manager CV. Surya Food Indonesia Blitar), Jumat, 13 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Syaiful (Tenaga bagian produksi CV. Surya Food Indonesia Blitar), Kamis, 18 Oktober 2018, Pukul 09.30 WIB

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Mas Ismail (Tenaga bagian produksi CV. Surya Food Indonesia Blitar), Sabtu, 20 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Ibu Mimin (Tenaga bagian pengontrolan produksi CV. Surya Food Indonesia Blitar), Kamis, 18 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

kita terus menjaga kualitas rasa kemudian kita juga mencoba untuk mengeluarkan produk-produk baru.”¹⁹

Bapak Yogi juga memaparkan sebagai berikut:

Kalau dari segi kualitas kita sudah mampu bersaing tinggal kita menarik konsumen. Kalau soal rasa kita bisa menang disitu, tapi kalau namanya konsumen kan berbeda to mbak sana milih rasa nggak masalah yang penting murah dan gede, ada yang milih rasa. Makanya kita cari target yang dekat dengan fasilitas sekolah kan itu, anak-anak kan lebih suka yang main rasa daripada besar rotinya, kalau rasa kita kan sudah perbandingan.²⁰

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dinyatakan bahwa CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam meningkatkan hasil penjualan produknya salah satu strategi produksinya adalah dengan cara lebih menjaga kualitas rasa yang lebih unggul dan tekstur rotinya lebih lembut, karena bahan-bahan baku yang digunakan bagus dan berkualitas baik dan tidak mengandung bahan-bahan yang berbahaya.

Selain itu CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam meningkatkan hasil penjualan produknya juga menggunakan strategi menambah varian roti baru. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Bapak Darmawan:

Ya memperbanyak varian dengan harga yang bersaing, biasanya orang dengan produk baru wah tertarik kan. Kita menerapkan sistem atm (amati, tiru, modifikasi) aja dengan melihat di pasar yang sekarang lagi booming varian roti yang bagaimana gitu. Disini ada keluar varian

¹⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Rudin (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Senin , 15 Oktober 2018, Pukul 08.30 WIB

²⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Yogi (Tenaga Pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Sabtu, 20 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

baru seperti varian roti coklat bulat dan blueberry bulat, disini kita membuat dengan model-model yang berbeda dengan milik pesaing tapi isiannya juga sama-sama coklat. Isian varian coklat terbuat dari kakao, ada juga yang sudah dicampur dengan gula tinggal dicampur minyak diaduk kemudian di mixer dijadikan isian. Kalau yang varian blueberry kita beli selai blueberry di toko.²¹

Berdasarkan pemaparan di atas, Bapak Agus Salim juga memaparkan sebagai berikut: “Kalau produk baru memang dari kompetitor juga dari tren yang ada saat ini, dari situ kita dapat inspirasi untuk membuat item-item yang baru seperti itu”.²²

Adapun Bapak Sumardi selaku Asisten Manajer memaparkan hal yang sama:

Untuk mendapatkan varian baru kita melihat ada produk baru apa dari pesaing, lalu kita membeli produk baru dari kompetitor, kelebihan dari produk apa ini kok bisa mengalahkan nanti disini bisa inovasi mbk apakah rasanya kurang pas atau mungkin bentuknya volumenya kurang besar kan nanti dapat inovasi dari kompetitor baru tadi. Makanya dibeli seperti ini kan untuk pembandingan.²³

Pemaparan yang sama lagi dijelaskan oleh Bapak Suroso selaku tenaga pemasar adalah

Kalau memang produk yang dikeluarkan pesaing itu bagus, untuk menambah produk varian baru, kita beli produk baru dari pesaing untuk di contoh dari segi bentuk dan rasa. Jadi kalau ada produk baru kita beli dari pesaing tersebut.²⁴

²¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Darmawan (Direktur CV. Surya Food Indonesia Kabupaten Blitar), Rabu, 10 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

²² Hasil Wawancara dengan Bapak Agus Salim (Manager CV. Surya Food Indonesia Blitar), Jumat, 13 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

²³ Hasil Wawancara dengan Bapak Sumardi (Asisten Manager CV. Surya Food Indonesia Blitar), Sabtu, 13 Oktober 2018, Pukul 08.30 WIB

²⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Suroso (Tenaga bagian Kendaraan CV. Surya Food Indonesia Kabupaten Blitar), Kamis, 18 Oktober 2018, Pukul 09.45 WIB

Dari uraian di atas dapat dinyatakan bahwa, CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam meningkatkan hasil penjualannya yaitu menerapkan strategi produk yang dilakukan dengan cara menambah varian roti baru, yaitu membeli roti varian terbaru dari kompetitor lalu dikonsumsi untuk ditiru pada bagian bentuk atau modelnya, serta untuk membandingkan rasa, sehingga agar masyarakat lebih banyak yang berminat untuk membeli maupun mengkonsumsi varian roti yang saat ini lagi booming di pasaran.

CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam memasarkan maupun menjual barang dagangannya ke pelanggan toko-toko maupun ke pasar-pasar tradisional diberbagai daerah, apabila produk yang dititipkan ke saluran distribusi tersebut sudah masuk tanggal kadaluarsa atau rusak maka pihak CV. Surya Food Indonesia Blitar menggantinya dengan roti yang baru. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Bapak Rudin adalah sebagai berikut: “Jika sudah memasuki kadaluarsa kita ambil dan kita ganti dengan memberi ganti yang baru, istilahnya BS itu kan ngambil lagi”.²⁵

Dengan paparan di atas, Ibu Mimin juga memaparkan sebagaimana berikut: “Apabila ada yang kadaluarsa kita tarik barang jadi diambil lagi, walaupun kadang-kadang belum sampai

²⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Rudin (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Senin , 15 Oktober 2018, Pukul 08.30 WIB

tanggal kadaluarsanya terus ada yang rusak maka kita tukar yang bagus, jadi disini berusaha memberikan yang terbaik untuk konsumen”.²⁶

Bapak Yogi selaku tenaga bagian pemasaran juga mengatakan sebagaimana berikut: “Kalau ada yang BS dan sudah melewati masa expired kita ambil semua dengan kita ganti yang baru.”²⁷

Berdasarkan uraian di atas, dapat dinyatakan bahwa pihak CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam menjual produknya ke saluran-saluran distribusinya memberikan dengan yang baik sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan pelanggannya, karena apabila ada roti yang sudah memasuki atau melewati tanggal kadaluarsa, maka roti tersebut segera diambil oleh tenaga bagian pemasaran untuk diganti dengan roti yang masih baru. Ini termasuk upaya strategi pemasarn produk untuk meningkatkan hasil penjualan roti pada CV. Surya Food Indonesia Blitar.

2) Promosi

Promosi merupakan aktivitas yang sangat penting yang dilakukan CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam memberikan informasi kepada masyarakat maupun calon konsumen terhadap produk yang dihasilkannya. Sebagaimana yang dipaparkan oleh

²⁶ Hasil Wawancara dengan Ibu Mimin (Tenaga bagian pengontrolan produksi CV. Surya Food Indonesia Blitar), Kamis, 18 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

²⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Yogi (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Sabtu, 20 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

Bapak Darmawan adalah sebagai berikut: “Untuk menawarkan awal ke pasar kita kasih sampel untuk dirasakan bisa ketemu langsung konsumen atau siapa dirumah untuk dikasih produk, setelah itu bagaimana komentarnya dan kami pun siap untuk menawarkan produk itu”.²⁸

Dari paparan di atas Bapak Yogi juga memaparkan sebagai berikut: “Kita menawarkan lalu calon konsumen kita suruh coba dan membandingkan dengan roti yang lain”.²⁹

Bapak Rudin selaku tenaga bagian pemasaran juga mengatakan sebagai berikut: “Ya kita menawarkan dengan cara memberikan sampel seperti itu. Jadi temen-temen sales mencari info kurang gimana terhadap produk roti ini, kalau kita ada produk baru ya sekalian menawarkan dan mengenalkan seperti itu”.³⁰

Paparan yang sama dijelaskan oleh Bapak Agus Salim adalah “Pertama kali mempromosikan, kita memberikan sample kepada calon konsumen”.³¹

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam mempromosikan produknya

²⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Darmawan (Direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar), Rabu, 10 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

²⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Yogi (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Sabtu, 20 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

³⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Rudin (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Senin, 15 Oktober 2018, Pukul 08.30 WIB

³¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Agus Salim (Manager CV. Surya Food Indonesia Blitar), Jumat, 13 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

kepada masyarakat secara simpel dan mudah, yaitu dengan cara memberikan sampel roti kepada calon konsumen baik di rumah maupun ketika ke pasar-pasar tradisional, dengan tujuan untuk dirasakan dan dinikmati, agar pihak pabrik roti surya Blitar mengetahui selera konsumen dan mengetahui komentar dari konsumen, serta berupaya untuk memperbaiki agar konsumen merasakan puas terhadap produk yang dihasilkan CV. Surya Food Indonesia Blitar sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan.

CV. Surya Food Indonesia Blitar juga mengutamakan kepuasan konsumen dan selalu berupaya untuk memenuhi selera konsumen, hal ini sebagaimana yang dipaparkan Bapak Darmawan adalah sebagai berikut:

Selera konsumen itu maunya ya besar enak dan murah itu sulit bagi penjual, tapi penjualnya kan nggak mungkin begitu, inginnya penjual kan kalau bisa untungnya banyak. Dari situ kita masih perlu belajar bagaimana Rasulullah itu berbisnis itu saja, sebisa mungkin kita mengikuti rasul, masalah untung tidaknya urusan Allah.³²

Adapun yang dipaparkan oleh Bapak Yogi selaku tenaga bagian pemasaran adalah sebagai berikut: “Kalau selera itu kita sambil jalan dikoreksi, kita kan pertama membentuk produk dulu kemudian dikenalkan sambil jalan kita melakukan perbaikan-perbaikan dan masukan-masukan dari konsumen”.³³

³² Hasil Wawancara dengan Bapak Darmawan (Direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar), Rabu, 10 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

³³ Hasil Wawancara dengan Bapak Yogi (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Sabtu, 20 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

Bapak Rudin selaku tenaga bagian pemasaran juga mengatakan sebagai berikut:

Ya kalau selera konsumen itu macam-macam mbak ada yang sudah baik dan enak ada yang masih kurang ini kurang ini. Intinya di pasaran roti surya itu lebih bagus yang harganya lebih tinggi. Jadi kalau dari segi kualitas lebih banyak yang bilang bagus. Mungkin yang banyak-banyak kadang itu keawetan dan kurang besar seperti itu.³⁴

Lain halnya dari hasil wawancara dengan Ibu Endang sebagai karyawan bagian penjualan, mengungkapkan bahwa: “Sudah mbak, kan bagi konsumen itu semisal enak tetap mencukupkan ya. Kadang kan melihat harga to mbak semisal harganya 1000,- rupiah per biji kok kurang besar, kalau kebesaran kan ya kita yang rugi.”³⁵

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa, tanggapan karyawan-karyawan terhadap komentar dari konsumen terkait produk roti surya, ada yang merasakan sudah memenuhi selera karena rotinya enak ada juga yang belum memenuhi selera karena rotinya kurang besar. Setiap orang berjualan makanan pasti ada komentar dari konsumen, baik itu komentar baik maupun tidak baik atau kurang pas.

CV. Surya Food Indonesia Blitar ini dalam memproduksi roti lebih mengunggulkan rasa tapi volume roti tidak terlalu besar

³⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Rudin (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Senin, 15 Oktober 2018, Pukul 08.30 WIB

³⁵ Hasil Wawancara dengan Ibu Endang (Karyawan bagian penjualan roti CV. Surya Food Indonesia Blitar), Kamis, 18 Oktober 2018, Pukul 10.15 WIB

atau sedang. Kadang orang awam itu sukanya roti yang besar dan murah dan tidak begitu memikirkan rasanya, ada juga selera konsumen itu rotinya besar, enak dan murah, tetapi apabila pihak pabrik roti surya dalam memproduksi roti menerapkan hal tersebut dirasa sulit, karena dengan harga 1000,- rupiah per biji itu umumnya rotinya ya standart dari segi rasa maupun bentuk. Kalau rotinya enak dan besar, membuat CV. Surya Food Indonesia Blitar tidak mendapatkan untung dan menjadi rugi. Jadi CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam memproduksi roti surya yang dihasilkannya dengan sebisa mungkin.

3) Saluran Distribusi

Distribusi adalah cara-cara yang dilakukan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam menyalurkan produk yang dihasilkannya kepada agen-agen, pelanggan-pelanggan, pasar-pasar tradisional sampai kepada konsumen akhir. Dalam hal ini saluran distribusi dapat juga diartikan cara efektif yang dilakukan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam memasarkan produk yang dihasilkannya, karena tanpa adanya saluran-saluran distribusi yang banyak dan bercabang-cabang, maka produk yang dihasilkan perusahaan akan sulit untuk dikenal oleh masyarakat secara luas.

Strategi distribusi sangat penting bagi perusahaan dalam upaya melayani pelanggan-pelanggan toko maupun pasar-pasar

tradisional secara tepat waktu dan efisien, karena apabila perusahaan dalam mengirim barang ke pelanggan tidak tepat waktu biasanya didahului oleh kompetitor lain, sehingga mengakibatkan pembayarannya pelanggan menjadi tidak penuh atau dibayar setengah, karena untuk membayar kompetitor lain.

Strategi distribusi yang diterapkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam meningkatkan hasil penjualan adalah sebagai berikut, sebagaimana penuturan Bapak Agus Salim selaku manager CV. Surya Food Indonesia Blitar adalah:

Agen mengambil barang kesini kadang-kadang ada yang lengkap satu minggu ada yang tidak. Agen itu cuma sebagai penyalur saja, biasanya agennya juga jualan. Misalkan agen punya sales 10 orang nanti dia juga jualan juga, cuma sebagian memang ada yang langsung ke pasar misalkan katakanlah pasar Trenggalek di Trenggalek itu tidak ada agen yang punya sales. Jadi dari itu kita bisa langsung ke pasar-pasar tanpa melalui agen, tetapi selagi disitu ada agen yang sanggup masuk ke pasar-pasar jadi kita menyalukannya ke agen.³⁶

Adapun paparan dari Bapak Yogi adalah sebagai berikut:

Kalau pada dasarnya ini menurut pengalaman dulu kita kan kerjasama dengan agen, kita ngasih barang ke agen kemudian agen memasarkan ke pasar. Seiring dengan berjalannya waktu hal tersebut kurang efektif, karena pihak agen melirik barang yang lagi booming katakanlah. Kalau kita disini menghasilkan barang, kan kecenderungan pasar beda-beda kadang ada yang suka barang A nanti suka barang yang B. Jadi untuk sekarang kita langsung jemput bola, kita sekarang langsung ke pasar-pasar tradisional dan dari toko ke toko kemudian menawarkan terus ngedrop langsung kesitu, jadi kita tidak melalui agen lagi. Tetapi agen yang lama tetap

³⁶Hasil Wawancara dengan Bapak Agus Salim (Manager CV. Surya Food Indonesia Blitar), Jumat, 13 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

dipertahankan tapi untuk pengembangan lebih lanjut kita langsung mendatangi pasar. Mulai tahun ini kita terjun ke pasar setelah lebaran tahun 2018, kita koreksi lagi biar efektif kalau kita terjun ke pasar.³⁷

Bapak Rudin selaku tenaga bagian pemasaran juga menuturkan bahwa:

Kalau di pabrik roti surya ini pemasarannya, ada di pasar, di agen terus ada yang motoris, jadi jualannya itu ada yang di gudang pabrik sini dan ada yang kita kirim. Yang kita kirim di berbagai wilayah itu ada agen terus ada juga pasar yang diluarnya agen itu pasar yang menjadi saluran kita sendiri. Terus ada lagi yang ngambil disini seperti sales motoris bisa dibilang seperti itu. Strateginya sebenarnya ya kita mencari penjual roti, agen-agen roti, dan juga pasar-pasar yang disitu menjual roti dan snack, ya seperti itu yang kita sasar. Selain itu cabang kita ada di Jawa Tengah, jadi barang dari sini kita drop ke gudang kita yang ada di Solo, dari sini mengirim barang produksi ke Solo karena disana belum ada pabriknya dan masih gudang saja dan untuk disebar di berbagai wilayah yang ada disana.³⁸

Sebagaimana tuturan dari Ibu Mimin adalah:

Kalau untuk yang kota-kota kita jemput bola dengan melayani secara puas, bagi yang kota-kota dengan cara minta apa via telepon lalu kita kirim. jadi mereka minta apa kita kirim barang. Kalau mereka kesini keberatan BBM dan ongkos, jadi kita yang harus mengalahi.³⁹

Dari penjelasan karyawan-karyawan di atas dapat dinyatakan bahwa CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam memasarkan produk yang dihasilkannya ketika menyalurkan produknya dengan cara kerjasama dengan agen dan memberikan

³⁷Hasil Wawancara dengan Bapak Yogi (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Sabtu, 20 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

³⁸Hasil Wawancara dengan Bapak Rudin (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Senin, 15 Oktober 2018, Pukul 08.30 WIB

³⁹Hasil Wawancara dengan Ibu Mimin (Tenaga bagian pengontrolan produksi CV. Surya Food Indonesia Blitar), Kamis, 18 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

layanan pesan antar di berbagai wilayah luar kota maupun luar provinsi. CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam memasarkan atau mengirimkan produk yang dihasilkannya dengan menggunakan motoris untuk daerah yang dekat-dekat misalnya daerah Blitar jika pelanggan-pelanggan toko tidak memungkinkan untuk mengambil sendiri, dan menyediakan mobil box sedang dan mobil box besar untuk pengiriman ke luar kota maupun luar provinsi seperti di Solo. Selanjutnya daerah-daerah yang dijadikan saluran distribusi adalah sebagai berikut, sebagaimana yang dituturkan oleh Bapak Darmawan adalah “Dari gudang kita yang ada di Solo itu, kita bisa ngirim seperti ke Semarang, Purwodadi, Jogja, sampai ke Purwokerto bahkan sampai daerah-daerah seperti Tawangmangu dan Wonogiri”.⁴⁰

Adapun paparan dari Bapak Rudin adalah “Ke Jawa Tengah mbak, ke Jogja, Solo, Tulungagung, Kediri, Malang, Blitar, Jombang, Jember, Magetan, Ponorogo, Lamongan, Lumajang. Jadi sudah menyebar luar sampai Banyuwangi dan Madura paling ujung-ujungnya itu”.⁴¹

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa, CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam menyalurkan produk yang dihasilkannya sudah meliputi berbagai daerah, jadi secara

⁴⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Darmawan (Direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar), Rabu, 10 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

⁴¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Rudin (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Senin, 15 Oktober 2018, Pukul 08.30 WIB

otomatis produk ini sudah dikenal oleh masyarakat banyak. Dengan banyaknya saluran distribusi di berbagai kota-kota maupun luar provinsi, hal ini dilakukan dengan tujuan agar produk yang di hasilkan CV. Surya Food Indonesia Blitar berkeuntungan banyak dan minat konsumen semakin banyak untuk membeli, selain itu untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan adanya pengiriman barang ke berbagai wilayah untuk membantu para pelanggan-pelanggan maupun konsumen jika membutuhkan produk ini agar dalam mendapatkannya mudah dan juga pihak CV. Surya Food Indonesia Blitar selalu berupaya memberikan kepuasan kepada para pelanggan-pelanggannya.

4) Harga

Harga merupakan sejumlah nilai berupa uang yang harus dibayar oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang didapatkan konsumen dari penjual. Seorang tenaga pemasaran dalam suatu perusahaan harus bisa menentukan harga yang mudah dijangkau oleh konsumen banyak, harga produk yang diperjual belikan tentunya harus sebanding dengan produk yang dihasilkan. Dalam penelitian ini yang dijadikan objek adalah roti surya, jadi jika harga roti surya 1000,- rupiah per biji, maka rasa, volume dan kualitasnya harus sebanding agar salah satu pihak tidak ada merasa dirugikan, jadi sama-sama untung.

Strategi penetapan harga pada CV. Surya Food Indonesian Blitar ini terletak pada bahan bakunya, jika bahan baku naik maka harga pun tetap, akan tetapi volume roti lebih diperkecil sedikit dan tidak mengurangi rasa. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Bapak Darmawan adalah:

Kalau bahannya naik kita harganya tetap, bahannya naik kita tidak bisa menjual naik. Karena apa kompetitornya tidak menaikkan, kita naik sendiri tidak laku. Bahan baku naik terus dari harga 17.000,- rupiah per sak 25 kg sekarang menjadi 160.000,- rupiah. Pada tahun 1995 masih 17.000,- rupiah masuk krisis moneter tahun 1997 langsung harga menjadi 67.000,- rupiah, itu tiap hari harga seolah-olah naik. Sekarang harga 160.000,- rupiah per sak 25 kg. roti sek panggah Rp. 500,- rupiah. Kok bisa? Ya bisa lah misalkan dulu volumenya 100 gram sekarang tinggal 10 gram gitu. Kita nggak berani mengganti bahan tapi kita mengatur volume kalau yang berani menaikkan harga ya naik. Sebenarnya masalah kenaikan harga bahan itu kalau dipikir pusing ya pusing dibikin tidak juga tidak. Kita kan bisa berfikir dulu rotinya bisa dijadikan 100 biji sekarang dijadikan 200 biji. Ini sebenarnya akibat dari krisis negara ini karena semakin tercekik semakin sulit.⁴²

Adapun yang dipaparkan oleh Bapak Agus Salim adalah “Kalau bahan baku naik biasanya beratnya dikurangi, kalau kita tidak bisa naikin harga kita mengurangi berat, biasanya pelanggan itu kalau naik harga tidak mau”.⁴³

Berdasarkan penjelasan dapat dinyatakan bahwa, CV. Surya Food Indonesian Blitar dalam menetapkan harga produknya tetap sesuai harga umumnya dan kualitas rotinya,

⁴² Hasil Wawancara dengan Bapak Darmawan (Direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar), Rabu, 10 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

⁴³ Hasil Wawancara dengan Bapak Agus Salim (Manager CV. Surya Food Indonesia Blitar), Jumat, 13 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

meskipun harga bahan baku naik akan tetapi harga jual roti tetap, karena kalau menaikkan harga sendiri tidak berani takutnya produk yang dijual tidak laku dan lebih mahal daripada milik pesaing. Dalam menetapkan harga, antara CV. Surya Food Indonesia Blitar kepada agen-agen maupun pelanggan-pelanggan ada perselisihan harga sedikit sampai konsumen terakhir. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Bapak Agus Salim adalah:

Kalau di harga pembungkus roti itu sudah harga tertinggi atau harga anjuran. Tapi kalau untuk pembeli sendiri tidak 1000,- rupiah per biji kita dalam menjualnya. Jadi harga grosir dari pabrik roti surya berapa gitu misalkan 7.500,- per pack terus nanti kalau harga beli di agen 8.000,- misalkan gitu mbak atau harga jual agen ke pasar itu 8.500,- beda-beda. Itu kan kalau harga di label plastik itu harga anjuran. Walaupun ada juga yang menjual 1.500,- seperti itu padahal harganya 1000. Misalkan di pantai atau dimana gitu.⁴⁴

Adapun paparan dari Bapak Darmawan adalah:

Kita melihat pasar, produk yang ada di pasaran yang diproduksi oleh kompetitor itu yang menjadi ukuran iya to mbak, misalkan kompetitore barange modele podo regane sakmene tapikan agen nggak mempermasalahkan iku seng penting dia untung. Misale begini, roti ini dijual 1000,- rupiah per biji, dari saya katakanlah 750 rupiah per biji, kalau agen jual 1000,- rupiah berarti dia dapat untung 250 rupiah, kemudian kompetitor masuk ke situ dengan menjual roti seharga 700 rupiah per biji, berarti agen dapat untung 300 rupiah kan, jadi lebih banyak kompetitor, dan agen tidak mau perduli entah surya iki enak atau tidak yang penting aku untung. Maka dari itu kita lawan dengan orang kita sendiri yang ke lapangan bukan main agen.⁴⁵

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Darmawan (Direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar), Rabu, 10 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

Berdasarkan pemaparan di atas, Ibu Mimin juga memaparkan sebagai berikut:

Pesaing itu pertama di harga mereka berani harga murah. Kalau kita menjual ke pasar itu 750,- rupiah per biji, di kompetitor itu ada yang berani 720,- rupiah kalau nggak gitu ada yang 640,- rupiah atau 650,- rupiah mereka berani memurahkan harga karena mereka menggunakan bahan yang kualitasnya rendah. Sebenarnya kompetitor itu tau kalau roti surya ini lebih enak. Tapi kompetitor mempunyai strategi pada harga. Selanjutnya ketika roti double kita laris, kompetitor itu ngeluarin roti dengan bentuk yang lebih besar, bobot lebih berat tapi rasa tidak menjamin. Hal itu sebenarnya juga pengaruh pada pelanggan itu sendiri, dia mau yang gede murah atau yang kecil tapi enak. Tapi kebanyakan orang awam yang biasanya dipasaran itu sukanya gede murah walaupun nggak enak. Jadi kayak agen-agen itu lebih mengambil yang untungnya banyak. Sebenarnya masyarakat itu pada senang pada roti surya karena enak. Tapi karena agennya nyetop atau ngurangi ya masyarakat mau nggak mau jadi nggak beli.⁴⁶

Pemaparan Bapak Rudin terkait dengan harga adalah “Dari CV. Surya Bakery menjual ke agen atau distributor-distributor 7.500,- rupiah per pack kemudian dari agen menjual kulak ke toko-toko 8.000,- sampai 8.500,- dari toko-toko menjual ke konsumen 10.000,- rupiah”.⁴⁷

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dinyatakan bahwa CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam melakukan penetapan harga sesuai harga roti umumnya yang ada di pasaran berdasarkan

⁴⁶ Hasil Wawancara dengan Ibu Mimin (Tenaga bagian pengontrolan produksi CV. Surya Food Indonesia Blitar), Kamis, 18 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

⁴⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Rudin (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Senin, 15 Oktober 2018, Pukul 08.30 WIB

bentuk dan kualitasnya, dan ada sedikit perselisihan harga antara CV. Surya Food Indonesia Blitar dengan pelanggan, karena dulu pabrik roti surya Blitar ini dalam memasarkan produknya hanya mengandalkan ke agen, dengan hal tersebut dirasa menjadi kurang efektif karena banyak kompetitor yang mampu bersaing dengan harga yang lebih murah, dan agen otomatis lebih memilih kompetitor yang memberi harga lebih murah, karena agen berfikirnya yang penting untungnya banyak. Jadi untuk saat ini tenaga pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam memasarkan produk yang dihasilkannya langsung terjun ke lapangan dan juga masih menggunakan agen yang lama.

b. Hasil Penjualan

Bagi suatu perusahaan pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan demi suksesnya suatu perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan hasil penjualan terhadap produk yang dihasilkan. Suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak selamanya hasilnya terus meningkat tetapi juga mengalami pasang surut, itulah merupakan hal yang wajar yang dimiliki oleh seorang pebisnis. Berikut ini akan dijelaskan pendapatan CV. Surya Food Indonesia Blitar secara terperinci setiap bulan mulai dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 yaitu mulai mengalami kenaikan hasil penjualan sampai mengalami penurunan sesuai dengan strategi yang diterapkan:

Tabel 4.1. Tabel Pendapatan Tahun 2016

Bulan	Jumlah Produk yang Terjual/pcs	Jumlah Pendapatan Bersih
Januari	127.500	10.200.000
Februari	124.500	9.960.000
Maret	130.500	10.440.000
April	138.000	11.040.000
Mei	133.500	10.680.000
Juni	121.500	9.720.000
Juli	132.000	10.560.000
Agustus	142.500	11.400.000
September	136.000	10.920.000
Oktober	141.000	11.280.000
November	118.500	9.480.000
Desember	114.000	9.120.000
Jumlah	1.559.500	124.800.000

Sumber: Bapak Agus Salim dan diolah oleh Peneliti

Dari tabel hasil penjualan CV. Surya Food Indonesia Blitar di atas tidak secara terus menerus mengalami kenaikan, tetapi juga mengalami kenaikan juga penurunan, jadi barang yang terjual dan penghasilan setiap bulan tidak tentu. Pada tahun 2016 jumlah produk roti yang banyak terjual adalah pada bulan Agustus yaitu 142.500 pcs dan hasil pendapatan bersihnya Rp 11.400.000, sedangkan produk yang terjual sedikit pada bulan Desember yaitu 114.000 pcs dan hasil pendapatannya Rp 9.120.000

Tabel 4.2. Tabel Pendapatan Tahun 2017

Bulan	Jumlah Produk yang Terjual/pcs	Jumlah Pendapatan Bersih
Januari	96.000	7.680.000
Februari	88.500	7.080.000
Maret	82.500	6.630.000
April	91.500	7.645.000

Mei	81.000	6.480.000
Juni	78.000	6.240.000
Juli	84.000	6.720.000
Agustus	90.000	7.200.000
September	85.000	6.840.000
Oktober	96.000	7.680.000
November	94.500	7.560.000
Desember	99.000	7.920.000
Jumlah	1.066.500	85.675.000

Sumber: Bapak Agus Salim dan diolah oleh Peneliti

Dari tabel hasil penjualan CV. Surya Food Indonesia Blitar di atas mengalami penurunan yang banyak sekali. Pada tahun 2017 jumlah produk roti yang banyak terjual adalah pada bulan Desember yaitu 99.000 pcs dan hasil pendapatan bersihnya Rp 7.920.000, sedangkan produk yang terjual sedikit pada bulan Juni yaitu 78.000 pcs dan hasil pendapatannya Rp 6.240.000.

Tabel 4.3. Tabel Pendapatan Tahun 2018

Bulan	Jumlah Produk yang Terjual/pcs	Jumlah Pendapatan Bersih
Januari	111.000	8.880.000
Februari	103.500	8.280.000
Maret	94.500	7.560.000
April	85.500	6.475.000
Mei	93.000	7.440.000
Juni	88.500	7.080.000
Juli	91.500	7.320.000
Agustus	99.000	7.920.000
September	96.000	7.680.000
Oktober	88.500	7.080.000
November	93.000	7.440.000
Desember	90.000	7.200.000
Jumlah	1.134.000	90.355.000

Sumber: Bapak Agus Salim dan diolah oleh Peneliti

Dari tabel hasil penjualan CV. Surya Food Indonesia Blitar tetap mengalami penurunan dari hasil jualnya tapi tidak sedrastis pada tahun 2017, jadi ada sedikit peningkatan. Dapat diketahui bahwa produk yang terjual adalah sebesar 1.134.000 pcs dan jumlah pendapatan bersihnya Rp 90.355.000. Pada tahun 2018 jumlah produk roti yang banyak terjual adalah pada bulan Januari yaitu 111.000 pcs dan hasil pendapatan bersihnya Rp 8.880.000, sedangkan produk yang terjual sedikit pada bulan April yaitu 85.500 pcs dan hasil pendapatan bersihnya Rp 6.475.000.

Setiap perusahaan dalam menghasilkan barang yang diproduksi tidak selamanya tetap mengalami kenaikan, pasti mengalami penurunan juga, baik itu kondisinya ketika di awal, di pertengahan maupun di akhir dalam menjalankan usaha, itulah merupakan hal yang wajar yang pasti dialami oleh seorang pengusaha. Pada CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam melakukan penjualan produk yang dihasilkan kondisinya mengalami ketidak stabilan, yang mana pada tahun 2016 produk yang dihasilkan CV. Surya Food Indonesia Blitar mengalami kenaikan atau kemajuan yang cukup baik dan pesat, padahal ketika itu produk yang dihasilkan hanya roti coklat double dan coklat panjang, karena pada waktu itu mayoritas konsumen lebih meminati roti surya meskipun pada waktu itu juga banyak pesaing roti yang lain.

Akan tetapi pada tahun 2017 dan tahun 2018 produk roti surya yang dihasilkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar mengalami banyak penurunan, hal ini disebabkan karena banyaknya pesaing-pesaing roti yang lain, dan agen-agen maupun konsumen lebih menyukai roti yang lagi booming pada saat ini, sehingga hasil penjualan roti surya Blitar menjadi turun. Pada tahun 2018 setelah lebaran hari raya idul fitri, CV. Surya Food Indonesia Blitar, mengeluarkan produk varian baru yaitu roti pia cokelat, kacang hijau, dan roti cokelat dan blueberry bulat mini, dari varian-varian baru tersebut hasil penjualannya mengalami kenaikan tetapi sedikit, kalau di banding pada tahun 2016 masih sangat jauh.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan hasil penjualan roti surya pada CV. Surya Food Indonesia Blitar adalah sebagaimana yang dipaparkan oleh Bapak Rudin:

Karena dengan banyaknya produk itu mbak, jadi kalau dulu kan permintaan itu banyak tapi pilihan untuk membeli sedikit, nah sekarang konsumen membeli itu tetap tapi pilihan itu semakin banyak. Jadi daya jual tetap pilihan produk lebih banyak. Mungkin itu juga berpengaruh dengan ekonomi kita yang lebih banyak menengah kebawah kan mbak pasarnya menengah kebawah, perekonomian mungkin ya untuk pendidikan dulu seperti itu kebutuhan-kebutuhan kan lebih kesitu.⁴⁸

Adapun paparan dari Bapak Yogi adalah:

Yang jelas ada kompetitor roti-roti baru yang lebih disenangi konsumen. Sementara masih itu kalau dari segi kualitas kita sudah mampu bersaing tinggal kita menarik konsumen. Kalau soal rasa kita bisa menang disitu tapi kalau namanya

⁴⁸ *Ibid.*

konsumen kan beda-beda to mbak sana milih rasa nggak masalah yang penting murah dan gede, ada juga yang milih rasa. Makanya kita cari target yang dekat dengan fasilitas sekolah kan itu, anak-anak kan lebih suka yang main rasa daripada besar rotinya, kalau rasa kita kan sudah perbandingan.⁴⁹

Ibu Mimin juga memaparkan sebagaimana berikut: “Dua tahun ini mengalami penurunan. Karena banyak competitor, dan permintaan pasar kadang yang tidak stabil, kalau ada varian baru bisa naik sedikit, jadi tidak tentu”.⁵⁰

Adapun paparan dari Bapak Suroso adalah “Kita menghilangkan produk yang lama dengan diganti produk yang baru, semisal coklat panjang, blueberry panjang. yang sekarang diganti dengan roti pia coklat, pia kacang hijau, blueberry bulat mini.”⁵¹

Berdasarkan paparan di atas dapat dinyatakan bahwa, faktor-faktor yang menyebabkan hasil penjualan roti surya pada CV. Surya Food Indonesia Blitar mengalami penurunan adalah karena, banyak sekali pesaing roti-roti baru yang banyak diminati konsumen, menghilangkan produk yang lama dengan mengganti produk yang baru, dulu permintaan banyak tapi varian sedikit kalau sekarang varian lebih banyak tetapi konsumen yang membeli tetap. Selain itu karena kebanyakan masyarakat perekonomiannya menengah kebawah, jadi lebih mementingkan untuk pendidikan dulu.

⁴⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Yogi (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Sabtu , 20 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

⁵⁰ Hasil Wawancara dengan Ibu Mimin (Tenaga bagian pengontrolan produksi CV. Surya Food Indonesia Blitar), Kamis, 18 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

⁵¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Suroso (Tenaga Pemasar CV. Surya Food Indonesia Blitar), Kamis, 18 Oktober 2018, Pukul 09.45 WIB

Disamping ada penurunan juga ada peningkatan, adapun upaya-upaya yang dilakukan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam meningkatkan hasil penjualan produknya adalah sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Darmawan: “Ya memperbanyak pasar, memperbanyak konsumen dan pelanggan, sehingga penjualan dan produksi bisa meningkat seperti itu”.⁵²

Adapun paparan dari Bapak Rudin adalah:

Ya terus kita coba pasarkan mbak, jadi untuk kita kalau saat ini lebih fokus di pasar-pasar tradisional dan lebih pendekatan lagi ke agen, soalnya untuk pasar roti kan banyak banget mbak, produk roti itu kan sangat banyak sekali makanya kita untuk pemasaran saat ini lebih pendekantannya ke pasar dan ke agen untuk fokus penjualan roti surya.⁵³

Bapak Yogi juga memaparkan sebagai berikut:

Ya kita perlu lebih inovasi, penurunan itu kan dari segi agennya tadi mungkin agen lebih memilih mana yang lebih disukai pasar. Kalau memang kendalanya seperti itu, jadi kita ya langsung terjun ke pasar. Jadi setelah ada penurunan itu kita langsung datang ke pasar ke pasar dan kita cari dulu masalahnya dimana kalau sudah ketemu baru dicarikan solusi. Karena untuk meningkatkan hasil penjualan, target utamanya itu.⁵⁴

Berdasarkan paparan di atas dapat dinyatakan bahwa, CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam meningkatkan hasil penjualannya dengan cara langsung terjun ke pasar-pasar tradisional itu merupakan cara yang paling efektif dan tidak secara terus menerus mengandalkan

⁵² Hasil Wawancara dengan Bapak Darmawan (Direktur CV. Surya Food Indonesia Blitar), Rabu, 10 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

⁵³ Hasil Wawancara dengan Bapak Rudin (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Senin, 15 Oktober 2018, Pukul 08.30 WIB

⁵⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Yogi (Tenaga bagian pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar), Sabtu, 20 Oktober 2018, Pukul 08.00 WIB

agen, karena agen lebih melirik produk roti yang lagi booming atau yang banyak diminati oleh konsumen atau pasar, sehingga cara tersebut menjadi kurang efektif, tetapi pihak CV. Surya Food Indonesia Blitar masih menggunakan agen lama. Selain itu, memperbanyak pelanggan-pelanggan agar hasil penjualan roti surya lebih meningkat dan banyak masyarakat yang berminat untuk mengkonsumsinya.

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Produk, berkaitan dengan hal ini produk Produk roti yang dihasilkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar menggunakan bahan baku yang berkualitas baik, dari segi rasa lebih diutamakan, tidak mengandung bahan-bahan yang berbahaya, dan terjamin kehalalannya, produk ini bernama roti Surya Food Indonesia. Disamping itu ada kendala-kendala pada saat melakukan produksi baik itu bahan baku mudah naik, kadang hasil dari percetakan roti cacat, jika masih berupa adonan harus didaur ulang lagi, kalau sudah berbentuk roti siap makan maka dijual afkir, dan masa kadaluarsa cukup singkat atau masa konsumsi roti surya tidak bertahan lama.
2. Strategi Promosi, berkaitan dengan hal ini CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam mengenalkan produk yang dihasilkan kepada calon konsumen dengan cara memberikan sampel produk kepada calon konsumen untuk dirasakan agar mendapatkan komentar dari konsumen

lalu diteruskan dari mulut ke mulut. Disamping itu kendala yang dialami saat mempromosikan produk adalah komentar dari calon konsumen kadang dari produk yang dihasilkan oleh pabrik kurang besar, kurang enak, inginnya dengan harga yang lebih murah, dari komentar tersebut sambil jalan pabrik roti melakukan perbaikan dan berinovasi dengan cara menambah varian roti yang baru

3. Strategi Distribusi, berkaitan dengan hal ini CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam mendistribusikan atau memasarkan produk yang dihasilkan dengan menggunakan fasilitas yang tersedia yaitu kendaraan motoris maupun mobil box ke tempat-tempat yang menjadi saluran distribusi yang ada di berbagai daerah, serta memperbanyak saluran-saluran distribusi diberbagai daerah. Disamping itu kendala yang dialami saat memasarkan atau mendistribusikan produk banyak sekali pesaing-pesaing roti dari luar dan akses jarak tempuh menuju tempat saluran distribusi kadang sulit.
4. Strategi Harga, berkaitan dengan hal ini CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam melakukan penetapan harga produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan volume, rasa, kualitasnya, dan sesuai dengan harga roti pada umumnya yang ada di pasar-pasar tradisional. Meskipun harga bahan baku naik, tetapi harga roti tetap cuma volumenya yang lebih dikurangi sedikit. Disamping itu kendala yang dialami saat melakukan penetapan harga adalah adanya persaingan harga dari kompetitor. Kadang kompetitor mampu bersaing harga lebih

murah karena produk yang dihasilkannya menggunakan bahan baku yang kualitasnya lebih rendah.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Roti Pada CV. Surya Food Indonesia di Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar

Setiap perusahaan pasti membuat perencanaan strategi untuk kelangsungan hidup usaha yang dilakukan dalam jangka panjang. Menurut Saladin sebagaimana yang dikutip oleh Nana Herdiana Abdurrahman menyatakan bahwa perencanaan strategi merupakan suatu perencanaan perusahaan kedepannya dalam jangka panjang yang ditetapkan untuk dijadikan pegangan hidup suatu perusahaan.⁵⁵

Perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar adalah dengan cara memperbanyak tempat-tempat yang dijadikan saluran distribusi di berbagai daerah, yang mana di tempat tersebut di bangun gudang untuk stok produk yang dihasilkan dan produk tersebut dipasarkan di daerah-daerah yang terdekat. Hal ini sudah dilakukan di Solo, jadi CV. Surya Food Indonesia Blitar membangun gudang sebagai stok produknya dan ada tenaga pemasaran yang sudah siap untuk memasarkan produknya, juga difasilitasi dengan motoris dan mobil box untuk menyebarkan produk yang dihasilkan ke berbagai daerah yang sudah menjadi

⁵⁵ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi...*, hal. 13

langganan distribusi produk roti surya. Jadi hal ini lebih efektif kalau pihak tenaga pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar yang langsung terjun ke pasar tanpa mengandalkan agen-agen luar.

Pemasaran merupakan kegiatan yang harus dijalankan oleh pelaku bisnis untuk menghidupkan suatu usaha yang dijalankan, agar usahanya lebih maju dan mendapatkan keuntungan yang banyak. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam meningkatkan hasil penjualannya, tergantung kepandaian cara perusahaan menerapkan strategi pemasaran dalam suatu perusahaan, baik itu strategi produksi, strategi promosi, strategi distribusi, strategi harga, dan selalu memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan.

a. Strategi Bauran Pemasaran

Adapun strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar meliputi: produk, promosi, distribusi dan penentuan harga.⁵⁶

1) Produk

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha untuk ditawarkan ke pasar-pasar tradisional sehingga menarik perhatian calon konsumen, dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.⁵⁷ Produk yang dihasilkan oleh CV. Food Indonesia Blitar meliputi: roti coklat double, roti sisir, roti tawar, roti

⁵⁶ Abdul Hadi Sirat, *Kewirausahaan...*, hal. 172

⁵⁷ Apri Budiman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Ombak, 2015), hal. 179

pia varian kacang hijau dan cokelat, roti bulat mini varian cokelat dan blueberry. Produk roti ini bernama Surya Food Indonesia, yang mana dalam pembungkus roti tersebut terdapat nama produk, cap, logo labelisasi halal dari MUI, desain produk yang sesuai dengan produk yang dihasilkan, masa kadaluarsa, nomor izin usaha, nama dan alamat perusahaan yang mengeluarkan produk tersebut. Hal ini dilakukan untuk membedakan produk-produk dari pesaing.

Adapun strategi produk yang diterapkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar lebih menjaga kualitas produk, serta bahan-bahan baku yang digunakan tidak mengandung bahan-bahan yang berbahaya, rasa lebih unggul, dan bahan baku yang digunakan berkualitas baik.⁵⁸ Kualitas merupakan seberapa baik produk yang dihasilkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar yang sesuai dengan kebutuhan khusus dari pelanggan, sehingga dengan menggunakan bahan-bahan yang tidak mengandung bahan-bahan yang terlarang, masa ketahanan roti surya tidak cukup lama, maksimal kurang lebih tiga minggu sampai satu bulan. Produk roti surya ini dari komentar konsumen sudah rasanya enak, tetapi kadang konsumen berkomentar kalau rotinya kurang besar. Karena produk yang dihasilkan CV. Surya Food Indonesia lebih

⁵⁸ Prisinsia Ranida, "Strategi Pemasaran...", hal. 106

mengunggulkan pada kualitas rasa, maka volume roti tidak terlalu besar juga tidak terlalu kecil, jadi sedang-sedang saja. Hal ini disebabkan karena bahan baku mudah naik, jadi sangat berpengaruh terhadap produk yang dihasilkan.

CV. Surya Food Indonesia Blitar juga menambah berbagai varian roti baru, yaitu roti pia rasa cokelat dan kacang hijau, roti cokelat dan blueberry bulat mini. Hal ini dilakukan dengan cara membeli roti varian terbaru dari kompetitor lalu dikonsumsi untuk ditiru pada bagian bentuk atau modelnya, serta untuk membandingkan rasa, sehingga agar masyarakat lebih banyak yang berminat untuk membeli maupun mengkonsumsi varian roti yang saat ini lagi booming di pasaran. Selain itu upaya untuk yang dilakukan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam strategi produk untuk meningkatkan hasil penjualan adalah apabila roti di tempat-tempat saluran distribusi yang sudah memasuki atau melewati tanggal kadaluarsa, maka roti tersebut segera diambil oleh tenaga bagian pemasaran untuk diganti dengan roti yang masih baru. Ini termasuk upaya dalam strategi pemasaran produk untuk meningkatkan hasil penjualan roti pada CV. Surya Food Indonesia Blitar.

2) Promosi

Adapun strategi kedua yang dilakukan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar adalah melakukan promosi. Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang mempengaruhi bauran pemasaran lainnya, karena kegiatan promosi bagi suatu perusahaan sangatlah penting, tanpa adanya promosi, produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan sulit dikenal oleh konsumen.⁵⁹

Promosi yang dilakukan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar dengan cara penjualan pribadi dari mulut ke mulut, yaitu salesman menawarkan dan memberikan sampel roti kepada calon konsumen baik dari rumah ke rumah maupun terjun langsung ke pasar-pasar tradisional.⁶⁰ Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk dinikmati atau dirasakan calon konsumen agar mendapat komentar dari calon konsumen, apakah sudah memenuhi selera konsumen atau belum, serta sebagai pembandingan dari roti-roti lain. Apabila sudah memenuhi kriteria calon konsumen, maka tempat saluran distribusi tinggal pesan sesuai dengan permintaannya, karena ada informasi terkait produk yang sudah dirasakan konsumen dari mulut ke mulut, kemudian tenaga pemasaran pabrik roti surya Blitar tinggal mengirim produk tersebut ke tempat-tempat saluran distribusi, jadi tidak perlu menawarkan lagi, dan

⁵⁹ M. Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah...*, hal. 108

⁶⁰ Arik Adi Wijaya, "*Analisis Strategi...*", hal. 36

mayoritas konsumen dan pelanggan sudah selera dengan produk roti surya ini, karena komentar dari konsumen kalau produk roti surya ini rasanya enak. Tetapi kadang apabila calon konsumen berkomentar kurang baik, maka pihak CV. Surya Food Indonesia berupaya untuk memperbaiki produknya agar konsumen merasa puas terhadap produk yang dihasilkannya.

3) Distribusi

Strategi distribusi merupakan suatu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyalurkan produk yang dihasilkannya mulai dari perusahaan ke agen, perusahaan ke pelanggan-pelanggan toko sampai pada tangan konsumen akhir.⁶¹ Strategi distribusi yang dilakukan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar adalah dengan cara kerjasama dengan agen, terjun langsung ke pasar-pasar tradisional dan menyalurkan atau mengirimkan produk ke toko-toko pelanggan.⁶² CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam memberikan layanan pesan antar dengan menggunakan motoris maupun mobil box. Sebelum produk roti surya dikirim oleh tenaga pemasaran ke tempat saluran distribusi, maka pihak pelanggan-pelanggan toko maupun agen menelfon terlebih dahulu kepada pihak CV. Surya Food Indonesia Blitar

⁶¹ Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal. 180

⁶² Muh Nasrul Baihaqi, "*Analisis Strategi...*", hal. 81

terhadap permintaan yang diinginkan, jadi produk yang dikirim ke tempat-tempat saluran distribusi sesuai dengan permintaannya.

Ketepatan waktu bagi seorang pemasar merupakan hal yang sangat penting, karena apabila dalam mengirimkan produk mengalami keterlambatan akan mengakibatkan saluran distribusi yang dituju untuk pengiriman barang didahului oleh pesaing roti yang lain, sehingga pembayarannya menjadi separoh atau tidak cash karena uangnya sebagian sudah digunakan untuk membayar produk milik pesaing.

Adanya fasilitas kendaraan berupa motoris dan mobil box, tujuannya untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan-pelanggan yang tidak sempat mengambil produk dan jarak tempuh terlalu jauh untuk mengambil produk ke pabrik roti surya Blitar dan selalu memberikan kepuasan kepada konsumen dengan baik. Daerah sekitar Blitar pengirimannya dengan menggunakan motoris karena jaraknya masih dekat. Kalau untuk pengiriman di luar kota seperti di Kediri, Malang, Madura, Banyuwangi, Jombang, Tulungagung, Trenggalek, Madiun, Ponorogo, dan berbagai daerah lain, menggunakan mobil box.

4) Penetapan Harga

Setelah memproduksi barang yang akan dijual melalui promosi dan ditawarkan ke saluran-saluran distribusi, maka selanjutnya adalah strategi penetapan harga. Harga merupakan sejumlah nilai berupa alat pembayaran yang sah yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk menikmati barang yang sudah ditawarkan.⁶³ Penentuan harga merupakan suatu hal yang sangat penting bagi pelaku bisnis, karena dengan adanya penentuan harga, menyebabkan laku tidaknya suatu barang atau jasa yang dihasilkan. Karena seseorang ketika membeli suatu barang pertamakali yang ditanyakan adalah soal harga, jadi harga sangat menentukan laku tidaknya suatu barang yang diperdagangkan.

CV. Surya Food Indonesia Blitar menetapkan harga sudah sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan, baik dari segi volumenya, rasanya, harga produk mengikuti dengan harga pasar pada umumnya, serta tidak menipu konsumen terhadap barang yang dihasilkan dari harga yang sudah ditetapkan tersebut, dan tidak ada paksaan kepada konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan pabrik roti, yang penting laku dan tidak untuk mencari keuntungan yang sangat banyak.⁶⁴ Ketika melakukan penetapan harga kadang kendalanya pada bahan baku yang digunakan, karena harga

⁶³ Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal. 175

⁶⁴ Reni Listama, "*Analisis Strategi...*", hal. 102

bahan baku mudah naik. Tetapi ketika bahan baku harganya naik CV. Surya Food Indonesia Blitar tidak berani untuk menaikkan harga produknya takutnya menjadi tidak laku. Jadi produk roti surya ini harganya tetap, akan tetapi volume berkurang sedikit, dan tidak menghilangkan dari segi rasa, harga produk roti surya disesuaikan harga pada umumnya produk roti yang ada di pasaran.

b. Hasil Penjualan

Berikut ini adalah tabel hasil penjualan yang diperoleh dihasilkannya selama tiga tahun terakhir ini, yaitu pada tahun 2016 sampai dengan 2018:

Tabel 4.4. Tabel Pendapatan Tahun 2016-2018

Tahun	Jumlah Produk yang Terjual/pcs	Jumlah Pendapatan Bersih
2016	1.559.500	124.800.000
2017	1.066.500	85.675.000
2018	1.134.000	90.355.000

Sumber: Bapak Agus Salim dan diolah oleh Peneliti

Berdasarkan hasil pendapatan dari tabel di atas, bahwa jumlah hasil penjualan produk roti surya paling banyak mengalami peningkatan pada tahun 2016 sebesar 1.559.500 pcs dengan jumlah pendapatan bersih Rp 124.800.000, yang mana jumlah pendapatan bersih itu hasil pendapatan kotor yang sudah di kurangi dengan biaya produksi. Kemudian pada tahun 2017 pendapatan hasil penjualan CV. Surya Food Indonesia Blitar mengalami penurunan

yang sangat banyak, yaitu sebesar 1.066.500 pcs dengan jumlah pendapatan Rp 85.675.000. Selanjutnya pada tahun 2018 pendapatan hasil penjualan CV. Surya Food Indonesia Blitar yaitu sebesar 1.134.000 pcs dengan jumlah pendapatan bersih Rp 90.355.000, kondisinya tetap mengalami penurunan meskipun mengalami kenaikan sedikit, tetapi dibanding pada tahun 2016 masih jauh. Dengan pendapatan hasil penjualan CV. Surya Food Indonesia Blitar yang mengalami kenaikan dan penurunan tersebut, membuat pihak pabrik roti surya Blitar dapat melakukan banyak inovasi-inovasi yang harus dilakukan, agar hasil penjualan produk yang dihasilkan meningkat untuk kedepannya.

Adapun faktor-faktor yang menyebabkan hasil penjualan roti surya Blitar mengalami penurunan adalah karena, banyak sekali pesaing roti-roti baru yang banyak diminati konsumen, menghilangkan produk yang lama dengan mengganti produk yang baru. Selain itu karena kebanyakan masyarakat perekonomiannya menengah kebawah, jadi lebih mementingkan untuk pendidikan dulu. Disamping penurunan ada peningkatan, adapun upaya-upaya yang dilakukan CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam meningkatkan hasil penjualannya, adalah dengan cara langsung terjun ke pasar-pasar tradisional, hal ini merupakan cara yang paling efektif dan tidak secara terus menerus mengandalkan agen, karena agen lebih melirik produk roti yang lagi booming atau yang

banyak diminati oleh konsumen atau pasar, sehingga cara tersebut menjadi kurang efektif. Selain itu, memperbanyak pelanggan-pelanggan agar hasil penjualan roti surya lebih meningkat dan banyak masyarakat yang berminat untuk mengkonsumsinya.

2. Strategi Pemasaran Pada CV. Surya Food Indonesia di Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Berdasarkan uraian mengenai strategi bauran pemasaran di atas yang diterapkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar, maka penulis akan menganalisis kesesuaian antara strategi bauran pemasaran dengan etika bisnis Islam adalah sebagaimana berikut:

a. Produk

Menurut Kotler sebagaimana yang dikutip oleh Rhenald Kasali bahwa pengertian produk adalah suatu barang atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha untuk ditawarkan di pasar atau dimana saja berada, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik untuk dikonsumsi maupun digunakan manfaatnya.⁶⁵ Produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan harus ditetapkan dan disediakan secara tepat, apabila disalurkan ke tempat-tempat distribusi maka dalam pengirimannya tidak sampai terlambat, karena untuk berjaga-jaga apabila konsumen

⁶⁵ Rhenald Kasali, *Modul Kewirausahaan...*, hal. 152

banyak yang membutuhkan produk tersebut, sehingga dapat memuaskan hati konsumen. Hal ini dilakukan agar hasil penjualan semakin meningkat untuk jangka panjang suatu perusahaan.

Etika bisnis yang dianjurkan oleh Islam adalah menjalankan usaha yang dihadapinya dengan halal dan menghindari hal-hal yang diharamkan dalam berbisnis. Firman Allah tentang kehalalan makanan yang baik adalah sebagai berikut:

قُلْ أَجَلٌ لَّكُمْ الطَّيِّبَاتُ وَمَاعَلَّمْتُمْ مِنَ الْجَوَارِحِ مُكَلَّبِينَ تُعَلِّمُونَهُنَّ مِمَّا عَلَّمَكُمُ اللَّهُ
فَكُلُوا مِمَّا أَمْسَكْنَ عَلَيْكُمْ وَاذْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ عَلَيْهِ

“Katakanlah, Dihalalkan bagimu yang baik-baik dan (buruan yang ditangkap) oleh binatang nuas yang telah kamu ajar dengan melatihnya untuk berburu, kamu mengajarnya menurut apa yang telah diajarkan Allah kepadamu, Maka makanlah apa yang ditangkapnya untukmu, dan sebutlah nama Allah atas binatang buas itu (waktu melepaskannya).” (QS. Al-Maidah[5]:4).⁶⁶

Adapun hadis yang menerangkan tentang larangan menjual barang yang haram di makan adalah sebagai berikut:

⁶⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, hal. 107

عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ : بَلَغَ عُمَرَ أَنَّ سَمُرَةَ بَاعَ خَمْرًا ، فَقَالَ :
 قَاتَلَ اللَّهُ سَمُرَةَ ! أَلَمْ يَعْلَمْ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ قَالَ : " لَعَنَ اللَّهُ الْيَهُودَ ، حَرَمَتِ
 عَلَيْهِمُ الشُّحُومَ ، فَجَمَلُوهَا فَبَاعُوهَا "

Ibnu Abbas r.a. mengatakan bahwa Umar menerima berita bahwa Samurah r.a. menjual khamar, maka Umar mengatakan, "Sesungguhnya Allah mengutuk Samurah. Tidakkah dia tahu bahwa Rasulullah saw. bersabda, *Semoga Allah melaknat orang-orang Yahudi. Lemak telah diharamkan kepada mereka, tapi mereka mengolah lemak itu, lalu menjualnya.*" (HR. Muslim 929).⁶⁷

Segala yang halal terang dan nyata, telah ada dalil-dalil yang menunjukkan kepada kehalalannya, demikian pula yang haram. Di antara yang halal dan yang haram itu ada hal-hal yang tidak jelas halal dan haramnya. Tegasnya, tidak terang hukumnya secara pasti bagi kebanyakan orang, hanya ulama-ulama yang ahli saja yang mengetahui hukum-hukumnya, dengan jalan nash, qiyas, istihsan, dan lain-lain. Maka sesuatu yang tidak ada nash dan tidak ada ijma' yang mengharamkannya, para ulama' berijtihad menghubungkannya kepada salah satu dari yang halal dan haram. Kesamarannya sebenarnya terjadi pada orang-orang

⁶⁷ M. Nashruddin al-Albani, *Mukhtashar Shahih Muslim...*, hal. 443

yang tidak mengetahui. Maka hendaklah orang-orang yang ragu-ragu tentang kehalalan suatu makanan sebaiknya menghindari.⁶⁸

Kaidah ushul fiqih yang sesuai dengan hal ini adalah sebagai berikut:⁶⁹

الْيَقِينُ لَا يَزُولُ بِالشَّكِّ

“Keyakinan tidak bisa menghilangkan keraguan”

Menurut Saladin sebagaimana yang dikutip oleh Apri Budianto bahwa unsure-unsur bauran produk meliputi: kualitas produk yang baik, Pencantuman merek produk, label harus disertakan dalam pembungkus produk, bentuk produk, jaminan halal pada produk, pelayanan yang memuaskan, pembungkus yang menarik yang beda tampilannya dengan milik pesaing, serta pengembalian produk yang sudah rusak dari saluran distribusi.⁷⁰

Berdasarkan uraian di atas, hal ini sudah diterapkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar, bahwa dalam memproduksi roti yang dihasilkan dengan bahan-bahan yang berkualitas baik, dengan bahan-bahan pilihan, dan tidak tercampur dengan bahan yang mengandung bahaya, lebih unggul pada rasa dan teksturnya baik, sudah bersertifikasi halal dari MUI yang berlogo pada kemasan roti, produk roti surya sudah bermerek, dan produk yang dihasilkan pabrik roti surya benar-benar jelas apa adanya dan memenuhi selera konsumen, dan pelayanannya baik serta

⁶⁸ Teungku Muhammad Hasbi, *Mutiara Hadis...*, hal. 272

⁶⁹ Abbas Arfan, *99 Kaidah Fiqh...*, hal. 137

⁷⁰ Apri Budiono, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 181

memuaskan konsumen. Jadi tidak perlu khawatir bagi konsumen dalam mengkonsumsinya.

Produk yang dihasilkan oleh CV. Surya Food Indonesia merupakan produk makanan yang tujuannya untuk dikonsumsi oleh konsumen, jadi cara pengolahannya harus halal sesuai dengan syariat Islam, karena kalau pengolahannya tercampur dengan bahan-bahan yang berbahaya akan berdampak negatif bagi masyarakat yang mengkonsumsinya, selain itu akan merugikan perusahaan itu sendiri karena sudah tidak ada permintaan dari pasar-pasar maupun pelanggan-pelanggannya. Oleh karena itu, hal tersebut dihindari oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar, karena tujuan utama dalam melakukan produksi roti adalah untuk memberikan kepuasan bagi konsumen termasuk wilayah yang dijadikan saluran distribusi, jadi apabila ada komentar dari konsumen terkait dengan produk roti surya, maka pihak pabrik roti surya segera berupaya untuk memperbaiki dan melakukan inovasi-inovasi terhadap produk yang dihasilkan, agar produk roti surya lebih banyak diminati masyarakat sehingga hasil penjualan bertambah meningkat.

Produk yang dihasilkan CV. Surya Food Indonesia Blitar apabila mengalami cacat atau kepotong-potong dari mesinnya maka penjualannya disendirikan yaitu dijual afkir. Apabila produk roti surya di tempat-tempat saluran sudah memasuki

masa kadaluarsa atau sudah rusak, maka pihak pabrik roti surya segera mengambilnya dan mengganti dengan roti yang baru yang layak untuk dijual. Firman Allah SWT yang menerangkan hal ini adalah sebagai berikut:

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

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.” (QS. An-Nisaa’ [4]: 29).⁷¹

Sesuai uraian di atas maka hadis yang menerangkan tentang menjual barang kemudian rusak adalah sebagai berikut:

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: لَوْ بَعْتَ مِنْ
أَخِيكَ مَرًّا فَأَصَابَتْهُ جَائِحَةٌ فَلَا يَجِلُّ لَكَ أَنْ تَأْخُذَ مِنْهُ شَيْئًا. بِمَا تَأْخُذُ مَالَ أَخِيكَ
بِعَيْرِ حَقِّ

Jabir bin Abdullah r.a. mengatakan bahwa Rasulullah saw. bersabda, *“Seandainya kau menjual buah-buahan kepada saudaramu, lalu buah-buahan tersebut terlanda bencana (hama), maka kau tidak boleh memungut sesuatu darinya, karena*

⁷¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, hal. 83

demikian berarti kamu mengambil harta saudaramu dengan tidak benar.” (H.R. Muslim).⁷²

Pendapat ulama’ terkait dengan barang dagangan yang cacat atau rusak yang dijual kepada tempat-tempat saluran distribusi. Menurut Madzhab Syafi’i pengembalian barang disyaratkan segera setelah cacat atau rusak itu diketahui. Jika cacatnya diketahui tidak segera dikembalikan tanpa ada alasan, maka hak mengembalikan barang itu gugur. Yang di maksud segera adalah tidak ditunda-tunda sesuai ukuran kebiasaan. Menurut Madzhab Hanafiyah, bahwa pengembalian barang tidak harus segera setelah diketahui cacat. Jika penjual mengungkapkan cacat barangnya, kemudian terjadi percekcoan dengan maksud mengembalikan barang, lalu reda, kemudian terjadi percekcoan lagi dan menuntut mengembalikan, maka pembeli tetap berhak mengembalikan.

Menurut Madzhab Malikiyah, bahwa pengembalian barang harus segera setelah diketahui cacat. Batasan segera menurut mereka adalah dua hari, jika lebih dari itu berarti menunda dan menggugurkan hak khiyarnya untuk mengembalikan karena cacat, kecuali ada alasan yang tidak dapat mengembalikan barang tersebut. Menurut Madzhab Hanabilah,

⁷² M. Nasruddin Al-Albani, *Mukhtashar Shahih Muslim...*, hal. 440

bahwa pengembalian barang karena cacat tidak harus segera, melainkan boleh ditunda.⁷³

Kaidah ushul fiqih yang sesuai dengan hal ini adalah sebagai berikut:⁷⁴

الأصلُ براءةُ الدِّمَّةِ

“Hukum ashal adalah bebasnya (seseorang dari tanggungjawab)”

Dari uraian di atas dapat dinyatakan bahwa, strategi bauran pemasaran produk yang dilakukan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar ini sangat menerapkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yaitu prinsip kejujuran dan tanggungjawab dalam berbisnis.

b. Promosi

Strategi bauran pemasara kedua yang diterapkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar adalah melakukan promosi. Promosi merupakan cara suatu perusahaan dalam menginformasikan kepada calon konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan supaya produk tersebut dikenal, diminati dan dibeli oleh konsumen.⁷⁵ Promosi yang diterapkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar ini merupakan jenis promosi penjualan pribadi yang dilakukan oleh tenaga pemasaran, hal ini

⁷³ Abdurrahman Al-Jaziri, *Fiqih Empat Madzhab...*, hal. 84

⁷⁴ Abbas Arfan, *99 Kaidah Fiqh...*, hal. 144

⁷⁵ Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hal. 116

dilakukan dengan cara memberikan sampel atau percobaan produk kepada calon konsumen untuk dirasakan dan sebagai perbandingan dari roti-roti lain milik pesaing, baik dari rumah ke rumah maupun langsung terjun ke lapangan, kemudian diteruskan dari mulut ke mulut.

Kegiatan mengenalkan produk roti surya ini bertujuan untuk mendapatkan komentar dari konsumen, apakah konsumen sudah selera dengan produk yang dihasilkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar, apakah masih ada kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki. Ketika hal tersebut dilakukan pabrik roti surya Blitar jadi mengetahui selera konsumen, dan berusaha untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan pada produk yang dihasilkan, agar konsumen menjadi lebih puas untuk membeli atau mengkonsumsinya. Ketika produk tersebut dirasa sudah sesuai dengan selera konsumen, baru pihak CV. Surya Food Indonesia Blitar mencari tempat-tempat sebagai saluran distribusi melalui pendekatan agen-agen dan melalui pelanggan-pelanggan toko yang bersedia untuk dijadikan saluran distribusi, dan sudah tidak melakukan penawaran lagi.

Dalam kegiatan bermuamalah, perdagangan yang jujur akan mendatangkan keberkahan dan keberhasilan, karena Allah sangat menyukai kepada pedagang yang jujur dalam melakukan kegiatan bermuamalah sebagaimana kejujuran yang diterapkan

Nabi Muhammad SAW pada saat melakukan perdagangan. Bagi pedagang yang jujur akan Allah berikan rahmat-Nya di akhirat kelak.⁷⁶

Sesuai dengan uraian di atas maka dikaitkan dengan dalil dan hadis yang menerangkan kejujuran dalam berdagang. Firman Allah SWT adalah sebagai berikut:

طَاعَةٌ وَقَوْلٌ مَعْرُوفٌ أَذَاعَزَمَ الْأَمْرُ فَلَوْ صَدَقُوا اللَّهَ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ (21)

“Yang lebih baik bagi mereka adalah taat kepada Allah dan bertutur kata yang baik. Sebab apabila perintah ditetapkan mereka tidak menyukainya. Padahal jika mereka benar-benar beriman kepada Allah, niscaya yang demikian itu lebih baik bagi mereka.” (QS. Muhammad[47]:21).⁷⁷

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ: الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا،

فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا، بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا حَقَّ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

Dari Hakim bin Hizam r.a. bahwa Nabi saw bersabda, “Dua orang yang berjual beli memiliki hak khiyar selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan apa adanya, maka keduanya mendapatkan keberkahan dalam jual beli mereka. Jika keduanya berdusta dan merahasiakan cacat

⁷⁶ Kutbuddin Aibak, *Kajian Fiqih Kontemporer*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2017), hal. 213

⁷⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, hal. 509

dagangannya, maka hilanglah keberkahan jual beli mereka.”
(H.R. Muslim).⁷⁸

Rasulullah menetapkan bahwa si penjual dan si pembeli masing-masingnya mempunyai hak khiyar majelis selama mereka masih berada di majelis akad, belum lagi berpisah. Jika masing-masing pihak berlaku jujur, menerangkan cacat-cacat yang ada pada barang yang dijual atau pada harga yang diberikan, niscaya Allah akan memberikan manfaat yang banyak kepada barang dan harganya. Namun jika mereka menyembunyikan cacat yang terdapat pada barang jualan atau pada harga yang diberikan, mereka berdusta di dalam menerangkan mutu barang, niscaya hilanglah keberkahan dari jual beli itu. Jika salah seorang saja yang tidak jujur, maka keberkahan terhadap barang itu hilang. Hadis tersebut menerangkan bahwa jual beli yang dilakukan secara jujur akan mendatangkan berkah.⁷⁹

Pendapat Ulama' terkait dengan hadis di atas adalah, seluruh ulama' sepakat bahwa di antara kewajiban penjual adalah memberitahukan secara jujur kondisi barang yang akan dijualnya. Bahkan dalam hadis lain disebutkan, bahwa kewajiban memberitahukan perihal cacat pada barang tidak saja merupakan kewajiban penjual, namun juga merupakan kewajiban orang lain yang mengetahui kondisi barang tersebut yang sebenarnya. Dia

⁷⁸ M. Nashruddin Al-Albani, *Mukhtashar Shahih Muslim...*, hal. 448

⁷⁹ Teungku Muhammad Hasbi, *Mutiara Hadis...*, hal. 199

berdosa bila mendiamkannya, karen sikapnya itu adalah haram hukumnya.⁸⁰

Kaidah ushul fiqih yang sesuai dengan hal tersebut di atas adalah sebagai berikut:⁸¹

الضرر يزال

“Kemudharatan (bahaya) harus dihilangkan”

Berdasarkan uraian di atas bahwa CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam melakukan strategi pemasaran promosi untuk meningkatkan hasil penjualan produk roti surya, ketika menginformasikan barang kepada konsumen dengan jujur, apa adanya sesuai dengan kondisi barang yang ditawarkan dan tidak mengada-ngada, tidak menyembunyikan barang yang cacat, karena prinsip kejujuran sangat diterapkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar, serta tidak ada paksaan bagi konsumen untuk membeli produk roti yang dihasilkan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar. Hal ini menunjukkan bahwa pabrik roti surya menerapkan prinsip kebebasan berkehendak dalam etika bisnis Islam, jadi apabila konsumen menginginkan membeli produk roti surya pihak perusahaan akan melayaninya dengan sesuka hati, apabila tidak menginginkan juga tidak masalah.

Strategi promosi yang dilakukan oleh Rasulullah SAW adalah lebih mengutamakan hubungan dengan pelanggan,

⁸⁰ Teungku Muhammad Hasbi, *Koleksi Hadis-hadis...*, hal. 106

⁸¹ Abbas Arfan, *99 Kaidah Fiqh...*, hal. 176

mengutamakan keberkahan dalam berdagang, memahami keinginan pelanggan, mendapatkan kepercayaan karena barang yang dikenalkan oleh konsumen sesuai dengan kondisi barang yang ditawarkan dan selalu berkata jujur, memberikan pelayanan yang baik, melakukan pengenalan produk secara pribadi, selalu tanggap terhadap masalah yang dihadapi pada saat melakukan perdagangan.⁸²

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwasanya, strategi promosi untuk memasarkan produk roti surya yang dilakukan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar sudah sesuai dengan etika bisnis Islam sebagaimana yang diterapkan oleh Rasulullah SAW.

c. Distribusi

Distribusi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan cara penyaluran produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan ke tempat yang dijadikan saluran-saluran produk, yaitu ketika pelanggan melakukan permintaan kepada perusahaan untuk mengirim produk yang dihasilkan, dengan tujuan agar tidak terjadi penimbunan barang disekelompok masyarakat kecil dan agar beredar diberbagai wilayah dengan cara adil demi kemakmuran negara. Tempat yang dijadikan sebagai saluran produk tersebut seperti halnya pasar-

⁸² Veithzal Rivai dkk, *Islamic Business...*, hal. 391

pasar tradisional, agen-agen, dan pelanggan-pelanggan toko yang menjual segala macam produk makanan.⁸³

CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam melakukan strategi pemasaran berupa pendistribusian barang kepada pelanggan-pelanggannya yaitu dengan cara melakukan pesan antar di berbagai wilayah luar kota maupun luar provinsi dan juga ada pelanggan-pelanggan yang mengambil produk roti surya ke pabrik penjual roti surya, biasanya yang mengambil sendiri adalah pelanggan-pelanggan yang tempat tinggalnya dekat dari CV. Surya Food Indonesia Blitar.

CV. Surya Food Indonesia Blitar pada saat memasarkan atau mengirimkan produk yang dihasilkannya dengan menggunakan motoris untuk daerah yang dekat-dekat misalnya daerah Blitar jika pelanggan-pelanggan toko tidak memungkinkan untuk mengambil sendiri, dan menyediakan mobil box sedang dan mobil box besar untuk pengiriman ke luar kota bahkan luar provinsi seperti di Solo. Daerah-daerah yang dijadikan saluran distribusi oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar adalah Tulungagung, Kediri, Trenggalek, Ponorogo, Malang, Jogja, Madura, Jember, Banyuwangi, Jombang, dan diberbagai daerah lain.

⁸³ M. Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah...*, hal. 106

Menurut Muhammad sebagaimana dalam bukunya yang berjudul *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* menyatakan bahwa, etika pemasaran dalam konteks distribusi meliputi:⁸⁴

- 1) Melakukan penyaluran produk yang dihasilkan perusahaan kepada pelanggan-pelanggan dengan cepat dan tepat waktu, agar kesempatan ketika menyalurkan barang tersebut tidak didahului oleh pesaing
- 2) Selalu menerapkan keamanan terhadap barang yang dihasilkan
- 3) Fasilitas yang ada memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat dalam mendapatkan produk
- 4) Bagi konsumen mendapatkan pelayanan yang baik, tepat, dan cepat

Berdasarkan etika dalam konteks distribusi tersebut, strategi distribusi CV. Surya Food Indonesia Blitar pada saat melakukan pemasaran terhadap produk yang dihasilkannya sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, karena pabrik roti surya Blitar ini dalam melakukan kegiatan distribusi lebih mengedepankan kecepatan dan ketepatan waktu dalam menyalurkan barang, memberikan keamanan terhadap produk yang dihasilkannya, melakukan keadilan dalam menyalurkan produk diberbagai

⁸⁴ Muhammad, *Etika & Perlindungan Konsumen ...*, hal. 76

wilayah, tidak melakukan penimbunan barang, serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen secara cepat dan konsisten.

Pada saat tenaga pemasaran mengirimkan barang ke tempat pelanggan-pelanggan roti maupun ke agen-agen, kadang pihak-pihak tersebut melakukan hutang atau bayarnya tidak cash, karena alasannya uangnya untuk digunakan membayar barang dari kompetitor, jadi pihak CV. Surya Food Indonesia Blitar memberi kelonggaran waktu untuk membayar hutang bagi pelanggan-pelanggan yang mempunyai hutang. Pada saat hutang tersebut dibayar oleh pelanggan-pelanggan, pihak CV. Surya Food Indonesia Blitar tidak melakukan penentuan penambahan uang yang harus diberikan pihak CV. Surya Food Indonesia Blitar pada saat pelanggan-pelanggan melakukan pembayaran hutangnya.

Adapun dalil dan hadis yang menerangkan memberi kelonggaran orang lain dalam membayar hutang adalah sebagai berikut:

وَأِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ (280)

“Dan jika (orang berutang itu) dalam kesulitan, maka berilah tenggang waktu sampai dia memperoleh kelapangan.”

(QS. Al-Baqarah[2]:280).⁸⁵

⁸⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, hal. 47

عَنْ حُذَيْفَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ ﷺ : أَنَّ رَجُلًا مَاتَ فَدَخَلَ الْجَنَّةَ ، فَقِيلَ لَهُ : مَا كُنْتَ تَعْمَلُ؟ (قَالَ: فَإِمَّا ذُكِّرَ ، وَإِمَّا ذُكِّرَ) فَقَالَ: إِنِّي كُنْتُ أُبَايِعُ النَّاسَ ، فَكُنْتُ أَنْظِرُ الْمُعْسِرَ وَأَجْوِزُ فِي السِّكَّةِ (أَوْ: فِي النَّقْدِ) ، فَعُفِرَ لَهُ ، فَقَالَ أَبُو مَسْعُودٍ : وَأَنَا سَمِعْتُهُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ

Dari Hudzaifah r.a. dari Nabi saw. bahwa seseorang telah mati lalu dia masuk surga. Kemudian orang tersebut ditanya, "Apa amalmu dulu ketika di dunia!" (Bisa jadi menuturkan atau teringat). Orang itu menjawab, "Saya dulu berdagang, lalu saya senantiasa melonggarkan waktu pembayaran utang bagi orang yang tidak mampu dan saya memberikan kepada yang mampu, sehingga dosa saya diampuni," Kata Abu Mas'ud, "Saya mendengar hal yang demikian itu dari Rasulullah." (H.R. Muslim)

Berdasarkan hadis di atas, para ulama' mensyaratkan sahnya pengalihan hutang kepada orang yang mampu membayar, dengan persetujuan orang yang menerima pengalihan hutang, orang yang menerima pembayaran serta persetujuan orang yang berhutang sendiri. Ahludh dharir dan sebagian besar ulama' Hanabilah, Abu Tsaur dan Ibnu Hazm mewajibkan orang yang menerima hutang menyetujui pengalihan itu. Jumhur ulama tidak mewajibkan, boleh menyetujui, boleh juga menolaknya. Apabila orang yang menerima pengalihan hutang karena sesuatu sebab tak sanggup membayarnya, maka si pemberi hutang tak boleh

menagih kepada yang semula berhutang. Namun ulama' Hanafi membolehkan si pemberi hutang menagihnya kepada yang berhutang sendiri.⁸⁶

Kaidah ushul fiqh yang sesuai dengan uraian di atas adalah sebagai berikut:⁸⁷

الْمَشَقَّةُ تَجْلِبُ التَّيْسِيرَ

“Masaqat (kesulitan) bisa menarik kemudahan”

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa, pihak CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam menjalankan pendistribusian barang, memberikan kelonggaran waktu bagi pelanggan-pelanggan untuk membayar hutang. Kemudian meskipun pelanggan-pelanggan tersebut hutang kepada pabrik roti surya tidak ada tambahan pembayaran hutang sedikitpun pada saat melunasi hutangnya, jadi pabrik roti surya Blitar ini menghindari dari perbuatan riba. Sesuai dengan hal ini, maka strategi pemasaran dalam pendistribusian barang yang dilakukan CV. Surya Food Indonesia Blitar sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.

d. Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan suatu hal yang sangat sulit, karena produk yang dihasilkan berkaitan dengan biaya produksi dan permintaan pasar, dan berhubungan dengan persaingan harga

⁸⁶ Teungku Muhammad Hasbi, *Koleksi Hadis-hadis...*, hal. 138

⁸⁷ Abbas Arfan, *99 Kaidah Fiqh...*, hal. 154

dari kompetitor yang berbeda-beda, karena kadang kompetitor mampu bersaing dengan harga yang lebih rendah tetapi kualitas produk belum tentu menjamin, karena kompetitor lebih mengutamakan strategi pada harga.⁸⁸ Penetapan harga bagi pelaku usaha dalam menciptakan barang yang dihasilkan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan, karena dengan adanya suatu harga pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan akan menentukan laku tidaknya barang yang diperdagangkan tersebut. Harga merupakan sejumlah uang atau nilai yang digunakan konsumen sebagai alat untuk pertukaran terhadap barang atau jasa yang dibeli dari produsen. Di benak konsumen harga merupakan penentuan atau nilai anjuran suatu barang yang dihasilkan oleh produsen yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa.⁸⁹

Strategi penetapan harga produk yang dilakukan CV. Surya Food Indonesia Blitar dengan cara menyesuaikan kualitas dan volume roti pada umumnya, yang menjadi kendala pada saat menentukan harga adalah bahan baku mudah naik dan adanya persaingan harga dari kompetitor yang lebih rendah. Jadi strategi yang dilakukan CV. Surya Food Indonesia dalam melakukan penetapan harga adalah tetap mempertahankan harga produk atau tidak menaikkan harga, tetapi volume roti berkurang dan tetap

⁸⁸ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal. 193

⁸⁹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi...*, hal. 109

menjaga kualitas baik dari segi rasa maupun teksturnya, kalau menaikkan harga sendiri tidak berani, takutnya produk yang dijual tidak laku dan lebih mahal dari pada milik pesaing. Disamping itu kompetitor mampu menurunkan harga produk yang dihasilkan tetapi kualitas produk belum tentu menjamin, karena kompetitor mengutamakan strategi harga, dan agen tidak peduli bahwa produk tersebut enak atau tidak yang penting mendapatkan keuntungan yang banyak, maka dari itu CV. Surya Food Indonesia Blitar tidak berani melakukan kenaikan harga takutnya barang yang dipasarkan tersebut tidak laku.

Berdasarkan uraian di atas dalil dan hadis yang sesuai dengan keadilan yang diterapkan oleh Surya Food Indonesia adalah sebagai berikut:

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

“Tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan jangan kamu mengurangi neraca itu.” (QS. Ar-Rahman [55]: 9).⁹⁰

قَالَ ابْنُ عَبَّاسٍ : وَأَحْسَبُ كُلَّ شَيْءٍ مِثْلَهُ

Kata Ibnu Abbas, *“Saya menghitung segala sesuatu yang diperjualbelikan dengan harga yang sepadan.”* (H.R. Muslim).⁹¹

⁹⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, hal. 531

⁹¹ M. Nashruddin Al-Albani, *Mukhtashar Shahih Muslim...*, hal. 436

Pendapat ulama' terkait dengan keadilan terhadap takaran atau timbangan dalam melakukan jual beli adalah, Madzhab Hanabilah berpendapat bahwa alasan haramnya penambahan ialah karena barang itu ditakar atau ditimbang. Maka semua barang yang dijual dengan ditakar atau ditimbang bisa mengandung riba, walaupun sedikit, tidak sampai mempengaruhi kadar takaran. Madzhab Hanafiyah berpendapat bahwa yang menjadi alasan bagi haramnya penambahan adalah karena barang itu ditakar atau ditimbang sebagaimana pendapat Hanabilah. Hanya saja mereka berpendapat bahwa kadar yang diperhitungkan riba untuk jenis makanan adalah $\frac{1}{2}$ sha' atau lebih. Jika kurang dari $\frac{1}{2}$ sha', maka penambahan tersebut sah.⁹²

Kaidah ushul fiqih yang sesuai dengan hal tersebut di atas adalah:⁹³

الأَصْلُ فِي الْأَمْرِ لِلْجُودِ

“Pada dasarnya setiap perintah itu menunjukkan hukum wajib”

Penetapan harga yang dilakukan oleh CV. Surya Food Indonesia Blitar kepada agen-agen maupun pelanggan-pelanggan ada perselisihan harga sedikit sampai konsumen terakhir, jadi bagi konsumen atau pelanggan-pelanggan yang membeli produk langsung ke pabrik roti surya, baik banyak maupun sedikit

⁹² Abdurrahman Al-Jaziri, *Fiqih Empat Madzhab...*, hal. 158

⁹³ Zen Amiruddin, *Ushul Fiqih...*, hal. 108

harganya pun tetap sama dan tidak ada perbedaan, lain halnya jika konsumen membeli di agen atau distributor-distributor lain harganya pasti beda. Semisal dari CV. Surya Food Indonesia menjual produk rotinya 1 pcs seharga 1000 rupiah sesuai dengan anjuran dalam bungkusnya, kemudian pabrik roti surya menjual ke agen-agen atau pelanggan-pelanggan toko seharga 750 rupiah, kemudian dari pelanggan-pelanggan toko sampai ke konsumen akhir seharga 1000,- rupiah.

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa, CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam melakukan penetapan harga sudah sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan dengan ukuran atau takaran produk yang seimbang. Hal ini membuktikan bahwa CV. Surya Food Indonesia Blitar dalam melakukan penetapan harga menerapkan prinsip keadilan yang sesuai dengan etika bisnis Islam.