

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

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

##### **1. Sejarah Singkat Berdirinya *Home Industry* Qtello Ayu**

*Home industry* Qtello Ayu berdiri pada tahun 2018 yang mana berawal dari Bu Siti Fatimah yang merupakan mantan Pekerja Migran Indonesia (PMI) yang memiliki tekad kuat untuk mengelola keuangannya dengan membangun usahanya sendiri di rumah. Pada saat berkunjung ke rumah saundaranya yang berada di Jawa Tengah, Bu Siti Fatimah melihat peluang yang bagus dari olahan singkong goreng yang ada di Singkong Keju D-9 Salatiga Jawa Tengah. Melihat mayoritas di Desa Gador adalah petani singkong dan sumber daya alam daripada singkong yang melimpah di Trenggalek menjadikan inspirasi dan modal yang kuat dalam mendukung pendirian usaha ini.

Dengan memodifikasi produk yang sudah ada tersebut Bu Siti Fatimah mencoba menciptakan produk dari singkong dengan banyak varian dan memiliki perpaduan warna warni pada produknya. Penentuan ide ini juga terinspirasi dari makanan Sushi yang ada di Jepang yang memiliki bentuk bermacam-macam dengan perpaduan warna-warni produk. Dengan mengamati, meniru dan memodifikasi produk tersebut menjadikan produk

Qtello Ayu lebih dikenal banyak orang hingga saat ini khususnya di daerah Trenggalek.

Pemberian nama Qtello Ayu ini memiliki makna singkong saya yang cantik. Alasan pemberian nama Qtello Ayu ini karena produknya berbahan dasar telo/singkong/ubi kayu. Karena disajikan dengan menarik dan cantik sehingga diberi nama Ayu yang mana dalam Bahasa Jawa artinya cantik. Sehingga Qtello Ayu ialah jajanan berbahan dasar singkong/telo yang memiliki tampilan menarik dan cantik.

## **2. Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini dilakukan di *home industry* Qtello Ayu yang mana terletak di RT 007 RW 002 Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek Jawa Timur 66253. Lokasi penelitian dapat ditemukan melalui media sosial *Facebook*, *WhatsApp*, dan *Instagram* (@Qtello\_Ayu). Selain itu, lokasinya juga dapat ditemukan melalui *Google Maps* Qtello Ayu. *home industry* Qtello Ayu sendiri berada di dekat perbatasan Kabupaten Trenggalek dan Kabupaten Tulungagung dengan lokasi yang cukup strategis di kawasan padat penduduk, karena aksesnya menuju lokasi mudah dijangkau baik kendaraan roda 2 hingga roda 4.

**Gambar 4.1**  
**Lokasi *Home Industry* Qtello Ayu**



Sumber: *Google Maps home industry Qtello Ayu*

### 3. Visi dan Misi

#### Visi:

- a. Menciptakan lapangan pekerjaan
- b. Mempopulerkan dan mensejajarkan jajanan tradisional berbahan dasar singkong dengan jajanan modern lainnya
- c. Memperluas pengembangan model bisnis atau usaha.

#### Misi:

Menjadi sebuah usaha di bidang kuliner yang sukses di pasaran dan dapat diterima masyarakat dengan menghasilkan jajanan tradisional yang memiliki kualitas terbaik dari segi rasa dan juga manfaat produk tanpa menggunakan bahan pengawet dan bahan berbahaya lainnya serta menetapkan harga yang dapat dijangkau semua kalangan khususnya bagi konsumen pecinta jajanan dari olahan singkong.

#### 4. Produk

Di *home industry* Qtello Ayu ini memiliki produk basah dan juga produk kering. Dari masing-masing produk ini memiliki bermacam-macam varian produk. Berikut ini produk yang dihasilkan oleh *home industry* Qtello Ayu:

- a. Produk basah. Produk basah ini terdiri dari 10 varian produk yaitu talam pisang, talam nangka dan strawberry, talam lapis, gethuk lindri, gethuk gulung (coklat, pandan, dan strawberry), gethuk bakar, klepon, sarang burung, dan srawut. Produk basah ini merupakan olahan dari singkong yang mana sistem pemasakannya dengan cara direbus maupun dikukus. Sehingga produk tidak mampu bertahan lama hanya bisa bertahan 1 hari karena tidak menggunakan bahan pengawet.
- b. Yang kedua yaitu produk kering. Produk kering di *home industry* Qtello Ayu ini yaitu Singju (Singkong Keju) *Krispy*. Singju *Krispy* ini merupakan makanan ringan yang berbentuk stik kering dengan proses pemasakannya dengan cara digoreng. Untuk produk Singju *Krispy* itu sendiri terdiri dari beberapa varian rasa yaitu rasa rumput laut, ekstra *cheese*, original, dan *spicy* balado. Berbeda dengan produk basah yang hanya mampu bertahan 1 hari saja, untuk produk kering mampu bertahan hingga 9 bulan. Untuk Singju *Krispy* ini sudah diuji nutrisinya, memiliki P-IRT, dan juga memiliki sertifikat halal. Singju *Krispy* ini pemasarannya selain di Trenggalek juga sudah ada di Tulungagung, tepatnya di Fantastic Car Wash Tulungagung, Intan Jaya, Budi Swalayan 1 dan 2, Galeri Gemilang Trenggalek, dan Rumah Susu Trenggalek.

Dari pemaparan produk di atas diperkuat dengan dokumentasi beberapa macam produk yang ada di *home industry* Qtello yakni sebagai berikut.

**Gambar 4.2**  
**Produk *Home Industry* Qtello Ayu**



Sumber: *Home industry* Qtello Ayu Desa gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek

## **B. Paparan Data**

Paparan data dalam penelitian ini akan membahas mengenai strategi pengembangan produk dalam menghadapi persaingan bisnis pada *home industry* Qtello Ayu Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek yang bertujuan untuk mempermudah dalam menjelaskan permasalahan-permasalahan yang ada pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada paparan data ini, peneliti memaparkan hasil temuan yang berkaitan dengan rumusan masalah berikut ini:

### **1. Persaingan Bisnis *Home Industry* Qtello Ayu Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek**

Dalam menjalankan suatu bisnis pasti tidak bisa terhindar dari yang namanya persaingan bisnis. Persaingan bisnis ialah suatu kompetisi bersaing antara usaha yang satu dengan usaha yang lainnya baik dari produk yang sejenis atau produk yang berbeda jenis. Persaingan bisnis dapat dijadikan

tolok ukur untuk memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam persaingan tidak melanggar kepentingan satu sama lain dan tetap berada dalam persaingan bisnis yang sehat. Selain itu, persaingan bisnis juga dapat dijadikan faktor pendorong bagi suatu usaha untuk tetap mengembangkan produknya agar tidak mengalami kemunduran dan produk tetap banyak diminati konsumen.

*Home industry* Qtello Ayu dalam menjalankan usahanya juga tidak terlepas dari yang namanya persaingan bisnis. Adanya pesaing-pesaing ini menjadikan pemilik *home industry* Qtello Ayu semakin semangat dalam mengembangkan produknya agar tidak kalah dengan para pesaingnya, apalagi *home industry* Qtello Ayu sudah terlebih dahulu berdiri dalam pengembangan produknya.

Persaingan bisnis pada *home industry* Qtello Ayu ini dalam cakupan desa belum ada pesaingnya akan tetapi terdapat pesaing bisnis dari tetangga desa yang masih dalam satu Kecamatan yang sama. Pesaing ini berlokasi di desa Sumbergayam dengan nama Warung Bu Yati dan dari desa Malasan dengan nama Bibis Milah. Menurut pemilik *home industry* Qtello Ayu, persaingan bisnisnya tidak hanya dari produk sejenis saja akan tetapi berasal dari produk modern. Meskipun produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu sudah dimodifikasi menjadi produk yang lebih modern, akan tetapi masih ada konsumen yang menganggapnya produk tradisional. Berikut ini pernyataan yang diungkapkan oleh Bu Siti Fatimah selaku pemilik *home industry* Qtello Ayu terkait persaingan bisnis.

“kalau untuk pesaing di desa Gador masih saya yang punya jadi bisa di bilang belum ada pesaingannya untuk usaha yang sejenis. Akan tetapi, di desa sebelah tepatnya di desa Sumbergayam kalau dari sini sebelum jembatan ke barat itu ada yang jualan olahan singkong namanya Warung Bu Yati. Sama satu lagi itu kalau yang saya tahu ada di desa Malasan, kalau untuk lokasi tepatnya masih belum tahu tapi namanya Bibis Milah, saya tahunya dari facebook. Sebenarnya kalau dari persaingan itu ya kita bersaingnya sama jajanan yang lebih modern juga mbak, kita kan mengusung kuliner tradisional yang dimodifikasi jadi lebih modern tapi kan pandangan masyarakat produk ini itu ya tetap produk tradisional mbak.”<sup>1</sup>

Dari pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan dari salah satu karyawan *home industry* Qtello Ayu yakni Mbak Tika, bahwa memang terdapat pesaing pada *home industry* Qtello Ayu yang berlokasi di desa Sumbergayam. Berikut ini pernyataan Mbak Tika selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu yang mengatakan bahwa:

“Ada mbak, tapi di luar desa Gador. Tepatnya di desa Sumbergayam dekat Jembatan Sumbergayam sama di desa Malasan. Itu juga jual olahan basah berbahan dasar dari singkong. Kalau menurut saya lebih menarik yang di sini kelihatan lebih bagus gitu mbak.”<sup>2</sup>

Dari pernyataan tersebut juga sesuai dengan penuturan Pak Edi selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu yang mengatakan bahwa belum ada pesaing yang sama di desa Gador dengan usaha yang sejenis dengan produk *home industry* Qtello Ayu, akan tetapi terdapat pesaing bisnis di luar desa yakni di desa Malasan dan desa Sumbergayam. Berikut penuturannya:

“kalau di desa Gador ini belum ada mbak, adanya di luar desa, ya masih satu kecamatan juga. Yang jual itu di desa Malasan nama facebooknya Bibis Milah sama di Sumbergayam kalau tidak salah namanya warung

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

<sup>2</sup> Wawancara dengan Mbak Tika (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 18 November 2021

Bu Yati. Tapi ya masih berkelas yang di sini mbak kalau menurut saya.”<sup>3</sup>

Dari pernyataan pemilik dan karyawan *home industry* Qtello Ayu di atas, timbul pertanyaan dari peneliti kepada konsumen *home industry* Qtello Ayu. Mbak Rina selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu mengatakan bahwa:

“saya kurang begitu tahu ya mbak, saya sendiri kalau pengen gethuk gitu belinya ya di Qtello Ayu Gador itu mbak. Karena memang lebih dekat dari rumah kalau yang lain belum tahu.”<sup>4</sup>

Bu Rif’atul selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu juga mengatakan bahwa terdapat pesaing *home industry* Qtello Ayu yang berada di desa Sumbergayam. Berikut ini penuturannya:

“setahu saya ada mbak, namanya Warung Bu Yati tepatnya di desa Sumbergayam dekat sama jembatan besar sumbergayam itu mbak. Itu kan juga menjual produk dari olahan singkong. Dulu saya pernah nyoba beli di sana juga. Tempatnya kayak warung gitu mbak di pinggir sungai.”<sup>5</sup>

Bu Suprihatin selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu juga mengatakan hal yang sama bahwa terdapat pesaing *home industry* Qtello Ayu yang bernama Bibis Milah. Berikut pernyataannya:

“ada mbak, kemarin pas saya buka *Facebook* ada yang *posting* jualan produk seperti yang ada di Qtello Ayu, nama *Facebook*-nya itu Bibis Milah.”<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan Pak Edi (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 22 November 2021

<sup>4</sup> Wawancara dengan Mbak Rina (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 30 November 2021

<sup>5</sup> Wawancara dengan Bu Rif’atul (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 2 Desember 2021

<sup>6</sup> Wawancara dengan Bu Suprihatin (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 20 Januari 2022

Dari pernyataan pemilik, karyawan, dan juga konsumen *home industry* Qtello Ayu di atas kemudian diperkuat dengan dokumentasi yang membuktikan bahwa terdapat pesaing bisnis *home industry* Qtello Ayu yang ada di Kecamatan Durenan sebagai berikut:

**Gambar 4.3**  
**Pesaing Bisnis *Home Industry* Qtello Ayu**



Sumber: Pesaing bisnis *home industry* Qtello Ayu yang ada di Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek

Berdasarkan observasi atau pengamatan dari peneliti sesuai dengan yang sudah dipaparkan di atas bahwa memang benar hanya ada satu-satunya usaha berbahan dasar singkong di desa Gador, akan tetapi di luar desa atau tetangga desa terdapat pesaing bisnis tepatnya di desa Sumbergayam yakni Warung Bu Yati dan di desa Malasan dengan nama Bibis Milah. Peneliti membuktikannya dengan datang langsung ke lokasi dan juga mengakses langsung media sosial di *facebook* milik Bibis Milah.

Berdasarkan pemaparan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa suasana persaingan bisnis pada *home industry* Qtello Ayu

yang berada di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek ini masih belum terlalu banyak pesaingnya. Dalam cakupan desa hanya *home industry* Qtello Ayu yang memproduksi olahan yang berbahan dasar singkong. Akan tetapi dalam satu Kecamatan terdapat usaha yang menjual produk yang sama dengan olahan singkong di *home industry* Qtello Ayu, tepatnya di desa Sumbergayam yang bernama warung Bu Yati dan di desa Malasan yang bernama Bibis Milah. Selain itu, *home industry* Qtello juga bersaing dengan produk makanan modern. Meskipun produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu sudah dimodifikasi menjadi produk yang lebih modern, akan tetapi masih ada konsumen yang menganggapnya produk tradisional.

Dengan melihat persaingan bisnis *home industry* Qtello Ayu di atas maka peneliti membandingkan keunggulan yang ada di *home industry* Qtello Ayu dengan pesaingnya dengan indikator produk, harga maupun tempat sebagai berikut ini:

1. Produk

Dalam persaingan bisnis tentunya tidak terlepas dari kualitas produk, tentunya harus ada karakteristik atau keunikan tersendiri antara suatu produk dengan produk pesaingnya. Produk yang berkualitas akan memuaskan hati pelanggannya. Begitupun produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu ini juga memiliki karakteristik yang berbeda dengan pesaingnya. Kualitas produk sangat diperhatikan di *home industry* Qtello Ayu mulai dari varian produk, rasa, warna, desain produk, toping hingga tampilan produknya dan diupayakan memiliki perbedaan dengan

pesaingnya. Hal itu diungkapkan oleh Bu Siti Fatimah selaku pemilik *home industry* Qtello Ayu beliau mengatakan:

“dari segi produk sangat berbeda mbak. Saya sangat mengutamakan tampilan produk yang menarik dan juga rasa yang dijamin enak. Warna produk Qtello Ayu terlihat segar dan juga menggunakan perisa makanan sehingga rasanya lebih enak. Sedangkan dari pesaing itu menurut saya warnanya terlalu mencolok dan menggunakan pewarna makanan, jadi sangat berbeda. Untuk varian produk ada beberapa produk yang sama dan ada pula produk yang berbeda mbak tapi dengan bahan baku yang sama-sama menggunakan singkong. Kalau yang ada di pesaing itu ada produk cenil, ireng-ireng, dan kicak. Sedangkan di Qtello Ayu ini tidak ada karena memang toping kita kelapa parut saja tidak menggunakan gula merah cair.”<sup>7</sup>

Dari pernyataan pemilik di atas juga didukung dari pernyataan Mbak Tika selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu yang mengatakan bahwa produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu dengan produk dari pesaing memiliki perbedaan seperti pada varian produk, warna, dan juga rasa produk. Berikut ini pernyataan dari Mbak Tika:

“lumayan jauh berbeda mbak kalau menurut saya. Dari pesaing sendiri ada produk cenilnya mbak. Selain itu warna produk kalau yang ada di pesaing itu warnanya mencolok banget. Kalau di sini itu warnanya lebih kalem dan dipadukan supaya benar-benar bagus kalau disajikan seperti dijadikan bentuk tumpeng gitu mbak. Selain warna dari segi rasa juga sangat berbeda mbak, mungkin karena di sini menggunakan perisa makanan itu mbak, karena yang ada di pesaing itu kalau tidak salah hanya menggunakan pewarna makanan.”<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

<sup>8</sup> Wawancara dengan Mbak Tika (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 18 November 2021

Selain Mbak Tika, Pak Edi selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu juga mengatakan perbedaan produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu dengan pesaing bisnisnya. Berikut pernyataannya:

“beda mbak kalau tempat pesaing itu cuman produk basah saja, kalau di *home industry* Qtello Ayu kan ada produk keringnya. Tapi kalau dari segi rasa dan penampilan produk menurut saya lebih berkkelas yang ada di *home industry* Qtello Ayu ini. Bedanya lagi kalau di *home industry* Qtello Ayu itu pakai parutan kelapa saja, sedangkan yang ada di pesaing itu selain parutan kelapa juga menggunakan gula merah cair, karena ada cenil, kicak dan sejenisnya mbak.”<sup>9</sup>

Selanjutnya timbul pertanyaan peneliti kepada konsumen *home industry* Qtello Ayu untuk mendukung pernyataan-pernyataan di atas, Bu Rif’atul selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu mengatakan:

“sama-sama enak sih mbak sebenere, tapi ya sudah jelas lebih menarik yang di Qtello Ayu warnanya cantik, tampilannya juga menarik, pilihannya lebih banyak, rasanya lebih enak juga menurut saya mbak.”<sup>10</sup>

Dari pernyataan pemilik, karyawan, dan konsumen *home industry* Qtello Ayu di atas kemudian diperkuat dengan dokumentasi mengenai perbandingan produk pesaing dengan produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu, yakni sebagai berikut.

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Pak Edi (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 22 November 2021

<sup>10</sup> Wawancara dengan Bu Rif’atul (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 2 Desember 2021

**Gambar 4.4**  
**Perbandingan Produk dengan Pesaing**



Sumber: *Facebook Bibis Milah* dan *Instagram home industry Qtello Ayu*

Berdasarkan observasi atau pengamatan dari peneliti menunjukkan bahwa memang benar terdapat perbedaan produk antara produk *home industry Qtello Ayu* dengan pesaing-pesaingnya. Hal ini dibuktikan peneliti dengan membanding rasa, warna, desain produk, toping, dan tampilan dari masing-masing produk baik produk *home industry Qtello Ayu* maupun produk dari pesaing.

Berdasarkan pemaparan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan produk *home industry Qtello Ayu* dengan produk berbahan singkong dari produk pesaing, bahwa di *home industry Qtello Ayu* tidak hanya memproduksi produk basah namun juga memproduksi produk kering. Beberapa varian produk basahnya juga berbeda antara produk di *home industry Qtello Ayu* dengan produk dari pesaingnya. Selain itu, dari segi desain produk mulai dari warna, rasa, toping hingga tampilan juga berbeda.

## 2. Harga

Dalam persaingan tentunya juga sangat mengutamakan perihal harga. Sebagaimana yang sudah kita ketahui bahwa selain barang yang berkualitas baik seorang konsumen tentunya juga akan melakukan pembelian apabila harga produk tersebut dapat dijangkau. Oleh karena itu, seorang pengusaha selain memproduksi produk yang berkualitas juga harus memikirkan apakah harga produk tersebut terjangkau oleh konsumen atau tidak.

Harga yang ditetapkan *home industry* Qtello Ayu lebih tinggi dari pesaingnya. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang dimiliki juga memiliki keunggulan lebih dibandingkan dari produk pesaingnya. Selain dari keunggulan produk, faktor tingginya harga produk juga disebabkan gencarnya pemasaran yang dilakukan *home industry* Qtello Ayu dengan rata-rata konsumen dari kalangan menengah ke atas. Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bu Siti Fatimah pemilik dari *home industry* Qtello Ayu:

“lebih mahal di *home industry* Qtello Ayu mbak kalau dari segi harga, tapi saya berani menjual dengan harga yang lebih mahal karena saya yakin produk saya memang layak untuk dijual dengan harga segitu mbak. Selain itu pemasaran yang saya lakukan juga sudah lumayan luas dan rata-rata konsumen saya itu dari pejabat-pejabat daerah mbak. Meskipun lebih mahal, orderan tetap ada setiap hari mbak, apalagi kalau hari minggu bisa sampai dua kali lipat dari biasanya.”<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

Hal tersebut juga selaras dengan pernyataan dari Mbak Tika selaku karyawan di *home industry* Qtello Ayu yang mengatakan bahwa harga produk di *home industry* Qtello Ayu lebih mahal dari pesaingnya. Berikut ini pernyataannya:

“di *home industry* Qtello Ayu lebih mahal harganya mbak karena ya lebih terkenal di sini dan lebih berkkelas di sini. Tapi ya balik lagi pilih yang lebih menarik dan enak atau yang lebih murah mbak konsumen itu.”<sup>12</sup>

Pak Edi selaku karyawan di *home industry* Qtello Ayu juga mengatakan hal yang sama sebagai berikut:

“ya yang jelas lebih mahal di *home industry* Qtello Ayu mbak, dari segi kualitas bagus di sini kok, tapi ya tetap banyak orderan setiap harinya mbak di sini meskipun mahal. Karena ya memang harga menyesuaikan produknya juga. Karena produknya bagus jadi ya wajar mbak kalau di sini lebih mahal.”<sup>13</sup>

Selanjutnya timbul pertanyaan peneliti kepada konsumen *home industry* Qtello Ayu. Bu Rif’atul selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu mengatakan harga produk lebih mahal yang ada di *home industry* Qtello Ayu dengan membandingkan pembelian Rp15000 di *home industry* Qtello Ayu dengan pesaingnya. Berikut pernyataan dari Bu Rif’atul:

“lebih mahal di Qtello Ayu mbak, kalau di Qtello Ayu Rp15000 dapat satu kotak sedang, sedangkan kalau yang di Warung Bu Yati itu Rp15000 bisa dapat lebih banyak dari yang di Qtello Ayu mbak.”<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Mbak Tika (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 18 November 2021

<sup>13</sup> Wawancara dengan Pak Edi (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 22 November 2021

<sup>14</sup> Wawancara dengan Bu Rif’atul (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 2 Desember 2021

Dari pernyataan pemilik, karyawan dan konsumen *home industry* Qtello Ayu di atas kemudian diperkuat dengan dokumentasi dari perbandingan harga produk salah satu pesaing dengan harga produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu sebagai berikut.

**Gambar 4.5**  
**Perbandingan Harga Produk dengan Pesaing**



Sumber: Warung Bu Yati (per mika Rp5000) dan Daftar Harga Produk *Home Industry* Qtello Ayu

Berdasarkan dari observasi atau pengamatan dari peneliti membuktikan hal yang sama bahwa memang benar harga produk lebih mahal yang ada di *home industry* Qtello Ayu. Hal ini dibuktikan dengan membandingkan harga produk dengan cara membeli produk secara langsung di *home industry* Qtello Ayu dan di Warung Bu Yati.

Berdasarkan pemaparan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa dari segi harga, produk di *home industry* Qtello Ayu lebih mahal dari pesaingnya. Namun, hal itu juga sesuai dengan produk yang berkualitas dan dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Selain itu, produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu sudah memiliki brand dan jangkauan pemasaran yang lebih luas dari pada pesaingnya.

Sehingga konsumen yang ada di *home industry* Qtello Ayu ini rata-rata dari kalangan menengah atas.

### 3. Tempat

Selain dari segi produk dan harga, hal yang mempengaruhi persaingan dari sebuah usaha dengan usaha yang lain yaitu dari segi tempat. Apabila tempat usahanya bersih dan nyaman maka para konsumen juga akan merasa puas dengan membeli produk pada usaha tersebut.

Tempat di *home industry* Qtello Ayu juga sangat diperhatikan kebersihan dan juga kenyamanannya. Dan tentu saja lokasinya strategis di kawasan padat penduduk. Toko *home industry* Qtello Ayu terletak di samping rumah pemilik dengan mengusung nuansa alam. Sedangkan dari pesaing sendiri untuk warung Bu Yati tempatnya terletak di pinggir sungai sedangkan Bibis Milah masih usaha rumahan dengan memanfaatkan sistem COD. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Bu Siti Fatimah pemilik dari *home industry* Qtello Ayu:

“dari segi tempat kalau di *home industry* Qtello Ayu ya seperti ini mbak toko di samping rumah dengan mengusung nuansa alam begini sama penuh nama Qtello Ayu biar memperjelas kalau di sini tempatnya *home industry* Qtello Ayu. Kalau yang di Bibis Milah Malasan itu yang saya tahu usaha rumahan belum buka toko dan pemasarannya hanya dari Facebook yang nantinya diantarkan ke konsumen gitu atau bisa dibidang COD gitu. Kalau yang di Warung Bu Yati Sumbergayam itu letaknya di pinggir sungai berbentuk warung kecil gitu mbak.”<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan dari karyawan *home industry*

Qtello Ayu Mbak Tika yang menyatakan bahwa:

“tempat jualan di *home industry* Qtello Ayu ya seperti ini, mbaknya juga sudah tahu, toko di samping rumah bu Siti Fatimah. Kalau yang dari pesaing yang Bibis Milah saya kurang tahu ya mbak tempatnya seperti apa. Sedangkan untuk yang warung Bu Yati saya pernah nyoba beli di sana itu warung bambu kecil di pinggir sungai gitu mbak.”<sup>16</sup>

Dari pernyataan pemilik dan karyawan *home industry* Qtello Ayu, selanjutnya timbul pertanyaan peneliti kepada konsumen *home industry* Qtello Ayu mengenai perbandingan tempat *home industry* Qtello Ayu dengan tempat dari pesaingnya. Bu Rif’atul selaku konsumen mengatakan:

“kalau di Qtello ayu tempatnya lebih bagus dari yang warung Bu Yati mbak. Yang warung Bu Yati masih warung kecil dari bambu. Selain itu, toko di Qtello Ayu letaknya juga strategis di daerah padat penduduk dan mengusung nuansa-nuansa alam di dalamnya.”<sup>17</sup>

Dari pernyataan pemilik, karyawan dan konsumen *home industry* Qtello Ayu di atas kemudian diperkuat dengan dokumentasi perbandingan tempat berjualan salah satu pesaing dengan tempat berjualan yang ada di *home industry* Qtello Ayu sebagai berikut.

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Mbak Tika (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 18 November 2021

<sup>17</sup> Wawancara dengan Bu Rif’atul (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 2 Desember 2021

**Gambar 4.6**  
**Perbandingan Tempat Berjualan dengan Pesaing**



Sumber: Lokasi Depan Warung  
 Bu Yati



Sumber: Lokasi Depan *Home Industry Qtello Ayu*

Berdasarkan observasi atau pengamatan dari peneliti mengemukakan bahwa tempat di *home industry Qtello Ayu* lebih nyaman dan strategis dibandingkan dari pesaingnya. Hal ini dibuktikan dengan mengunjungi langsung ke lokasi *home industry Qtello Ayu* dan Warung Bu Yati serta mengamati tempat Bibis Milah di *facebook*.

Berdasarkan pemaparan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa dari segi tempat, *home industry Qtello Ayu* memiliki lokasi yang lebih strategis dari pesaingnya di kawasan padat penduduk. Selain itu, *home industry Qtello Ayu* juga sudah memiliki toko sendiri di samping rumah, hal itu akan memudahkan konsumen untuk membeli produk di *home industry Qtello Ayu*. Adapun tempat di Bibis Milah Malasan berupa usaha rumahan belum buka toko dengan sistem COD.

Sedangkan tempat di Warung Bu Yati Sumbergayam terletak di pinggir sungai berbentuk warung kecil.

## **2. Strategi Bersaing *Home Industry* Qtello Ayu Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam Perspektif Bisnis Syariah**

Dalam suatu persaingan bisnis, tentunya semua orang menghendaki persaingan bisnis yang baik dan sehat juga sesuai dengan syariah agama Islam. Persaingan bisnis yang baik yaitu persaingan yang sesuai dengan kaidah ajaran agama Islam, baik di hadapan Allah dalam mencapai dengan sekuat tenaga untuk tetap setia mentaati aturan dan perintah-Nya dalam menjalankan bisnis.

Berdasarkan pernyataan di atas, kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada Bu Siti Fatimah pemilik dari *home industry* Qtello Ayu mengenai cara menyikapi persaingan bisnis *home industry* Qtello Ayu yang berada di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam perspektif bisnis syariah. Berdasarkan informasi yang didapat *home industry* Qtello Ayu dalam menjalankan bisnisnya sangat mengutamakan prinsip bisnis syariah. Bersikap jujur, pelayanan yang baik, menyajikan produk yang halal dan menyehatkan, amanah serta bersaing secara sehat merupakan upaya yang dilakukan *home industry* Qtello Ayu dalam menerapkan prinsip bisnis syariah dalam usahanya. Berikut ini penuturan dari Bu Siti Fatimah selaku pemilik *home industry* Qtello Ayu:

“syariah kan penting mbak ya dalam berbisnis, ya pokok kita melakukan semuanya secara fair aja, maksudnya ya enggak membuat pesaing rugi atau hal buruk lainnya gitu mbak. Berbisnis yang jujur,

pelayanan yang ramah, produk yang halal dan menyehatkan, serta dapat dipercaya konsumen, ya pokok insyaallah kita berusaha untuk menerapkan unsur-unsur syariah di bisnis kita. Sebab ya biar berkah bisnisnya mbak, sekalian beribadah juga berdagangkan termasuk sunnah Nabi mbak dan sangat diperbolehkan dalam agama Islam.”<sup>18</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh Mbak Tika selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu:

“bu Siti Fatimah itu kalau berbisnis jujur mbak biar bisa dipercaya konsumen, konsumen maunya apa selama kita sanggup tetep bakal dilayani dengan baik mbak, sampai konsumen itu gak ragu-ragu mau membeli produk di *home industry* Qtello Ayu bahkan banyak konsumen yang balik buat beli lagi di sini.”<sup>19</sup>

Berdasarkan pemaparan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *home industry* Qtello Ayu dalam menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip bisnis syariah yaitu berbisnis dengan jujur dan tidak merugikan pesaingnya. Produk yang diproduksi oleh *home industry* Qtello Ayu adalah produk dengan bahan baku yang halal, dan menyehatkan serta pemilik juga menanamkan sifat amanah agar dapat dipercaya oleh konsumen dan pelayanan yang ramah. Pemilik *home industry* Qtello Ayu dalam menjalankan usahanya juga dengan jujur dan tidak melakukan kecurangan untuk menjatuhkan usaha pesaingnya karena pada dasarnya berbisnis merupakan ibadah yang dianjurkan dan diperbolehkan dalam Islam. Dengan cara seperti ini diharapkan mampu dalam menghadapi persaingan bisnis dengan berakhlak yang baik.

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

<sup>19</sup> Wawancara dengan Mbak Tika (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 18 November 2021

### **3. Strategi Pengembangan Produk yang Dilakukan oleh *Home Industry* Qtello Ayu yang Bertempat di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam Menghadapi Persaingan Bisnis**

Setiap pelaku usaha tentunya menginginkan hasil yang maksimal dalam menjalankan bisnis atau usahanya. Keberhasilan suatu usaha tentunya tidak lepas dari perjuangan dan jerih payah pelaku usaha itu sendiri. Selain itu, kepuasan seorang konsumen akan suatu produk juga menjadi alasan terpenting bagi setiap pelaku usaha untuk dapat terus memperbaiki produknya bahkan menciptakan produk-produk baru. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha diharapkan untuk terus melakukan strategi pengembangan terhadap produknya agar produknya mampu menghadapi persaingan bisnis saat ini.

Pengembangan produk yaitu suatu penciptaan produk dengan karakteristik yang baru ataupun berbeda berupa modifikasi pada produk yang sudah ada atau hanya sekedar modifikasi pada tampilan produk yang sudah ada yang mana akan memberikan manfaat yang baru atau manfaat tambahan bagi para konsumen atau penggunanya.

*home industry* Qtello Ayu dalam menjalankan usahanya juga tidak lepas dari melakukan pengembangan produk. Hal itu bertujuan agar konsumen tetap puas dengan produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu sehingga mampu dalam menghadapi persaingan bisnis. Dalam pengembangan produknya *home industry* Qtello Ayu melakukannya secara bertahap dengan dibantu oleh teman pemilik, karyawan hingga konsumen dalam meningkatkan pengembangan produknya. Dengan saran dari berbagai

pihak ini dapat menjadi pertimbangan untuk kelangsungan bisnis dalam jangka panjang. Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan Bu Siti Fatimah pemilik dari *home industry* Qtello Ayu:

“sudah mbak. Tapi ya secara bertahap gitu mbak gak bisa langsung semua. Memikirkan idenya juga sulit tapi alhamdulillah berkat bantuan teman-teman dan masukan dari para konsumen dan karyawan alhamdulillah produk Qtello Ayu berkembang pesat seperti saat ini. Tapi tetap untuk ke depannya pun saya masih berencana untuk melakukan pengembangan produk menjadi lebih baik lagi. Tanpa pengembangan produk nanti takutnya konsumen itu bosan mbak, apalagi kalau banyak pesaing-pesaing baru tentunya kita harus tampil beda dengan mengembangkan produk yang lebih baru lagi.”<sup>20</sup>

Hal yang sama juga dinyatakan oleh Pak Edi selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu bahwa *home industry* Qtello Ayu sudah melakukan pengembangan terhadap produknya secara berkala seperti meningkatkan kualitas produk hingga menambah produk baru. Berikut ini pernyataan dari Pak Edi selaku karyawan di *home industry* Qtello Ayu:

“dari saya kerja di sini sudah banyak pengembangan produk yang dilakukan mbak. Ya mulai dari meningkatkan kualitas produk hingga menambahkan produk baru lainnya mbak. Menurut saya ini sangat bagus untuk keberlangsungan usaha, selain itu biar konsumen juga merasa puas dan tidak bosan dengan produk di *home industry* Qtello Ayu.”<sup>21</sup>

Berdasarkan observasi atau pengamatan dari peneliti bahwa *home industry* Qtello Ayu sudah melakukan pengembangan terhadap produknya. Hal ini juga sudah cukup jelas di media sosial baik *facebook* maupun *instagram* mengenai perjalanan dari *home industry* Qtello Ayu terutama dari

---

<sup>20</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

<sup>21</sup> Wawancara dengan Pak Edi (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 22 November 2021

segi pengembangan produk tersebut. Setelah dianalisa sudah banyak pengembangan produk yang telah dilakukan *home industry* Qtello Ayu untuk menciptakan produk yang menarik guna meningkatkan daya beli konsumen.

Berdasarkan pemaparan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *home industry* Qtello Ayu dalam menjalankan usahanya tetap dan akan terus melakukan pengembangan produk. Pengembangan produk yang dilakukan oleh *home industry* Qtello Ayu bertahap meskipun dalam penentuan ide pengembangan produk pemilik masih merasa kesulitan namun untuk pencetusan ide atau gagasan pemilik *home industry* Qtello Ayu mendapatkan masukan dari teman, konsumen serta karyawan yang dapat menjadi bahan pertimbangannya.

Adapun mengenai strategi pengembangan produk yang digunakan *home industry* Qtello Ayu dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu meningkatkan kualitas produk, melakukan inovasi produk, menciptakan lini produk baru, menyempurnakan produk yang sudah ada, meningkatkan keistimewaan produk, dan kemasan produk yang menarik. Berikut ini penjabaran paparan data mengenai strategi pengembangan produk yang dilakukan *home industry* Qtello Ayu:

#### **a. Meningkatkan Kualitas Produk**

Dalam melaksanakan strategi pengembangan produk, *home industry* Qtello Ayu selalu mengutamakan kualitas dari produknya. Dengan meningkatkan kualitas produk maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk kita. Upaya dalam meningkatkan kualitas

produk yang dilakukan *home industry* Qtello Ayu ini dapat dilihat dari pemilihan bahan baku yang baik agar menghasilkan rasa produk yang enak. Selain itu, dengan tanpa menggunakan bahan pengawet dan juga menampilkan produk yang menarik juga dilakukan oleh pemilik *home industry* Qtello Ayu sehingga terciptalah kualitas produk yang baik dan diminati banyak konsumen. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bu Siti Fatimah selaku pemilik *home industry* Qtello Ayu:

“kualitas produk harus ditingkatkan mbak, dengan begitu para konsumen bisa merasa puas dengan produk kita. Dari segi meningkatkan kualitas produk itu dilakukan dengan pemilihan bahan baku yang berkualitas agar menghasilkan produk yang enak, dari segi pemilihan singkongnya juga sangat diperhatikan mbak. Kita ambil dari yang ditanam di pekarangan karena rasanya lebih enak dan tidak keras. Produknya tidak tahan lama karena gak pakai bahan pengawet jadi setiap hari kita produksi mbak sehingga tercipta kualitas produk yang baik. Selain itu, upaya meningkatkan kualitas produk juga dipengaruhi dari tampilan produk yang menarik mbak, sebisa mungkin produk saya ini harus enak dengan tampilan menarik.”<sup>22</sup>

Hal ini juga selaras dengan pernyataan dari Mbak Tika selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu yang juga mengatakan bahwa *home industry* Qtello Ayu meningkatkan kualitas dari produknya dengan memilih bahan baku yang menghasilkan rasa yang enak dan juga tidak menggunakan bahan pengawet dalam proses pembuatan produknya. Berikut ini pernyataan dari Mbak Tika selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu:

“meningkatkan kualitas ya mbak, kalau yang saya tahu itu ya dari pemilihan bahan bakunya yang bagus ya mbak, singkongnya milih-milih banget yang enak dan empuk. Sehingga produk yang

---

<sup>22</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

dihasilkan di sini rasanya enak, menarik juga menyehatkan karena tidak menggunakan bahan pengawet sama sekali. Jadi dari segi kualitas memang bagus mbak di sini.”<sup>23</sup>

Selain itu Pak Edi selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu juga menyatakan hal yang sama. Berikut penuturannya:

“kualitas harus diutamakan ya mbak, biar konsumen juga puas. Jadi di sini bu Siti Fatimah memilih bahan baku terutama singkong dengan kualitas yang bagus dan tidak keras. Dari pemilhan bahan yang berkualitas tentu akan menciptakan produk yang berkualitas juga mbak. Jadi dengan meningkatkan kualitas produk konsumen puas penjual pun akan senang karena produknya bisa disukai banyak orang.”<sup>24</sup>

Dari pernyataan pemilik dan karyawan *home industry* Qtello Ayu, kemudian timbul pertanyaan dari peneliti kepada konsumen mengenai kualitas produk Qtello Ayu. Berdasarkan pernyataan dari Mbak Rina selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu selaras dengan pernyataan di atas yang mengatakan bahwa:

“kualitas produk di *home industry* Qtello Ayu ini menurut saya sangat baik dan enak ya mbak. Dari segi tampilannya yang menarik, rasa yang enak dan tentunya menyehatkan mbak. Bahan-bahan yang digunakan alami dan tidak menggunakan pengawetnya. Sehingga cocok untuk dikonsumsi semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang tua.”<sup>25</sup>

Begitupun pernyataan dari Bu Rif'atul selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu yang juga menyatakan hal sama mengenai keunggulan

---

<sup>23</sup> Wawancara dengan Mbak Tika (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 18 November 2021

<sup>24</sup> Wawancara dengan Pak Edi (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 22 November 2021

<sup>25</sup> Wawancara dengan Mbak Rina (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 30 November 2021

dari pada kualitas produk *home industry* Qtello Ayu. Berikut ini pernyataan Bu Rif'atul selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu:

“saya sering beli di sini karena memang kualitas produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu ini sangat bagus mbak. Karena tanpa menggunakan bahan pengawet jadi ya sudah pasti produknya menyehatkan dan memiliki nilai gizi yang tinggi. Rasanya pun juga tidak perlu diragukan lagi dengan tampilan produk yang menarik.”<sup>26</sup>

Berdasarkan observasi atau pengamatan peneliti dari pernyataan di atas benar adanya bahwa kualitas produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu sangat baik. Peneliti juga melihat secara langsung bahwa produk tanpa menggunakan bahan pengawet dan produk diproduksi setiap harinya untuk menjaga cita rasa serta kualitas produk yang baik.

Berdasarkan pemaparan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *home industry* Qtello Ayu mengutamakan kualitas produknya. Mempertahankan produk berkualitas dimulai dengan memilih bahan baku berupa singkong yang baik. Selain itu, setelah produk jadi *home industry* Qtello Ayu juga sangat mengutamakan rasa dan tampilan produk yang menarik serta menyehatkan. Karena tanpa menggunakan bahan pengawet maka produk di *home industry* Qtello Ayu harus diproduksi setiap harinya.

#### **b. Melakukan Inovasi Produk**

Setiap pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya tidak terlepas dari yang namanya inovasi produk. Inovasi produk yaitu upaya yang dilakukan

---

<sup>26</sup> Wawancara dengan Bu Rif'atul (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 2 Desember 2021

oleh pelaku usaha dengan cara memperbaiki produk, mengembangkan, serta meningkatkan produk yang sudah dibuat selama ini menjadi lebih baik lagi.

Begitu pula dengan *home industry* Qtello Ayu yang sudah berdiri hingga saat ini juga tetap melakukan inovasi pada produknya. Dalam pencetusan ide-ide baru saat melakukan inovasi produknya pemilik dibantu oleh teman-temannya, konsumen dan juga karyawannya. Adapun inovasi produk yang sudah diterapkan yaitu seperti produk yang berbeda dari yang lain, penambahan produk baru, desain produk dan pengemasan yang menarik. Hal ini diungkapkan oleh Bu Siti Fatimah selaku pemilik *home industry* Qtello Ayu:

“dari segi inovasi pada produk *home industry* Qtello Ayu saya mencoba memikirkan dengan matang secara berkala agar produk saya ini bisa menarik konsumen, selain dari pemikiran pribadi terdapat saran dari teman-teman dekat, konsumen dan juga karyawan yang akan saya pertimbangkan mbak. Mana yang sekiranya bagus demi kemajuan usaha terutama pengembangan produk saya ini maka akan saya coba terapkan gitu mbak. Inovasi produk yang sudah saya terapkan itu seperti produk yang menarik beda dari yang lain, penambahan produk baru, desain produk dan pengemasan yang menarik.”<sup>27</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Tika selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu. Berikut ini pernyataannya:

“*home industry* Qtello melakukan inovasi pada produknya, ini bisa dilihat dari produknya yang semakin banyak jenisnya dan tentunya menarik dengan desain produk dan pengemasan yang mengalami pembaharuan menyesuaikan perkembangan zaman pada saat ini.”<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

<sup>28</sup> Wawancara dengan Mbak Tika (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 18 November 2021

Dari pernyataan pemilik dan karyawan *home industry* Qtello Ayu, kemudian timbul pertanyaan peneliti kepada konsumen *home industry* Qtello Ayu. Mbak Rina selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu menyatakan sebagai berikut:

“inovasi produk di *home industry* Qtello Ayu menurut saya sudah diterapkan dengan baik ya mbak, saya lihat produknya semakin hari semakin menarik, unik dan beda dari yang lain. Variannya juga makin bertambah banyak mbak.”<sup>29</sup>

Dari pernyataan pemilik, karyawan, dan juga konsumen *home industry* Qtello Ayu di atas kemudian diperkuat dengan dokumentasi produk yang menunjukkan bahwa *home industry* Qtello Ayu melakukan inovasi pada produknya dengan memiliki banyak varian produk yang ada sebagai berikut.

**Gambar 4.7**  
**Inovasi Produk dengan Banyaknya Varian Produk**



Sumber: *Home Industry* Qtello Ayu Desa gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek

<sup>29</sup> Wawancara dengan Mbak Rina (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 30 November 2021

Berdasarkan pemaparan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *home industry* Qtello Ayu dalam menjalankan usahanya selalu melakukan inovasi produk. Inovasi produk yang telah dilakukan *home industry* Qtello Ayu bisa dilihat dari bermacam-macamnya produk menarik yang beda dari yang lain, desain produk dan pengemasan produk yang menarik. Selain itu, dalam melakukan inovasi terhadap produknya *home industry* Qtello Ayu juga menciptakan produk baru yang berkualitas sehingga varian produk menjadi lebih banyak.

**c. Menciptakan Lini Produk Baru**

Selain melakukan inovasi pada produknya, *home industry* Qtello Ayu juga melakukan strategi lain untuk mengembangkan produknya. Salah satu strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh *home industry* Qtello Ayu yaitu menciptakan lini produk baru. Adapun produk baru tersebut yaitu Singju (Singkong Keju) Krispi. Singju Krispi ini merupakan produk baru yang masih belum ada di pasaran dan baru diciptakan oleh pemilik *home industry* Qtello Ayu. Produk ini berbentuk stik kecil-kecil dan dikemas dengan merek Singju Krispi dan saat ini sudah dipasarkan di Fantastic Car Wash Tulungagung, Intan Jaya, Budi Swalayan 1 dan 2, Rumah Susu Trenggalek, dan Galeri Gemilang Trenggalek. Selain itu, pemilik juga *open reseller* bagi ingin bergabung secara cuma-cuma tanpa biaya pendaftaran. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Bu Siti Fatimah selaku pemilik *home industry* Qtello Ayu:

“iya mbak saya menciptakan produk baru yang berbahan dasar dari singkong. Di tempat lain masih belum ada mbak masih di saya saja. Produk baru yang sudah saya pasarkan itu Singju (Singkong Keju) Krispi mbak, produknya ini berbentuk stik mbak, cuman biar hasilnya renyah saya motongnya kecil-kecil gitu, sebenarnya pengennya ukurannya pengen sedikit lebih besar gitu tapi pernah nyoba hasilnya jadi keras, ini masih jadi PR buat saya mbak soalnya kalau kecil-kecil itu jadi rawan remuk mbak. Produk Singju Kripsi ini saya juga nitipin di Fantastic Car Wash Tulungagung, Intan Jaya, Budi Swalayan 1 dan 2, Rumah Susu Trenggalek, dan Galeri Gemilang Trenggalek. Sama saya juga ada beberapa reseller juga yang memasarkan produk ini dan tidak ada biaya pendaftaran alias gratis.”<sup>30</sup>

Lini produk baru yang ada di *home industry* Qtello Ayu tidak hanya Singju (Singkong Keju) Krispi saja, akan tetapi masih ada 2 produk baru lagi yakni onde-onde gethuk dan juga dawet singkong. Lini produk baru ini merupakan modifikasi dari produk lama yang mana bahan bakunya diubah dengan bahan baku berupa singkong. Hal ini sesuai dengan tema *home industry* ini yang mengusung kuliner atau jajanan yang berbahan dasar dari singkong. Meskipun terbuat dari singkong, rasa dari produk yang dihasilkan tidak kalah dengan jajan modern lainnya. Berikut ini pernyataan Bu Siti Fatimah pemilik dari *home industry* Qtello Ayu yang menyatakan bahwa:

“selain Singju Kripsi, saya juga ada 2 produk lagi yang sudah pernah saya coba buat dan masih dalam perencanaan untuk dicoba dipasarkan mbak, produknya itu onde-onde gethuk sama dawet yang terbuat dari singkong. Saya pengen segera memasarkankan produk ini tapi masih bertahap dulu mbak. Di tempat lain juga belum ada produk yang persis seperti ini, produk saya ini bahan utamanya singkong mbak kalau biasanya itu kan kalau dawet dari tepung beras mbak terus onde-onde biasanya dari tepung ketan kalau saya beda, saya nyoba dari singkong dan hasilnya enak, kalau yang onde-onde

---

<sup>30</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

lebih enak lagi dikonsumsi pas hangat gitu. Saya sudah buat juga model kemasan dari yang dawet itu.”<sup>31</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Tika selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu bahwa terdapat lini produk baru di *home industry* Qtello Ayu yaitu Singju (Singkong Keju) Krispi, onde-onde gethuk dan dawet singkong. berikut penuturannya:

“produk baru di *home industry* Qtello Ayu ini ada Singju Krispi ini mbak, cuman ada di sini yang punya produk ini. Tapi bu Fatimah juga menitipkan di beberapa tempat mbak di Fantastic Car Wash Tulungagung, Intan Jaya, Budi Swalayan 1 dan 2, Rumah Susu Trenggalek, dan Galeri Gemilang Trenggalek. Reseller juga ada mbak. Produk baru selain Singju Krispi ada onde-onde gethuk sama dawet yang terbuat dari singkong mbak tapi masih proses dalam memasarkan mbak.”<sup>32</sup>

Hal ini juga diungkapkan oleh Pak Edi selaku karyawan dari *home industry* Qtello Ayu sebagai berikut:

“di *home industry* Qtello Ayu ada produk baru mbak yaitu Singkong Keju Krispi, di tempat lain belum ada yang jual, sampai-sampai banyak yang pengen beli untuk dibrand sendiri tapi dari pemilik tidak mau karena ini produk milik *home industry* Qtello Ayu jadi produk ini tetap harus dengan nama Qtello Ayu mbak. Banyak yang suka sama produk ini mbak karena rasanya yang enak meskipun proses produksi memakan waktu yang lama dan butuh ketelatenan yang ekstra, tapi produk ini sangat berpeluang sekali untuk dipasarkan lebih jauh lagi.”<sup>33</sup>

Dari pernyataan pemilik dan karyawan di atas, kemudian muncul pertanyaan dari peneliti kepada konsumen *home industry* Qtello Ayu

---

<sup>31</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

<sup>32</sup> Wawancara dengan Mbak Tika (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 18 November 2021

<sup>33</sup> Wawancara dengan Pak Edi (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 22 November 2021

tentang penciptaan lini produk baru di *home industry* Qtello Ayu. Mbak

Rina selaku konsumen menyatakan:

“iya mbak ada produk baru di *home industry* Qtello Ayu. Produknya itu Singju Krispi dengan banyak pilihan rasa, saya biasanya beli yang rasa rumput laut. Enak mbak rasanya dan menurut saya di tempat lain belum ada yang jual produk kayak gini.”<sup>34</sup>

Bu Suprihatin selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu juga mengatakan:

“iya ada mbak, produk Singju Kripi itu mbak produk baru yang masih belum ada di pasaran mbak. Setahu saya cuman di *home industry* Qtello Ayu yang ada. Saya pernah beli rasanya enak mbak, kejunya berasa bumbunya juga enak. Tapi karena kecil-kecil jadi banyak yang remuk produknya.”<sup>35</sup>

Dari pernyataan pemilik, karyawan, dan juga konsumen *home industry* Qtello Ayu di atas kemudian diperkuat dengan dokumentasi mengenai lini produk baru yang sudah diciptakan oleh *home industry* Qtello Ayu yakni sebagai berikut.

#### **Gambar 4.8** **Penciptaan Lini Produk Baru**



<sup>34</sup> Wawancara dengan Mbak Rina (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 30 November 2021

<sup>35</sup> Wawancara dengan Bu Suprihatin (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 20 Januari 2022



Sumber: *Home Industry* Qtello Ayu Desa gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek

Berdasarkan observasi atau pengamatan peneliti di lapangan menyatakan bahwa terdapat lini produk baru di *home industry* Qtello Ayu berupa Singju (Singkong Keju) Krispi. Berdasarkan pengamatan peneliti juga bahwa produk Singju Krispi ini memiliki 4 varian rasa yakni rasa original, rumput laut, ekstra *cheese*, dan *spicy* balado.

Berdasarkan pemaparan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *home industry* Qtello Ayu menciptakan lini produk baru dengan membuat produk Singkong Keju (Singju) Krispi yang belum ada di pasaran. Selain itu, terdapat 2 produk baru lagi yaitu onde-onde gethuk dan dawet yang terbuat dari singkong yang masih dalam proses untuk dipasarkan.

#### **d. Menyempurnakan Produk yang Sudah Ada**

Selain menciptakan lini produk baru, setiap pelaku usaha tentunya akan melakukan pengembangan terhadap produk lamanya. Hal ini diharapkan agar produk lamanya tidak mengalami kemunduran dan hilang begitu saja. *home industry* Qtello Ayu selain menciptakan lini produk baru,

juga tetap melakukan pengembangan produk lama dengan cara menyempurnakan produk yang sudah ada. Penyempurnaan produk yang sudah ada ini dilakukan agar *home industry* Qtello Ayu tetap berkembang dan produk-produk yang sudah terlebih dahulu ada tidak mengalami kemunduran sehingga tetap banyak diminati oleh konsumen.

Dalam penyempurnaan produk yang sudah ada ini dilakukan dengan memperbaiki produk. Perbaikan produk ini seperti perubahan warna produk menjadi lebih menarik dan juga bentuk produk yang lebih baik lagi. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Bu Siti Fatimah pemilik dari *home industry* Qtello Ayu:

“dalam penyempurnaan produk yang telah ada dilakukan dengan cara memperbaiki dan juga menambahkan varian produk yang sudah ada mbak. Dari segi perbaikan produk perlu dilakukan supaya produk lebih maksimal lagi hasilnya. Saya melakukan perbaikan produk seperti warna produk yang dulunya warna ngejreng sekarang warnanya sudah saya patenkan seperti ini dengan warna yang kalem tapi tetap segar, cuman di sini juga yang warnanya seperti ini mbak di tempat lain menurut saya kayak yang penting jadi gitu. Terus dari segi bentuk dan desain produknya juga diperbaiki menjadi lebih baik lagi.”<sup>36</sup>

Selain melakukan perbaikan produk, dalam penyempurnaan produk yang sudah ada juga dilakukan dengan menambahkan varian produk menjadi lebih bermacam-macam. Hal ini dilakukan agar meningkatkan daya tarik konsumen dalam membeli produk di *home industry* Qtello Ayu. Berikut ini pernyataan Bu Siti Fatimah pemilik dari *home industry* Qtello Ayu:

---

<sup>36</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

“selain memperbaiki produk yang sudah ada, saya juga menambahkan varian produk agar lebih bermacam-macam dan bisa menarik konsumen. Dari awalnya hanya 3 produk yakni Klepon, Gethuk Bakar, sama Talam Lapis, sekarang untuk produk basahya sudah ada 10 varians mbak, ada tambahan berupa Gethuk Lindri, Talam Strawberry dan Nangka, Talam Pisang, Srawut, Sarang Burung, dan yang terakhir Gethuk Gulung. Itu untuk produk basahya ya mbak, kalau produk keringnya ya Singju Krispi tadi itu dari hanya rasa original sekarang ada rasa rumput laut, ekstra *cheese* sama *spicy* balado.”<sup>37</sup>

Hal ini juga diperkuat oleh Pak Edi selaku karyawan di *home industry* Qtello Ayu yang mengungkapkan bahwa :

“kalau untuk memperbaiki produk yang saya tahu itu dengan menetapkan warna produk seperti yang sekarang ini, dan juga dari segi desain produk itu juga menjadi lebih baik dengan ukuran yang pas. Kemudian dalam menambahkan produk yang sudah ada itu bisa dilihat dari varian produk dari yang dulunya sedikit sekarang jadi banyak sekitar 10 varian untuk produk basahya. Sedangkan untuk produk keringnya Singju Krispi dari rasa original saja sekarang ada tambahan 3 rasa yaitu rumput laut, ekstra *cheese* sama *spicy* balado.”<sup>38</sup>

Dari pernyataan pemilik dan karyawan *home industry* Qtello Ayu, selanjutnya timbul pertanyaan peneliti kepada konsumen *home industry* Qtello Ayu tentang strategi penyempurnaan produk yang sudah ada. Bu Rif'atul selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu menyatakan:

“perbaikan produknya apa saya kurang begitu tahu ya mbak gak gitu memperhatikan, kalau penambahan produknya yang saya tahu itu variannya makin banyak baik produk yang basah maupun yang kering. Jadi kita bisa memilih produk yang kita suka dan lebih seneng aja mbak kalau produknya banyak pilihannya jadi gak itu-itu aja.”<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

<sup>38</sup> Wawancara dengan Pak Edi (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 22 November 2021

<sup>39</sup> Wawancara dengan Bu Rif'atul (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 2 Desember 2021

Dari pernyataan pemilik, karyawan, dan juga konsumen *home industry* Qtello Ayu di atas kemudian diperkuat dengan dokumentasi produk lama yang ada di *home industry* Qtello Ayu sebelum disempurnakan menjadi lebih baik lagi sebagai berikut.

**Gambar 4.9**  
**Produk Lama Sebelum Disempurnakan**



Sumber: *Home Industry* Qtello Ayu Desa gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek

Berdasarkan pemaparan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan strategi penyempurnaan produk yang sudah ada di *home industry* Qtello Ayu dilakukan dengan memperbaiki dan juga menambahkan varian produk yang sudah ada. Perbaikan produk ini dilakukan dengan cara menetapkan warna produk serta memperbaiki bentuk dan desain produk menjadi lebih baik. Selain itu, *home industry* Qtello Ayu juga menambahkan varian produk basah dari 3 varian menjadi 10 varian dan untuk produk kering Singju Krispinya dari rasa original kini sudah ada tambahan rasa rumput laut, ekstra *cheese*, dan *spicy* balado.

### e. Meningkatkan Keistimewaan Produk

Selain menyempurnakan produk yang sudah ada, strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh *home industry* Qtello Ayu yang lain yaitu dengan meningkatkan keistimewaan produk. Hal ini bertujuan agar konsumen tetap merasa puas dan tetap membeli produk di *home industry* Qtello Ayu. Dalam meningkatkan keistimewaan produk *home industry* Qtello Ayu dilakukan dengan membuat desain produk yang menarik, penataan produk yang rapi, perpaduan warna yang kontras, penggunaan daun pisang dalam setiap pengemasannya, serta penambahan aksesoris lainnya yang mendukung keindahan produk. Berikut ini pernyataan Bu Siti Fatimah pemilik dari *home industry* Qtello Ayu yang mengatakan bahwa:

“dalam meningkatkan keistimewaan dari produk Qtello Ayu ini bisa dilihat dari desain produknya. Saya berusaha untuk membuat produk yang menarik jadi saya buatlah desain yang menarik juga. Selain desain produk, penataan produk pada kemasan juga sangat diperhatikan sekali agar produk ini terlihat rapi dengan perpaduan warna-warnanya yang sesuai agar konsumen pun merasa puas dan tertarik. Dengan banyaknya varian produk ini juga menciptakan keanekaragaman pada produk yang mana hal ini juga menjadi ciri khas dan keistimewaan tersendiri dari produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu. Kemudian agar lebih istimewa lagi saya menggunakan daun pisang sebagai alasnya dan juga bentuk segitiga di tepinya. Aksesoris untuk menunjang penampilan produk juga saya gunakan seperti kartu ucapan ulang tahun dan kartu ucapan lainnya yang sesuai dengan permintaan konsumen, serta tidak lupa logo *home industry* Qtello Ayu. Dengan cara ini bertujuan untuk menarik minat beli konsumen sehingga dapat menghadapi persaingan bisnis saat ini.”<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Tika selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu. Mbak Tika menyatakan:

“keistimewaan produknya itu menarik mbak dari desain produknya yang bagus, banyak pilihan produknya sehingga dengan beranekaragamnya produk tersebut menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen. Apalagi bu Fatimah sangat memperhatikan sekali penataan produknya. Selain itu, terdapat aksesoris juga untuk mempercantik tampilan produk seperti kartu ucapan sesuai permintaan dari konsumen dan logo *home industry* Qtello Ayu.”<sup>41</sup>

Dari pernyataan pemilik dan karyawan *home industry* Qtello Ayu, kemudian timbul pertanyaan peneliti kepada konsumen *home industry* Qtello Ayu mengenai keistimewaan produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu. Mbak Rina selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu mengatakan:

“menurut saya *home industry* Qtello Ayu ini sudah meningkatkan keistimewaan produknya. Bisa dilihat dari penataan produknya yang sangat detail dan rapi mbak, bisa memadukan produk-produk menjadi satu kesatuan yang menarik. Selain itu, kita bisa pesan kartu ucapan sesuai yang kita mau misalnya kartu ucapan ulang tahun gitu mbak.”<sup>42</sup>

Kemudian Bu Suprihatin selaku konsumen *home industry* Qtello Ayu juga mengatakan hal yang sama sebagai berikut:

“menurut saya sudah mbak dalam peningkatan keistimewaan produknya. Istimewanya kita bisa pesan tumpeng Qtello Ayu dengan disertai kartu ucapan.”<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Wawancara dengan Mbak Tika (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 18 November 2021

<sup>42</sup> Wawancara dengan Mbak Rina (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 30 November 2021

<sup>43</sup> Wawancara dengan Bu Suprihatin (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 20 Januari 2022

Berdasarkan pemaparan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi dalam meningkatkan keistimewaan produk yang dilakukan oleh *home industry* Qtello Ayu yaitu dengan membuat desain produk semenarik mungkin, kerapian dalam penataan produk, dan banyaknya varian produk sehingga menciptakan keanekaragaman dari produk itu sendiri. Selain itu, penambahan aksesoris pada produk seperti penggunaan daun pisan sebagai alas dan tepian pada tumpeng dan nampan, serta kartu ucapan yang sesuai dengan permintaan konsumen, logo bermerek *home industry* Qtello Ayu, dan kartu ucapan terimakasih.

#### **f. Kemasan Produk yang Menarik**

Setiap akan melakukan suatu pembelian seorang konsumen akan mengutamakan kualitas produk yang akan dibeli. Baik dari segi rasa maupun harga. Produk yang memiliki kualitas baik juga akan membuat konsumen tertarik dan ingin memiliki produk tersebut. Selain kualitas produk, hal yang sangat penting yang juga harus diperhatikan oleh pelaku usaha adalah kemasan produk yang menarik. Kemasan yang baik dan menarik juga akan menjadi daya tarik sendiri bagi seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Kemasan yang menarik ini juga menjadi salah satu strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh *home industry* Qtello Ayu. Dengan kemasan yang menarik akan membuat konsumen merasa senang saat melakukan pembelian produk. Kemasan yang ada di *home industry* Qtello Ayu memiliki banyak jenis dan juga berbagai macam ukuran

menyesuaikan dengan jumlah pembelian produk. Tidak hanya jenis kemasannya yang banyak, pemberian stiker label pada kemasan juga dapat menciptakan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Hal ini juga diungkapkan oleh Bu Siti Fatimah selaku pemilik *home industry* Qtello Ayu:

“sebisa mungkin kemasan juga harus menarik mbak, biar seimbang sama produknya. Kemasan yang saya gunakan di sini pakai kardus putih dan coklat, mika bening dan coklat, besek, nampan, dan tampah mbak. Dari berbagai jenis kemasan ini ada beberapa ukurannya masing-masing sesuai dengan pembelian dari konsumen. Untuk lebih menarik konsumen tidak lupa di kemasan saya berikan stiker label *home industry* Qtello Ayu. Meskipun konsumen beli sedikit ataupun banyak saya tetap akan memberikan stiker label *home industry* Qtello Ayu. Hal ini bertujuan agar konsumen merasa dihargai dan juga sebagai bentuk pemasaran juga serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen.”<sup>44</sup>

Selain jenis kemasan dan stiker label pada kemasan untuk ke depannya dalam menciptakan kemasan yang menarik akan dilakukan dengan cara mendesain kardus kemasan Qtello Ayu, menambahkan *ziplock* pada kemasan Singju Krispi serta mendesain ulang kemasan Singju Krispi dengan menambahkan informasi uji nutrisi, halal, dan juga gambar membuang sampah. Hal ini berdasarkan dengan pernyataan Bu Siti Fatimah pemilik dari *home industry* Qtello Ayu, berikut ini pernyataannya:

“untuk ke depannya saya akan memperbaharui kemasannya dengan menambahkan kardus yang sudah didesain khusus dengan merek, komposisi, dan informasi lainnya di dalam kemasan dengan warna ungu sesuai dengan ciri khas dari *home industry* Qtello Ayu. Sudah saya desainkan tinggal nyetaknya saja mbak. Itu untuk kemasan produk basahnya mbak, sedangkan untuk kemasan Singju Krispinya sementara hanya menggunakan kemasan pouch satu ukuran dengan desain berwarna kuning. Rencana ke depannya saya akan ubah

---

<sup>44</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

pouch yang ada *ziplock*-nya gitu mbak sama desainnya juga mau ditambahkan informasi uji nutrisi, halal, dan gambar membuang sampah.”<sup>45</sup>

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Mbak Tika selaku karyawan di *home industry* Qtello Ayu:

“iya mbak kemasan di sini sangat diperhatikan dan diupayakan semenarik mungkin. Ada beberapa jenis kemasan di sini mbak mulai dari nampan untuk buat tumpeng, kemudian tampah, mika, besek, sama kardus mbak. Tujuannya ya biar menarik konsumen untuk beli mbak kan lebih terlihat modern dan mewah gitu mbak. Buat acara-acara gitu juga cocok karena ya memang menarik dan tentunya rapi banget. Kalau untuk produk kering Singju Krispinya kemasannya menggunakan pouch dengan satu ukuran mbak.”<sup>46</sup>

Selain itu, Pak Edi selaku karyawan *home industry* Qtello Ayu juga mengatakan hal yang sama sebagai berikut:

“iya benar mbak. Banyak jenis kemasannya di sini ada kardus, mika, besek, nampan, tampah, dan kemasan pouch untuk produk Singju Krispinya. Penggunaan kemasan ini untuk mendukung produk biar tambah cantik dan menarik mbak. Apalagi ada banyak macamnya konsumen tinggal pilih mana yang disukai atau menyesuaikan dengan budgetnya. Jadi ya fleksibel gitu mbak.”<sup>47</sup>

Dari pernyataan pemilik dan karyawan *home industry* Qtello Ayu, kemudian timbul pertanyaan peneliti kepada konsumen *home industry* Qtello Ayu mengenai kemasan produk yang menarik. Mbak Rina selaku konsumen menyatakan:

“menarik sekali mbak menurut saya. Kalau jaman dulu beli gethuk gitu kan dibungkus pakai daun pisang saja jadi kurang menarik, tapi kalau di Qtello Ayu ini beda mbak. Kemasannya lebih modern meskipun penggunaan daun pisang tetap ada yang dipadukan dengan

---

<sup>45</sup> Wawancara dengan Bu Siti Fatimah (Selaku Pemilik dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 15 November 2021

<sup>46</sup> Wawancara dengan Mbak Tika (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 18 November 2021

<sup>47</sup> Wawancara dengan Pak Edi (Selaku Karyawan dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 22 November 2021

kemasan yang bagus jadi makin menarik. Benar-benar dikemas dengan cantik dan rapi. Cocok buat acara-acara resmi mbak. Apalagi dikasih stiker label *home industry* Qtello Ayu dengan desain berwarna ungu.”<sup>48</sup>

Dari pernyataan pemilik, karyawan, dan juga konsumen *home industry* Qtello Ayu di atas kemudian diperkuat dengan dokumentasi kemasan produk yang menarik di *home industry* Qtello Ayu sebagai berikut.

**Gambar 4.10**  
**Kemasan Produk yang Menarik**



Sumber: *Home Industry* Qtello Ayu Desa gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek

Berdasarkan observasi atau pengamatan yang sudah dilakukan peneliti di lapangan bahwa kemasan yang ada di *home industry* Qtello Ayu menarik dengan berbagai jenis dan ukuran yang bermacam-macam.

<sup>48</sup> Wawancara dengan Mbak Rina (Selaku Konsumen dari *Home Industry* Qtello Ayu) pada tanggal 30 November 2021

Peneliti juga melakukan pengamatan pada setiap pengemasannya yang mana pemilik tidak lupa untuk memberikan stiker label pada setiap kemasan produknya.

Berdasarkan pemaparan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan produk di *home industry* Qtello Ayu yaitu dengan membuat kemasan produk yang menarik. Adapun kemasan produk basah yang ada di *home industry* Qtello Ayu ini yaitu menggunakan tampah, nampan, mika bening, mika coklat, besek, kardus putih dan kardus coklat. Dari berbagai jenis kemasan ini tersedia berbagai macam ukuran mulai dari ukuran kecil hingga besar. Pada kemasan produk juga tidak lupa ditempelkan stiker label dengan merek *home industry* Qtello Ayu.

Dalam rencana ke depannya pemilik akan memperbaharui kemasan kardus dengan desain khusus yang di dalamnya tercantum merek, komposisi, dan informasi lainnya dengan warna dasar ungu yang menandakan ciri khas dari *home industry* Qtello Ayu. Sedangkan untuk kemasan produk kering Singju Krispinya sementara hanya menggunakan kemasan pouch satu ukuran dengan desain berwarna kuning. Dan untuk rencana ke depannya akan diubah dengan *pouch* yang ada *ziplock*-nya serta desainnya juga akan ditambahkan informasi uji nutrisi, halal, dan gambar membuang sampah.

### C. Temuan Penelitian

#### 1. Analisa Tentang Persaingan Bisnis *Home Industry* Qtello Ayu Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek

Dari paparan data di atas dijelaskan bahwa *home industry* Qtello Ayu dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari persaingan bisnis. Adapun suasana persaingan bisnis yang terjadi pada *home industry* Qtello Ayu saat ini tidaklah begitu ketat dari segi usaha yang sejenis. Hal ini dikarenakan dalam cakupan desa hanya *home industry* Qtello Ayu yang memproduksi olahan berbahan dasar singkong. Sedangkan dalam cakupan kecamatan terdapat 2 pesaing dengan usaha sejenis yaitu warung Bu Yati di desa Sumbergayam dan Bibis Milah di desa Malasan. Dari kedua pesaing ini sama-sama memproduksi produk basah berbahan dasar singkong. Dari adanya pesaing ini tidak berdampak besar bagi *home industry* Qtello Ayu, karena terdapat keunggulan dalam suasana persaingan yang ada di *home industry* Qtello Ayu.

Selain persaingan dengan bisnis yang sejenis, *home industry* Qtello juga bersaing dengan produk-produk makanan modern yang mana banyak konsumen yang beranggapan bahwa makanan modern lebih menarik dari makanan tradisional. Meskipun produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu sudah dimodifikasi menjadi produk yang lebih modern dan menyesuaikan perkembangan zaman, akan tetapi masih ada konsumen yang menganggap produk basah dari singkong merupakan produk tradisional. Sehingga *home industry* Qtello Ayu dituntut untuk menghadapi persaingan bisnis tidak hanya

dalam usaha yang sejenis akan tetapi juga harus mampu mengikuti perkembangan produk modern pada saat ini.

Dengan melihat persaingan bisnis tersebut maka peneliti membandingkan keunggulan produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu dengan produk dari pesaingnya dengan beberapa indikator sebagai berikut ini:

a. Produk

Dalam segi kualitas produk bisa dikatakan *home industry* Qtello Ayu memiliki beberapa keunggulan dibanding dengan produk dari pesaingnya. Keunggulan dari produk *home industry* Qtello Ayu ini diantaranya yaitu tidak hanya memproduksi produk basah namun juga memproduksi produk kering berupa Singju Krispi dan memiliki beberapa varian produk yang berbeda dengan produk dari pesaingnya. Selain itu, warna yang digunakan lebih terlihat segar dengan perpaduan yang cantik, sedangkan produk dari pesaing penggunaan warnanya sangatlah mencolok sehingga terlihat kurang menarik.

Dari segi rasa, produk di *home industry* Qtello Ayu menggunakan perisa sebagai pewarnanya sehingga menjadikan rasa produk lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya yang hanya menggunakan pewarna makanan biasa. Selain itu, dari segi *toping* yang digunakan juga berbeda, di *home industry* Qtello Ayu hanya menggunakan *toping* parutan kelapa saja sedangkan dari pesaing selain menggunakan parutan kelapa juga menggunakan gula merah cair. Berdasarkan tampilan dari

produknya juga sangat berbeda antara produk di *home industry* Qtello Ayu dengan pesaingnya.

b. Harga

Dari segi harga produk di *home industry* Qtello Ayu lebih mahal dari pesaingnya. Hal ini karena dari segi tampilan lebih berkelas produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu. Selain itu, produknya sudah memiliki brand dan jangkauan pemasaran yang lebih luas dari pesaingnya. Konsumen yang ada di *home industry* Qtello Ayu juga rata-rata dari pejabat-pejabat daerah atau dari kalangan menengah atas maupun menengah bawah. Penetapan harga yang lebih tinggi ini juga sudah sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan.

c. Tempat

Dari segi pemilihan tempat *home industry* Qtello Ayu memanfaatkan lahan yang ada di samping rumah pemilik yang dimodifikasi menjadi sebuah toko. Dengan bertemakan warna ungu sesuai dengan ciri khas dari *home industry* Qtello Ayu dengan mengusung nuansa alam sehingga terlihat begitu jelas lokasi *home industry* Qtello Ayu serta memudahkan para konsumen. Selain itu, lokasi *home industry* Qtello Ayu lebih strategi di kawasan padat penduduk. Sedangkan pesaingnya warung Bu Yati dengan yang membuka warung kecil di pinggir sungai dan untuk Bibis Milah berjualan melalui facebook saja dengan sistem COD dan belum memiliki toko.

## **2. Strategi Bersaing *Home Industry* Qtello Ayu Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam Perspektif Bisnis Syariah**

Dalam menghadapi persaingan bisnis, unsur-unsur bisnis syariah sangatlah penting demi mencapai keberkahan, sehingga berkah dunia maupun akhirat. Persaingan bisnis yang baik yaitu persaingan yang sesuai dengan kaidah ajaran agama Islam, baik di hadapan Allah dalam mencapai dengan sekuat tenaga untuk tetap setia mentaati aturan dan perintah-Nya dalam menjalankan bisnis. Dalam hal ini berdasarkan paparan data di atas, *home industry* Qtello Ayu dalam menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip bisnis syariah yaitu berbisnis dengan jujur dan tidak merugikan pesaingnya.

Produk yang diproduksi oleh *home industry* Qtello Ayu adalah produk dengan bahan baku yang halal, dan menyehatkan serta pemilik juga menanamkan sifat amanah agar dapat dipercaya oleh konsumen dan pelayanan yang ramah. Pemilik *home industry* Qtello Ayu dalam menjalankan usahanya juga dengan jujur dan tidak melakukan kecurangan untuk menjatuhkan usaha pesaingnya karena pada dasarnya berbisnis merupakan ibadah yang dianjurkan dan diperbolehkan dalam Islam. Dengan cara seperti ini diharapkan mampu dalam menghadapi persaingan bisnis dengan berakhlak yang baik.

### **3. Analisa Tentang Strategi Pengembangan Produk yang Dilakukan oleh *Home Industry* Qtello Ayu yang Bertempat di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam Menghadapi Persaingan Bisnis**

Dalam upaya menghadapi persaingan bisnis yang semakin sengit pada *home industry* Qtello Ayu maka perlu menerapkan beberapa strategi dalam pengembangan produknya. Hal ini dilakukan karena dengan banyaknya produk yang ada di pasaran saat ini menjadikan *home industry* Qtello Ayu dituntut untuk menampilkan produk yang berbeda dari yang lain dan memiliki nilai lebih tersendiri agar produknya tetap dilirik dan diminati para konsumen.

Berdasarkan paparan data di atas diperoleh temuan bahwa *home industry* Qtello Ayu telah menerapkan strategi pengembangan produk dengan bantuan dari teman, konsumen serta karyawannya sehingga *home industry* Qtello Ayu mampu menghadapi persaingan bisnis dengan menerapkan strategi pengembangan produk baik pada saat ini maupun di masa yang akan datang. Adapun dalam penerapan strategi pengembangan produk yang digunakan *home industry* Qtello Ayu dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu sebagai berikut.

#### **a. Meningkatkan Kualitas Produk**

Dalam meningkatkan kualitas produk, upaya yang dilakukan dengan cara pemilihan bahan baku yang berkualitas baik terutama dari pemilihan singkong itu sendiri. Selain itu, dengan memproduksi setiap hari karena produk tidak dapat bertahan lama sebab tidak menggunakan bahan pengawet, sehingga bisa dipastikan produk dengan kualitas baik

dan juga menyehatkan. Pemilik *home industry* Qtello Ayu juga sangat memperhatikan rasa dan tampilan dari produknya agar terlihat menarik dan mampu bersaing dengan produk dari pesaingnya.

b. Melakukan Inovasi Produk

Inovasi produk yang dilakukan *home industry* Qtello Ayu bisa dilihat dari bermacam-macamnya produk menarik dan bervariasi yang diproduksi yang tentunya berbeda dari yang lain. Selain itu, desain produk dan pengemasan produk yang menarik serta menciptakan produk baru yang berkualitas atau modifikasi produk dengan memanfaatkan sumber daya alam singkong.

c. Menciptakan Lini Produk Baru

*Home industry* Qtello Ayu melakukan strategi menciptakan lini produk baru dalam menghadapi persaingan bisnis. Produk baru ini merupakan produk yang dimodifikasi dari produk yang sudah ada dengan mengganti bahan bakunya dengan menggunakan singkong karena sesuai dengan tema usahanya. Produk baru yang sudah diciptakan yaitu Singkong Keju (Singju) Krispi. Produk ini merupakan modifikasi stik bawang. Produk ini menciptakan lini produk baru yang belum ada di pasaran sehingga memiliki peluang yang tinggi untuk dipasarkan lebih luas lagi.

Selain itu, terdapat 2 produk baru yaitu onde-onde gethuk dan dawet yang terbuat dari singkong yang masih dalam proses akan dipasarkan. Kedua produk ini juga modifikasi dari produk yang sudah

ada. Dengan adanya produk-produk baru yang diciptakan ini diharapkan dapat mengembangkan produk yang ada di *home industry* Qtello Ayu dalam menghadapi persaingan bisnis saat ini.

d. Menyempurnakan Produk yang Sudah Ada

Dalam penyempurnaan produk yang sudah ada sebelumnya dilakukan dengan cara memperbaiki dan menambahkan varian produk. Dalam memperbaiki produk, *home industry* Qtello Ayu melakukan perbaikan produk dengan menentukan warna yang sesuai dengan perpaduan warna yang kompleks dan bagus. Dari segi bentuk dan desain produk juga diperbaiki menjadi lebih baik dan rapi sehingga produk terlihat menarik.

Selain melakukan perbaikan, penambahan varian produk juga dilakukan baik dari produk basah maupun produk keringnya. Untuk produk basahnya penambahan varian produk dari yang awalnya hanya 3 produk yakni klepon, gethuk bakar, dan talam lapis sekarang sudah ada 10 varian, ada tambahan berupa gethuk lindri, talam strawberry dan nangka, talam pisang, srawut, sarang burung, dan gethuk gulung. Sedangkan untuk produk kering Singju Krispinya dari yang awalnya hanya rasa original kini sudah ada tambahan rasa rumput laut, ekstra *cheese*, dan *spicy* balado.

e. Meningkatkan Keistimewaan Produk

Dalam meningkatkan keistimewaan produk *home industry* Qtello Ayu mendesain produknya semenarik mungkin, memperhatikan

pengemasan produk, perpaduan warna dan kerapian tata letak produk dalam pengemasan sangat dilakukan dengan hati-hati agar tercipta keanekaragaman dari produk. Selain itu, penambahan aksesoris pada produk seperti penggunaan daun pisang sebagai alas dan tepian pada tumpeng dan nampan, serta kartu ucapan yang sesuai dengan permintaan konsumen, logo bermerek *home industry* Qtello Ayu serta kartu ucapan terimakasih.

f. Kemasan Produk yang Menarik

Kemasan yang ada di *home industry* Qtello Ayu ini sangat bermacam-macam dan konsumen dapat memilih sesuai dengan yang diinginkan. Adapun kemasan yang ada di *home industry* Qtello Ayu ini yaitu menggunakan tampah, nampan, mika bening, mika coklat, besek, kardus putih dan kardus coklat. Dari berbagai jenis kemasan ini juga tersedia berbagai macam ukuran mulai dari ukuran kecil hingga besar menyesuaikan dengan jumlah pembelian dan permintaan konsumen. Pada kemasan produk ini tidak lupa ditempel stiker label dengan merek *home industry* Qtello Ayu.

Dalam rencana ke depannya pemilik akan memperbaharui kemasan kardus dengan desain khusus yang di dalamnya tercantum merek, komposisi, dan informasi lainnya. Sedangkan untuk kemasan produk kering Singju Krispinya menggunakan kemasan *pouch* satu ukuran. Dan untuk rencana ke depannya akan diubah dengan *pouch* yang

ada *ziplock*-nya serta desainnya akan ditambahkan informasi uji nutrisi, halal, dan gambar membuang sampah.