

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Manajemen Strategi Wirausaha Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pada Usaha Krupuk Rambak di Desa Sembung Kabupaten Tulungagung**

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa pada umumnya perusahaan kecil yang berhasil secara berkesinambungan dan dapat bersaing dengan unggul memiliki keunggulan dalam bidang teknik, produk yang unik dan memiliki cakupan distribusi pasar yang terbatas. Dalam hal ini Bapak Waluyo telah melakukan pengamatan terhadap kebutuhan pasar bahwasanya dibutuhkan cakupan pasar yang lebih luas. Dalam rangka memenuhi keinginan konsumen yang berada di luar kota, UD Intan Jaya memberikan fasilitas berupa *delivery order* sehingga konsumen tidak perlu datang ke outlet UD Intan Jaya. Hal ini bertujuan untuk memperluas cakupan pasar untuk pendistribusian produk krupuk rambak yang sementara ini masih melalui kantor pos dan perusahaan jasa pengiriman JNE.

Hal tersebut diperkuat dengan penelitian terdahulu Johannes Wifrid Pangihutan Purba<sup>1</sup> bahwasanya untuk memperluas cakupan pasar tidak hanya menambah produk baru tetapi harus gencar melakukan promosi dan mengikuti apa yang diinginkan oleh pasar dan konsumen tentunya, serta

---

<sup>1</sup> Johannes Wifrid Pangihutan Purba, analisis strategi pemasaran dalam upaya peningkatan pangsa pasar perusahaan, *Jurnal Pemasaran*, Vol 19 No 1, 2012

turut bekerjasama dengan perusahaan dibidang jasa guna memperlancar pengiriman kepada para konsumen di luar kota.

Dari hasil wawancara disebutkan bahwa untuk keterkaitan cakupan wilayah distribusi kerupuk rambak yang dilakukan oleh UD Intan Jaya, pasar yang dimiliki UD Intan Jaya masih berada di lingkup nasional saja, yang mana hasil wawancara menunjukkan bahwa untuk jasa pengiriman produk kerupuk rambak UD Intan Jaya hanya di lingkup nasional belum tembus sampai ke pasar Internasional, hal itu dikarenakan pelanggan kerupuk rambak UD Intan Jaya hanya orang-orang yang pernah merasakan kerupuk rambak tersebut. Jadi untuk pengiriman hanya pada orang-orang yang fanatik terhadap rasa dari kerupuk rambak produksi UD Intan Jaya. Dan juga UD Intan Jaya masih belum memiliki pangsa pasar di luar negeri.

Hal tersebut diperkuat dengan teori Hendry Simamora<sup>2</sup> Pemasaran merupakan proses menejerial dan sosial di mana baik individu maupun kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan penawaran dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan orang dan/atau kelompok lain.

Di sini UD Intan Jaya melakukan metode pemasaran produknya melalui berbagai cara seperti media sosial instagram, facebook, whatsapp, dan juga sering mengikuti pameran-pameran, serta memasarkan produk-produknya melalui outlet-outlet yang dimiliki oleh UD Intan Jaya yang

---

<sup>2</sup> Hendry Simamora, *Manajemen Pemasaran Nasional*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 4

sudah ada yaitu di sebelah selatan Stasiun Tulungagung dan di sepanjang jalan nasional daerah Bologorejo, Kauman, Tulungagung.

Dari hasil wawancara disebutkan bahwa dalam rangka menekuni usaha krupuk rambak ini, UD Intan Jaya hanya berfokus pada kualitas produk, meskipun UD Intan Jaya memiliki peluang yang sangat besar untuk memperluas usahanya dengan cara menciptakan produk baru, tetapi disini lebih menekankan pada meningkatkan kualitas produk.

Hal tersebut diperkuat dengan teori Malahayati, Setiap usaha diharapkan selalu mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan ini haruslah dijaga keberlangsungannya agar usaha yang dilakukan dapat berlangsung dalam kurun waktu yang lama, di dunia dan di akhirat. Untuk menjaga keberlangsungan harus dibuat suatu perencanaan dan tidak lupa dengan tetap berlandaskan syariat Islam.<sup>3</sup>

Dalam hal keputusan penentuan harga produk krupuk rambak diperlukan untuk melakukan perbandingan dengan produk yang sejenis di pasaran. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa dalam hal keputusan penentuan harga Bapak Waluyo mempunyai patokan tersendiri tanpa terpengaruh dengan pesaing-pesaingnya yang meskipun pesaing tersebut melakukan banting harga jauh dari harga kerupuk rambak UD Intan Jaya dan yang terpenting adalah kualitas bukan harga.

---

<sup>3</sup> Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, (Yogyakarta: Jogja Great! Publisher, 2010), hal. 72.

Islam memberikan keleluasaan untuk menjalankan usaha atau bisnis apapun sepanjang itu tidak termasuk yang diharamkan oleh syariat Islam. Semangat bekerja keras dan kemandirian yang merupakan inti dari kewirausahaan yang telah digambarkan dalam ajaran Islam.<sup>4</sup>

حَيْرُ عَمَلٍ رَجُلٍ بِيَدِهِ

“Pekerjaan yang paling baik adalah pekerjaan yang dilakukan dengan cucuran keringatnya sendiri” (HR. Abu Dawud).

الْيَدُ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى

“Tangan di atas lebih baik dari tangan di bawah” (HR. Bukhari Muslim).

Bekerja keras merupakan hal yang penting dari kewirausahaan. Prinsip kerja keras dalam kewirausahaan merupakan langkah nyata yang harus dilakukan agar dapat menghasilkan kesuksesan. Teladan dari Rasulullah saw yang merupakan seorang wirausaha yang memiliki nilai-nilai kejujuran, amanah, *fathanah* (kecerdasan), *tabligh* (komunikatif) merupakan pilar utama yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha.<sup>5</sup> Bentuk CSR yang dilakukan oleh UD. Intan Jaya berupa pemberian santunan kepada anak yatim yang rutin dilakukan setiap tahunnya.

## **B. Dampak Manajemen Strategi Wirausaha Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pada Usaha Krupuk Rambak Di Desa Sembung Kabupaten Tulungagung**

<sup>4</sup>Ahmad Muhtar Syarofi, Nilai-Nilai Ekonomi Islam dalam Berwirausaha, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 7 NO. 1, 2016, hal. 80 dalam . Diakses pada tanggal 15 Maret 2019 pukul 10:21 WIB.

<sup>5</sup> Haris Faulidi Asnawi, “Revitalisasi Nilai-Nilai...”, hal 78.

Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa dampak positif dari adanya manajemen strategi wirausaha yaitu dapat meningkatkan volume penjualan, dikarenakan terus dikembangkannya kualitas produk baik dari segi kualitas kerupuk rambak, kemasan, dan proses penjualan. Dari strategi tersebut perusahaan mementingkan kepuasan konsumen sehingga diharapkan konsumen dapat melakukan pembelian ulang.

Bertambahnya kebutuhan tenaga kerja, dari meningkatnya volume penjualan produk krupuk rambak sehingga produksi suatu barang juga bertambah. Hal tersebut membuat perusahaan memerlukan penambahan tenaga kerja sehingga berdampak positif bagi lingkungan perusahaan karena mengurangi angka pengangguran di sana. Berdasarkan hasil dapat disimpulkan bahwa dampak positif selanjutnya adalah dapat mengurangi angka pengangguran di wilayah sekitar UD Intan Jaya. Hal ini disebabkan oleh bertambahnya kebutuhan tenaga kerja yang merupakan dampak secara langsung dari meningkatnya volume penjualan produk kerupuk rambak.

Menjadikan kerupuk rambak sebagai salah satu produk unggulan Kabupaten Tulungagung yang lebih dikenal banyak orang, baik dari masyarakat setempat maupun luar kota, dengan begitu semakin banyak

orang yang ingin tau lebih dekat bagaimana cara memproduksi krupuk rambak.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa dampak positif selanjutnya adalah menjadikan kerupuk rambak sebagai salah satu produk unggulan Kabupaten Tulungagung yang lebih dikenal banyak orang, baik dari masyarakat setempat maupun luar kota.

Dalam sebuah kegiatan pastinya selain memberikan dampak positif juga tidak menuntut kemungkinan akan muncul dampak negaitf. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui meskipun pada UD Intan Jaya terdapat banyak dampak positif, tapi tidak dapat dipungkiri juga tentang munculnya dampak negatif yaitu timbulnya bau yang tidak sedap yang berasal dari limbah produksi kerupuk rambak.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dampak secara umum adalah suatu pengaruh yang menimbulkan akibat yaitu positif ataupun negatif.<sup>6</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa dampak dalam konteks manajemen strategi ini merupakan suatu akibat yang muncul baik dalam bentuk positif maupun negatif. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu Christina Whidya Utami<sup>7</sup> dimensi kualitas adalah apa yang pelanggan bayar, yang merupakan sesuatu yang tidak berujud dan mungkin

---

<sup>6</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia Pengertian Dampak dalam <https://kbbi.web.id/dampak> diakses pada tanggal 29 Agustus 2019 pukul 13.35 WIB.

<sup>7</sup> Christina Whidya Utami, Peningkatan Nilai Perusahaan Melalui Perbaikan Produktivitas dan Kualitas Pada Sektor Jasa Sebuah Analisis Konseptual, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol 4 No 1, 2002

sangat sukar untuk dinyatakan dalam kuantitas. Untuk itu dimensi kualitas jasa lebih mengarah pada bagaimana persepsi konsumen terhadap produk setelah mereka melakukan pembelian produk tersebut.

### **C. Kendala dan Solusi Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pada Usaha Krupuk Rambak Di Desa Sembung Kabupaten Tulungagung**

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala yang timbul dari usaha krupuk rambak UD Intan Jaya yaitu dari cuaca, persaingan bisnis dan juga bahan baku yang tersedia.

Menanggapi kendala tersebut, maka UD Intan Jaya mengambil tindakan dan solusi dalam mengatasi permasalahan tersebut salah satunya dengan cara menggunakan metode *saving* (penyimpanan) bahan mentah atau setengah jadi.. Dan solusi untuk permasalahan menghadapi para pesaing tersebut UD intan Jaya menggunakan startegi penguatan kualitas produknya untuk berkompetisi dengan pesaing.

