

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### A. Sistem permodalan, proses produksi dan pengolahan tenaga kerja *home industry* kerupuk Desa Segodorejo Kecamatan Sumobito

##### 1. Permodalan

Permodalan merupakan salah satu faktor penting dalam mendirikan sebuah usaha. Modal yang dimaksud tidak hanya dalam bentuk uang melainkan juga dalam bentuk lahan, bangunan dan alat-alat perkakas dan barang produktif lainnya yang dimiliki *industry* kecil<sup>198</sup>. Permodalan yang sangat memadai dapat mendukung berkembangnya *home industry*, seperti *home industry* kerupuk di Desa Segodorejo Kecamatan Sumobito Kabupaten Jombang.

Modal merupakan hal terpenting pada *home industry* kerupuk di Desa Segodorejo untuk memenuhi kebutuhan *home industry* mereka, agar *home industry* yang mereka jalankan dapat menghasilkan produk. Modal merupakan barang atau uang yang bersama-sama faktor-faktor produksi lainnya digunakan untuk menghasilkan barang-barang baru, dalam hal ini adalah sebagai hasil produksi<sup>199</sup>.

Berdasarkan hasil penelitian modal yang digunakan oleh pemilik *home industry* kerupuk di Desa Segodorejo menggunakan modal sendiri, modal sendiri meliputi modal yang berasal dari tabungan sendiri kemudian orang tua dan pinjaman saudara. Kebanyakan orang tua mewariskan lahan yang dijadikan sebagai tempat usaha. Kedua pengusaha lebih memilih untuk meminjam ke saudara ataupun tetangganya, karena menurut para pengusaha meminjam ke tetangga sangat mudah tanpa ada banyak syarat serta cara mengembalikannya tidak ditentukan waktu dan tidak ada bunga, Seperti dalam hal sewa menyewah tanah atau lahan kosong yang dijadikan sebagai tempat menjemur kerupuk.

---

<sup>198</sup> Sriyadi, *Produksi Islam*, (Surabaya: Kencana, 2001), hal.77

<sup>199</sup> M. Hysain Sawit, *Sistem Ekonomi Islam, dalam Gunawan, Metodologi Ilmu Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*, (Yogyakarta, UII Press, 1999). Hal 31

Untuk modal awal usaha, kedua pengusaha berasal dari modal sendiri tidak memanfaatkan pinjaman ke fasilitas perbankan sebagai penyalur dana. Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik usaha itu sendiri. Modal sendiri terdiri dari tabungan, sumbangan, hibah, saudara, dan lain sebagainya<sup>200</sup>. dalam proses pengembangan salah satu pengusaha tidak memanfaatkan pinjaman ke fasilitas perbankan sebagai penyalur dana.

Dalam proses pengembangan terdapat pengusaha yang melakukan penambahan modal dengan memanfaatkan pinjaman ke fasilitas perbankan sebagai penyalur dana. Modal pinjaman adalah modal yang biasanya diperoleh dari luar pihak perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Keuntungan modal pinjaman adalah jumlahnya yang tidak terbatas, artinya tersedia dengan jumlah banyak, disamping itu, dengan menggunakan dana pinjaman biasanya akan timbul motivasi dari pihak manajemen untuk mengerjakan usaha dengan sungguh-sungguh<sup>201</sup>.

Berdasarkan hasil penelitian di atas pengusaha *home industry* di Desa Segodorejo Kecamatan Sumobito Kabupaten Jombang, dalam mendirikan *home industry* menggunakan modal sendiri, sedangkan dalam proses pengembangannya salah satu pengusaha memanfaatkan jasa perbankan. Jika ada kendala dalam hal permodalan Bapak Mariono mengatasi kendala tersebut dengan pinjam ke bank, sedangkan Ibu Sri Nuriati untuk mengatasi kendala dalam permodalan tetap memakai tabungan sendiri.

Dalam memberdayakan ekonomi masyarakat dengan hasil modal yang digunakan oleh para pengusaha tahu juga berasal dari modal pribadi dan modal dari pinjaman bank atau koperasi<sup>202</sup>. Kemudian, untuk mendirikan industri produksi genteng para pengusaha juga menggunakan modal sendiri, yang meliputi modal yang berasal dari orang tua, dan pinjaman

---

<sup>200</sup> Justin G. Longenecker. Dkk, *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil Buku 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal.31

<sup>201</sup> Suhardjono, *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan Menengah*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 2003), hal. 39

<sup>202</sup> Siti Irjayanti, *Peran Home Industry Tahu Dalam Memberdayakan Ekonomi Masyarakat Di Desa Nglongsor, Kecamatan Tugu, Kabupaten Trenggalek*, diakses pada tanggal 19 Juli 2019 Pukul 09.15

saudara<sup>203</sup>. Selanjutnya pada *Home Industry* Kerupuk Rejo dalam Manajemen Produksinya juga menggunakan modal pribadi yaitu modal dari pemilik *home industry*<sup>204</sup>.

Sehingga dari paparan diatas sebagian pengusaha home industry kerupuk di Desa Segodorejo Kecamatan Sumobito memakai modal sendiri dalam pendiriannya, dan untuk pengembangannya dalam memanfaatkan jasa keuangan seperti perbankan dalam home industry kerupuk masih sedikit.

## 2. Proses Produksi

Berdasarkan hasil penelitian di *Home industry* kerupuk Segodorejo, kedua pengusaha melakukan proses produksi setiap hari atau produksi secara terus menerus. Perusahaan dengan proses produksi terus-menerus adalah perusahaan beroperasi secara terus menerus untuk memenuhi stok pasar. Selama stok barang hasil produksi yang terdapat dipasaran masih diperlukan konsumen, perusahaan akan terus memproduksi barang tersebut<sup>205</sup>. Teknologi yang digunakan untuk produksi kerupuk sudah dengan mesin hidrolik seperti oven, langsung dan mesin cetak, sebelumnya memakai mesin tradisional atau menggunakan percetakan manual.

Ada dua jenis sistem produksi menurut proses pengambilan outputnya, yaitu:

### a. Proses produksi terus – menerus (*Continous Process*)

Proses produksi yang dilakukan secara terus-menerus dengan tidak memerlukan waktu set up yang lama.

### b. Proses produksi terputus (*intermittent Process/Discrete Sytem*)

Proses memproduksi berbagai jenis spesifikasi barang yang sesuai dengan pesanan, dengan memerlukan waktu set up yang lebih lama.<sup>206</sup>

---

<sup>203</sup> Muchlis Huda, *Analisis Faktor Internal Dalam Produksi Genteng Di Desa Notorejo Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, diakses pada tanggal 18 Juli 2019 pada pukul 04.04

<sup>204</sup> Farah Mei Utia Wati, *Manajemen Produksi Home Industry Kerupuk Rejo Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, diakses pada tanggal 19 juli 2019 pada pukul 09.30

<sup>205</sup> Suyadi Prawirosentono, *Manajemen Operasi (Operations Management) Analisis dan Studi Kasus, Edisi Keempat* (Jakrta: Bumi Aksara, 2001), hal. 8-9

<sup>206</sup> Arman Hakim Nasution, *Manajemen Industri* Ed. 1, (Yogyakarta: ANDIOFFSET, 2008), hal.230-231

Sistem produksi yang diterapkan oleh *Home Industry* Kerupuk Desa Segodorejo ialah proses produksi terus-menerus atau *Continuous Process*. Dalam berproduksi, *Home Industry* Kerupuk tidak menggunakan pesanan terlebih dahulu melainkan terus melakukan aktivitas setiap hari, sehingga ketika ada pesanan kerupuk mentah bisa langsung dikirim. Seperti pada *home industry* kerupuk rejo bahwa proses produksi yang diterapkan dalam *home industry* kerupuk rejo juga dilakukan secara terus-menerus atau *continuous Process*<sup>207</sup>.

Proses produksi *Home Industry* Kerupuk dimulai dari proses menyiapkan bahan baku, mengolah adonan, mencetak kerupuk, mengukus kerupuk hingga proses pengeringan atau penjemuran kerupuk. Produksi didefinisikan sebagai tindakan dalam membuat komoditi barang-barang maupun jasa<sup>208</sup>. Dalam perusahaan manufaktur, proses produksi dan produk yang dihasilkan harus jelas. Produksi pembuatan barang dan jasa, merupakan fungsi penting dalam setiap perusahaan. Melalui proses produksi, perusahaan mengubah menjadi produk<sup>209</sup>.

Dalam berproduksi, *Home Industry* Kerupuk tidak takut akan kekurangan pasokan bahan baku, bahan baku utama dalam pembuatan kerupuk yaitu tepung terigu dan tapioka yang berasal dari singkong. proses produksi merupakan suatu proses kegiatan yang mengubah bahan baku menjadi barang lain yang mempunyai nilai tambah lebih tinggi<sup>210</sup>.

*Home Industry* Kerupuk Desa Segodorejo ini mengambil bahan baku di Toko “*Sumber Hidup*”. Ketika bahan baku digudang tinggal sedikit kedua pengusaha tinggal menelfon untuk meminta pengiriman bahan baku. Namun yang menjadi kendala terkadang adalah harga

---

<sup>207</sup> Farah Mei Utia Wati, *Manajemen Produksi ....*, hal.83

<sup>208</sup> Rustam Efendi, *Produksi Dalam Islam* (Yogyakarta: Megistra Insania Press, 2003), hal. 11-12

<sup>209</sup> Mas’ud Machfoedz dan Muhammad Machfoedz, *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer*, (Yogyakarta:UPP AMP YKPN, 2004), hal. 113

<sup>210</sup> Suyadi Prawirosentono, *Manajemen Operasi (Operations Management) Analisis dan Studi Kasus, Edisi Keempat* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hal. 1



bahan pokok yang melambung tinggi. Hal ini dikarenakan *Home Industry* Kerupuk tidak memproses sendiri bahan baku tersebut.

### 3. Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang dimaksud di *Home Industry* Kerupuk ini termasuk pemilik yang menjadikan *Home Industry* kerupuk sebagai pekerjaan pokok dan pekerja. Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat<sup>211</sup>. Adanya bahan baku jika tidak ada tenaga kerja yang mengolah maka tidak akan menghasilkan suatu produk yang bernilai jual. Manusia sebagai faktor produksi dalam pandangan islam yaitu harus dilihat fungsi manusia secara umum dimuka bumi ini yaitu sebagai khalifah di muka bumi.

Tenaga kerja pada *Home Industry* Kerupuk yang digunakan dalam proses produksi kurang lebih 8 sampai 10 orang yang berasal dari sekitar lokasi usaha, sehingga pemilik usaha sudah mengetahui karakteristik orangnya karena pekerjaan di bidang perkerupukan termasuk pekerjaan mudah-mudah gampang. Pemanfaatan pekerja disekitar lokasi usaha yang terampil bisa serabutan dapat menjadi kekuatan bagi *Home Industry* Kerupuk di Desa Segodorejo dalam pengembangan usahanya. Tenaga kerja yang baru masuk atau baru bekerja di *Home Industry* Kerupuk yang belum bisa mengoperasikan dalam pembuatan kerupuk di beri pelatihan atau diajari terlebih dahulu.

Pada penelitian ini, usia pengusaha *Home Industry* Kerupuk di Desa Segodorejo yaitu berkisar 50 sampai 55 tahun, kemudian disusul oleh usia tenaga kerja bagian produksi dengan usia 17 sampai 34 Tahun sejumlah 3 orang, usia 35 sampai 46 Tahun sejumlah 4 orang dan usia 47 sampai 58 Tahun sejumlah 5 orang. Tenaga kerja (*man power*) pada dasarnya adalah penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu Negara yang dapat memproduksi barang dan jasa

---

<sup>211</sup> Lalu Husni, *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan Edisi Revisi, Cetakan 5*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 27

jika ada permintaan terhadap tenaga mereka, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktivitas tersebut<sup>212</sup>.

Ada dua jenis tenaga kerja pada home industry kerupuk, yaitu tenaga kerja tetap dan borongan.

- a. Tenaga kerja tetap yaitu pekerja yang memiliki perjanjian kerja dengan pengusaha untuk jangka waktu tidak tertentu.
- b. Tenaga kerja borongan adalah tenaga kerja yang bekerja pada pengusaha untuk melakukan pekerjaan tertentu yang berubah ubah dalam hal waktu dengan menerima upah didasarkan atas volume pekerjaan atau satuan hasil kerja.

Tenaga kerja pada *home industry* bagian produksi kerupuk dikerjakan sendiri dengan para pekerja serta anggota keluarga turut campur bekerja. *Home industry* kerupuk Ibu Sri Nuriati status karyawannya sebagai tenaga kerja tetap sedangkan *home industry* Bapak Mariono status karyawannya sebagai tenaga kerja borongan. Tenaga kerja di *home industry* kerupuk ini ada yang perempuan dan juga ada yang laki-laki.

Untuk jangka waktu kerja, *home industry* kerupuk Ibu Sri untuk bagian produksi di mulai Pukul 05.00 sampai Pukul 13.00, bagian jemur dan juga keprak (melepas kerupuk dari tempat jemuran atau streaming) sampai pukul 16.00 kemudian tenaga kerja bagian pemasaran untuk penggorengan kerupuknya dimulai Pukul 14.00 sampai Pukul 16.30. Sedangkan home industry Bapak Mariono untuk bagian produksi di mulai Pukul 05.30 sampai Pukul 11.30 kemudian langsung pulang, bagian jemur sampai pukul 12.30, bagian keprak mulai Pukul 06.30 sampai 16.30 dan bagian penggorengan untuk pemasaran kerupuk dimulai Pukul 14.00 sampai Pukul 17.00. jadi setiap home industry jangka waktu kerjanya berbeda-beda, masing-masing mempunyai manajemen jam kerja sendiri.

---

<sup>212</sup> S. Mulyadi, *Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Perspektif Pembangunan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm.59

Upah yang diberikan kepada tenaga kerja *home industry* kerupuk Ibu Sri Nuriati 25.000,00 sampai 70.000,00 per hari, dengan spesifikasi ada jatah makan. Untuk bagian nampani dari cetakan Rp. 25.000,00, bagian produksi Rp. 70.000,00, kemudian bagian jemur dan keprak Rp. 60.000,00, dan bagian konsumsi atau masak Rp. 70.000,00. Untuk konsumsi di *home industry* kerupuk Ibu Sri Nuriati mendapatkan makan 2 kali dalam sehari.”

Disisi lain upah *home industry* kerupuk Bapak Mariono bagian produksi, adonan dan cetak Rp. 55.000,00, bagian jemur Rp. 25.000,00, bagian keprak Rp 70.000,00 sedangkan untuk bagian konsumsi istrinya yang masak sendiri jadi tidak dapat upah.

Jadi setiap *home industry* kerupuk dalam memberi upah untuk tenaga kerja berkisar Rp. 25.000,00 sampai Rp.70.000, 00 dengan masing-masing tugas yang berbeda-beda.

Dari paparan diatas tenaga kerja pada *home industry* kerupuk berusia produktif, dan mampu bekerja dengan baik. Untuk jenis pekerjaan ada dua, sistem borongan dan tetap dan *industry* ini menggunakan kedua jenis tersebut. Sedangkan untuk mendapatkan tenaga kerja lain, para *home industry* mendapatkan tenaga kerja produktif yang terampil di sekitar rumah *home industry*.

## **B. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam meningkatkan penjualan pada home industry Kerupuk Desa Segodorejo Sumobito**

Dalam *home industry* terdapat beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat dalam meningkatkan penjualan pada *home industry* kerupuk Desa Segodorejo Sumobito Jombang, sebagaimana penjelasan berikut.

### **1. Faktor pendukung**

Beberapa faktor pendukung dalam *home hindustry* kerupuk seperti penjelasan berikut.

#### **a. Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam upaya pembangunan terutama dalam bidang ekonomi. Dibutuhkannya tenaga kerja yang aktif, cekatan dan terampil dalam melakukan

pekerjaan di bagian-bagian pembuatan dan pemasaran kerupuk. Memiliki skill yang bagus dan mau serabutan merupakan modal yang bagus untuk mengembangkan *home industry* kerupuk .

b. Adanya Mesin Cetak dan Mesin Pengukus

Selain itu adanya arus globalisasi dan kemajuan teknologi juga mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat. Hal ini tampak nyata dengan adanya mesin cetak dalam pembuatan kerupuk yang mampu menghasilkan kerupuk yang lebih banyak. Kemudian terdapat juga mesin pengukus, yang memiliki manfaat lebih yaitu dapat mengeringkan kerupuk ketika cuaca atau sinar matahari tidak mendukung.

c. Adanya Alat Transportasi

Dalam pemasaran kerupuk, sekarang tidak hanya mengandalkan untuk menjual kerupuk matang atau kerupuk yang sudah digoreng melainkan juga menjual kerupuk mentah yang bisa lebih tahan lama dalam proses pengiriman ke daerah luar kota. Dalam proses pengiriman kerupuk mentah didukung juga dengan adanya transportasi milik sendiri yang dapat menampung kerupuk dalam jumlah banyak sehingga mempermudah dalam proses pengiriman.

## 2. Faktor penghambat

Selain faktor pendukung, terdapat juga beberapa faktor penghambat dalam *home industry* kerupuk , sebagaimana penjelasan berikut.

a. Harga Bahan Baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor pendukung ataupun faktor penghambat. Apabila harga bahan baku naik, maka akan masuk ke dalam kategori faktor penghambat atau masalah yang harus dihadapi para pengusaha. Dalam mengatasi harga bahan baku naik para pengusaha mengambil jalan dengan menaikkan harga kerupuk, sedangkan jika harga bahan bakunya sudah turun harga kerupuk juga diturunkan , sesuai dengan harga yang di pasar .

Disisi lain *home industry* Bapak Mariono tidak bisa menaikkan harga kerupuk apabila harga bahan baku mengalami kenaikan, karena *home industry*nya masih baru berdiri. Jika harga kerupuk dinaikkan maka nanti para bakul atau tenaga kerja bagian pemasaran kerupuk keliling pada kabur.

Jadi *home industry* kerupuk di Desa Segodorejo dalam menanggapi naiknya harga bahan baku berbeda-beda, ada pengusaha yang menaikkan harga kerupuknya karena sesuai harga pasar dan ada juga pengusaha yang tidak berani menaikkan harga kerupuk ketika mengalami kenaikan harga bahan baku.

b. Pemadaman Listrik

Selain bahan baku naik, terdapat juga faktor penghambat lain dalam *home industry* kerupuk seperti terjadinya pemadaman listrik. Dengan terjadinya pemadaman listrik, otomatis kegiatan yang ada di *home industry* kerupuk sementara diliburkan karena pengusaha tidak mempunyai gendset. Sebelum terjadi pemadaman listrik, pihak PLN memberi informasi terlebih dahulu agar para pengusaha dapat memberitahu para tenaga kerja sehingga mereka tidak kecewa untuk terlanjur datang ke pabrik.

Jadi ketika terjadi pemadaman listrik *home industry* kerupuk tidak bisa berbuat apa-apa selain meliburkan para tenaga kerjanya, karena *home industry* kerupuk di Desa Segodorejo masih belum memiliki gendset.

c. Mesin Rusak

Kemudian, ketika mesin produksi rusak atau mengalami masalah maka para pengusaha memanggil tukang service agar segera membenahi bagian mesin yang rusak, jika rusaknya banyak otomatis banyak mengganti onderdilnya dan memerlukan waktu kurang lebih 2 hari. Untuk *home industry* kerupuk Ibu Sri Nuriati tetap melakukan kegiatan produksi karena memiliki 4 mesin produksi yang modern yang digunakan untuk mencetak kerupuk, sedangkan untuk *home industry* kerupuk Bapak Mariono ketika mesin rusak maka sementara waktu

melibatkan kegiatan produksinya karena hanya memiliki 2 mesin produksi yang modern.

### C. Strategi Pemasaran Home Industry Kerupuk Desa Segodorejo Kecamatan Sumobito

Strategi pemasaran *home industry* kerupuk Ibu Sri Nuriati adalah salah satu produk makanan yang sudah berjalan 28 tahun sampai pada tahun ini. Kemajuan pemasaran produk kerupuk dapat dilihat dari banyaknya tingkat penjualan produk yang sudah sampai ke konsumen yang berda di berbagai wilayah, yaitu Surabaya, Mojokerto, Jombang, Tapen dan Peterongan. Kemudian strategi pemasaran home industry kerupuk Bapak Mariono juga merupakan salah satu produk makanan yang sudah berjalan 3 tahun sampai pada tahun ini, pemasarannya saat ini sudah sampai di wilayah Ploso, Jombang, Mojokerto, dan Mojoagung. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa manajemen pemasaran merupakan seorang pemimpin dan tenaga pemasar sangat menekankan pentingnya peranan strategi pemasaran dalam memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada pasar sasaran<sup>213</sup>. Banyaknya konsumen tersebut membuktikan bahwa *home industry* kerupuk Desa Segodorejo mengutamakan kualitas produk yang dihasilkannya agar konsumen merasa puas terhadap produknya.

Berdasarkan dari hasil penelitian, perusahaan menggunakan strategi pemasaran yang diterapkan *home industry* kerupuk Desa Segodorejo dalam meningkatkan penjualan dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat distribusi (*place*). Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa pemasaran yaitu suatu system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada<sup>214</sup>.

Dalam bauran pemasaran terdapat 4p yang dijelaskan sebagai berikut:

---

<sup>213</sup> Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal.168

<sup>214</sup> William Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (JAKARTA: Erlangga, 2001), hal.4

## 1. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi, dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan<sup>215</sup>. Strategi produk yang digunakan *home industry* kerupuk untuk meningkatkan penjualannya salah satunya dengan memperhatikan kualitas produknya dengan cara selektif memilih bahan baku, menciptakan ciri khas rasa, memberikan inovasi ukuran dan melakukan pengemasan yang efektif dan efisien.

Strategi produk yang digunakan mencakup beberapa tingkatan antar lain mutu/kualitas produk, tampilan, jenis, merk dagang, logo, kemasan produk, ukuran, jaminan, dan pelayanan yang diberikan<sup>216</sup>. Dalam melakukan strategi produk perlu menggunakan bahan baku yang berkualitas untuk menjaga kualitas produk<sup>217</sup>. Strategi produk dalam pemasaran dilakukan dengan meningkatkan kualitas dan inovasi dengan memberikan pilihan produk<sup>218</sup>. Dalam meningkatkan penjualan perlu juga meningkatkan kualitas produk yang dimiliki agar pelanggan atau konsumen tidak berpindah ke pesaing<sup>219</sup> dengan memberikan produk dengan kualitas yang bagus kepada pelanggan<sup>220</sup>.

Penyediaan bahan baku terdapat dua alternative yaitu yang pertama, dengan cara dibeli sekaligus jumlah seluruh kebutuhan tersebut kemudian disimpan di gedung setiap kali dibutuhkan oleh

---

<sup>215</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran Edisi 1*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal.153

<sup>216</sup> Argodo Saragih et.al, *Bauran Pemasaran Kacang Asin Merek Cendrawasih pada UD Monag Denpasar Bali*, E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata Vol. 6 No 1, (Denpasar: Universitas Udayana, 2017), hal. 43

<sup>217</sup> Prisinsia Ranida, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Hanger "Ayam Jago" Tulungagung Perspektif Etika Bisnis Islam*, diakses pada tanggal 18 Juli 2019 pada Pukul 04.04

<sup>218</sup> Maulida Nikmatul, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Ditinjau dari Ekonomi Islam (Studi Kasus di Bakpia Eka Tulungagung)*, diakses pada tanggal 18 Juli 2019 pada pukul 04.04

<sup>219</sup> Qorry Prastiwi, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Pabrik Roti Alfaris Bakery Medan*, diakses pada tanggal 25 Juni 2020 Pukul 07.31 WIB

<sup>220</sup> Andre Kurniawan dan Ratih Indriyani, *Strategi Pemasaran Pada CV. Mega Lestari Plasindo Sidoarjo*, Agora Vol. 4, No.1, (Surabaya, Universitas Kristen Petra, 2016) hal. 562

proses produksi dapat diambil dari gedung. Kedua, berusaha memenuhi kebutuhan bahan dasar tersebut dengan membeli berkali-kali dalam jumlah yang kecil dalam setiap kali pembelian<sup>221</sup>. Dari hasil penelitian diatas menggunakan alternative pertama yang dibuktikan dengan cara menyetok bahan baku dalam jumlah banyak melainkan tidak menggunakan alternative cara kedua dengan menyetok bahan baku secara kecil. Tersedianya bahan dasar yang cukup merupakan faktor penting guna menjamin kelancaran proses produksi<sup>222</sup>.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi produk yang digunakan dalam home industry yaitu dengan mengutamakan kualitas produk dengan megutamakan segi bahan baku yang di peroleh dari toko yang dekat dengan tempat produksi.

## 2. Harga (*Price*)

Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga juga mempengaruhi laku tidaknya produk dan jasa perusahaan. Harga berarti adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya<sup>223</sup>.

Tujuan suatu usaha tidak terlepas untuk mencari keuntungan dan kemaslahatan, harga yang sudah ditentukan sesuai dengan kualitas dan mutu produk ini terbuktinya adanya konsumen tetap dan konsumen baru yang menyukai produk ini maka pengusaha juga mendapatkan omset dari penjualan produk sehingga produksi dapat dilakukan terus menerus. Dalam menentukan harga produk dilihat berdasarkan harga bahan baku<sup>224</sup>. Kemudian, untuk penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan dari segi bahan baku, proses pengolahan, sampai biaya pengemasan, serta mengkombinasikan harga dari para

---

<sup>221</sup> Sukanto Rekso Hadiprojo dan Indriyo Gito Sudarmo, *Manajemen Produksi Edisi 4*, (Yogyakarta:BPFE, 1998), hal.199

<sup>222</sup> Ibid, hal 199

<sup>223</sup> Basu Swatha Dh dan Iarawab, *Manajemen Pemasaran Modern*,...hal.241

<sup>224</sup> Andre Kurniawan dan Ratih Indriyani, *Strategi Pemasaran Pada CV. Mega Lestari Plasindo Sidoarjo*, Agora Vol. 4, No.1, (Surabaya, Universitas Kristen Petra, 2016) hal. 562



pesaing.<sup>225</sup>, Harga harus sesuai dengan produk yang dihasilkan dan tidak menipu konsumen dengan harga yang tidak sesuai, serta penetapan harga terbentuk dari jumlah biaya ditambah dengan persentase laba atau keuntungan (margin) yang diinginkan perusahaan<sup>226</sup>.

### 3. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran agar membelinya<sup>227</sup>. Promosi merupakan sebuah kegiatan yang sangat penting bagi sebuah perusahaan jika suatu perusahaan tidak melakukan sistem promosi maka produk tersebut tidak akan dikenal konsumen dan tidak akan mengetahui akan produk yang dimiliki perusahaan.

Promosi yang dilakukan salah satu *home industry* kerupuk Desa Segodorejo yaitu melalui pameran pada tingkat kabupaten yang terfokus pada keunggulan produk. Dengan promosi penjualan dapat mendorong pembelian konsumen dan dapat meningkatkan efektivitas para penyalur salah satunya dengan mengadakan pameran yang dilakukan sewaktu-waktu dan tidak bersifat rutin<sup>228</sup>.

Selain itu strategi promosi yang dilakukan *home industry* kerupuk Desa Segodorejo dalam meningkatkan penjualan yaitu pertama kali dalam pendiriannya dalam promosi langsung dengan mendatangi konsumen dan menawarkan produknya. Pada akhirnya konsumen cocok dengan produk yang ditawarkan. Kecocokan dengan produk ini menyebabkan pedagang atau bakul-bakul memberi tahu pedagang lain untuk membeli produk pada *home industry* kerupuk Desa Segodorejo.

---

<sup>225</sup> Siti Maskhuri, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan bisnis (Studi Kasus Industri Kecap Cap Kuda Mahkota Kediri), (Tulungagung: Skripsi Tidak diterbitkan), diakses pada tanggal 04 Oktober 2019 pada pukul 17.00

<sup>226</sup> Prisinsia Ranida, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Hanger "Ayam Jago" Tulungagung Perspektif Etika Bisnis Islam*, diakses pada tanggal 18 Juli 2019 pada Pukul 04.04

<sup>227</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal. 64

<sup>228</sup> Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran Dasar*,...hal 282

Beberapa bakul atau pedagang yang datang pada *home industry* kerupuk ini karena rekomendasi dari pedagang lain atau promosi dari mulut ke mulut. Dan saat ini *home industry* kerupuk tidak melakukan promosi menggunakan media-media perantara melainkan menggunakan cara manual yaitu langsung mempromosikan pada konsumen dengan cara berkeliling dan menitipkan produk di beberapa warung dan toko. Sesuai penelitian pada *home industry* hanger “Ayam Jago” dalam melakukan promosi tidak menggunakan media perantara melainkan mempromosikan langsung kepada konsumen<sup>229</sup>.

Dalam kegiatan promosi masih belum menggunakan media elektronik, hanya mengandalkan media cetak dan melakukan promosi dari mulut ke mulut saja sehingga kegiatan pemasaran untuk promosinya masih belum efektif dan kurang tepat.<sup>230</sup> Apabila menerapkan strategi promosi secara lisan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) kepada masyarakat jika terdapat sepi order, sepi konsumen yang memesan barang produksi, maka akan dititipkan ke toko-toko yang tersebar di provinsi Jawa Timur<sup>231</sup>. Menerapkan strategi promosi melalui mulut ke mulut, promosi door to door perlu adanya kerjasama dengan pihak agen untuk mempromosikan produknya.<sup>232</sup> Dimana hal ini sesuai dengan kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi yaitu dengan adanya periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *publicity*, dan hubungan masyarakat.<sup>233</sup>

---

<sup>229</sup> Prisinsia Ranida, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Hanger “Ayam Jago” Tulungagung Perspektif Etika Bisnis Islam*, diakses pada tanggal 18 Juli 2019 pada Pukul 04.04

<sup>230</sup> I Komang Gede Aditya Wiraguna, *Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di PT Kelapa Gading Denpasar*, Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 13 No. 3, Juni 2016

<sup>231</sup> Siti Mufatiroh, *Strategi Promosi Pada Perusahaan Konveksi CV. Tri Dewa Nusantara Tulungagung Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari Ekonomi Islam*, diakses pada tanggal 19 Juli 2019 Pukul 09.35

<sup>232</sup> Siti, *Analisis Strategi.....*, dikases pada tanggal 04 Oktober 2019 pada pukul 17.00 WIB

<sup>233</sup> Sofjan, *Manajemen Pemasaran.....*, hal 264

#### 4. Tempat Distribusi (*Place*)

Distribusi merupakan jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara dan sampai kepada konsumen. Distribusi meliputi saluran distribusi, lokasi pemasaran, dan sarana transportasi untuk menagantarkan produk ke konsumen.

Dalam strategi distribusi, salah satu *home industry* kerupuk Desa Segodorejo menyiapkan mobil khusus yang digunakan untuk mengantarkan barang pesanan yang berupa kerupuk mentah kepada konsumen. Pesanan diantar setiap 3 hari sekali untuk kerupuk mentah. Dengan menyiapkan kendaraan untuk mengantar pesanan maka dapat mempermudah proses distribusinya. Sedangkan untuk kerupuk matang setiap hari dilakukan pemasaran dengan berkeliling menggunakan kendaraan pribadi seperti sepeda motor. Dengan adanya kendaraan pribadi dapat menjamin pengiriman produk agar tetap aman dan terhindar dari barang-barang yang merusak produk dan dalam melakukan proses pengiriman jarak jauh mudah dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian di home industry Desa Segodorejo, sesuai dengan pernyataan Suliyanto, bahwa distribusi merupakan kegiatan yang dilakukan industry bertujuan memenuhi produk yang dibutuhkan sesuai keinginan konsumen yang mudah diperoleh pada waktu dan tempat yang tepat<sup>234</sup>.

Dalam meningkatkan penjualan, diperlukan mobil khusus (*pick up*) untuk mengantar barang pesanan konsumen, sehingga konsumen yang tidak dapat mengambil barang sendiri dapat menggunakan fasilitas tersebut<sup>235</sup> dimana fasilitas transportasi khusus pengiriman dapat mempengaruhi kecepatan dan keutuhan barang, keamanan dan keutuhan barang, sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat, konsumen mendapat pelayanan dengan baik dalam

---

<sup>234</sup> Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis: Pendekatan Praktis...* hal. 91

<sup>235</sup> Prisinsia Ranida, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Hanger "Ayam Jago" Tulungagung Perspektif Etika Bisnis Islam*, diakses pada tanggal 18 Juli 2019 pada Pukul 04.04

konteks promosi<sup>236</sup>. Transportasi yang dimaksud yaitu kendaraan yang dikhususkan untuk mengangkut barang saja, agar produk tetap terjaga kebersihannya dan terhindar dari kerusakan<sup>237</sup>. Keberhasilan industry dalam pemasaran ditentukan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, promosi yang efektif dan saluran distribusi yang baik dan Kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu dengan lainnya<sup>238</sup>.

---

<sup>236</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam*.....hal.101

<sup>237</sup> Fuadatul A'Yunin, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Halal Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Konsumen*, diakses pada tanggal 18 Juli 2019 pada pukul 04.04

<sup>238</sup> Sunarto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Amus Yogyakarta, 2004), hal