

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan beberapa uraian tentang pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian serta teori yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya. Setelah kegiatan observasi dan juga wawancara tentang strategi diversifikasi produk sebagai upaya meningkatkan pangsa pasar dalam persepektif Islam, dapat diketahui bahwa strategi diversifikasi produk sangat berpengaruh terhadap peningkatan pangsa pasar yang sesuai dengan syariah Islam. Kemudian setelah mengetahui tentang bagaimana strategi diversifikasi produk maka diperoleh hasil pembahasan dengan mencocokkan data hasil temuan dengan teori- teori yang dikemukakan oleh penulis sebagai berikut:

A. Strategi diversifikasi yang diterapkan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam perspektif Islam.

Pengembangan produk merupakan salah satu strategi untuk keberlangsungan pertumbuhan suatu perusahaan yaitu dengan menawarkan suatu produk baru atau produk yang telah di inovasi yang kemudian ditujukan ke segmen pasar yang sekarang.¹ Dalam hal ini jenis strategi yang digunakan adalah Strategi Diversifikasi Horizontal yang mana perusahaan berupaya menambah produk baru yang tidak saling

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2007), Hlm .320

berkaitan dengan produk yang telah ada sebelumnya akan tetapi pangsa pasar tetap sama.²

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa diversifikasi horizontal merupakan strategi yang dipakai oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan para informan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia bahwa perusahaan sampai saat ini menggunakan strategi diversifikasi horizontal, yang mana suatu perusahaan berupaya menambah produk baru yang tidak memiliki keterkaitan dengan produk lama namun untuk pangsa pasarnya tetap sama.

Hal ini terbukti dengan beragamnya produk yang di hasilkan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia yang awalnya hanya sendok, hanger, irus dan sotel kini juga memproduksi parut listrik dalam berbagai ukuran sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini juga sesuai dalam bukunya Eka Ardianto (2013) bahwa dalam hal yang berkaitan dengan Manajemen Operasi terutama dalam inovasi pengembangan produk baru.³

Penelitian dari Tengku Putri Lindung Bulan⁴ bahwa penelitian menunjukkan diversifikasi produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan juragan Jasmine Langsa harus terus meningkatkan diversifikasi produk agar konsumen semakin banyak pilihan dalam membeli produk.

² Tjiptono. F, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), Hlm. 132

³ Eka Ardianto, *Consumunity Marketing* (Tangerang: Prasetya Mulya Publising, 2013)Hlm. 61

⁴ Tengku Putri Lindung Bulan, “ *Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Juragan Jasmine Langsa*”, jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 6, No.1, Tahun 2017

Dalam menciptakan produk baru tentunya sangat perlu adanya penentuan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen perlu adanya langkah- langkah yang tepat penyusunan strategi diversifikasi. Berikut langkah- langkah dari pengembangan produk menurut Philip Kotler pada dasarnya, diversifikasi produk diawali dengan pencarian gagasan atau ide pada produk- produk yang diminati di pasaran. Sehingga suatu perusahaan harus bisa memahami produk serta pangsa pasar yang ingin lebih ditekankan. Selain itu diperlukannya usaha dalam mengembangkan produk terobosan, menginovasi produk lama agar lebih diminati konsumen dan meniru produk yang pesaing. Pada suatu gagasan mengenai produk- produk baru dapat digali dari beberapa seperti pesaing, pelanggan / konsumen, serta segmentasi pasar.⁵

Setelah mengetahui data dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa pada tahap- tahap diatas didapat dari pengalaman dan pengetahuan Manager terkait teori pemasaran. Dan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia terus berupaya menerapkan tahap- tahap diatas untuk menghasilkan suatu produk yang unggul, diminati konsumen dan menguasai pangsa pasar. Upaya tersebut dibuktikan dengan pernyataan informan dari CV Pakis Logam Perkasa Indonesia bahwa produk- produk yang ada sekarang merupakan sebuah produk yang dihasilkan dari penerapan tahap- tahap tersebut. Dari tahapan- tahapan tersebut juga sesuai dengan prinsip ekonomi Islam agar tidak berlebih- lebihan (israf) salah satunya juga

⁵ Ricky W. Griffin, Ronald J. Ebert, *Bisnis Terapan* (Surabaya: Erlangga, 2006) Hlm. 312

dalam hal produksi. Pernyataan tersebut juga telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Furqan: 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”

Sesuai dengan pernyataan dalam buku Feddy Rangkuti (2016) yaitu konsumen mempergunakan informasi produk yang mereka ketahui sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihannya. Selanjutnya mereka akan memilih produk yang paling cocok dengan keinginan mereka.⁶

Penelitian dari Praba Indariawati, dkk⁷ menjelaskan bahwa dalam penelitiannya tujuan dari pengkajian strategi pengembangan produk ini yaitu agar keripik singkong mampu menganalisa strategi yang selama ini diterapkan dan memperbaiki perumusan strategi agar PT. Inti Sari dapat bersaing dengan usaha sejenis.

Pada tujuan diterapkannya strategi diversifikasi produk ini, hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan informan pada CV Pakis Logam Perkasa Indonesia yaitu untuk mengurangi tingkat kejenuhan konsumen dan juga untuk meningkatkan pangsa pasar ke berbagai wilayah. Dari beberapa tujuan strategi diversifikasi CV Pakis Logam Perkasa Indonesia

⁶ Freddy Rangkuti, *Customer care excellen: Meningkatkan kinerja perusahaan melalui pelayanan plus analisis kasus jasa raharja*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006)

⁷ Praba Indirawati, dkk, “Kajian Strategi Pengembangan Usaha Industri Keripik Singkong Perusahaan PT. Inti Sari Rasa di Bekasi”, *Jurnal Manajemen IKM*, Vol. 6 , No. 2, Tahun 2011

telah berhasil mencapainya seperti pada tujuan diversifikasi produk yaitu untuk mengurangi tingkat kejenuhan konsumen atau berupaya agar produk tersebut bisa diterima oleh pangsa pasar apabila produk tersebut sudah mencapai tahap kedewasaan dalam *Product Life Cycle* (PLC) juga sesuai pada pernyataan dalam buku karya Fandi Tjiptono (2001).⁸

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

Pada dasarnya strategi diversifikasi produk merupakan suatu alternatif dan bahkan pilihan bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan jumlah penjualannya serta memperluas jangkauan pangsa pasarnya penting bagi perusahaan untuk mengadakan diversifikasi produk yang terencana dan berkelanjutan.⁹ Tentunya dalam penerapan strategi tersebut perusahaan pasti menemui berbagai dampak, baik dampak secara positif atau dampak secara negatif. Dan sebagai seorang pemimpin yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi apa saja dampak yang nantinya akan terjadi atas sebuah keputusan yang diambilnya¹⁰.

Dampak positif yang dirasakan oleh perusahaan sesuai dengan hasil wawancara dengan informan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia yaitu meningkatkannya pendapatan masyarakat, hal ini ditandai dengan semakin berhasilnya peran UKM dalam usahanya dalam bidang

⁸ Tjiptono, F, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), Hlm. 132

⁹ Cravens, David W, *Pemasaran Strategis*, (Jakarta: Erlangga, 1996) Hlm. 40

¹⁰ Andreas G.Ch. Tampi, Et. Al, "*Dampak Pelayanan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Terhadap Masyarakat di Kelurahan Tingkulu*", E- Journal Acta Diurna, Vol. 5, No. 1, 2016

pemberdayaan perekonomian maka secara tidak langsung juga akan mempengaruhi struktur perekonomian masyarakat.

Dampak yang kedua yaitu penyerapan tenaga kerja, semakin besarnya peran UKM dalam bidang perekonomian, hal tersebut diprediksi juga akan menghasilkan perubahan struktur sosial dimana sebagian besar masyarakat nantinya akan menggantungkan mata pencahariannya pada sektor UKM tersebut. Untuk dampak yang ketiga yaitu dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, hal ini ditandai dengan keterampilan masyarakat yang mulai dirasakan , dari yang semula hanya pengangguran kemudian mendapatkan keterampilan.¹¹ Dari dampak diatas sesuai dalam Al- Qur'an Surat Al- Nahl :97

مَنْ عَمِلْ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنْتَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةًۭ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Artinya: Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam Keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan Sesungguhnya akan Kami beri Balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.

Dan dari hasil wawancara kepada informan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia bahwa dampak negatif yang ditemui sejauh ini hanya pada dampak lingkungan di daerah sekitar yaitu polusi udara yang

¹¹ Imam Nawawi, dkk, "Pengaruh Keberadaan Industri Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi dan Budaya Masyarakat Desa Legendar Kecamatan Marga Asih Kabupaten Bandung, dalam Jurnal Sosietas, Vol.5, No.2

dihasilkan pada saat proses produksi berlangsung. Dengan semakin berkembangnya suatu UKM memang secara tidak langsung juga akan meningkatkan volume produksi sehingga dari sini perusahaan harus memikirkan solusi terkait dampak tersebut. Solusi dari dampak diatas sesuai dengan buku karya Karden Edi (2009) bahwa dalam menjaga mutu lingkungan yang dilakukan antara masyarakat maupun pemerintah untuk mengendalikan dampak lingkungan tersebut.¹²

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

Dalam penerapan strategi diversifikasi produk, pastinya terdapat hambatan baik secara internal ataupun eksternal dalam suatu perusahaan. Berikut kendala internal dalam penerapan strategi diversifikasi produk, sesuai pada buku karya Burhan (2004) pertama yaitu ketersediaan bahan baku, ketersediaan bahan baku akan sangat mempengaruhi kelancaran dalam melakukan kegiatan produksi, selain itu Burhan (2004) juga berpendapat bahwa jika kemacetan bahan baku berlangsung dengan jangka waktu yang cukup lama, bukan hanya dapat menimbulkan kerugian tetapi juga dapat menimbulkan kegagalan dalam perkembangan industri.¹³

¹²Karden Eddy Sontang, *Pengelolaan Lingkungan Hidup* (Jakarta: Djamban, 2009) Hlm. 54

¹³Imam Nawawi, dkk, "Pengaruh Keberadaan Industri Tethadap Kondisi Sosial Ekonomi dan Budaya Masyarakat Desa Legendar Kecamatan Marga Asih Kabupaten Bandung, dalam Jurnal Sosietas, Vol.5, No.2,

Kendala yang kedua yaitu, mengenai tenaga kerja, apabila suatu perusahaan tidak memperhatikan bagaimana kualitas tenaga kerja, hal ini akan mempengaruhi dalam proses kegiatan produksi, salah satunya ialah kemacetan proses produksi.

Penelitian dari Praba Indarwati¹⁴ yang berisi bahwa salah satu faktor yang menjadi kekuatan dalam perusahaan yaitu loyalitas karyawan, karena dengan lingkungan kerja yang megutamakan kerja keras dan rasa kekeluargaan maka akan semakin meningkatkan loyalitas karyawan terhadap suatu perusahaan.

Kemudian penelitian yang selanjutnya dari Nurdiana Chaidir yang membahas tentang pentingnya upaya peningkatan kualitas produk dengan memperhatikan kualitas bahan baku yang selalu tersedia, sehingga perusahaan bisa memaksimalkan proses produksinya.¹⁵

Setelah mengetahui data dari hasil wawancara dengan para informan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia dapat diketahui bahwa kendala internal yang ditemui 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

¹⁴Praba Indirawati, dkk, "Kajian Strategi Pengembangan Usaha Industri Keripik Singkong Perusahaan PT. Inti Sari Rasa di Bekasi", Jurnal Manajemen IKM, Vol. 6 , No. 2, Tahun 2011

¹⁵Nurdiana Chaidir, dkk, "Strategi Pengembangan Agroindustri Ikan Patin (Studi Kasus di Desa Pudak Kecamatan Kumpeh UluKabupaten Muaro Jambi", Jurnal Ilmiah Sosio- Ekonomika Bisnis, Vol.21, No. 1, Tahun 2018

solusi dari permasalahan tersebut, yaitu dengan 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 yang ditetapkan.

Untuk kendala eksternal sesuai dengan buku karya Damayanti (2010) yaitu penawaran, penawaran sangat mempengaruhi kegiatan produsen untuk menawarkan/ menjual barang/ jasa pada berbagai tingkat harga dalam periode tertentu.¹⁶ Untuk kendala eksternal yang kedua yaitu jumlah konsumen, volume permintaan konsumen dan pedagang terkadang berfluktuasi, sehingga keadaan yang tidak stabil ini akan mempengaruhi jumlah produksi, penjualan, dan pendapatan perusahaan.

Kemudian setelah mengetahui data hasil wawancara di ketahui bahwa kendala eksternal dari penerapan strategi diversifikasi produk terletak pada sisi penawaran dari produk yang dihasilkan perusahaan, terkadang penawaran tinggi bahkan sebaliknya sehingga kami berupaya untuk terus menginovasi dan mengembangkan produk-produk kami guna mengurangi tingkat kejenuhan konsumen. Dan upaya memperluas pangsa pasar sebagai pengusaha harus tetap

¹⁶Darmayati Daud, "Strategi Pemasaran PT. Bogor Indah untuk meningkatkan Pangsa Pasar Roti", skripsi, (Bogor: Progam Industri Kecil Menengah Institut Pertanian Bogor, 2010)

mengedepankan prinsip-prinsip Islam, salah satunya yaitu kejujuran dengan kejujuran konsumen akan mempercayakan kebutuhannya dan di sisi lain perusahaan juga akan mendapat keberkahan.

Penelitian yang dilakukan oleh Andrius Amheka bahwa pada UKM KOPRA dalam menjaga peningkatan dan keberlanjutan produk Kopra P.Timor yang permintaan dan penawaran terhadap produknya bisa dilakukan melalui aplikasi yang menjawab permasalahan konsumen atau masyarakat di daerah tersebut, hal ini sebagai upaya dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas Kopra.¹⁷

Pada dasarnya pangsa pasar merupakan hal terpenting yang perlu di dahulukan, apalagi dalam bisnis konsep islam. Dari pangsa pasar sendiri bisa dijadikan indikator dalam menentukan tingkat kekuatan pangsa pasar di suatu perusahaan, semakin tinggi pangsa pasar di suatu perusahaan maka semakin tinggi juga tingkat kekuatan pasar yang dimilikinya. Hal ini sesuai dengan buku terjemahan Philip Kotler (2008) yang menjelaskan bahwa perusahaan yang berupaya meningkatkan pangsa pasar mempunyai manfaat sebagai berikut:

- a. Perusahaan yang meningkatkan kualitas produk mereka terhadap produk pesaing maka akan menikmati kenaikan pangsa pasar yang lebih besar dari pada mereka memiliki tingkat kualitas tetap

¹⁷Andrianus Amheka, "Mekanisme dan Diversifikasi Produk Kopra NTT Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Antar Pulau", *Majalah Aplikasi Ipteks NGAYAH*, Vol. 7, No. 2, Tahun 2016

- b. Perusahaan yang menaikkan terlebih dahulu pengeluaran pemasaran dari pada tingkat pertumbuhan pasar umumnya akan membuat pangsa pasar lebih tertarik dan berdampak dengan kenaikan pangsa pasar.¹⁸

Pada penelitian oleh Andrianus Amheka¹⁹ yang mana dalam penelitiannya Koperasi KOPRA berupaya melakukan penajaman Visi yang telah ditetapkan yaitu dengan semakin memasarkan produk antar kota atau antar Pulau Jawa melalui pengepul secara profesional.

Setelah mengetahui data hasil wawancara kemudian diperkuat dengan pernyataan dari informan CV Pakis Logam Perkasa Indonesia, bahwasanya dalam melakukan usaha perluasan pangsa pasar, usaha pengurangan pengangguran dan mereka senantiasa mengedepankan prinsip-prinsip Islam salah satunya yaitu kejujuran, yang mana dengan mengedepankan sikap kejujuran kepada seluruh karyawan maka secara tidak langsung akan memberikan kesan positif pada konsumen terkait kinerja CV Pakis Logam Perkasa Indonesia.

¹⁸Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2008)

¹⁹Andrianus Amheka, "Mekanisme dan Diversifikasi Produk Kopra NTT Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Antar Pulau", *Majalah Aplikasi Ipteks NGAYAH*, Vol. 7, No. 2, Tahun 2016

Buku karya Ali Hasan (2009) bahwasannya dengan menerapkan sifat kejujuran dalam hal pemasaran tentunya akan membawa keberkahan bagi perusahaan, yang mana keberkahan merupakan faktor terpenting dalam bisnis yang mengedepankan prinsip syariah dikarenakan selalu memomorsatukan larangan-larangan yang di tetapkan dalam islam.²⁰ Sesuai dengan QS An-Nisa 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنِ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “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 di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

²⁰ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), Hlm. 6-7

Ayat diatas bermakna agar para pembisnis dianjurkan untuk mencari keberkahan sebanyak- banyaknya dan menghindari perilaku curang dalam berniaga. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan senantiasa mendapat ridho Allah swt.