

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Paparan Data Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Kecil Menengah CV Pakis Logam Perkasa Indonesia yang berlokasi di RT 4/3 RW 01 , Dusun Nakeran, Desa Pakisrejo, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar. Peneliti memilih UKM CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai objek penelitian dikarenakan dari berbagai UKM yang bergerak di bidang peralatan rumah tangga di daerah Tulungagung bagian timur, UKM CV Pakis Logam Perkasa Indonesia yang pertama kali berdiri dan mengalami perkembangan yang cukup tinggi dan juga sudah melakukan pengiriman di berbagai wilayah di Indonesia. Sehingga, untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang objek yang akan di teliti, dalam hal ini peneliti akan mendeskripsikan latar objek penelitian yaitu CV Pakis Logam Perkasa Indonesia.

## 2. Gambaran Umum Objek Penelitian

### a. Sejarah dan lokasi UKM CV Pakis Logam Perkasa Indonesia

Sejarah berdirinya CV Pakis Logam Perkasa Indonesia berdiri sejak tahun 1998, di Desa Pakisrejo dan didirikan langsung oleh Bapak Sudarman (55 tahun), yang mana pada waktu itu bertepatan dengan krisis moneter. Awal mulanya sang pemilik usaha ialah seorang sopir angkot, dan pada waktu itu krisis moneter sedang berlangsung sang pemilik tidak memiliki biaya untuk mengganti ban angkot miliknya, sehingga dengan mengambil suatu keputusan yang sangat berat sang pemilik menjual angkot miliknya untuk diturkan dengan alat bor (alat untuk membuat sendok dan sejenisnya) dan dengan alat itu pemilik berharap bisa mengembangkan usaha yang ingin dirintisnya itu.

Kemudian dari situlah CV Pakis Logam Perkasa Indonesia terus beroperasi namun sebelum menjadi sebesar sekarang CV Pakis Logam Perkasa Indonesia bernama Aulia. CV Pakis Logam Perkasa Indonesia mempunyai 3 gudang besar yang terletak di satu desa yaitu di Desa Pakisrejo RT 4 RW 01, Kecamatan Rejotangan yaitu rumah Bapak Sudarman sendiri yang juga dijadikan gudang

produksi, dan RT 03 RW 01 yaitu terdapat 2 gudang besar beserta kantor utama. CV Pakis Logam Perkasa Sendiri memproduksi berbagai macam peralatan dapur, seperti tataan kopor, sendok, talenan kayu, irus, sotel, parut manual, parut listrik, keset dll. Saat ini Bapak Sudarman sudah mempunyai kurang lebih 100 karyawan yang tersebar di 2 gudang. CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sudah memiliki badan hukum diantaranya NPWP, SIUP, SITU.

b. Visi dan Misi CV Pakis Logam Perkasa Indonesia

1) Visi

Mengurangi jumlah pengangguran khususnya di daerah Desa Pakisrejo, Kecamatan Rejotangan ini dan meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap produk lokal dari pada produk luar negeri

2) Misi

- Merekrut karyawan yang mana diutamakan warga Desa Pakisrejo Kecamatan Rejotangan
- Memperluas pangsa pasar di Seluruh Indonesia.

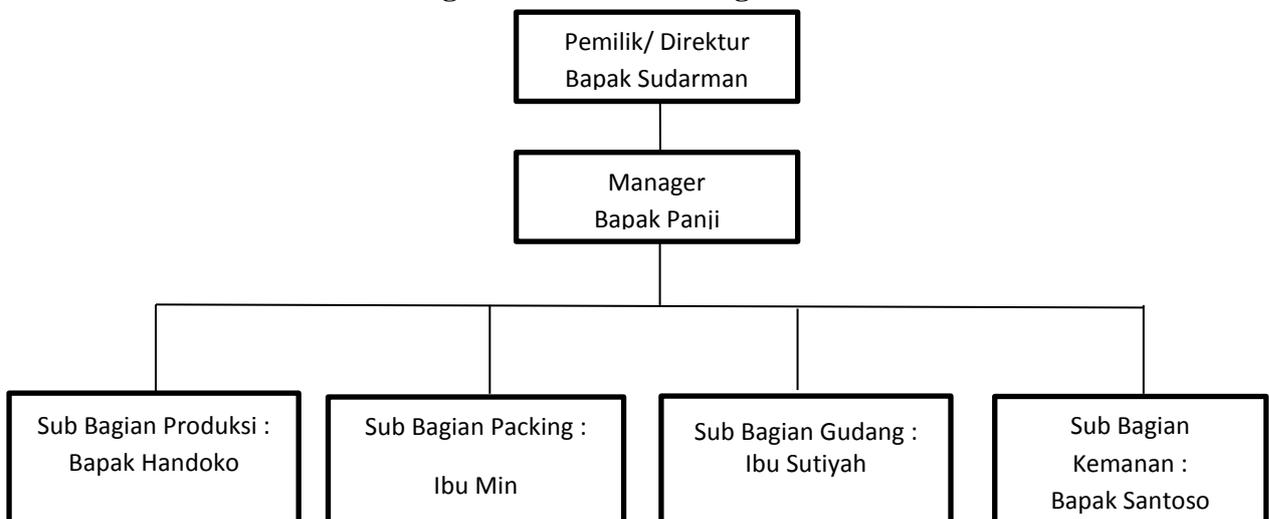
- Meningkatkan kualitas dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas agar konsumen lebih memilih produk kami dari pada produk luar negeri.

### 3. Struktur Organisasi

Sebuah organisasi ialah suatu kesatuan yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam sebuah organisasi terdapat saling bekerjasama antara anggota organisasi tersebut, yang mana setiap orang memiliki tanggung jawab sesuai dengan tugas dan peranan masing-masing. Tujuan dari dibentuknya struktur organisasi ialah untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan tanggung jawab dan tugas sehingga nantinya tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Berikut struktur organisasi CV Pakis Logam Perkasa Indonesia:

**Gambar 4.1**

#### **Struktur Organisasi CV Pakis Logam Perkasa Indonesia**



*Sumber: CV Pakis Logam Perkasa Indonesia*

c. Data Informasi

Setelah peneliti berkunjung di objek penelitian yaitu CV Pakis Logam Perkasa Indonesia yang terletak di Desa Pakisrejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung serta melakukan wawancara kepada pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, dilanjutkan dengan peneliti mulai mencari informasi terkait konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia untuk dijadikan informan. Berikut data informan:

1.Nama	:	Sudarman
Status Pekerjaan	:	Pemilik Usaha (CV Pakis Logam Perkasa Indonesia)
Alamat	:	Desa Pakisrejo RT 04 RW 01, Kec. Rejotangan, Kab. Tulungagung
Agama	:	Islam
2.Nama	:	Sofi
Status Pekerjaan	:	Karyawati (CV Pakis Logam Perkasa Indonesia)
Alamat	:	Desa Pakisrejo Kec. Rejotangan, Kab.Tulungagung
Agama	:	Islam

3.Nama : Annafi  
Status Pekerjaan : Konsumen (CV Pakis Logam Perkasa Indonesia)  
Alamat : Desa Nakeran , Kec. Rejotangan, Kab. Tulungagung  
Agama : Islam

## **B. Temuan Penelitian**

Pada temuan hasil penelitian ini penelitian ini telah disajikan oleh penulis sesuai dengan fokus penelitian :

### **1. Strategi diversifikasi yang diterapkan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam perspektif Islam.**

Berikut wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Bapak Sudarman selaku pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia mengenai apa jenis strategi diversifikasi yang diterapkan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia. Bapak Sudarman mengatakan:

*“jadi pada CV Pakis Logam Perkasa Indonesia untuk jenis strateginya menggunakan strategi dengan penambahan produk- produk baru yang jenisnya, fungsinya beda misalnya seperti tataan kompor, asbak, parut listrik dan sebagainya nah akan tetapi untuk target penjualannya tetap sama dengan produk- produk yang*

*lama ”<sup>1</sup>*

Hal tersebut juga dikuatkan dengan pernyataan Mbak Sofi selaku karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut :

*“iya benar produk disini memang sangat bervariasi mulai dari fungsi dan manfaatnya tetapi untuk pangsa pasarnya pun tetap sama. Dan alhamdulillah nya juga konsumen pun bisa menerima dengan baik dan bisa menjualkan produk- produk dari sini”<sup>2</sup>*

Dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa jenis strategi diversifikasi produk yang digunakan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia yaitu dengan menambah produk baru yang bervariasi tetapi untuk sasaran konsumen atau pangsa pasar tetap sama.

Timbul pertanyaan: “Tahap- tahap apa saja yang dilakukan oleh perusahaan dalam penerapan strategi diversifikasi produk?” Bapak Sudarman selaku pemilik menjawab sebagai berikut:

*“untuk tahap- tahapannya karena kebetulan anak saya panji ini pernah belajar strategi- strategi pemasaran ada beberapa tahap yang harus di lalui, jadi tidak langsung menemukan dan memproduksi produk A misalnya. Untuk tahap pertamanya ada ide, jadi nanti ketika misalnya*

---

<sup>1</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 09.00 WIB

<sup>2</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 09.05 WIB

*bagian pemasaran mereka yang terjun langsung ke konsumen dan yang tahu keinginan konsumen pengen seperti apa kemudian memberikan usulan ide, biasanya juga manager bahkan karyawan pun biasanya bisa memberikan usulan ide- ide produk seperti apa yang dibutuhkan konsumen. Kedua, beberapa masukan ide kami tampung kami pilih dulu disamping itu kami sesuaikan juga dengan kemampuan mesin produksi dan ketersediaan bahan baku. Ketiga, biasanya setelah terpilih satu produk misalnya kami coba melakukan pembuatan, dimana nantinya kami akan mengetahui bahan baku seperti apa untuk menghasilkan produk yang memberikan manfaat bagi masyarakat maupun perusahaan. Keempat ada pengembangan tujuan pemasaran, jadi sebelum produk tersebut kami produksi dalam jumlah besar kami tetapkan dulu mau di kembangkan produk ini nanti. Kelima, setelah tahap diatas menghasilkan satu produk dan dilakukan penetapan perluasan pangsa pasar, produk tersebut kami analisa dulu, berapa biaya produksinya dan berapa biaya bahan bakunya jadi istilahnya di tentukan estimasi biayanya dulu. Keenam baru lah kami memproduksi dalam skala banyak setelah beberapa tahap diatas telah kami lalui.*

*Ketujuh, penjualan produk tersebut kami jual ke pangsa pasar yang telah kami tetapkan, jadi istilahnya kami memang benar- benar mengestimasi semua bahan baku untuk menghindari produksi yang berlebih- lebihan”<sup>3</sup>*

Hal senada diungkapkan oleh Mbak Sofi selaku karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia:

*“sebagai karyawan, kami memang kadang memberi masukan ke Bapak terkait produk- produk yang paling dibutuhkan konsumen. Lalu masukan kami ditampung dulu, memang harusnya gitu karena kan menyangkut biaya produksi yang nantinya di keluarkan perusahaan terhadap produk baru tersebut”<sup>4</sup>*

Jadi dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa tahap- tahap yang dilakukan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam menerapkan strategi diversifikasi produk antara lain dengan penemuan ide, pemilihan ide, pengembangan dan pengujian konsep dari produk yang terpilih, pengembangan strategi pemasaran, melakukan analisis bisnis atau penentuan estimasi yang harus dikeluarkan nantinya, kemudian melakukan

---

<sup>3</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 09.15 WIB

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 09.40 WIB

pengembangan produk yang terpilih tadi dengan produksi skala besar, dan yang terakhir dengan melakukan komersialisasi atau penjualan terhadap konsumen.

Sehingga sesuai dengan perspektif Ekonomi Islam bahwa dalam melakukan proses produksi harus benar- benar di sesuaikan dengan target dan meghindari israf (berlebih- lebihan).

Muncul satu pertanyaan lagi mengenai apa tujuan dari dilakukannya strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia? Bapak sudarman selaku pemilik menjawab:

*“tujuannya tidak lain yaitu untuk mengurangi tingkat kejenuhan konsumen dan memperluas luas pangsa pasar. Misalnya saja apabila perusahaan kami hanya memproduksi tataan kompor dan asbak saja, tentu konsumen akan jenuh terlebih lagi produk- produk yang kami produksi merupakan produk yang digunakan dalam jangka waktu yang panjang. Jadi kan konsumen tidak setiap hari melakukan pembelian, maka dari itu kami melakukan pengembangan produk, yang bertujuan untuk megurangi tingkat kejenuhan pangsa pasar atau konsumen.”<sup>5</sup>*

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh Mbak Sofi selaku karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

---

<sup>5</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 09.25 WIB

*“memang benar tujuan dari strategi diversifikasi produk ini untuk mengurangi tingkat kejenuhan konsumen , karena takutnya pelanggan akan jenuh jika produk yang kami produksi hanya produk- produk tertentu saja”<sup>6</sup>*

Jadi dari hasil penjelasan tersebut disimpulkan bahwa tujuan yang paling mendasar dari penerapan strategi diversifikasi produk ini ialah untuk mengurangi tingkat kejenuhan konsumen dan juga untuk meningkatkan pangsa pasar ke berbagai wilayah dan juga untuk mengurangi tingkat produksi yang berlebih- lebihan, karena Islam sangat tidak menganjurkan melakukan produksi yang melampaui batasan.

## **2. Dampak yang ditimbulkan saat penerapan strategi diversifikasi produk pada CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam perspektif Islam.**

Pada dasarnya dalam penerapan strategi diversifikasi produk ini CV Pakis Logam Perkasa Indonesia menemui beberapa dampak, baik dampak positif ataupun dampak negatif. Ada beberapa dampak positif dari penerapan strategi diversifikasi produk, kemudian Bapak Sudarman selaku pemilik perusahaan menjawab:

*“untuk dampak positif nya yaitu penyerapan tenaga kerja, sesuai dengan Visi dan Misi perusahaan kami yaitu mengurangi jumlah pengangguran dan merekrut terkhusus warga Desa Pakisrejo dan karyawan disini memang mayoritas warga Desa Pakisrejo,*

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 09.35 WIB

*sehingga dengan mereka mendapatkan lapangan pekerjaan mereka bisa memenuhi kebutuhan mereka secara baik. Selain itu dengan bekerja disini para karyawan akan dibekali ketrampilan pada pembuatan produk tertentu sehingga secara tidak langsung dampak yang perusahaan rasakan yaitu peningkatkan sumberdaya manusia”<sup>7</sup>*

Hal serupa juga di nyatakan oleh Mbak Sofi selaku karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“memang benar dampak positif yang kami rasakan yaitu penyerapan tenaga kerja. Mungkin dengan adanya perusahaan ini kami sangat terbantu karena memang mayoritas masyarakat sini menganggur dan akhirnya dengan terpaksa memilih menjadi Tenaga Kerja Indonesia (TKI)”<sup>8</sup>*

Hal senada di nyatakan oleh Mbak Annafi selaku konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut :

*“ bagi kami konsumen, dampak positifnya selain produk- produk yang dihasilkan menjadi beragam dan tetangga saya ini juga ada beberapa yang bekerja di sana awalnya mereka menganggur dirumah dan sekarang mereka menjadi memiliki keterampilan seperti membuat keset, jadi setelah pulang dari CV Pakis Logam Perkasa Indonesia mereka membuat keset dari serpihan kain*

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 09.40 WIB

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 09.45 WIB

*dirumah dan kemudian mereka setor ke CV Pakis Logam Perkasa Indonesia.”<sup>9</sup>*

Jadi dari penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa dampak positif dari penerapan strategi diversifikasi produk yaitu meningkatnya pendapatan masyarakat, penyerapan tenaga kerja dan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia. Pernyataan diatas juga dirasakan manfaatnya oleh karyawan yang sudah bekerja di CV Pakis Logam Perkasa Indonesia. Hal ini sesuai dengan perspektif Islam bahwa harus saling memberikan manfaat antar sesama umat Islam.

“Bagaimana strategi diversifikasi bisa berdampak positif meningkatkan kualitas sumberdaya manusia?” Bapak Sudarman selaku pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia menjawab:

*“dengan beragamnya produk yang kami hasilkan, kami juga sangat terbuka dengan masyarakat yang ingin mengasah kemampuannya dan bahkan masyarakat yang sudah memiliki kemampuan tetapi tidak memiliki wadah untuk menyalurkannya.”<sup>10</sup>*

Mbak Sofi selaku karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia menyatakan sebagai berikut:

*“sebagai contoh saya sendiri, peningkatan tersebut sangat saya rasakan karena dulu saya pengangguran, dan sekarang saya bisa*

---

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Annafi, konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 14.00 WIB

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 08.20 WIB

*produktif seperti adanya ketrampilan membuat keset kain, kalau harus kursus biayanya mahal, kalau disini kita tinggal mengikutnya saja dan tanpa biaya”<sup>11</sup>*

Mbak Annafi, konsumen dari CV Pakis Logam Perkasa Indonesia menguatkan sebagai berikut:

*“yang benar memang seperti itu, jadi karyawan mejadi mempunyai bekal keterampilan, selain itu dampak nyatanya terdapat pada perekonomian para karyawan membaik dan bisa memenuhi kebutuhan sehari- hari”<sup>12</sup>*

Dari hasil wawancara diatas disimpulkan bahwa dampak positif dari adanya strategi diversifikasi produk yaitu dengan meningkatnya kualitas sumber daya manusia, dengan adanya kursus tertentu yang diadakan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia diharapkan bisa semakin bermanfaat bagi perusahaan dan bagi karyawan sendiri. Sehingga dari dampak positif tersebut sesuai dengan syariah Islam bahwa tujuan umat Islam tidak lain ialah untuk mencapai *falah* baik di dunia maupun di akhirat.

Kemudian muncul pertanyaan lagi: dampak negatif apa saja yang ditemui dengan adanya penerapan strategi diversifikasi produk pada CV Pakis Logam Perkasa Indonesia? Bapak Sudarman selaku pemilik perusahaan menjawab

---

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawati CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 09.45 WIB

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Annafi, konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 12.15 WIB

sebagai berikut:

*“untuk dampak negatif nya lebih ke dampak lingkungan, seperti sebelum pengembangan gudang kedua ini adanya polusi udara dari mesin- mesin produksi ini.”<sup>13</sup>*

Hal senada juga dinyatakan oleh Mbak Sofi selaku karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“untuk dampak negatifnya memang lebih ke dampak lingkungan di daerah sekitar, seperti misalnya polusi udara dari mesin- mesin produksi pembuat gigi parut misalnya.”<sup>14</sup>*

Ibu Annafi selaku karyawan menguatkan dengan pernyataan sebagai berikut:

*“sebagai tetangga yang dekat dengan lokasi produksi, memang suara bising sangat terdengar apalagi lokasinya kan dekat dengan perkampungan warga”<sup>15</sup>*

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dampak negatif dari penerapan strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia memang tidak terlalu banyak, tetapi sangat dirasakan oleh masyarakat sekitar. Pernyataan tersebut sesuai dengan prinsip- prinsip Islam harus tetap menjaga keberlangsungan lingkungan sekitar.

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 10.15 WIB

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 10.20 WIB

<sup>15</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Annafi, konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 12.10 WIB

Muncul pertanyaan “Bagaimana solusi yang diterapkan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam mengatasi dampak negatif tersebut?”

Bapak Sudarman selaku pemilik perusahaan menjawab:

*“dari pihak perusahaan terus melakukan upaya perbaikan-perbaikan salah satunya dengan perluasan lokasi pabrik yang mana dilakukan untuk meminimalisir dampak lingkungan akibat proses produksi tersebut dan alhamdulillah setelah lokasi gudang lebih saya perluas polusi udaranya sudah berangsur-angsur berkurang”<sup>16</sup>*

Pernyataan diatas dikuatkan oleh Mbak Sofi selaku karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“perbaikan-perbaikan memang selalu ada karena Bapak Sudarman sendiri juga sangat terbuka dengan saran dan kritikan dari masyarakat”<sup>17</sup>*

Mbak Annafi selaku konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia menyatakan sebagai berikut:

*“dulu memang pabriknya hanya satu di selatan itu, tapi berhubung adanya penambahan lokasi di utara dan tempatnya diperluas, suara bising akibat proses produksi jadi berangsur-angsur hilang, jadi memang Bapak Sudarman sendiri sangat terbuka dalam menerima*

---

<sup>16</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 08.25 WIB

<sup>17</sup>Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 09.55 WIB

*kritikan.*"<sup>18</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa dari dampak negatif yang diakibatkan oleh adanya proses produksi, CV Pakis Logam Perkasa Indonesia terus berupaya memberikan solusi untuk meminimalisir dampak lingkungan yang di akibatkan dari proses produksi.

### **3. Kendala yang ditemui saat penerapan strategi diversifikasi produk perusahaan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam perspektif Islam**

Dalam penerapan strategi diversifikasi produk pada CV Pakis Logam Perkasa Indonesia tentunya banyak kendala- kendala baik kendala internal ataupun eksternal yang dihadapinya. Kemudian muncul pertanyaan, apa saja kendala internal yang dihadapi CV Pakis Logam Perkasa Indonesia? Hal tersebut di jawab oleh Bapak Sudarman selaku pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“kendala dari perusahaan biasanya pada tenaga kerja, terkadang itu karyawan ada yang kerap kali izin tidak masuk terlebih lagi misalnya pada karyawan pembuat gigi pada parut kalau tidak masuk kerja, maka waktu pengerjaan jadi molor dan jika digantikan degan yang lain pun hasilnya pun tidak sebanyak dengan karyawan yang*

---

<sup>18</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Annafi, konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 12.20 WIB

*memang terjun di bidang tersebut. Kemudian pada ketersediaan bahan baku, biasanya ketika ada pesanan besar dari konsumen akan tetapi bahan baku langka dan terkadang juga telat terlebih lagi terkadang harga bahan baku yang tidak menentu sehingga bisa merugikan perusahaan.”<sup>19</sup>*

Hal senada juga di ungkapkan oleh Mbak Sofi selaku karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“memang benar, kendala dari perusahaan sendiri biasa terletak pada ketersediaan bahan baku biasanya memang dari supliyer biasanya ada kelangkaan bahan baku sehingga ketika mau dikirim kesini waktunya molor sehingga kami pun harus menunggu bahan baku datang.”<sup>20</sup>*

Dari penjelasan informan diatas dapat disimpulkan bahwa kendala internalnya terdapat pada ketersediaan bahan baku yang terkadang langka dan mahal selain itu dari tenaga kerja yang terkadang harus izin untuk tidak bekerja.

Muncul pertanyaan “Apa solusi yang dilakukan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam mengatasi kendala internal yang sekarang dihadapinya?” Bapak Sudarman selaku pemilik perusahaan menjawab:

---

<sup>19</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 10.25 WIB

<sup>20</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 10.35 WIB

*“Pada saat ini pun kami sudah berusaha menemukan solusinya, misalnya pada kendala ketersediaan bahan baku yaitu dengan menggunakan prediksi kalender di bulan mendekati hari raya misalnya biasanya pengiriman mengalami gangguan jadi kami pun berusaha menyiapkan bahan baku pada bulan- bulan sebelum bulan puasa sehingga dari segi harga pun akan jauh lebih murah. Untuk kendala pada tenaga kerja, perusahaan sudah memperbaharui sanksi atas karyawan yang keluar dari batas peraturan yang telah ditetapkan perusahaan.”<sup>21</sup>*

Mbak Sofi selaku karyawan menguatkannya pernyataan diatas, sebagai berikut:

*“dulu memang ada karyawan yang susah diatur, tapi dengan terus diperbaharuinya sanksi- sanksi yang ditetapkan lambat waktu mereka juga mentaatinya. Untuk solusi kendala bahan baku, biasanya bahan baku dipesan jauh hari sebelum proses produksi jadi meminimalisir lonjakan harga bahan bakunya.”<sup>22</sup>*

Dapat disimpulkan bahwa solusi yang diterapkan dalam mengatasi kendala internal pada ketersediaan bahan baku yaitu dengan memprediksi kalender pada

---

<sup>21</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 08.30 WIB

<sup>22</sup>Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 10.10 WIB

bulan apa saja bahan baku akan mengalami lonjakan harga bahkan penurunan harga. Kemudian pada kendala tenaga kerja CV Pakis Logam Perkasa Indonesia telah memperbaharui tata tertib pemberian sanksi kepada karyawan yang keluar dari batas peraturan.

Kemudian muncul pertanyaan, kendala eksternal apa saja yang ditemui oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam menerapkan strategi diversifikasi produk? Bapak Sudarman selaku pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia menjawab sebagai berikut :

*“untuk kendala dari luar perusahaan yang sering kami temui pada segi penawaran, biasanya penawaran yang kadang tinggi dan terkadang juga sedikit. Misalnya pada bulan April tahun kemarin penjualan bisa mencapai 4.163.404.000 rupiah lalu pada bulan Desember nya hanya mecapai 1.556.488.350 rupiah terlebih lagi pada bulan ini adanya pandemi wabah sehingga kami harus memberhentikan proses pemasaran selama pandemi sudah mereda.”<sup>23</sup>*

Hal senada juga di ungkapkan Mbak Sofi selaku karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“iya benar adanya terkadang jumlah yang kami produksi pun tidak tetap terkadang jika permintaan konsumen tinggi kami*

---

<sup>23</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 10.45 WIB

*memproduksi banyak pun sebaliknya. Terlebih pada hari- hari ini dengan adanya wabah virus ini proses produksi benar- benar hanya untuk memenuhi permintaan konsumen yang telah memesan saja”<sup>24</sup>*

Dari pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kendala eksternal yang ditemui terletak pada sisi penawaran dari produk yang dihasilkan perusahaan, terkadang penawaran tinggi bahkan sebaliknya sehingga kami berupaya untuk terus meginovasi dan mengembangkan produk- produk kami guna mengurangi tingkat kejenuhan konsumen.

Timbul pertanyaan “ apa solusi yang dilakukan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam mengatasi kendala- kendala eksternal diatas?” Bapak Sudarman sebagai pemilik perusahaan menjawab sebagai berikut :

*“solusiya kami tetap melakukan inovasi dan pengembangan produk sehingga nantinya konsumen akan tetap menggunakan produk yang kami hasilkan misalnya pada saat ini kami memproduksi parut listrik ukuran rumahan, tentu untuk pengusaha skala menengah akan kesusahan jika menggunakan parut listrik skala rumahan tersebut, jadi kami lebih megembangkan produk dengan memproduksi parut listrik dalam berbagai ukuran sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu kami juga memperluas*

---

<sup>24</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 10.50 WIB

*pangsa pasar yang kami tuju sehingga produk kami semakin dikenal oleh masyarakat luas”<sup>25</sup>*

Ibu Sofi sebagai karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia menjawab sebagai berikut:

*“karena jumlah penawaran yang kadang tidak menentu, mungkin itu disebabkan karena konsumen sudah tidak membutuhkannya dan bisa jadi pangsa pasar sudah mulai jenuh. Untuk solusinya ya kami mencoba mencari tahu produk- produk yang sangat saat ini dibutuhkan masyarakat dan perluasan penjualan”<sup>26</sup>*

Ibu Annafi selaku konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia menjawab sebagai berikut:

*“sebagai seorang konsumen, saya rasa penambahan produk baru itu sangat perlu, mengingat produk- produk tersebut merupakan produk yang digunakan dalam jangka waktu yang panjang.”<sup>27</sup>*

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa solusi yang diterapkan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia yaitu dengan tetap melakukan inovasi

---

<sup>25</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 08.35 WIB

<sup>26</sup>Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 09.55 WIB

<sup>27</sup>Hasil wawancara dengan Ibu Annafi, konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 12.20 WIB

dan pengembangan produk sehingga nantinya konsumen akan tetap menggunakan produk yang perusahaan hasilkan.

Memperluas pangsa pasar merupakan salah satu tujuan dari CV Pakis Logam Perkasa Indonesia. Karena dengan semakin meningkatnya jumlah pangsa pasar yang mengenal produknya maka tingkat penjualan pada CV Pakis Logam Perkasa Indonesia juga akan meningkat. Kemudian dari pernyataan tersebut muncul pertanyaan tentang sejauh mana pengetahuan pemilik tentang upaya meningkatkan pangsa pasar? Kemudian Bapak Sudarman selaku pemilik menjawab sebagai berikut:

*“ jadi upaya meningkatkan pangsa pasar itu merupakan tujuan utama suatu perusahaan berdiri, yang mana berkaitan dengan kemampuan suatu perusahaan dalam meningkatkan jumlah permintaan konsumen terhadap produk yang kami hasilkan.”<sup>28</sup>*

Dari pertanyaan diatas, muncul pertanyaan : apakah pengembangan produk tersebut di dapatkan dari para pesaing pada pangsa pasar yang sama? Bapak Sudarman selaku pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“memang betul kami dapatkan ide dari para pesaing bahkan konsumen yang kami temui di lapangan tapi hanya pada beberapa produk saja, karena ya namanya pengusaha kalau melihat potensi*

---

<sup>28</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 11.00 WIB

*yang sangat dilirik konsumen maka terkadang langsung saya diskusikan dengan staff. Tapi tidak semua ya, karena tentu harus menganalisa dulu, takutnya kalau kami langsung eksekusi semua produk punya pesaing yang diminati konsumen kemudian kami produksi secara besar- besaran nah saat kita pasarkan konsumen ternyata sudah jenuh kan kami malah rugi besar.”<sup>29</sup>*

Pernyataan serupa juga dinyatakan oleh Mbak Sofi selaku karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“kadang memang ide- ide produk itu muncul dari pesaing, tapi sebelum itu biasanya Bapak diskusikan dulu dengan manager dan karyawan. Karena kan beliau juga harus memastikan kesulitan yang nantinya ditemui karyawan, apakah dari rumitnya proses pembuatan produk atau dari segi yang lainnya”<sup>30</sup>*

Hal tersebut dikuatkan oleh Ibu Annafi selaku konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“ya namanya suatu ide memang terkadang muncul dari pesaing, tapi ya kadang juga muncul dari permintaan konsumen sendiri. Terkadang Bapak Sudarman sendiri sangat terbuka dalam menampung keinginan konsumen, karena mayoritas konsumen*

---

<sup>29</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 08.40 WIB

<sup>30</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 11.45 WIB

*peralatan dapur kan ibu- ibu jadi lebih memahami apa yang dibutuhkan kedepannya’’<sup>31</sup>*

Timbul satu pertanyaan, apakah dalam semua proses penerapan strategi diversifikasi produk CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sudah menerapkan prinsip- prinsip sesuai dengan syariah Islam? Kemudian bapak Sudarman selaku pemilik menjawab sebagai berikut:

*“insyallah kami selalu menerapkan segala proses produksi dengan mengedepankan kejujuran. Karena kembali lagi kalau kita sebagai penjual jujur maka konsumen akan percaya sepenuhnya terhadap produk yang kami hasilkan dan kami pun akan mendapatkan keberkahan atas apa yang kita berikan ke konsumen’’<sup>32</sup>*

Hal senada juga di nyatakan oleh Mbak Sofi selaku karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“untuk penerapan prinsip- prinsip syariah, kalau dari sisi karyawan itu terletak di kejujuran hasil produksi kami. Karena sebagian besar sistim pemesanan kami itu borongan, jadi bergantung pada kinerja karyawan dalam sehari bisa memproduksi berapa buah dan jika nantinya produk yang kita produksi misalnya kurang sesuatu nantinya kita akan dipanggil, dan diberikan sanksi atas kecerobohan yang kita buat. Sebenarnya*

---

<sup>31</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Annafi, konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 12.25 WIB

<sup>32</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 08.45 WIB

*hal tersebut kembali lagi bertujuan untuk memastikan etika produk di tangan konsumen, produk tersebut memang benar- benar layak di gunakan. ”<sup>33</sup>*

Hal serupa juga di nyatakan oleh Ibu Annafi selaku konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“sebagai konsumen yang berlangganan membeli produknya saya sangat percaya sekali terhadap kualitas dari CV Pakis Logam Perkasa Indonesia karena mereka selalu mengatakan tanpa melebih- lebihkan produknya. Misalnya pada parut listrik saya ini, dulu mereka bilang bahwa mereka menggunakan mesin yang awet dan anti karat, ternyata memang benar awet dan anti karat bahkan sudah hampir 2 tahun lebih, jadi dari kejujuran seperti itu kami sebagai konsumen akan lebih mempercayai produk yang mereka hasilkan. ”<sup>34</sup>*

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam upaya memperluas pangsa pasar sebagai pengusaha harus tetap mengedepankan prinsip- prinsip Islam, salah satunya yaitu kejujuran dengan kejujuran konsumen akan mempercayakan kebutuhannya dan di sisi lain perusahaan juga akan mendapat keberkahan.

---

<sup>33</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 11.10 WIB

<sup>34</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Annafi, konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 15.00 WIB

Pemasaran dalam Islam merupakan suatu strategi yang harus sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Seperti bersikap baik pada konsumen pun menjadi salah satu strategi pemasaran dalam Islam. Hal itu juga di ungkapkan oleh Bapak Sudarman selaku pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“sikap atau perilaku baik kepada konsumen itu sudah kewajiban sebagai umat Islam, kami juga mewanti- wanti seluruh karyawan untuk mengedepankan pelayanan yang baik terhadap konsumen”<sup>35</sup>*

Hal senada diungkapkan oleh Mbak Sofi selaku karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“Bapak Sudarman memang kerap mengingatkan kita untuk ramah kepada konsumen yang datang, karena sudah kewajiban sebagai penjual untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, misal kalau kita tidak memberikan pelayanan yang baik dan konsumen kecewa kan kami sendiri yang rugi”<sup>36</sup>*

Pernyataan diatas dikuatkan dengan Ibu Annafi selaku konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia sebagai berikut:

*“karena kerap datang ke pabrik untuk membeli sesuatu saya bahkan selalu diperlakukan dengan baik, dan maka dari itu saya*

---

<sup>35</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Sudarman, pemilik CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 16 April 2020 pukul 10.00 WIB

<sup>36</sup> Hasil wawancara dengan Mbak Sofi, karyawan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 10.00 WIB

*selalu merekomendasikan produk- produk mereka ke kerabat saya atau teman- teman saya”<sup>37</sup>*

Jadi dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa CV Pakis Logam Perkasa Indonesia senantiasa berperilaku baik serta ramah terhadap konsumen, karena dengan pelayanan dan kepuasan konsumen maka selain akan menambah pangsa pasar, akan semakin meguatkan kepercayaan konsumen atau pangsa pasar terhadap produk yang dihasilkan. Hal tersebut juga sesuai dengan prinsip- prinsip Islam bahwasanya dalam Islam harus mengutamakan sikap dan perilaku yang baik kepada setiap orang.

### **C. Analisis Data**

#### **2. Strategi diversifikasi yang diterapkan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam perspektif Islam.**

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa CV Pakis Logam Perkasa Indonesia menerapkan jenis strategi diversifikasi dengan menambahkan produk baru yang tidak saling berkaitan akan tetapi untuk tujuan pangsa pasar tetap sama. Pada awal sebelum mengenal strategi diversifikasi CV Pakis Logam Perkasa Indonesia hanya memproduksi sendok, hanger, irus dan sotel namun lambat laun hasil penjualan menurun hal ini juga disebabkan karena produk yang di produksi merupakan produk yang digunakan dalam jangka waktu yang panjang.

---

<sup>37</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Annafi, konsumen CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada tanggal 23 April 2020 pukul 13.30 WIB

Kemudian dengan adanya strategi diversifikasi produk ini CV Pakis Logam Perkasa Indonesia berharap bisa memenuhi kebutuhan pangsa pasar tanpa mereka harus beralih ke produk yang lain.

Untuk tahap- tahap yang dilakukan memang didasarkan pada ilmu pemasaran sehingga akan meminimalisir tingkat kerugian penjualan. Tahap- tahap yang dilakukan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam menerapkan strategi diversifikasi produk antara lain dengan penemuan ide, pemilihan ide, pengembangan dan pengujian konsep dari produk yang terpilih, pengembangan strategi pemasaran, melakukan analisis bisnis atau penentuan estimasi yang harus dikeluarkan nantinya, kemudian melakukan pengembangan produk yang terpilih tadi dengan melakukan produksi skala besar, dan untuk yang terakhir yaitu dengan melakukan komersialisasi atau penjualan terhadap konsumen.

Tujuan dari penerapan strategi diversifikasi sendiri antara lain untuk mengurangi tingkat kejenuhan konsumen terhadap produk dari CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, seperti pada penjelasan diatas bahwa sebelum produk sampai sebanyak sekarang produk dari CV Pakis Logam Perkasa Indonesia hanya sebatas pada sendok, hanger, irus saja sehingga perusahaan harus benar- benar memikirkan solusi untuk tetap meningkatkan jumlah pejualan ditambah lagi produk tersebut merupakan produk dengan manfaat jangka panjang sehingga tidak setiap hari konsumen akan melakukan pembelian. Tujuan yang kedua yaitu untuk

meningkatkan pangsa pasar yang mana tetap memperhatikan peraturan-peraturan yang sesuai dengan syariah, sehingga dengan semakin dikenalnya produk-produk CV Pakis Logam Perkasa Indonesia yang beragam kami berusaha agar masyarakat bisa menerima produk CV Pakis Logam Perkasa Indonesia yang kualitasnya pun bisa di bandingkan dengan produk import.

## **2. Dampak yang ditimbulkan saat penerapan strategi diversifikasi produk pada CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam perspektif Islam.**

Dengan diterapkannya strategi diversifikasi produk tentunya CV Pakis Logam Perkasa Indonesia menemui berbagai dampak yang ditimbulkan dari penerapan strategi tersebut, baik dampak positif yang ditimbulkan maupun dampak negatif dari adanya proses penerapan strategi diversifikasi produk tersebut.

Dampak positif dari penerapan strategi diversifikasi produk yang paling menonjol yaitu meningkatkan pendapatan masyarakat, hal tersebut bisa dilihat dari para karyawan yang awalnya hanya pengangguran dan kemudian dengan bekerja di CV Pakis Logam Perkasa Indonesia menjadi lebih produktif, dan secara tidak langsung juga berdampak pada meningkatnya pendapatan karyawan tersebut. Dampak yang kedua yaitu penyerapan tenaga kerja, karena sesuai dengan Visi dan Misi CV Pakis Logam Perkasa Indonesia yaitu melakukan penyerapan tenaga kerja terkhusus untuk warga Desa Pakisrejo. Dan dampak yang ketiga yaitu

untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, hal ini di dapat dari skiil karyawan yang terus diasah sehingga dari karyawan yang hanya pengangguran menjadi karyawan yang memiliki skiil. Sehingga dari dampak yang ditemui diatas dapat diketahui bahwa CV Pakis Logam Perkasa Indonesia juga mengedepankan sikap saling tolong menolong antar sesama umat.

Untuk dampak negatif dari penerapan strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia memang tidak terlalu berdampak besar dan dari pihak perusahaan terus melakukan evaluasi dan upaya- upaya perbaikan salah satunya yaitu dengan perluasan lokasi pabrik yang mana dilakukan untuk meminimalisir dampak lingkungan akibat proses produksi tersebut seperti polusi udara akibat proses produksi. Dari solusi dapat diatas CV Pakis Logam Perkasa Indonesia juga tetap mengedepankan sikap dalam menjaga lingkungan sekitar sehingga antara masyarakat dan perusahaan juga saling menjaga.

**3. Kendala yang ditemui saat penerapan strategi diversifikasi produk perusahaan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam perspektif Islam.**

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa kendala internal yang ditemui oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam penerapan strategi tersebut terdapat pada ketersediaan bahan baku yang terkadang langka dan mahal selain itu dari tenaga kerja yang terkadang harus izin untuk tidak bekerja. Sehingga dari kendala- kendala tersebut CV Pakis Logam Perkasa Indonesia telah menemukan solusi dari permasalahan tersebut, yaitu pada ketersediaan bahan baku yaitu dengan memprediksi kalender pada bulan apa saja bahan baku akan mengalami lonjakan harga bahkan penurunan harga. Kemudian pada kendala tenaga kerja CV Pakis Logam Perkasa Indonesia telah memperbaharui tata tertib pemberian sanksi kepada karyawan yang keluar dari batas peraturan.

Pada kendala eksternal yang ditemui dalam menerapkan strategi diversifikasi produk yaitu terletak pada sisi penawaran dari produk yang dihasilkan perusahaan, terkadang penawaran tinggi bahkan sebaliknya sehingga sampai saat ini CV Pakis Logam Perkasa Indonesia selalu berupaya untuk terus menginovasi dan mengembangkan produk- produk untuk mengurangi tingkat kejenuhan konsumen dan untuk memenuhi keinginan konsumen agar konsumen tetap menjaga kepercayaannya terhadap produk dari CV Pakis Logam Perkasa Indonesia.

Tujuan utama dari diterapkannya strategi diversifikasi produk sendiri salah satunya yaitu untuk meningkatkan pangsa pasar, dikarenakan sasaran utama produk tersebut ialah konsumen atau pangsa pasar. upaya memperluas pangsa pasar sebagai pengusaha harus tetap mengedepankan prinsip- prinsip Islam, salah satunya yaitu kejujuran dengan kejujuran konsumen akan mempercayakan kebutuhannya dan di sisi lain perusahaan juga akan mendapat keberkahan.