

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Sejarah Berdirinya Usaha Bakso dan Mie Ayam Pelangi

Gambar 4.1



Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Pelangi merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner dari berdiri sejak tahun 2014. Berdirinya usaha ini berawal dari hobi pemilik warung makan mie ayam dan bakso pelangi yaitu Ibu Sriwahyuni yang gemar makan bakso dan mie ayam sehingga beliau mencoba-coba makan bakso di warung-warung yang ada didalam kota mauoun luar kota, sehingga beliau bersinatif untuk membuka usaha warung bakso sendiri, namun pada tiga bulan pertama Ibu Sriwahyuni masih memiliki kendala dalam menemukan rasa yang sesuai, tetapi lama kelamaan beliau akhirnya menemukan rasa yang pas dan enak sehingga adonan yang beliau

buat tetap danbelia hanya mengembangkan variasi baksonya saja, berikut berikut penjelasan dari Ibu Sriwahyuni:

“awalnya saya buka usaha ini karena iseng saja, saya ini kan hobi makan bakso, dan saya suka testi-testi di warung-warung bakso. Pokoknya kalau ada warung bakso dimanapun saya selalu coba, tidak hanya di dalam kota saja, tapi di luar kota juga. Setelah itu pada tahun 2016 saya mencoba masak bakso selama satu minggu dan langsung buka warung bakso sendiri. Jadi pada tiga bulan pertama itu rasanya masih tidak karuan, tapi lama kelamaan akhirnya kita menemukan rasa yang pas sehingga adonan yang kita buat tetap dan kita hanya perlu membuat variasi bakso yang bermacam-macam”.¹

Banyaknya peminat makanan bakso di Ngawi membuat Bu Sriwahyuni perlu berkreasi dengan menu baksonya supaya pengunjung tertarik dan tidak merasa bosan. Bu Seiwahyuni tidak hanya mengembangkan variasi bentuk baksonya saja, namun beliau juga berkreasi dengan variasi rasa bakso itu sendiri agar pelanggan merasa puas sehingga mereka akan kembali lagi. Pada awalnya Bu Sriwahyuni hanya menjual variasi bakso, bakso kecil-kecil dan tahu saja, namun sekarang berkat inovasi dan kreatifitas beliau kini warung makannya sudah memiliki banyak variasi menu bakso yang dijual secara online maupun offline. Pemasaran secara online beliau lakukan melalui aplikasi instagram, facebook, dan whatsapp. Dan beliau juga menambak mene yaitu Mie Ayam.

¹ Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni (*Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam Pelangi*), pada 10 Oktober 2021

“karena banyaknya peminat makanan bakso di Tulungagung sehingga kita juga perlu berkreasi supaya orang tertarik. Awalnya orang-orang itu tertarik karena model, bentuk, atau variasinya, tetapi kalau setelah makan mereka cocok dengan rasa kemungkinan mereka akan kembali. Pada awalnya itu kita hanya menjual bakso gunung, bakso kecil-kecil sama tahu saja, tapi sekarang alhamdulillah kita sudah memiliki banyak variasi bentuk dan rasa sehingga pengunjungpun juga tidak akan bosan. Kita menjual bakso gunung ini secara online dan offline. Kalau online itu biasanya kita jual melalui instagram, facebook, dan whatsapp.”²

Karena kemarin sedang di guncang wabah virus corona dan masyarakat dihimbau untuk tidak keluar rumah, membuat Bu Sriwahyuni berfikir ulang untuk menciptakan variasi bakso baru agar masyarakat tetap dapat menikmati baksonya walau disituasi pandemi seperti saat ini. Beliau menambahkan variasi bakso frozen, yaitu bakso beku yang dijual secara online agar memudahkan pelanggan untuk mengkonsumsinya. Selain itu Bu Sriwahyuni juga menjual bakso yang memakai wadah kardus dan cup agar terkesan lebih praktis dan dapat dimakan dimana saja.

“karena kemarin corona sangat tidak terkendali, kita juga menambah variasi bakso baru yaitu bakso frozen, jadi baksonya itu dibekukan terlebih dahulu lalu kita jual secara online agar lebih mudah dan konsumenpun tidak perlu datang atau makan disini, mereka bisa makan sendiri dirumah. Selain itu kita juga menjual bakso yang memakai wadah kardus dan cup supaya terkesan lebih praktis dan bisa dimakan dimana saja.”³

2. Lokasi Penelitian

² Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni (*Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam Pelangi*), pada 10 Oktober 2021

³ *Ibid.*,

Lokasi Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Pelangi sangat strategis karena tempatnya berada didekat Puskesmas, Stasiun, juga dekat dengan sekolah SMP, SMA, SD dan TK. Lokasi ini juga strategis karena berada pada wilayah penghubung jalan antar kota. Jadi jika ada kasi ini juga strategis karena berada pada wilayah penghubung jalan antar kota. Jadi jika ada yang lewat dari Madiun, Magetan Menuju Ngawi atau sebaliknya maka bisa mengetahui jika ada tempat makan bakso dan mie ayam. Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Pelangi ini Berlokasi di Desa Jambangan, Kecamatan Paron, Kbaupaten Ngawi dari puskesmas 100meter ke Utara jika dan Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Pelangi buka setiap hari yaitu senin sampai minggu pukul 09.00 samopai 20.00 WIB.⁴

Gambar 4.2



⁴ Wawancara dengan Bapak Mutakim (*Suami Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam Pelangi*), Pada 20 September 2021

3. Visi Dan Misi Usaha

Visi :

Menjadi penjual yang terkenal dan digemari oleh masyarakat serta menjadikan usaha bakso dan mie ayam terbesar yang menghasilkan kualitas tinggi.⁵

Misi :

1. Melayani setiap kosnumen/pelanggan dengan senang hati dan memberikan pelayanan yang sangat baik.
2. Menjaga cita rasa makanan yang disukai oleh konsumen.
3. Senantiasa berinovasi dan meningkatkan kualitas dan pelayanan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan dan mitra usaha.
4. Meningkatkan kualitas kerja karyawan.
5. Menjaga kerjasama antar pengusaha yang serupa.⁶

4. Sasaran Dan Tujuan

a. Sasaran

Salah satu usaha makanan yang saat ini digemari adalah bakso dan mie ayam. Banyaknya penggemar bakso yang meliputi kalangan bawah hingga kalangan atas. Karena kuliner bakso dan mie ayam adalah usaha kuliner yang sangat digemari oleh masyarakat baik dewasa

⁵ Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni (*Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam Pelangi*), Pada 20 September 2021.

⁶ *Ibid.*,

maupun anak-anak. Bukan hanya rasanya nikmat tetapi harganya juga terjangkau bagi kalangan atas, menengah, maupun kebawah. Salah satu usaha bakso yang digemari oleh masyarakat adalah bakso dan mie ayam Ibu Sriwahyuni dan lokasi sesuai dengan sasaran dekat dari sekolahan (SMA,SMP, dan SD), Pasar, Stasiun. Dan lokasi tersebut strategis dari jalan penghubung antar kota.⁷

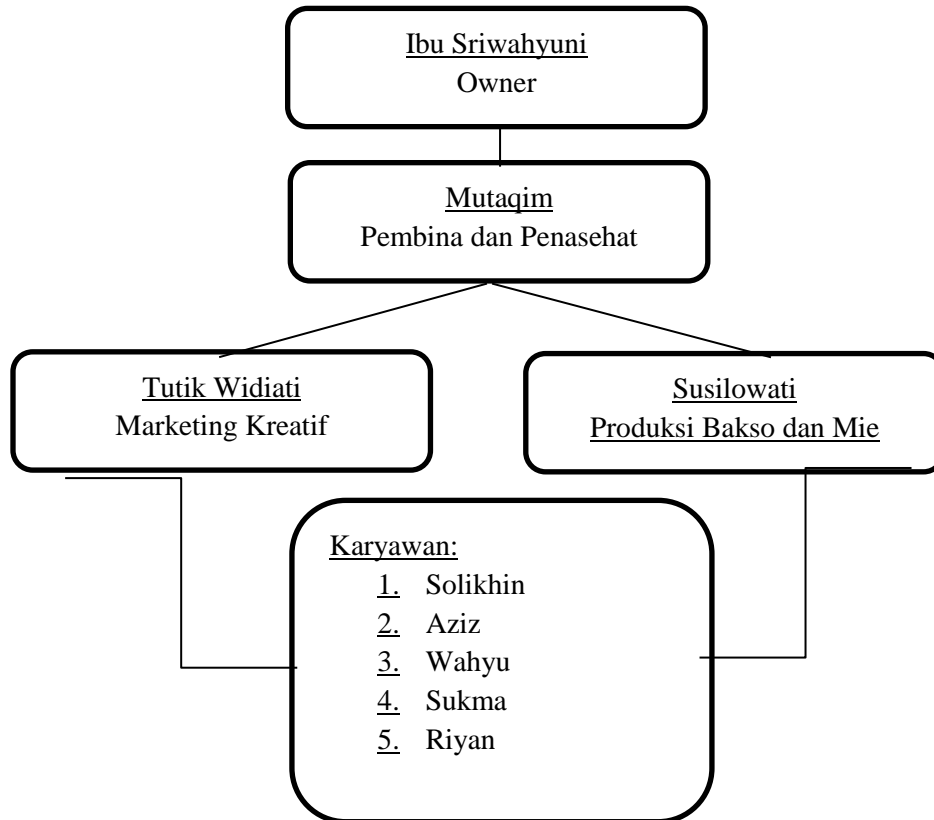
5. Strukur Organisasi

Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Pelangi Memiliki Struktur Organisasi Sebagai Berikut:

⁷Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni (*Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam Pelangi*), Pada 10 Oktober 2021,.

Tabel 4.1

Struktur Organisasi Usaha Bakso dan Mie Ayam Ibu Sriwahyuni



Sumber : Pedagang Bakso Dan Mie Ayam

Struktur Organisasi Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Pelangi yaitu terdiri dari owner atau pemilik usaha yang dimiliki Ibu Sri Wahyuni, Pembina atau penasehat yang dipimpin oleh Bapak Mutaqim, Marketing Kreati yang di pegang oleh Tutik Widiati,

kemudian Susilowati sebagai Produksi Bakso dan Mie, dan terdapat 5 Karyawan yaitu Solikhin, Aziz, Wahyu, Sukma, dan Riyan.⁸

6. Produk

Adapun menu makanan dan minuman yang dijual di Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi Antara lain Sebagai Berikut:⁹

Tabel 4.2
Daftar Menu Makanan

No.	Nama	Harga (Rp)
1.	Mie Ayam	7.000
2.	Mie Ayam Bayam	8.000
3.	Mie Ayam Wortel	8.000
4.	Mie Ayam Bakso	12.000
5.	Bakso	10.000
6.	Ayam Goreng Jawa	20.000
7.	Soto Babat	10.000

Sumber: Warung Makanan Bakso Dan Mie Ayama Pelangi

⁸ Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni (*Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam pelangi*), 10 Oktober 2021

⁹ Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni (*Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam pelangi*), 10 Oktober 2021

Gambar 4.3



Bakso



Soto Babat



Ayam Goreng Jawa



Mie Ayam

Tabel 4.3

Daftar Menu Minuman

No	Nama	Rp
1.	Teh (Dingin/Panas)	3.000
2.	Jeruk (Dingin/Panas)	3.000
3.	Es Campur	7.000
4.	Es Susu Soda	8.000
5.	Es Blewah	4.000
6.	Es Buah	5.000
7.	Jus (jambu, wortel, tomat, apel, melon, naga, semangka, manga, sirsak)	6.000
8.	Kopi	3.000
9.	Kopi Susu	5.000
10.	Kopi ABC	3.000

Sumber: Warung Makanan Bakso Dan Mie Ayam Pelangi

Gambar 4.4



B. Temuan Penelitian

Dalam temuan Penelitian disini akan memberikan beberapa gambaran mengenai data yang telah diperoleh lapangan yaitu mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan bakso dan mie ayam ditinjau dari etika bisnis islam. Dalam penelitian yang telah dilakukan di sebuah penjual bakso dan mie ayam, dijelaskan mengenai beberapa hasil jawaban dari para responden yaitu pemilik usaha bakso dan mie ayam, karyawan pedagang bakso dan mie ayam, dan konsumen.

1. Strategi Pemasaran Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

Perkembangan usaha yang semakin hari semakin berkembang dengan pesat, menjadikan para pelaku usaha harus berfikir maju dalam menghadapi segala persaingan usaha. Para pelaku usaha yang harus memiliki strategi pemasaran agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Seperti yang dilakukan oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi yang menerapkan beberapa strategi pemasaran dalam menjalankan kegiatan pemasaran prodaknya. Strategi yang digunakan adalah menyesuaikan dengan kondisi pasar tersebut.

Dalam menjalankan bisnisnya, Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi telah berhasil menerapkan segmentasi, targetting dan positioning yang baik. Seperti yang telah diutarakan oleh pemilik usaha Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi Kepada peneliti:

“kami tidak memiliki kriteria khusus mengenai siapa konsumen kami, kami menargetkan semua kalangan menjadi konsumen kami. Semua kalangan, bisa kalangan bawah maupun kalangan atas. karena harganya kita memilih semua kalangan mulai dari yang bawah, menengah, sampai atas semua dapat membeli bakso dan mie ayam pelangi ini karena harga di sini bervariasi namun tetap terjangkau untuk semua orang kita disini mengutamakan pelayanan, kenyamanan dan Mengenai kualitas produknya sendiri insyaallah juga lebih unggul dari warung-warung lainnya, karena di Ngawi sudah ada beberapa yang jual, terus terang kami biasa testi dan kami rasa bakso disini juga masih lebih layak dari yang lain. Ibarat handphone di upgrade-upgrade tipenya jadi baru. Tapi kalau makanan menu baru atau model baru, rasa baru yang sekiranya menarik pelanggan, secara dilihat itu menarik dan

dihidangkan juga enak. Untuk pembelian secara online dilakukan dengan menggunakan facebook, instagram, dan whatsapp, serta biasanya Ibu Sriwahyuni juga melakukan promosi melalui chat pribadi dengan relasi dan juga teman-temannya.”¹⁰

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh tempat makan bakso dan mie ayam pelangi terkait dengan 4P (Produk, Price, Place, Promotion) yang diutarakan oleh Ibu Sriwahyuni selaku pemilik Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi, Sebagai Berikut:

“Untuk strategi pemasarannya kita adalah dengan cara offline dan online. Promosi secara online kita menggunakan facebook, instagram, dan whatsapp sedangkan mengenai promosi secara offline kita mengikuti acara pameran atau bazar-bazar yang diselenggarakan oleh berbagai pihak seperti yang pernah beliau ikuti yaitu acara bazar yang diselenggarakan oleh BRI, UMKM. Hal tersebut dilakukan untuk memperkenalkan produk bakso dan mie ayam pelangi kepada masyarakat luas yang berpartisipasi dalam acara tersebut sehingga pelanggan dapat bertambah banyak dan omset dapat meningkat.”¹¹

Penetapan harga dalam strategi pemasaran dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Maka dari itu seorang pengusaha harus memperhatikan strategi penetapan harga sekaligus penetapan sasaran yang dituju agar konsumen tertarik dan mau membeli produknya. Pada Tempat Makan ini, strategi penetapan harga yang dipilih atau sasaran yang dituju adalah semua kalangan mulai dari bawah,

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni (*Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam pelangi*), 10 Oktober 2021

¹¹ Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni (*Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam pelangi*), 10 Oktober 2021

menengah, sampai atas. Ibu Sriwahyuni sendiri menetapkan harga yang bervariasi pada warung makannya namun tetap terjangkau untuk semua orang.

“untuk strategi penetapan harganya kita memilih semua kalangan mulai dari yang bawah, menengah, sampai atas semua dapat membeli bakso gunung ini karena harga bakso-bakso disini bervariasi namun tetap terjangkau untuk semua orang”¹²

Tanggapan serupa juga di ungkap Oleh Mas Aziz:

“harga bakso gunung ini terjangkau dan tidak akan menguras kantong sehingga siapapun dapat membelinya, selain itu harga yang ditawarkan juga sebanding dengan rasa baksonya, jadi pelanggan tidak akan rugi apabila makan bakso disini.”¹³

Hal tersebut juga diperkuat dengan argumen Mbak Fani:

“harga bakso disini tergolong masih terjangkau dan sudah sesuai dengan rasa serta porsi yang disajikan, selain itu harganya juga bervariasi jadi konsumen bisa membeli sesuai dengan kondisi keuangan masing- masing.”¹⁴

Mbak Linda sebagai konsumen juga mengungkapkan:

“harga bakso disini terjangkau untuk anak muda seperti saya, dan rata-rata harganya juga sama dengan warung-warung bakso yang lain. Karena varian bakso disini banyak, jadi harganya juga bervariasi sehingga kita bisa memilih menu bakso yang sesuai dengan selera dan keuangan kita.”¹⁵

¹² Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam*), Pada 10 Oktober 2021

¹³ Wawancara dengan Mas Azizi (*Karyawan Warung Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam Ibu Seiwahyuni*), Pada 10 Oktober 2021

¹⁴ Wawancara dengan Mbak Fani (*Konsumen Warung Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam Ibu Seiwahyuni*), Pada 10 Oktober 2021

¹⁵ Wawancara dengan Mbak Linda (*Konsumen Warung Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam Ibu Seiwahyuni*), Pada 10 Oktober 2021

Persentase keuntungan yang diambil dari usaha Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi ini mengambil sekitar 25% dari total pendapatan setelah dipotong biaya listrik, sewa tempat, dan gaji karyawan.

“dalam mengambil keuntungan kita biasanya mengambil sekitar 25% keuntungan bersih setelah dipotong biaya listrik, sewa, dan gaji karyawan.”¹⁶

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pemilik Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi selalu memperhatikan penetapan harga terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu pemilik juga memberikan diskon untuk pembelian bakso secara online serta memberikan subsidi gratis ongkir apabila pembeli memesan dengan jumlah yang banyak. Mengenai persentase keuntungan, pemilik mengambil sebesar 25% dari total pendapatan setelah dipotong biaya listrik, sewa tempat, dan gaji karyawan.

Sedangkan dalam strategi Produk merupakan komponen terpenting dalam sebuah usaha. produk ditawarkan haruslah mempunyai keunggulan tersendiri agar konsumen mudah tertarik. Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Pelangi menjual berbagai menu. Bakso, Mie Ayam, Mie Ayam Bakso, dan masih banyak lagi. Dalam hal pemasarannya Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Pelangi selain menjual bakso secara offline beliau

¹⁶ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam*), Pada 10 Oktober 2021

juga menjual bakso menggunakan media online seperti Facebook dan Whatsapp untuk menarik pelanggan sekaligus meningkatkan penjualan. Mengenai foto produk yang asik agar barang yang dilihat dengan yang dipesen tetap sama sehingga pelanggan tidak akan kecewa. Berikut penjelasan dari Ibu Sriwahyuni:

*“Disini kita menjual berbagai menu, mulai dari Bakso, Mie Ayam, Mie ayam bakso dan masih banyak lagi. Dalam hal pemasarannya, kita melakukan secara offline dan online. Kalau online kita menggunakan facebook dan whatsapp. Mengenai foto produknya kita juga selalu menggunakan foto produk asli agar barang yang dilihat dengan yang dipesan itu tetap sama jadi pelanggan tidak akan kecewa”.*¹⁷

Dalam hal kualitas produk, dikarenakan Ibu Sriwahyuni sering testi atau mencoba-coba makanan bakso dan mie ayam ditempat-tempat lain, maka beliau dapat menyimpulkan bahwa pada warung makan Bakso dan Mie Ayam ini kualitasnya juga masih lebih unggul dan lebih layak dari warung-warung bakso yang lainnya, selain itu Ibu Sriwahyuni juga terus berinovasi untuk menciptakan varian-varian menu baru, model baru, dan rasa baru pada produknya agar pelanggan tertarik dan tidak merasa bosan.

“Mengenai kualitas produknya sendiri insyaallah juga lebih unggul dari warung-warung lainnya, karena di Ngawi sudah ada beberapa yang jual, terus terang saya biasa testi dan saya rasa bakso disini juga masih lebih layak dari yang lain. Ibarat handphone di upgrade-upgrade tipenya jadi baru. Tapu kalau makanan menu nbaru atau

¹⁷ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Warung Makan Bakso dan Mie Ayam*), Pada 10 Oktober 2021

model baru, rasa baru yang sekiranya menarik pelanggan, secara dilihat itu menarik dan dihidangkan juga enak".¹⁸

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Mas Aziz:

"Kualitas bakso disini juga sudah sesuai dengan ketentuan-ketentuan dalam usaha makanan, mulai dari rasa, bahan-bahan yang digunakan, kehalalan makanan, kebersihan dan kenyamanan tempat usaha insyaallah lebih unggul dari warung-warung yang lain karena kamipun juga rutin untuk membersihkan warung makanan ini sehingga menu baksonya juga tetap terjaga".¹⁹

Tanggapan serupa juga diungkapkan Mbak Aulia

"Kualitas bakso dan mie ayam ini saya rasa juga tidak kalah jauh dengan bakso-bakso yang lain, selain tempat yang nyaman pelayanan disini juga ramah dan sopan".²⁰

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Zahrok

"Kualitas bakso disini dari awal saya beli sampai sekarang tetap sama, variannya makin banyak, rasanya tetap enak, dagingnya terasa, dan tempatnya juga nyaman".²¹

Mengapa pengemasan produk, Ibu Sriwahyuni juga tetap menjaga kebersihan kemasan agar mutu produk tetap terjaga dan pelangganpun merasa puas. Apabila pelanggan ini *Delevery order* Ibu Sriwahyuni juga

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Warung Makan Bakso dan Mie Ayam*), Pada 10 Oktober 2021

¹⁹ Wawancara dengan Mas Aziz (Karyawan Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam Ibu Sriwahyuni), Pada 10 Oktober 2021

²⁰ Wawancara dengan Mbak Aulia (Konsumen Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam Ibu Sriwahyuni), Pada 10 Oktober 2021

²¹ Wawancara dengan Mbak Zahro (Konsumen Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam Ibu Sriwahyuni), Pada 10 Oktober 2021

sudah menyediakan kemasan plastic, kardus dan cup untuk memudahkan pelanggan mengkonsumsinya.

*“Untuk pengemasan produknya sendiri juga kita perhatikan kebersihannyakalau pelanggan ingin dimakan disini kita sediakan mangkok tetapi kalau delivery bisa pakai plastic, kardus da nada juga yang pakau cup supaya memudahkan pembeli”.*²²

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pemilik Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam pelangi ini sangat mengutamakan kepuasan pelanggan. Pemilik juga tetap memperhatikan kualitas produk yang dijualnya dengan terus berinovasi menciptakan menu-menu baru agar pelanggan tidak merasa bosan dan hal tersebut dapat meningkatkan minat beli konsumen. Selain itu pemilik juga tetap menjaga kebersihan produk dan tempat usahanya sehingga konsumen merasa puas apabila membeli Mie Ayam dan Bakso Pelangi.

strategi pemilihan tempat atau lokasi dapat mempengaruhi daya tarik konsumen. Pemilihan tempat yang strategis seperti di pinggir jalan atau di dekat pusat keramaian tentu akan lebih mudah mendatangkan pembeli dan hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan usaha. Pemilihan lokasi pada Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi ini sudah strategis karena lokasinya di pinggir jalan raya sehingga mudah diakses oleh pengunjung dan hal tersebut memberikan keuntungan bagi pemilik Usaha sekaligus

²² Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Warung Makan Bakso dan Mie Ayam*), Pada 10 Oktober 2021

dapat meningkatkan minat beli konsumen. Dalam hal ini warung yang berlokasi di Deket puskesmas dan Stasiun dianggap lebih strategis dibandingkan warung-warung yang lainnya. Hal ini karena lokasi tersebut merupakan tempat pertama kali Ibu Sriwahyuni mendirikan usaha warung makan bakso dan mie ayam. Selain itu disana juga sebagai jalan utama antar kota sehingga akan lebih banyak orang yang berkunjung.

“kalau untuk pemilihan tempat yang strategis terus terang warung yang berlokasi di dekat Puskesmas dan Stasiun itu lebih strategis dibandingkan warung-warung yang lainnya. Karena disana merupakan tempat pertama kali kita membuka usaha warung makan bakso Dan mie ayam ini, selain itu disana juga sebagai jalan utama antar kota jadi akan lebih banyak orang yang mampir.”²³

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Mas Wahyu:

“pemilihan lokasi usaha sudah sangat strategis karena berada di pinggir jalan raya sehingga akan lebih mudah dicari oleh pengunjung dan hal tersebut juga dapat mendatangkan keuntungan.”²⁴

Hal serupa juga diungkapkan mbak Fina:

“lokasinya sudah strategis karena berada didekat jalan raya dan keramaian sehingga akan lebih mudah dikunjungi.”²⁵

²³ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam*), Pada 10 Oktober 2021

²⁴ Wawancara dengan Mas Wahyu (*Karyawan Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam Ibu Sriwahyuni*), Pada 10 Oktober 2021

²⁵ Wawancara dengan Mbak Fani (*Konsumen Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam Ibu Sriwahyuni*), Pada 10 Oktober 2021

Tanggapan serupa juga diungkapkan mbak Merinda:

“lokasi Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi ini sudah sangat strategis karena dekat dengan jalan raya sehingga konsumen juga akan lebih mudah mengaksesnya.”²⁶

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus oleh pelaku usaha yang bertujuan untuk menarik pembeli. Strategi promosi pada Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dilakukan secara online dan offline. Promosi secara online dilakukan dengan menggunakan facebook, dan whatsapp, serta biasanya Ibu Sriwahyuni juga melakukan promosi melalui chat pribadi dengan relasi dan juga teman-temannya.

“dalam hal pemasarannya kita juga menggunakan media online seperti facebook, instagram, whatsapp, dan biasanya saya juga jampi ke relasi sekaligus ke teman-teman.”²⁷

Sama halnya yang diungkapkan oleh Mas Sholikin:

“promosi yang dilakukan biasanya menggunakan media sosial seperti facebook , karena sekarang jamannya serba digital jadi pemasarannyapun juga secara online agar lebih mudah.”²⁸

²⁶ Wawancara dengan Mbak Merinda (*Konsumen Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam Ibu Sriwahyuni*), Pada 10 Oktober 2021

²⁷ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam*), Pada 10 Oktober 2021

²⁸ Wawancara dengan Mas Sholikin (*Karyawan Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam Ibu Seiwahyuni*), Pada 10 Oktober 2021

Tanggapan serupa juga diungkapkan oleh mbak Fina:

“awalnya saya mengetahui bakso dan mie ayam pelangi ini dari teman saya, dia lihat dari Facebook dan katanya enak jadi saya penasaran lalu saya coba membelinya.”²⁹

Agar pelanggan tidak merasa bosan, Ibu Sriwahyuni terus berusaha untuk mengembangkan varian baksonya sesuai selera konsumen karena kebanyakan orang lebih tertarik dengan hal-hal yang baru. Setelah beliau menciptakan varian bakso baru, maka biasanya akan langsung di bagikan ke sosial media dengan menggunakan hastag yang sedang tren pada saat itu. Seperti menggunakan hastag kuliner Ngawi agar masyarakat menjadi banyak yang tahu, dan dari situ Ibu Sriwahyuni dapat mengetahui respon masyarakat dengan melihat komentar dan jumlah likenya. Dari situ pula beliau dapat mengetahui respon masyarakat terhadap varian bakso barunya banyak atau sedikit. Apabila jumlah likenya banyak dan penjualan warung meningkat, maka Ibu Sriwahyuni berhasil menciptakan varian bakso baru tersebut.

“cara kita mempertahankan usaha ini dengan terus mengembangkan varian bakso baru supaya pelanggan tidak merasa jenuh. Orang Ngawi itu kan sukanya yang murah tapi enak. Selain itu mereka juga menyukai sesuatu hal yang baru, jadi setelah kita menciptakan varian bakso baru kemudian kita langsung share ke sosial media misalnya yang sedang hits di Tulungagung saat ini memakai hastag kuliner Ngawi, jadi kita share disitu dan bisa melihat komentar-komentar sekaligus jumlah likenya, dari situ kita sudah punya keyakinan bahwa respon makanan kita itu banyak. Kalau misalnya jumlah likenya

²⁹ Wawancara dengan Mbak Fina (*Konsumen di Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam Ibu Sriwahyuni*), Pada 10 Oktober 2021

banyak dan penjualan kita langsung meningkat itu berarti kita berhasil membuat varian bakso baru tersebut.”³⁰

Namun apabila respon masyarakat sedikit, dan tidak ada peningkatan pada penjualan, maka Ibu Sriwahyuni langsung menghapus varian bakso baru tersebut dari daftar menu karena dianggap gagal dan beliau harus berkreasi lagi menciptakan varian bakso baru. Seperti yang pernah beliau alami dulu saat masih awal- awal, beliau pernah menciptakan varian bakso kikil padahal bahan baku untuk membuat bakso kikil itu terkesan sulit sekali dan prosesnyapun juga susah, namun dalam penjualannya ternyata peminatnya malah sedikit sehingga bakso kikil tersebut langsung dihapus dari daftar menu.

“tetapi kalau misalkan peminatnya malah sedikit dan penjualan kita tetap, biasanya varian bakso baru tersebut langsung kita hapus. Dulu waktu masih awal-awal saya pernah menjual bakso kikil padahal cari kikil itu sulit sekali, prosesnyapun juga sulit dan akhirnya peminatnya sedikit kemudian langsung kita hapus dari daftar menu.”³¹

Mengenai promosi secara offline dilakukan oleh Ibu Sriwahyuni dengan cara mengikuti acara pameran atau bazar-bazar yang diselenggarakan oleh berbagai pihak, seperti yang pernah beliau ikuti yaitu acara bazar yang diselenggarakan oleh BRI, UMKM. Hal tersebut dilakukan untuk memperkenalkan produk bakso Dan Mie Ayamnya

³⁰ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam*), Pada 10 Oktober 2021

³¹ *Ibid.*,

kepada masyarakat luas yang berpartisipasi dalam acara tersebut sehingga pelanggan dapat bertambah banyak dan omzet warungpun dapat meningkat.

“kalau kegiatan bazar-bazar seperti itu kita juga sering mengikuti seperti kemarin ada bazar dalam rangka ulang tahun BRI dan acaranya besar-besaran kebetulan saat itu kami diundang dan kamipun ikut. Selain itu UMKM juga pernah menawari.”³²

Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi selain melakukan kegiatan pemasaran secara konvensional juga melakukan pemasaran berdasarkan etika bisnis islam. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu Sriwahyuni pemilik tempat makan, yang diatur kepada peneliti sebagai berikut:

“iya mbak pasti, kita kan bekerja untuk ibadah dan mencari ridho allah SWT. Kita juga perlu melakukannya sesuai dengan etika secara islam. Kita tidak membeda-bedakan pelanggan, hanya saja untuk pelayanan online kita memang sendirikan”³³

Kemudian Ibu Sriwahyuni Menambahkan:

“Kita tidak takut bersaing dengan tempat makan lainnya karena rejeki sudah ada yang ngatur”³⁴

Hal tersebut juga senada dengan yang dikatakan oleh Pak Mutaqim selaku penasehat dan pemilik tempat makan bakso dan mie ayam yang diutarakan oleh peneliti sebagai berikut:

³² Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam*), Pada 10 Oktober 2021

³³ *Ibid.*,

³⁴ *Ibid.*,

“iya yang jelas kita harus menerapkan etika bisnis islam di dalam kegiatan usaha kita, karena dengan seperti itu akan mendatangkan keberkahan pada usaha kita. Selain untuk usaha kita juga niatkan untuk ibadah. Untuk pelayanan mengenai sikap dan keramahan kita menyamaratakan tidak membedakan seperti dnegan cara memberikan senyuman kemudian cepattanggap kita melayani apa yang di inginkan pelanggan seperti itu”³⁵

Kemudian Pak Mutaqim menambahkan:

“Kita tidak pernah takut bersaing dengan tempat makan lainnya, jelas untuk rejeki sudah ada yang ngatur, kita yakin bahwa rejeki itu ada pemiliknya masing-masing, yang terpenting kita sudah berusaha”³⁶

Hal tersebut senada dengan yang dikatakn oleh Mas Aziz selaku karyawan Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam mengenai pelayanan yang diberikan kepada pelanggan kepada peneliti sebagai berikut:

“dalam pemberian pelayanan kepada pelanggan kami semua memperlakukannya dengan sama mbak, tidak ada dibeda-bedakan yang jelas kami selalu memberikan senyuman dan sigap melayani apa yang dibutuhkan oleh konsumen”³⁷

Mbak Zahro selaku pelanggan tempat makan bakso dan mie ayam juga mengungkapkan hal yang senada kepada peneliti sebagai berikut:

“pelayanannya disini menurut saya bagus, ramah, karyawan mencarikan barang yang saya inginkan yan mbak, jadi mereka sangat membantu sekali menurut saya”³⁸

³⁵ Wawancara dengan Bapak Mutaqim (Pemilik Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam), Pada 10 Oktober 2021

³⁶ *Ibid.*,

³⁷ Wawancara dengan Mas Aziz (Karyawan Pemilik Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam), Pada 10 Oktober 2021

³⁸ Wawancara dengan Mbak Zahri (Konsumen di Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam), Pada 10 Oktober 2021

Dalam tempat makan bakso dan mie ayam juga menerapkan kebaikan lain selain untuk mencari rizki, karena yakin dengan memberikan kebaikan pada orang lain maka akan mendatangkan keberkahan dalam setiap usahanya.

2. Kendala dan Solusi Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi Dalam Meningkatkan Penjualan

Di dalam menerapkan kegiatan pemasaran pasti ada suatu kendala yang biasa dihadapi oleh pelaku bisnis, tetapi hal tersebut tidak menjadikan bagi para pelaku bisnis untuk meyerah begitu saja. Terkait dengan kendala harga yang ada dalam penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh ,Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi berikut penuturan dari Ibu Seiwahyuni selaku pemilik Usaha:

“Kendala Dari Segi harga, dalam memperoleh bahan baku pembuatan bakso masih ada yang sulit perolehan bahan bakunya lebih sulit karena tekstur dagingnya harus kasar harus ada campurannya sehingga terkadang harga bahan bakunya naik karena sulit didapat maka dari itu harga jualnyapun juga kita naikkan.”³⁹

bahwa kendala harga pada Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi yaitu mengenai perolehan bahan bakunya yang masih mengalami kesulitan seperti bahan baku untuk membuat bakso Kasar yang perolehan bahan bakunya lebih sulit dibandingkan bakso biasa, hal tersebut membuat

³⁹ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Warung Makan Bakso dan Mie Ayam*), Pada 10 Oktober 2021

harga bahan baku bakso kasar mengalami kenaikan karena sulit didapat sehingga pemilik juga harus menaikkan harga jual agar tidak terjadi kerugian, dan hal tersebut tentu akan mempengaruhi minat beli konsumen untuk membeli bakso di Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi.

Penetapan harga juga menjadi faktor penentu bagi konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk yang ditawarkan. Apabila penetapan harga mengalami Kendala, maka hal tersebut dapat berdampak pada sebuah usaha karena dapat menurunkan omzet penjualan. Maka dari itu perlu adanya penyelesaian masalah agar masalah tidak berkepanjangan dan menyebabkan kerugian.

“kalau bahan baku bakso kasar pada saat itu mudah didapat dan harganya juga masih stabil maka kita biasanya membeli dalam jumlah yang banyak agar nanti apabila bahan bakunya sulit didapat dan harganya naik, kita masih mempunyai persediaan dan harga jualpun tetap sama. Mengenai kenaikan harga bakso tentu kita juga tidak asal menaikkan harga secara berlebihan, kita hanya menaikkan sebesar seribu atau dua ribu rupiah saja dan dalam dunia usaha apalagi usaha makanan seperti ini pasti hal tersebut juga wajar. Sebenarnya hal itu tidak menjadi masalah karena kita juga tetap konsisten dalam menciptakan rasa bakso yang enak sehingga tidak pernah ada yang kurang. Selain itu kita juga terus meningkatkan pelayanan dan kebersihan tempat agar pelanggan juga tetap merasa puas kalau makan disini.”⁴⁰

bahwa mengenai perolehan bahan baku pembuatan bakso kasar yang masih mengalami hambatan, seperti sulitnya mendapatkan bahan baku serta harga bahan baku yang naik sehingga harga jualpun juga mengalami

⁴⁰ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (Pemilik Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam), Pada 10 Oktober 2021

kenaikan. Dalam hal ini apabila bahan baku bakso kasar masih mudah didapat dan harganya juga masih stabil, maka pemilik biasanya membeli dalam jumlah yang banyak supaya nanti apabila bahan bakunya sulit didapat dan harganya naik, pemilik masih mempunyai persediaan sehingga harga jual bakso kasar masih tetap sama.

Mengenai kenaikan harga jual bakso, hal ini dirasa masih wajar apalagi untuk bisnis kuliner seperti tempat makan bakso dan mie ayam pelangi ini, dan pemilik hanya menaikkan sebesar seribu atau dua ribu rupiah saja untuk harga bakso yang dirasa perlu untuk dinaikkan karena beberapa faktor seperti kenaikan biaya bahan baku dan biaya operasional. Sebenarnya hal tersebut tidak menjadi masalah karena pemilik juga tetap konsisten dalam menciptakan rasa bakso yang enak dan terus meningkatkan pelayanan serta kebersihan tempat sehingga pelanggan juga tetap merasa puas untuk membeli bakso di Tempat Makan Bakso dan Mie ayam pelangi .

Untuk Kendala dari segi produk Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi Saat ini tidak ada, untuk kendala dialami ketika masih buka awal usaha bakso dan mie ayam pepangi dalam meningkatkan penjualan konsumen seperti yang diungkapkan oleh Ibu Seiwahyuni:

“dulu saat awal-awal saya mendirikan usaha Tempat Makan bakso Dan Mie Ayam Pelangi ini, varian produk yang kita jual masih sedikit dan belum sebanyak sekarang. Saat itu kita hanya menjual varian bakso gunung, bakso kecil-kecil dan tahu saja. Selain itu kita juga

*masih kesulitan dalam menemukan rasa yang pas sehingga peminatnya pun masih sedikit sekali.*⁴¹

bahwa Kenadala yang dialami Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dari segi produk adalah pada saat awal-awal berdiri, varian produk yang dijual masih belum beragam sehingga konsumen cenderung bosan dengan produk yang ditawarkan. Selain itu pemilik juga masih belum menemukan rasa bakso yang pas dan enak sehingga hal tersebut menyebabkan minat beli konsumen terhadap bakso dan mie ayam pelangi masih sangat rendah.

ketika suatu produk mengalami hambatan atau masalah maka perlu dilakukan penyelesaian agar permasalahan tersebut dapat segera diatasi dan usaha dapat berjalan dengan lancar sekaligus mendatangkan keuntungan. Seperti solusi permasalahan pada tempat Makan Bakso dan mie ayam Pelangi yang diungkapkan oleh Ibu Sriwahyuni:

*“kita terus melakukan inovasi dengan menciptakan varian-varian bakso baru agar pelanggan tidak merasa bosan dan mereka tertarik untuk datang. Mengenai rasa kita juga melakukan eksperimen untuk menemukan rasa bakso yang pas dan enak. Setelah menemukan rasa bakso yang enak kita akan mempertahankan bahan dan rasa bakso tersebut agar konsumen merasa puas. Apabila lidahnya sudah cocok dengan rasa bakso kita pasti mereka akan kembali.”*⁴²

⁴¹ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam*), Pada 10 Oktober 2021

⁴² *Ibid.*,

bahwa dalam menghadapi kendala berupa produk yang belum bervariasi, pemilik melakukan inovasi dengan terus menciptakan varian-varian bakso baru agar konsumen tidak merasa bosan dan mereka tertarik untuk datang. Sedangkan untuk permasalahan rasa bakso yang belum pas dan enak dalam hal ini pemilik terus melakukan eksperimen untuk menemukan rasa bakso yang sesuai. Setelah menemukan rasa bakso yang sesuai, pemilik akan tetap mempertahankan bahan dan rasa bakso tersebut agar pelanggan merasa puas sehingga mereka akan datang kembali.

untuk Promosi yang unik dan menarik tentu akan banyak disukai oleh masyarakat sehingga produk yang ditawarkanpun akan mengalami peningkatan penjualan. Namun dalam melakukan promosi, pasti suatu usaha pernah menemukan hambatan yang tentunya akan berimbas pada menurunnya minat beli konsumen sekaligus penjualan produk.

“pada tiga bulan pertama kita masih kesulitan dalam melakukan promosi karena untuk membangun kepercayaan dan menumbuhkan citra baik kepada konsumen saat itu masih susah sekali. Kebanyakan konsumen masih ragu-ragu untuk membeli dan mereka cenderung lebih memilih usaha yang sudah mereka kenal. Selain itu totalitas saya dalam mengelola sekaligus memasarkan bakso pelangi ini juga masih kurang karena saya juga harus bekerja di tempat lain sehingga peran saya dalam membangun usaha ini menjadi kurang maksimal. Andaikan promosi yang saya lakukan lebih gencar mungkin sekarang bisnis saya bisa lebih dari sekarang.”⁴³

⁴³ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (Pemilik Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam), Pada 10 Oktober 2021

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa pada awal- awal berdirinya usaha Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi ini, pemilik masih mengalami kesulitan dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat karena kebanyakan masyarakat masih ragu-ragu untuk membeli dan mereka cenderung lebih memilih membeli produk pada usaha yang sudah mereka kenal. Selain kendala tersebut, pemilik juga belum maksimal dalam melakukan pemasaran dan mengelola usaha bakso gunung karena pemilik harus bekerja ditempat lain sehingga waktunyapun menjadi terbagi dan usahanya masih belum bisa maju dari sekarang. Hal tersebut tentu mempengaruhi minat beli konsumen terhadap Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dan mempengaruhi omzet penjualan.

Dalam sebuah usaha, promosi wajib dilakukan agar orang-orang banyak yang tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan, sehingga hal tersebut dapat membawa keuntungan pada usaha yang dijalankan. Namun ketika promosi yang dilakukan mengalami hambatan, maka produk yang ditawarkan menjadi kurang diminati sehingga dapat menyebabkan omzet penjualan mengalami penurunan.

“saat itu kita terlebih dahulu melakukan promosi ke orang-orang terdekat, keluarga, relasi, dan teman-teman melalui chat pribadi maupun mulut ke mulut. Dari situ setelah makan bakso kita dan mereka suka karena rasa, pasti mereka akan kembali dan secara tidak langsung juga ikut mempromosikan kepada teman-teman mereka. Selain itu kita juga melakukan promosi secara online di facebook, instagram dan sering menyertakan hastag disetiap postingan agar masyarakat jadi banyak yang tahu. Mengenai totalitas saya dalam mengelola sekaligus memasarkan bisnis bakso pelangi ini karena

saya juga harus membagi waktu saya untuk bekerja di tempat lain jadi saya membutuhkan orang menjadi di Warung Makan Bakso pelangi ini yaitu kakak dan teman saya sendiri. Jadi kalau saya sedang sibuk mereka yang akan mengurus usaha ini dan pekerjaan saya bisa lebih ringan.”⁴⁴

Berdasarkan hal tersebut, disimpulkan bahwa dalam menghadapi hambatan promosi yang masih mengalami kesulitan pada awal-awal berdirinya usaha, pemilik terlebih dahulu melakukan promosi kepada orang-orang terdekat, keluarga, relasi, dan juga teman-temannya melalui chat pribadi maupun informasi dari mulut ke mulut. Selain itu dalam melakukan promosi secara online, pemilik juga sering menyertakan hastag di setiap postingan agar masyarakat banyak yang tahu usaha warung makan bakso gunung ini. Mengenai hambatan kurangnya peran pemilik dalam memasarkan dan mengelola usaha, dalam hal ini pemilik mengangkat dua orang untuk menjadi manager di warung makan bakso gunung yaitu kakak dan teman beliau sendiri. Jadi hal tersebut dapat membantu meringankan pekerjaan Ibu Sriwahyuni selaku pemilik usaha Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dan usahanyapun dapat berjalan dengan lancar serta mendatangkan keuntungan.

⁴⁴ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Rumah Makan Bakso dan Mie Ayam*), Pada 10 Oktober 2021

3. Dampak dari Penerapan Strategi pemasaran oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Dalam penerapan strategi pemasaran pasti memiliki dampak dalam kegiatan penjualan terutama dalam hal peningkatan penjualan. Terkait dengan dampak dari penerapan strategi pemasaran oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dalam meningkatkan penjualan dijelaskan oleh Ibu Sriwahyuni pemilik Usaha kepada peneliti sebagai berikut:

“Tentu saja berdampak besar mbak kalau pakai strategi pemasaran, dulu kan belum menggunakan media sosial itu jualannya ya masih orang-orang sekitar saja pelanggannya. Apalagi dulu jualannya masih keliling dan dipasar. Tapi semenjak sudah menggunakan media sosial itu penjualannya alhamdulillah bisa meningkat terus mbak. Dan sekarang sudah menggunakan strategi pemasaran itu ya dari kita sangat bisa merasakan sekali dampaknya. Dulu kan saya sama suami kalau jualan ya jualan aja gitu, yang penting laku barangnya. Tapi setelah kita mulai membuka usaha ini yang online ini kita ya sedikit-sedikit belajar gitu memperbaiki dalam strateginya jadi penjualannya ya naik. Kita dalam satu hari bisa laku 300-500 produk, tapi kalau pas menjelang hari raya gini ya otomatis naik penjualannya bisa sampai 500 an mbak bahkan lebih kan banyak yang butuh juga barangnya”⁴⁵

Pernyataan tersebut juga senada dengan yang diungkapkan oleh pak Mutaqim selaku pemilik toko kepada peneliti sebagai berikut:

“Dampak dari adanya strategi pemasaran yang telah kita gunakan dalam kegiatan penjualan kita ya sangat besar mbak bagi bisnis yang saya jalankan. Apalagi dulu itu sebelum mengenal strategi pemasaran kan kita ya hanya berjualan saja gitu di pasar secara offline belum online. Jadi siapa saja yang mau beli harus datang ke lapak kita di

⁴⁵ Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni (Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam pelangi), 10 Oktober 2021

pasar. Tempatnya kecil dan promosinya itu hanya dari mulut ke mulut jadi belum luas seperti sekarang kan sudah online ya kan jadinya enak. Tapi kita selalu berusaha dan tidak berputus asa, kita selalu memperbaiki diri dan selalu berinovasi agar konsumen tidak bosan. Dan sekarang setelah kita berjualan secara online juga penjualan kita jadi naik. Untuk penjualan setelah menggunakan strategi pemasaran jelas naik ya jumlahnya. Bahkan satu hari itu bisa laku 500 porsi.”⁴⁶

Hal tersebut juga senada dengan apa yang diungkapkan oleh Mas Aziz selaku karyawan toko kepada peneliti sebagai berikut:

“Pastinya sangat berpengaruh mbak strategi pemasaran itu, kan kalau pakai strategi pemasaran semuanya jadi terorganisir ya mbak kegiatan penjualannya, jadi dampaknya itu bisa sangat dirasakan. Penjualan yang dihasilkan pun setahu saya juga mengalami kenaikan terus mbak. Kira-kira ya ada kalau 500 an pcs produk yang terjual dalam 1 hari.”⁴⁷

Mengenai dampak yang dirasakan Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi yaitu dari segi promosi, produk, harga, lokasi, SDM, proses, dan bukti fisik sangat berpengaruh semua. Hal tersebut diutarakan Ibu Sriwahyuni kepada peneliti sebagai berikut:

“Semuanya berpengaruh mbak, dan semuanya berdampak baik bagi kegiatan bisnis saya, karena dengan adanya promosi juga kan produk kita jadi banyak dikenal orang apalagi kalau sekarang kan promosinya lebih enak pakai media sosial. Untuk harga ya kalau kita ngambilnya tidak berlebih kan ya bisa ringan di pelanggan. Kalau lokasi sangat strategis jadi banyak pelanggan yang tau lokasinya. Kalau untuk SDM ya kita punya karyawan yang selalu melayani dengan baik jadi ya pelanggannya jadi nyaman gitu ada yang melayani. Dari segi bukti fisik ya tempat makan bakso dan mie ayam

⁴⁶ Wawancara dengan Bapak Mutaqim (Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam pelangi), 10 November 2021

⁴⁷ Wawancara dengan Mas Aziz (Karyawan Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam pelangi), 10 November 2021

pelangi kita sekarang sudah luas dan ada parkir yang luas, sehingga juga memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Kita disini juga selalu melakukan evaluasi sehingga bisa mengetahui bagaimana perkembangan bisnis kita seperti itu. Kalau ditanya berdampak bagi peningkatan penjualan atau tidak ya jelas berdampak. Dengan itu semua penjualan kita alhamdulillah terus mengalami kenaikan.”⁴⁸

Hal tersebut juga senada dengan apa yang diungkapkan oleh pak

Mutaqim selaku pemilik toko kepada peneliti sebagai berikut:

“Semua sangat berpengaruh mbak produk yang bervariasi dan berkualitas membuat konsumen senang, harga yang terjangkau, rasa tidak kalah dari yang lain, tempat strategis dan untuk pelayanan sangat ramah membuat nyaman dan tidak mengecewakan, tempat yang strategis mempermudah konsumen datang ke toko kita, promosi yang menarik membuat konsumen lebih tertarik dengan produk yang kita tawarkan, lingkungan fisik yang nyaman membuat konsumen merasa nyaman, karyawan yang berkompeten membuat bisnis berjalan lancar, serta pelayanan yang baik dan memuaskan. Dengan begitu konsumen akan merasa lebih dihargai, secara tidak langsung bisnis kita kan lebih dikenal konsumen sehingga penjualan kita meningkat.”⁴⁹

Hal tersebut juga senada dengan apa yang diungkapkan oleh Mas

Wahyu selaku karyawan toko kepada peneliti sebagai berikut:

“Saya rasa pastinya semua berpengaruh ya mbak, kan pasti itu saling terkait satu sama lain, tapi yang jelas sih kalau menurut saya dari segi promosi dan pelayanan yang diberikan itu bisa membuat pelanggan menjadi suka, sama menu di sini juga karena kalau menu bervariasi kan pelanggan juga bisa milih-milih, jadi kan kalau pelanggan banyak yang beli otomatis penjualan juga naik.”

⁴⁸ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam pelangi*), 10 Oktober 2021

⁴⁹ Wawancara dengan Bapak Mutaqim (*Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam pelangi*), 10 Oktober 2021

Mengenai dampak dari penerapan strategi pemasaran berdasarkan etika bisnis Islam juga dirasakan oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dalam peningkatan penjualan. Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Sriwahyuni selaku pemilik usaha kepada peneliti sebagai berikut:

“Berdampak mbak kalau itu, kan kalau kita melakukannya berdasarkan etika secara Islam berarti kita mematuhi apa yang ada dalam Islam, berarti kalau demikian kan konsumen menjadi yakin kita itu bisnis nya jujur nggak neko-neko.”⁵⁰

Hal tersebut juga senada dengan apa yang diungkapkan oleh pak Mutaqim selaku pemilik toko kepada peneliti sebagai berikut:

“Ya kalau itu saya rasa berdampak ya, kan otomatis kalau kita itu melakukan kegiatan bisnis berdasarkan Islam kita kan ya patuh juga sama perintah Allah, kita tidak melakukan bisnis yang merugikan orang lain, jadi itu bisa membuat konsumen kita percaya terhadap bisnis yang kita lakukan. Jadi bisa berdampak terhadap peningkatan penjualan.”⁵¹

Hal tersebut juga senada dengan yang diungkapkan oleh Mas Wahyu selaku karyawan toko kepada peneliti sebagai berikut:

“Mestinya berdampak mbak, kan kalau melakukan bisnis berdasarkan etika bisnis Islam berarti dalam melakukan bisnis tidak akan melakukan kecurangan atau hal-hal yang mengandung kemudhorotan, tidak akan menipu orang lain. Jadi saya rasa berdampak mbak, nanti kan konsumen menjadi percaya kalau kita bisnisnya benar-benar jujur.”⁵²

⁵⁰ Wawancara dengan Ibu Sriwahyuni (*Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam pelangi*), 10 Oktober 2021

⁵¹ Wawancara dengan Pak Mutaqim (*Pemilik Usaha Bakso dan Mie Ayam pelangi*), 10 Oktober 2021

⁵² Wawancara dengan Mas Wahyu (*Karyawan Tempat Makan Usaha Bakso dan Mie Ayam pelangi*), 10 Oktober 2021

C. Hasil Analisis Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti terhadap para responden, telah diperoleh beberapa temuan-temuan yang akan dianalisis oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Bagi setiap para pelaku usaha harus mempunyai sebuah rancangan maupun perencanaan mengenai strategi pemasaran yang baik dilakukannya untuk menarik pembeli maupun konsumen agar mau membeli produk yang telah disediakan oleh perusahaan tersebut. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting yang harus dilakukan, karena dengan strategi pemasaran sebuah perusahaan mampu melaksanakan tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut, mampu berkembang dalam usahanya dan mampu bersaing dengan perusahaan lain sehingga bisa mempertahankan usaha yang telah didirikannya tersebut. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi untuk meningkatkan Penjualan produk adalah sebagai berikut:

a. Segmentasi

Segmentasi dari Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi merupakan makanan yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan umur. baik di kalangan anak-anak maupun dikalangan dewasa. Karena Tempat

Makan bakso dan mie ayam pelangi untuk harga tersebut sangat tidak menguras kantung, jadi semua kalangan bisa menyajikan makanan yang ada tempat makan bakso dan mie ayam pelangi

b. Targeting

Targeting dari Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi yaitu menargetkan kepada pembeli dari semua kalangan, baik kalangan bawah maupun kalangan atas. Tidak ada pembedaan secara khusus, karena Harga Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi juga tidak menguras kantung , jadi semua kalangan bisa menyajikan mulai dari kalangan anak-anak maupun dewasa.

c. Positioning

Untuk penetapan posisi pasar ini, Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi selalu mengutamakan pelayanan dan kenyamanan yang diberikan kepada para pelanggan. Mengenai produk yang dijual Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi yang up to date dan Pemilik selalu berinovasi agar konsumen tidak bosan dengan prodak tersebut. Pelayanan yang diberikan yaitu jika ada pembeli yang datang ke tempat makan selalu melayani dengan baik dan ramah. Kemudian untuk pembelian online tempat rumah makan bakso dan mie ayam pelangu selalu melayani secara fast respon meskipun chat. Untuk pengiriman terkadang yang mengirim pemilik usaha jika beliau tidak bisa dikirim oleh karyawan.

d. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran yaitu mencakup 4P (product, price, place, promotion) sebagai berikut:

1) Produk(Product)

Produk merupakan komponen terpenting dalam sebuah usaha. Produk ditawarkan haruslah mempunyai keunggulan tersendiri agar konsumen mudah tertarik. Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Pelangi menjual berbagai menu. Bakso, Mie Ayam, Mie Ayam Bakso, dan masih banyak lagi. Dalam hal pemasarannya Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Pelangi selain menjual bakso secara offline beliau juga menjual bakso menggunakan media online seperti Facebook dan Whatsapp untuk menarik pelanggan sekaligus meningkatkan penjualan. Mengenai foto produk yang asli agar barang yang dilihat dengan yang dipesen tetap sama sehingga pelanggan tidak akan kecewa.

Warung Makan Mie Ayam dan Bakso Pelangi ini juga memiliki keunggulan pada rasanya yang enak dan tidak kalah dengan warung-warung bakso lain. Mengenai proses pengelolannya Ibu Sriwahyuni juga sangat memperhatikan kebersihan tempat dan selalu menggunakan sarung tangan agar produk tetap higienis. Beliau yang berlokasi di Rumah sendiri tepatnya di Desa Jambangan, Kecamatan Paron, Kabupaten Ngawi.

Dalam hal kualitas produk, dikarenakan Ibu Sriwahyuni sering testi atau mencoba-coba makanan bakso dan mie ayam ditempat-tempat lain, maka beliau dapat menyimpulkan bahwa pada warung makan Bakso dan Mie Ayam ini kualitasnya juga masih lebih unggul dan lebih layak dari warung-warung bakso yang lainnya, selain itu Ibu Sriwahyuni juga terus berinovasi untuk menciptakan varian-varian menu baru, model baru, dan rasa baru pada prodaknya agar pelanggan tertarik dan tidak merasa bosan.

2) *Price* (Harga)

Penetapan harga dalam strategi pemasaran dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Maka dari itu seorang pengusaha harus memperhatikan strategi penetapan harga sekaligus penetapan sasaran yang dituju agar konsumen tertarik dan mau membeli produknya. Pada Warung Makan ini, strategi penetapan harga yang dipilih atau sasaran yang dituju adalah semua kalangan mulai dari bawah, menengah, sampai atas. Ibu Sriwahyuni sendiri menetapkan harga yang bervariasi pada warung makannya namun tetap terjangkau untuk semua orang.

3) *Place* (Tempat)

Dalam mendirikan usaha, strategi pemilihan tempat atau lokasi dapat mempengaruhi daya tarik konsumen. Pemilihan tempat yang strategis seperti di pinggir jalan atau di dekat pusat keramaian

tentu akan lebih mudah mendatangkan pembeli dan hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan usaha. Pemilihan lokasi pada Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi ini sudah strategis karena lokasinya di pinggir jalan raya sehingga mudah diakses oleh pengunjung dan hal tersebut memberikan keuntungan bagi pemilik Usaha sekaligus dapat meningkatkan minat beli konsumen. Dalam hal ini warung yang berlokasi di Deket puskesmas dan Stasiun dianggap lebih strategis dibandingkan warung-warung yang lainnya. Hal ini karena lokasi tersebut merupakan tempat pertama kali Ibu Sriwahyuni mendirikan usaha warung makan bakso dan mie ayam. Selain itu disana juga sebagai jalan utama antar kota sehingga akan lebih banyak orang yang berkunjung.

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus oleh pelaku usaha yang bertujuan untuk menarik pembeli. Strategi promosi pada Warung Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dilakukan secara online dan offline. Promosi secara online dilakukan dengan menggunakan facebook, instagram, dan whatsapp, serta biasanya Ibu Sriwahyuni juga melakukan promosi melalui chat pribadi dengan relasi dan juga teman-temannya.

Mengenai promosi secara offline dilakukan oleh Ibu Sriwahyuni dengan cara mengikuti acara pameran atau bazar-bazar yang diselenggarakan oleh berbagai pihak, seperti yang pernah beliau ikuti yaitu acara bazar yang diselenggarakan oleh BRI, UMKM. Hal tersebut dilakukan untuk memperkenalkan produk bakso Dan Mie Ayamnya kepada masyarakat luas yang berpartisipasi dalam acara tersebut sehingga pelanggan dapat bertambah banyak dan omzet warungpun dapat meningkat.

Selain menerapkan strategi pemasaran konvensional, tempat makan bakso dan mie ayam pelangi juga menerapkan strategi pemasaran berdasarkan etika bisnis Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan bahwa tempat makan bakso dan mie ayam pelangi tidak hanya terfokus untuk mencari keuntungan saja tetapi juga niat ibadah dan mencari ridho Allah SWT. tempat makan bakso dan mie ayam pelangi juga menerapkan strategi pemasaran yang berdasar kepada lima konsep kunci yang membentuk sistem etika Islam, yaitu sebagai berikut :

a) Keesaan (Unity/ Persatuan)

Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi dalam menjalankan kegiatan usaha tidak hanya mementingkan kepentingan dunia saja tetapi juga mementingkan kepentingan akhirat yaitu dalam berdagang tidak

hanya berfokus mencari keuntungan saja tetapi juga berniat untuk ibadah dan mencari ridho Allah SWT.

b) Keseimbangan (Equilibrium)

Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi selalu berlaku adil kepada semua pelanggannya. Tidak ada yang dibeda-bedakan, semua dilayani dengan sama. Memberikan senyuman dan keramahan kepada pelanggan dan melayani dengan sepenuh hati apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

c) Kehendak Bebas (Free Will)

Pemilik Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi dalam melakukan kegiatan pemasaran selalu memberi harga yang wajar sesuai dengan harga pasar, pemilik tersebut juga tidak mengambil keuntungan berlebih. Jadi dalam kegiatan pemasaran selalu memperhatikan tindakan yang dilakukannya, tidak melakukan kegiatan pemasaran yang semena-mena sesuai dengan keinginan pribadi. Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi tersebut juga tidak takut bersaing dengan Tempat makan lain, Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi melakukan kegiatan bersaing dengan Tempat lain secara sportif yaitu dengan cara selalu berusaha dalam kegiatan berbisnis.

d) Tanggungjawab (Responsibility)

Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi selalu bertanggungjawab terhadap para pelanggannya. Jika ada Keteledoran karyawan bersedia untuk menggantinya. Jika ada pembelian secara online maka Tempat

makan bakso dan mie ayam pelangi selalu mengirim barang sesuai dengan pesanan pelanggan.

e) Kebajikan (Benelovence)

Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi juga sangat mulia yaitu setiap hari jum'at selalu memberikan diskon buat para pembeli. Hal tersebut karena pemilik Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi yakin bahwa di dalam rezeki yang didapatnya tersebut terdapat rezeki milik orang lain, dan juga nanti pasti akan diganti oleh Allah SWT dengan rezeki yang lebih besar. Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi juga menerapkan strategi pemasaran sesuai dengan etika bisnis ala Rasulullah, yaitu sebagai berikut:

1) Shidiq (Benar dan Jujur)

Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi dalam melakukan kegiatan pemasaran selalu menunjukkan sesuai dengan keadaan aslinya. Hal tersebut diperkuat dengan pada saat melakukan kegiatan promosi selalu mengambil foto sendiri secara real pict dan real video. Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi tersebut selalu menjelaskan secara gamblang.

2) Amanah (Terpercaya, Kredibel)

Tempat makan bakso dan mie ayam pelangi selalu amanah dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Jika ada keteledoran karyawan maka akan menggantinya dengan barang yang baru. Dalam

pengambilan keuntungan juga tidak berlebih, tetapi mengambil keuntungan secara wajar.

3) Tabligh (Komunikatif/Menyampaikan)

Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi selalu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk sesuai dengan kenyataan yang ada, tanpa ada unsur kebohongan atau melebihi produk

2. Kendala dan solusi dalam penerapan strategi pemasaran pada Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dalam Meningkatkan Penjualan

Setiap perusahaan maupun pelaku usaha selalu memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda dalam kegiatan usahanya. Di dalam penerapan strategi pemasaran tersebut pasti memiliki kendala yang tidak diduga dan tidak disangka. Entah itu kendala dari segi produk, harga, lokasi/saluran distribusi, maupun dari segi lainnya. Hal tersebut juga dialami oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi.

Kendala yang dihadapi oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dalam penerapan strategi pemasaran adalah sebagai berikut:

1) Produk (Product)

Kendala dalam segi rasa yang dialami oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi yaitu terkadang ada produk yang hanya

laku Mie Ayam. Kemudian kendala selanjutnya yaitu mengenai rasa produk yang tidak cocok sehingga mengecewakan konsumen. Kendala yang terakhir yaitu ada yang menirukan produk dari Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi.

2) Harga (Price)

Kendala dalam segi harga yang dialami oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi yaitu produk mengalami kenaikan harga pada saat menjelang hari raya yang disebabkan karena bahan-bahan limit. Kemudian juga terdapat kendala yaitu harga jual produk naik yang disebabkan karena harga bahan daging dan bahan dapur juga naik, hal tersebut terkadang juga menyebabkan kenaikan untuk harga jualnya.

3) Lokasi/Saluran Distribusi (Place)

Kendala dalam segi lokasi Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi tidak ada karena memang lokasi sudah strategis. Tetapi kendala dalam segi distribusi Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi masih mengalami kendala keterlambatan bahan datang maupun keterlambatan dalam pengiriman barang kepada pelanggan yang disebabkan oleh kelalaian dari pihak sananya.

Solusi untuk mengatasi kendala tersebut yang dilakukan oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi yaitu sebagai berikut:

a. Produk (Product)

Untuk mengatasi kendala dari segi produk Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi memproduksinya sewajarnya saja contohnya seperti banyak yang suka mie ayam jadi untuk memproduksi bakso dikurangi dan untuk mie ayam ditambah. Dan juga untuk selalu menyicipi agar rasa tetap sama.

b. Harga (Price)

Untuk mengatasi kendala dari segi harga karena harga barang naik yang disebabkan karena stok barang limit dan harga bahan daging naik yang dilakukan oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi yaitu dengan mengambil keuntungan lebih sedikit sehingga tidak menyebabkan harga melambung tinggi.

c. Lokasi/Saluran Distribusi (Place)

Untuk mengatasi kendala dari segi saluran distribusi yaitu berupa terlambatnya barang yang dikirim ke pelanggan yang disebabkan karena kelalaian dari pihak pengantar yaitu pemilik Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi selalu memberi pesan kepada pihak pengantar agar barang bisa dikirim secara tepat waktu sehingga barang juga sampai ke pelanggan tepat waktu sehingga tidak akan mengecewakan pelanggan.

3. Dampak dari Penerapan Strategi Pemasaran Oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Dalam melakukan kegiatan pemasaran dengan menggunakan strategi pemasaran pasti ada dampak yang dirasakan oleh sebuah perusahaan terutama dalam hal peningkatan penjualan. penjualan produk merupakan jumlah keseluruhan produk yang dihasilkan dalam kegiatan penjualan oleh sebuah perusahaan yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari para konsumen.

Dampak yang dirasakan dari Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi setelah melakukan kegiatan pemasaran dalam kegiatan usahanya adalah tempat tersebut mampu meningkatkan jumlah penjualannya. Komponen yang ada di dalam bauran pemasaran 4P (product, price, place, promotion) dan etika bisnis Islam yaitu keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, kebajikan serta etika bisnis Islam ala Rasulullah yaitu shidiq, amanah, fathanah, dan tabligh turut serta dalam proses peningkatan penjualan tersebut. Toko tersebut dalam satu hari bisa menjual produknya 300 sampai 400 porsi. Bahkan pada saat menjelang hari raya toko tersebut bisa menghasilkan 500 porsi bahkan lebih.

