

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Pia Ethes

1. Sejarah Pia Ethes

Pia Ethes adalah suatu home industri yang bergerak dalam bidang pembuatan makanan ringan yaitu pia. Pia Ethes berdiri pada 17 Februari 2016 yang dirintis oleh Bapak Muntoha karena untuk mengisi waktu luang pensiunan yang menyimpannya. Sejarah berdirinya bermula dari inisiatif masyarakat sekitar supaya Bapak Muntoha mendirikan sebuah usaha, agar kesehariannya tidak hanya bersantai-santai dengan mainan *gadget* yang menurut warga tidak begitu bermanfaat. Adanya motivasi dari masyarakat sekitar, Bapak Muntoha jadi terinspirasi untuk membuka sebuah usaha. Bapak Muntoha mulai mencari informasi terkait pendirian usaha yang bisa terus maju dan berkembang disekitar masyarakat. Dengan memperoleh informasi, memunculkan suatu ide pendirian bisnis berupa olahan makanan “Pia”.¹

Pada mulanya Bapak Muntoha belajar cara/tahap untuk memulai bisnisnya dengan belajar kepada saudaranya yang juga berbisnis produk yang sejenis (Pia). Dari kegiatan belajar, Bapak Muntoha lambat laun mulai bisa menciptakan pia sendiri. Merasa hasil produk yang diciptakannya semakin baik, Bapak Muntoha yakin terhadap produk yang diciptakannya dan mulai mempromosikan dan dipasarkan. Mendirikan usaha pia, Bapak Muntoha

¹ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 23 September 2020

mengambil nama “Pia Ethes” karena dianggap para salesnya mempunyai sifat yang etes yang artinya “sangat cekatan” yang bermakna berkesan dan unik untuk mudah diingat.

Home industri Pia Ethes telah melakukan izin usaha yang mencakup surat izin berusaha (NIB), sertifikat penyuluhan keamanan pangan, dan sertifikat produksi pangan industri rumah tangga. Adanya surat tersebut menjadikan produk ini benar-benar layak dikonsumsi. Kegiatan produksi Pia Ethes dibuat sesuai banyak sedikitnya pesanan. Awal mulanya pemasaran Pia Ethes dipromosikan disekitar masyarakat melalui mulut ke mulut, media *online* facebook, WhatsApp, instagram, radio, dan pameran dalam berbagai *event*, serta mengikuti pameran di berbagai jenjang sekolah di kawasan Trenggalek dan sekitarnya. Melalui hal tersebut, pelanggan Pia Ethes semakin banyak serta pemasarannya semakin luas baik dari pelanggan lokal maupun nasional.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di RT 03 RW 01 Dusun Alasmalang Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek. Pertimbangan pemilihan tempat penelitian dikarenakan lokasi ini dekat dengan pemukiman masyarakat dan tidak adanya pesaing produk sejenis lainnya yang ada di lokasi Desa Ngadirejo.²

3. Visi dan Misi

a. Visi

- 1) Memasarkan hasil produk kedalam kota maupun luar kota.

² Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 23 September 2020

- 2) Membuka lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat sekitar.

b. Misi

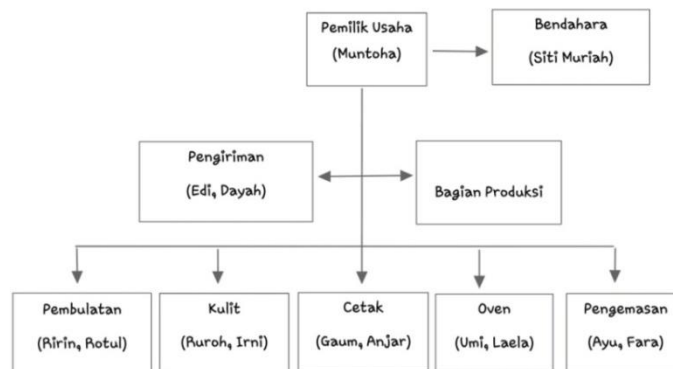
- 1) Memproduksi makanan yang sehat
- 2) Memproduksi makanan dengan kualitas terbaik dan harga yang premium.
- 3) Memberikan pelayanan yang terbaik.

4. Tujuan Home Industri Pia Ethes

- a. Untuk mendapatkan sumber pendapatan ekonomi.
- b. Untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar.
- c. Untuk memberikan contoh kewirausahaan untuk generasi muda.

5. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Pia Ethes



Sumber : Home Industri Pia Ethes

- a. Pemilik, disini beliau sebagai orang yang memiliki atau memimpin home industri Pia Ethes. Beliau memiliki kewenangan tentang semua hal didalam Pia Ethes.

- b. Bendahara, disini beliau yang bertugas mengelola dan mengatur keluar masuknya keuangan di Pia Ethes.
- c. Bagian Kulit, disini beliau yang bertugas mencampurkan bahan (tepung terigu, gula, minyak nabati, kuning telur, dan garam) dengan mengaduk adonan sampai kalis.
- d. Bagian Cetak, disini beliau yang bertugas menimbang bahan dan memberi isi rasa ditengah Pia Ethes.
- e. Pembulatan, disini beliau yang melakukan proses merapikan produk menjadi bentuk bulat pipih.
- f. Bagian Oven, disini beliau yang bertugas membolak-balikkan Pia Ethes sampai produk matang dengan warna kecoklatan.
- g. Bagian Pengemasan, disini beliau yang bertugas mengemas produk dalam plastik bening atau opepe dan memasukkan dalam kardus.
- h. Bagian Pengiriman, disini beliau yang bertugas mendistribusikan produk Pia Ethes sampai ke tangan konsumen.

B. Temuan Penelitian

Deskripsi data dalam penelitian ini bertujuan untuk menyajikan data-data yang ada dari informasi yang terkait dengan permasalahan yang dibahas atau memaparkan sesuatu temuan yang berkaitan dengan fokus penelitian agar tidak meluas kepermasalahan lain. Fokus penelitian yang ada dalam penelitian ini ada empat poin, yaitu:

1. Temuan Penerapan Strategi Bersaing melalui Strategi Keunggulan Biaya dalam Pengembangan Produk Home Industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek

Strategi keunggulan biaya merupakan salah satu strategi keunggulan bersaing yang lebih memperhitungkan keberadaan pesaing yang dihadapi dengan memfokuskan pada harga yang lebih murah kepada para pembeli. Home industri Pia Ethes menerapkan strategi keunggulan biaya dimaksudkan untuk memberikan efisiensi biaya dalam menjalankan usaha Pia Ethes. Seperti yang dikatakan Bapak Muntoha selaku pemilik Pia Ethes, beliau mengatakan:

*“Disini saya membangun strategi keunggulan biaya dengan banyak pertimbangan mbak, yang pada akhirnya bisa menentukan harga produk kami. Penentuan harga disini saya peroleh karena menerapkan efisiensi biaya guna menghematan pengeluaran biaya produksinya mbak. Tujuan utama saya dengan hal tersebut uang yang saya keluarkan dalam kegiatan produksi tidak banyak dan yang pada akhirnya bisa menciptakan harga produk Pia Ethes yang lebih terjangkau”.*³

Dari penjelasan Bapak Muntoha bahwasannya Pia Ethes ini menerapkan keunggulan biayanya dengan memberlakukan efisiensi biaya untuk mengurangi biaya dalam proses kegiatan berlangsung.

Bapak Muntoha juga memaparkan bahwa, efisiensi biaya didapat melalui penerapan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya promosi.

“Untuk lebih menghemat biaya dalam kegiatan produksi, saya mempertimbangkan dari biaya bahan utama, biaya tenaga kerja, dan biaya promosinya mbak. Disini saya mengefisienkan bahan baku

³ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 23 September 2020

utamanya berupa kacang hijau melalui kerjasama langsung kepada petani sekitar Trenggalek yang harganya cukup murah, dan untuk biaya pelengkap bahan tambahannya diperoleh dari toko Aloha Trenggalek yang mau memberikan harga yang cukup premium. Untuk biaya tenaga kerja, Pia Ethes membagi tenaga kerjanya menjadi beberapa bagian mbak, yaitu bagian produksi (pembulatan, kulit, oven, pengemasan) dan bagian pemasaran. Untuk pekerja produksi dan pemasaran saya beri upah sesuai upah kerja perharinya mbak, dan untuk pengemasan dikerjakan sendiri yang dibantu istri dan anak saya. Serta apabila terdapat pesanan dalam jumlah yang sedikit hanya saya kerjakan sendiri tanpa harus memanggil karyawan. Dan efisiensi biaya promosi dalam mengenalkan produk ke konsumen. Promosi Pia Ethes melalui mulut ke mulut, media sosial seperti, facebook, WhatsApp, instagram, dan lainnya mbak yang sifatnya murah dan efisien”.⁴

Dari paparan di atas timbul pertanyaan: “apakah dari segi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya promosi dapat dijadikan acuan untuk harga dari Pia Ethes?

“Sampai sekarang masih bisa dijadikan acuan mbak, saya memberikan harga Pia Ethes dengan menyesuaikan tiga efisiensi biaya tersebut mbak. Apabila bahan utama dari pertanian mengalami kelangkaan misalnya petani sedang tidak menanam kacang hijau, saya mengambil bahan dari Toko Aloha dengan harga yang cukup premium juga. Apabila bahan pelengkapnya mengalami kenaikan karena keadaan musiman seperti adanya pandemi ini, saya tidak akan menaikkan harga Pia Ethes karena itu hanya bersifat musiman dan sementara. Sedangkan biaya tenaga kerja sampai sekarang masih mengikuti kesepakatan awal mbak, dan untuk biaya pada promosi produk kami memanfaatkan media online yang tidak memerlukan biaya yang mahal”.⁵

Bapak Muntoha juga memaparkan bahwa untuk harga Pia Ethes tidak begitu berbeda dengan pesaing lainnya yang memproduksi produk yang serupa.

“Disini harga yang saya tawarkan tidak jauh berbeda dengan pesaing produk sejenis lain mbak. Perbedaan tersebut hanya mempunyai

⁴ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 23 September 2020

⁵ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 23 September 2020

*selisih sedikit saja, akan tetapi selisih itu dapat menembus pasar yang saya tuju”.*⁶

Ibu Siti selaku bendahara Pia Ethes memaparkan, bahwa untuk pemberian harga produk dibandrol dengan satuan perbiji.

*“Pia Ethes saya bandrol dengan harga perbiji mulai Rp. 700,00 sampai Rp 1.500,00 mbak. Dengan harga tersebut, Alhamdulillah konsumen semakin banyak dan produk lebih diminati konsumen”.*⁷

Dari deskripsi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasannya menerapkan strategi bersaing melalui keunggulan biaya dalam pengembangan produk Pia Ethes adalah dengan mengefisienkan biaya yang dapat menciptakan harga produk Pia Ethes yang lebih terjangkau.

2. Temuan Penerapan Strategi Bersaing melalui Strategi Fokus dalam Pengembangan Produk Home Industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek

Strategi fokus merupakan strategi yang memusatkan (fokus) pada kelompok pembeli untuk melayani konsumen pada pasar geografis tertentu dengan produk yang unik. Usaha Pia Ethes yang menerapkan strategi ini dimaksudkan untuk lebih memperluas segmen pasar yang akhirnya perusahaan bisa bersaing dengan pesaing lainnya. Seperti yang di katakan Bapak Muntoha selaku pemilik Pia Ethes, beliau mengatakan:

*“Pia Ethes saya bentuk guna untuk melayani konsumen pada pasar secara umum mbak. Maksud melayani untuk pasar secara umum, mulanya target pasar kami ya hanya sekitar daerah lokal Trenggalek saja, karena Pia Ethes masih belum dikenal masyarakat luas”.*⁸

⁶ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 23 September 2020

⁷ Wawancara dengan Ibu Siti (Bendahara Pia Ethes), Tanggal 23 September 2020

⁸ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 23 September 2020

Bapak Muntoha juga memaparkan bahwa untuk memperoleh pelanggan, perusahaan harus berani mengambil kebijakan untuk siap melayani orderan pada pasar daerah tertentu.

*“Untuk memperbesar/memperluas pasar Pia Ethes, saya mulai mencari informasi untuk lebih memperluas pemasarannya mbak. Salah satu informasi yang saya peroleh yaitu adanya saudara di Bali yang memberikan masukan untuk mencoba Pia Ethes di promosikan disana. Melalui kegiatan tersebut, memunculkan pelanggan baru tingkat nasional mbak. Pelanggan baru tersebut diperoleh melalui perantara saudara saya yang meneruskan untuk mempromosikan kembali Pia Ethes disana”.*⁹

Dari penjelasan di atas timbul pertanyaan baru “bagaimana cara mendistribusikan produk dan bagaimana sistem harga Pia Ethes terhadap adanya pasar nasional tersebut?”

*“Untuk mendistribusikan Pia Ethes sampai di pasar tersebut, saya bekerjasama dengan JNE layanan YES (Yakin Esok Sampai) mbak. Dengan pengiriman melalui JNE tersebut, produk Pia Ethes dapat sampai ditujuan dengan waktu satu hari. Dan untuk harga tiap Pia Ethes saya naikkan sedikit guna mengefisienkan biaya ongkirnya. Apabila produk sudah sampai tujuan, harganya saya serahkan sepenuhnya pada saudara agar bisa saling jalan. Melalui hal tersebut, saya jadikan suatu fokus pasar Pia Ethes untuk mengembangkan produk kami mbak”.*¹⁰

Dari penjelasan Bapak Muntoha bahwa, strategi fokus yang digunakan telah memperoleh pasar baru pada cakupan geografis tertentu. Untuk lebih memaksimalkan produk di pasar geografis tertentu, beberapa usaha telah dilakukannya.

“Salah satu strategi pemasaran yang saya gunakan melalui pembuatan kemasan dalam tampilan images yang berbeda mbak. Disini saya mencantumkan gambar beridentitas bule agar Pia Ethes disana lebih dikenal, lebih menarik, dan mendatangkan pelanggan

⁹ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 23 September 2020

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 23 September 2020

*baru. Melalui hal tersebut, Alhamdulillah Pia Ethes semakin dikenal dan kegiatan pemasaran di sana semakin baik”.*¹¹

Dari deskripsi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasannya, menerapkan strategi bersaing melalui strategi fokus dalam pengembangan produk Pia Ethes adalah produk dipasarkan di masyarakat lokal, tetapi juga bersedia melayani pada pasar geografis tertentu yang ada di Bali.

3. Temuan Penerapan Strategi Bersaing melalui Strategi Diferensiasi dalam Pengembangan Produk Home Industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek

Strategi diferensiasi dari segi produk merupakan strategi perusahaan untuk menciptakan produk yang berbeda dengan memberikan keunikan guna menghadapi pesaing dalam industrinya. Home industri Pia Ethes memilih strategi diferensiasi produk dengan memberikan pembeda fisik produk dengan produk pesaingnya. Berharap dengan adanya perbedaan, perusahaan dapat dikenal dengan mudah oleh konsumen. Adapun pembeda produk tersebut meliputi varian rasa, kemasan produk dan kualitas produk. Seperti yang di katakan Bapak Muntoha selaku pemilik Pia Ethes, beliau mengatakan:

*“Untuk memberikan pembedaan dari produk pesaingnya, saya melihat dari sifat fisik produk Pia Ethes itu sendiri mbak. Pembedaan tersebut saya lakukan melalui kegiatan inovasi produknya. Dalam inovasi produknya, Pia Ethes mengembangkan melalui penciptaan varian rasa terbaru, kualitas tinggi dan kemasan yang unik. Kegiatan tersebut saya rancang dengan mengubah, mengganti, dan mengembangkan penampilan yang sudah ada atau membuat produk dengan kualitas dan rancangan yang lebih bagus dari sebelumnya mbak”.*¹²

¹¹ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

¹² Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

Dari penjelasan Bapak Muntoha bahwasanya Pia Ethes melakukan strategi diferensiasi produknya melalui varian rasa, kemasan, dan kualitas produk sehingga membuat produk yang berbeda dengan produk pesaing lainnya.

Adapun strategi diferensiasi yang diciptakannya melalui varian rasa, Ibu Siti sebagai bendahara menjelaskan:

“Untuk memberikan pembeda dari sifat fisik produk Pia Ethes, saya menambah varian rasa terbaru mbak. Selain rasa original/ kacang hijau, tetapi juga ada penciptaan rasa terbaru berupa coklat dan keju”.¹³

Dalam hal ini diperjelas oleh Mbak Laela selaku karyawan Pia Ethes, beliau menjelaskan:

“Kita telah menciptakan varian rasa terbaru dengan menciptakan varian rasa yang bermacam-macam mbak. Dengan menciptakan varian rasa tersebut, Pia Ethes mempunyai ciri/ karakter yang membuat konsumen tidak bosan atas hanya adanya 1 varian rasa”.¹⁴

Dari penjelasan di atas timbul pertanyaan kepada konsumen Ibu Istikomah “varian rasa apakah yang Ibu sukai?”

“Dari adanya varian rasa yang diciptakan Pia Ethes, saya masih tetap menyukai rasa original/ kacang hijau mbak. Disini saya menyukai rasa original, karena memperhatikan dari sifat gizi yang terkandung di dalam kacang hijau itu sendiri mbak”.¹⁵

Adapun strategi diferensiasi produk yang lainnya melalui kemasan produk.

“Dari segi kemasan Pia Ethes, selain didesain dengan memperhatikan sifat fisik kemasan, tetapi saya juga menampilkan sebuah destinasi wisata “Goa Lowo” sebagai identitas jajanan produk Trenggalek

¹³ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

¹⁴ Wawancara dengan Mbak Laela (Karyawan Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Istikomah (Konsumen Pia Ethes), Tanggal 1 Oktober 2020

*mbak. Tujuan tampilan tersebut, supaya Pia Ethes lebih dikenal masyarakat dan menghadirkan konsumen yang ada di luar Trenggalek mbak”.*¹⁶

Produk Pia Ethes dikemas dengan sifat keunikan tersendiri untuk menghadirkan konsumen baru. Selain hal tersebut, Pia Ethes juga dikemas dengan memperhatikan sifat keamanan suatu produk. Seperti yang disampaikan Ibu Anjar sebagai karyawan, beliau menjelaskan:

*“Selain memperhatikan sifat fisik kemasan, disini Pia Ethes memberikan kemasan yang sebelum dikemas langsung dalam kardus, sebelumnya dikemas dengan opepe (plastik bening). Adanya kemasan tersebut, bertujuan untuk melindungi produk dari kerusakan apabila sewaktu-waktu terjadinya sesuatu yang tidak diinginkan, misalnya Pianya jatuh”.*¹⁷

Adapun strategi diferensiasi produk yang lainnya melalui kualitas produk, pernyataan ini dijelaskan Ibu Siti:

*“Pia Ethes juga memberikan produk yang berinovasi lain dengan menciptakan jajanan sehat yang berkualitas tinggi mbak. Dalam menciptakan jajanan yang sehat, perusahaan memilih bahan baku yang berkualitas dan tidak memberikan bahan pengawet. Bahan baku utama pada rasa original berupa kacang hijau diperoleh langsung dari petani sekitar, yang berarti bahan tersebut masih baru yang menjadikan bahan yang benar-benar berkelas. Di Pia Ethes, menerapkan jajanan yang tanpa pengawet dan memberikan kualitas akan ketahanan produk yang tinggi mbak”.*¹⁸

Dari deskripsi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasannya menerapkan strategi bersaing melalui strategi diferensiasi dalam pengembangan produk adalah dengan menciptakan varian rasa, kemasan produk, dan kualitas produk akan memberikan pembeda dari pesaing yang ada.

¹⁶ Wawancara dengan Ibu Siti (Bendahara Pia Ethes), Tanggal 1 Oktober 2020

¹⁷ Wawancara dengan Ibu Anjar (Karyawan Pia Ethes), Tanggal 1 Oktober 2020

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Siti (Bendahara Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

4. Temuan Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Bersaing dalam Pengembangan Produk Home Industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek

a. Faktor-faktor yang menjadi penghambat strategi bersaing dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes

1) Belum Adanya Sertifikasi Halal

Label halal dalam suatu produk merupakan salah satu cara untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen untuk mengkonsumsi produk, karena tidak ada keraguan lagi bahwa produk tersebut terindikasi dari hal-hal yang diharamkan syariat Islam. Belum adanya label halal akan membuat konsumen kurang berminat untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Seperti yang dikatakan Bapak Muntoha selaku pemilik Pia Ethes, beliau mengatakan:

*“Salah satu kekurangan dari produk Pia Ethes karena belum adanya sertifikasi halal mbak. Sebenarnya saya sudah mengajukan permohonan pendaftaran, namun karena adanya pandemi pihak atasan belum bisa untuk menindaklanjutinya. Saya sedikit cemas sih belum di tindaklanjutannya, karena ada sebagian konsumen yang menanyakan produk ini benar-benar halal atau tidaknya. Ya memang hanya sebagian konsumen saja yang menanyakan hal ini mbak, tapi saya rasa ini membuat produk kurang diminati konsumen”.*¹⁹

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Siti selaku bendahara Pia Ethes, beliau menjelaskan:

“Sebenarnya kurun waktu dua tahun Pia Ethes berdiri, kami akan mengajukan permohonan kehalalannya mbak, tapi masih

¹⁹ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

*rencana-rencana saja. Di awal tahun ini, akhirnya kami bertekad tinggi mendaftarkan dengan mengurusnya ke dinas perindustrian Kabupaten Trenggalek, tidak tahunya ada musibah covid ini yang menjadi kendala pihak atasan belum bisa menindaklanjutinya. Jadi sampai sekarang label kehalalannya belum kami peroleh, namun kami terus mengingatkan dan bersabar agar pihak yang bertugas segera menindaklanjutinya supaya konsumen lebih mempercayai akan kehalalan Pia Ethes ini mbak”.*²⁰

Dari deskripsi di atas dapat ditarik kesimpulan, bahwa belum adanya sertifikasi halal MUI dapat mengurangi minat konsumen yang dapat menghambat persaingan produk Pia Ethes.

2) Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu. Setiap individu selalu mempunyai sifat yang berbeda pada setiap orang. Sumber daya manusia juga sangat penting dalam menunjang keberhasilan bisnis. Seperti yang dikatakan Bapak Muntoha selaku pemilik Pia Ethes, beliau mengatakan:

*“Dalam kegiatan produksinya saya kekurangan sumber daya manusia yang disiplin mbak. Begini maksudnya, hanya sedikit pekerja yang mau bekerja keras sesuai waktu yang telah disepakati. Disisi lain, banyak pekerja yang tidak tekun atas pembagian kerjanya. Memang produksi Pia Ethes tidak memerlukan keahlian khusus, tetapi sifat ketelatenan seseorang yang diutamakan untuk keberhasilan bisnis ini. Pekerja sering mengalami kejenuhan karena sifat kerjanya yang agak membosankan”.*²¹

Sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam Pia Ethes lumayan banyak, tetapi kenyataannya kekurangan sumber daya

²⁰ Wawancara dengan Ibu Siti (Bendahara Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

²¹ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

manusia yang disiplin dan tekun, padahal sifat tersebut sangat diperlukan untuk lebih mengembangkan produk dalam perusahaan.

*“Dalam waktu kerjanya pun, karyawan sering tidak disiplin mbak, sebagian karyawan hanya mengesampingkan dan mengabaikan untuk masuk kerjanya, maksudnya disini karyawan sering datang telat dan tidak izin terlebih dahulu ketika berhalangan datang dalam proses produksi mbak”.*²²

Hal serupa juga disampaikan Ibu Gaum selaku karyawan, beliau menambahkan:

*“Hehehe iya mbak, saya sering telat datang kerjanya mbak, ya karena saya mempunyai anak kecil yang masih sekolah, sebelumnya terlebih dahulu saya harus menyiapkan apa keperluannya, apalagi bila anak saya rewel, sering mengalami seperti itu. Tapi saya akan terus berusaha untuk mengubah sikap tersebut”.*²³

Dari deskripsi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa, dengan sumber daya manusia yang kurang disiplin, pengembangan produk menjadi kurang maksimal.

3) Modal

Modal merupakan faktor finansial yang menjamin kelancaran dalam proses produksi. Ketersediaan modal dapat mempengaruhi dalam perkembangan suatu perusahaan. Seperti yang dikatakan Bapak Muntoha selaku pemilik Pia Ethes, beliau mengatakan:

*“Usaha Pia Ethes ini termasuk kategori usaha kecil dengan modal sendiri mbak, yang jumlahnya sangat terbatas dengan kebutuhan akan modal yang lebih dan bantuan dari pihak pemerintah terkait sangat diharapkan”.*²⁴

²² Wawancara dengan Ibu Gaum (Bendahara Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

²³ Wawancara dengan Ibu Gaum (Karyawan Pia Ethes), Tanggal 1 Oktober 2020

²⁴ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

Memunculkan pertanyaan baru. “Untuk modal awalnya didapat dari mana pak?”

*“Untuk modal awalnya ya menggunakan modal saya sendiri mbak. Sebenarnya dulu pernah ada penawaran pinjaman dari bank atau lembaga lain, namun saya merasa kesulitan untuk mendapatkannya, dengan alasan kami kesulitan atas persyaratan-prasyarat yang ditetapkan dan tingkat bungayaa saya nilai terlalu tinggi. Dengan ini saya terus berharap untuk kedepannya ada bantuan modal dari pemerintah Kabupaten Trenggalek agar usaha saya bisa bersaing di pasaran dan pengembangan usaha Pia Ethes ini lebih maksimal”.*²⁵

Dari deskripsi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan modal yang terbatas perusahaan menjadi sulit mengembangkan produknya, karena modal merupakan penentu utama dalam bisnis. Apabila modal sedikit, otomatis perkembangannya menjadi kurang maksimal, begitu sebaliknya.

b. Faktor-faktor yang menjadi pendukung strategi bersaing dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes

1) Adanya Kebijakan Pemberian Bonus

Pemberian bonus merupakan salah satu cara yang dapat menarik konsumen untuk membeli suatu produk dengan memberi tambahan sejumlah produk secara gratis. Ibu Siti selaku bendahara menjelaskan:

“Supaya produk lebih diminati konsumen, saya mengeluarkan kebijakan dengan memberikan sistem tambahan produk bonus yang diterima konsumen secara gratis mbak. Kami mengeluarkan kebijakan tersebut dengan ketentuan membeli

²⁵ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

*produk dengan jumlah 50 biji (kelipatannya) akan memberikan bonus 3 biji”.*²⁶

Adanya pemberlakuan tersebut, konsumen menjadi lebih tertarik untuk membeli Pia Ethes. Mbak Ratna salah satu konsumen Pia Ethes merasa puas akan adanya sistem yang diberlakukannya tersebut.

*“Saya menjadi lebih puas akan adanya sistem tersebut mbak, adanya pemberlakuan tersebut dapat menambah jumlah produk untuk bisa saya konsumsi”.*²⁷

Dari deskripsi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pendukung produk Pia Ethes adalah adanya kebijakan pemberian bonus setiap pembeliannya.

2) Luasnya Pemasaran

Apabila produk dipasarkan secara luas, akan memperbanyak konsumen dalam membeli suatu produk. Pemasaran dalam Pia Ethes semakin luas dan produk dikenal konsumen yang berada di berbagai daerah. Seperti yang dikatakan Bapak Muntoha selaku pemilik Pia Ethes, beliau mengatakan:

*“Berbagai usaha terus saya lakukan untuk menghadirkan pelanggan Pia Ethes. Usaha awal yang saya tempuh dengan melakukan promosi dari mulut ke mulut, mempromosikan via media online, mengikuti kegiatan pameran-pameran, dan lainnya. Melalui kegiatan tersebut, lambat laun Pia Ethes ini telah mendapatkan pelanggan yang begitu luas mbak, baik dari pasar lokal maupun nasional”.*²⁸

²⁶ Wawancara dengan Mbak Irni (Karyawan Pia Ethes), Tanggal 1 Oktober 2020

²⁷ Wawancara dengan Mbak Ratna (Konsumen Pia Ethes), Tanggal 1 Oktober 2020

²⁸ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

Dari penjelasan di atas timbul pertanyaan kepada karyawan Ibu Kusul “untuk pemasaran lokal maupun nasional itu mencakup daerah mana bu?”

*“Untuk pasar lokal yang paling dominan ya daerah sekitar sini saja mbak, seperti tetangga yang paling banyak. Namun bukan situ saja, banyak pelanggan lain yang ada di luar Trenggalek, seperti Tulungagung, Kediri, Ponorogo, Malang, Surabaya dan sekitarnya mbak. Dan untuk pasar lokal berada di Bali yang pemasarannya melalui perantara saudara bos saya yang bertempat tinggal di sana mbak”.*²⁹

Dari penjelasan di atas timbul pertanyaan lain, “Ibu sebagai karyawan apa juga ikut memasarkan produk Pia Ethes bu?”

*“Untuk lebih memperluas pasar, saya dan karyawan lain juga ikut antusias dalam memasarkan Pia Ethes ini mbak. Kami juga ikut mempromosikan melalui akun pribadi saya sendiri, yang biasanya sering saya up melalui stori di WhatsAapp dan facebook dan juga memperkenalkan melalui sanak kerabat dan orang di sekeliling saya sendiri mbak. Melalui upaya tersebut, banyak konsumen yang memesan produk Pia Ethes melalui saya, tanpa harus langsung datang ke tempat pembuatan produk”.*³⁰

Dari deskripsi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pendukung persaingan dalam pengembangan produk Pia Ethes adalah pemasaran produk dalam cakupan yang luas.

3) Adanya Produk Baru

Untuk dapat bersaing dalam bisnis, perusahaan memberikan solusi dengan menciptakan produk baru, meskipun karakteristiknya berbeda namun produk baru dapat memberikan fungsi dan manfaat

²⁹ Wawancara dengan Ibu Kusul (Karyawan Pia Ethes), Tanggal 1 Oktober 2020

³⁰ Wawancara dengan Ibu Kusul (Karyawan Pia Ethes), Tanggal 1 Oktober 2020

yang sama. Seperti yang di katakan Bapak Muntoha selaku pemilik

Pia Ethes, beliau mengatakan:

*“Untuk dapat memaksimalkan persaingan, saya menciptakan inovasi terbaru melalui penciptaan produk baru berupa kue “Bolu Pisang” mbak. Kue ini saya ciptakan untuk mengupgred minat konsumen yang lagi buming pada saat ini. Dalam produk kue ini masih sederhana, namun untuk lebih menciptakan keistimewaan produk, berbagai usaha mulai saya lakukan”.*³¹

Hal serupa juga disampaikan oleh Mbak Fara selaku karyawan, beliau mengatakan:

*“Produk kue Bolu Pisang ini masih berjalan sekitar 3-2 bulan mbak, untuk memberikan keistimewaan pada kemasannya juga butuh waktu yang tidak sedikit. Untuk kemasannya masih sederhana, karena masih dikemas dalam kardus polos pada umumnya tanpa mencantumkan nama tersendiri, disini kita masih memberikan label simbol Pia Ethes di dalam kemas kardusnya”.*³²

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Indayati selaku konsumen, beliau mengatakan:

*“Untuk kesederhanaan kemas produk tidak saya masalahkan mbak, bagi saya yang penting rasanya enak dan nikmat sudah menciptakan minat untuk memesan kue bolu pisang disini mbak”.*³³

Dari deskripsi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pendukung persaingan dalam pengembangan produk Pia Ethes adalah adanya penciptaan produk baru berupa kue “Bolu Pisang”.

³¹ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

³² Wawancara dengan Mbak Fara (Karyawan Pia Ethes), Tanggal 1 Oktober 2020

³³ Wawancara dengan Mbak Indayati (Konsumen Pia Ethes), Tanggal 1 Oktober 2020

4) Perkembangan Teknologi

Perkembangan teknologi yang pesat akan memunculkan terciptanya sarana produksi yang baru untuk dimanfaatkan perusahaan untuk membuat dan menyempurnakan produk, sehingga kualitas produk menjadi lebih baik dengan menghasilkan produk yang banyak. Seperti yang dikatakan Bapak Muntoha selaku pemilik Pia Ethes, beliau mengatakan:

*“Untuk lebih mengefisienkan waktu dan tenaga dalam berlangsungnya kegiatan pembuatan produk Pia Ethes ini, saya harus mencari suatu alat untuk lebih mempercepat, dan menjadikan lebih baik hasil akhir Pia Ethesnya mbak. Disini saya mempunyai alat yang terbilang modern dan berkelas, yaitu adanya oven otomatis mbak. Adanya oven otomatis tersebut lebih mengefisienkan waktu dan tenaga, karena pekerja tidak perlu repot-repot membuka oven, sebab di mesin tersebut kalau Pia sudah matang alarm oven akan berbunyi sebagai pengingatnya”.*³⁴

Dari penjelasan tersebut, Ibu Umi selaku karyawan lebih meperjelas, beliau menjelaskan:

*“Dengan adanya alat tersebut, saya selaku karyawan bagian oven tidak perlu bolak-balik untuk mengecek keadaan Pia sudah matang atau belumnya mbak. Nanti pada saat oven berbunyi “ting-ting-ting-ting” yang menunjukkan kematangannya, baru saya langsung menuju alat tersebut. Untuk itu, saya bisa membantu karyawan lain di bagian pembulatan, bagian kulit, atau bagian pengemasan supaya menghasilkan produk dengan jumlah yang banyak”.*³⁵

Dari deskripsi di atas dapat ditarik kesimpulan, bahwa dengan adanya perkembangan teknologi dapat mempercepat hasil

³⁴ Wawancara dengan Bapak Muntoha (Pemilik Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

³⁵ Wawancara dengan Ibu Umi (Karyawan Pia Ethes), Tanggal 16 September 2020

produksinya, karena telah menghasilkan Pia Ethes dengan jumlah yang semakin banyak.

C. Analisis Data

1. Analisis Penerapan Strategi Bersaing melalui Strategi Keunggulan Biaya dalam Pengembangan Produk Home Industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek

Berdasarkan paparan data terkait dengan strategi keunggulan biaya, Pia Ethes menerapkan melalui sisi efisiensi biaya, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya promosi. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, pemilik home industri Pia Ethes tidak banyak mengeluarkan modal untuk memutar kegiatannya. Hal ini tentunya akan berdampak pada harga produk Pia Ethes menjadi lebih terjangkau.

2. Analisis Penerapan Strategi Bersaing melalui Strategi Fokus dalam Pengembangan Produk Home Industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek

Berdasarkan paparan data terkait strategi fokus pada home industri Pia Ethes, perusahaan menerapkan fokus pada pasar tertentu. Fokus pasar tersebut didapat karena selain Pia Ethes dipasarkan di masyarakat lokal, tetapi juga bersedia melayani pada pasar geografis tertentu yang memberikan nilai *plus* pada fokus pasarnya. Fokus pasar tersebut berada di geografis tertentu yang cakupannya nasional, yaitu di Bali.

3. Analisis Penerapan Strategi Bersaing melalui Strategi Diferensiasi dalam Pengembangan Produk Home Industri Pia Ethes di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek

Berdasarkan paparan data terkait dengan penerapan strategi diferensiasi produk, mula-mula perusahaan harus berusaha menciptakan sesuatu yang baru yang berbeda dengan pesaing lainnya yang diraskan oleh home industri Pia Ethes sebagai hal yang unik. Untuk menciptakan keunikan Pia Ethes, perusahaan melakukan hal baru dengan memodifikasinya supaya pengembangan produk semakin maksimal. Keunikan produk diwujudkan melalui penciptaan varian rasa baru (coklat dan keju), kemasan produk (unik dan aman), dan kualitas produk (tidak adanya bahan pengawet dan pewarna buatan).

4. Analisis Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk Home Industri Pia Ethes Di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek

a. Faktor-faktor yang menjadi penghambat strategi bersaing dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes

1) Belum Adanya Sertifikasi Halal

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat strategi bersaing dalam pengembangan produk dapat dianalisis, bahwa di Pia Ethes belum berlabelnya sertifikasi halal MUI. Di Pia Ethes sebenarnya telah mendaftarkan produknya untuk diujikan kehalalannya, tetapi karena adanya pandemi ini menjadi

penghalang proses tindaklanjutnya. Hal ini menjadi penghambat minat konsumen untuk meyakini unsur kehalalannya suatu produk.

2) Terbatasnya Sumber Daya Manusia

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat strategi bersaing dalam pengembangan produk dapat dianalisis, bahwa di Pia Ethes sumber daya yang ada masih minim, maksudnya untuk mencapai target pasar yang ada perusahaan kesulitan dalam sumber daya manusia yang unggul. Banyak sumber daya pembantu atau bisa dikatakan pekerja masih mempunyai sifat yang homogen. Pekerja untuk ketekunan dan kedisiplinan masih rendah yang sehingga akan meminimkan hasil dari Pia Ethes itu sendiri.

3) Modal

Berdasarkan paparan data di atas terkait faktor penghambat strategi bersaing dalam pengembangan produk dapat dianalisis, bahwa di Pia Ethes kekurangan modal untuk lebih mengembangkan produknya. Banyak sedikitnya modal akan mempengaruhi dari hasil akhir dalam produk Pia Ethes itu sendiri. Di Pia Ethes tidak memiliki cakupan dana yang banyak untuk dapat memenuhi kebutuhan produksinya dalam mengembangkan bisnisnya.

b. Faktor-faktor yang menjadi pendukung strategi bersaing dalam pengembangan produk home industri Pia Ethes

1) Adanya Pemberian Bonus

Berdasarkan paparan data di atas terkait faktor pendukung strategi bersaing dalam pengembangan produk dapat dianalisis, bahwa di Pia Ethes mengeluarkan kebijakan baru dengan memberikan bonus setiap membeli produknya. Adanya kebijakan tersebut, konsumen lebih puas dan tertarik untuk membeli produk Pia Ethes.

2) Luasnya Pemasaran

Berdasarkan paparan data di atas terkait faktor pendukung strategi bersaing dalam pengembangan produk dapat dianalisis, bahwa di Pia Ethes pemasarannya luas. Dengan ini dapat menambah pesanan karena produk dikenal dan diminati oleh masyarakat luas.

3) Adanya Produk Baru

Berdasarkan paparan data di atas terkait faktor pendukung strategi bersaing dalam pengembangan produk dapat dianalisis, bahwa di Pia Ethes untuk lebih mengembangkan produknya menciptakan inovasi baru dengan membuat produk baru berupa kue “Bolu Pisang”. Produk baru ini memiliki manfaat yang sama yaitu juga untuk cemilan atau oleh-oleh untuk dikonsumsi. Dengan produk baru tersebut, selain perusahaan memproduksi kue pia

tetapi juga memproduksi kue bolu pisang yang bertujuan untuk lebih mengembangkan produknya.

4) Teknologi

Berdasarkan paparan data di atas terkait faktor pendukung strategi bersaing dalam pengembangan produk dapat dianalisis, bahwa di Pia Ethes untuk lebih mengefisienkan waktu dan tenaga, telah memiliki teknologi yang canggih berupa oven otomatis dapat menghasilkan produk dengan jumlah yang banyak.