

BAB V

PEMBAHASAN

Dalam bab ini disajikan pembahasan sesuai dengan hasil penelitian dan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Pembahasan penelitian dilakukan berdasarkan hasil penelitian dari wawancara dan dokumentasi yang selanjutnya disesuaikan dengan teori dan logika. Peneliti melakukan wawancara kepada pemilik usaha, karyawan, dan konsumen pada UMKM Catering Pawon Gusti desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek.

A. Suasana Persaingan Usaha Jasa Boga/Catering Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek dalam Perspektif Bisnis Syariah.

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan individu dan organisasi yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.³⁰³ Seiring dengan adanya perebutan diantara para pengusaha dalam merebutkan konsumen maka timbul persaingan. Semakin banyaknya pengusaha yang terjun pada suatu produk atau bisnis tertentu, maka persaingan pada bisnis tertentu juga semakin tajam tingkat persaingan yang terjadi. Dengan demikian, persaingan bisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bertanding diantara pengusaha satu dengan pengusaha yang lain untuk memenangkan pangsa pasar

³⁰³ Hadion Wijoyo, et, all, *Pengantar Bisnis...*, hal. 1

dan mencari keuntungan dalam upaya melakukan penawaran produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang diterapkan.³⁰⁴

Persaingan bisnis merupakan hal yang sudah wajar dan tidak dapat dihindari. Semua orang berhak untuk menentukan dengan cara apakah dirinya dapat menjalankan roda perekonomian dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu aktivitas ekonomi yang dapat dijalankan oleh manusia adalah dengan berbisnis. Banyaknya masyarakat yang mendirikan bisnis dalam industri yang sama maka akan menyebabkan persaingan bisnis yang semakin tajam. Sebagai seorang muslim untuk mentaati ajaran Islam, dalam menjalankan kegiatan bisnis harus sesuai dengan syariah-syaria Islam yaitu bersaing secara sehat dan tidak menghalalkan cara dalam memenangkan persaingan bisnis.

Suatu perusahaan perlu untuk mengetahui suasana persaingan bisnisnya sehingga dapat menerapkan strategi-strategi yang tepat untuk memiliki daya saing dan memperoleh keunggulan bersaing. Salah satu usaha yang memiliki banyak pesaing bisnis adalah usaha yang bergerak dalam bidang jasa boga. UMKM Catering Pawon Gusti merupakan salah satu usaha catering yang ada di Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. UMKM Catering Pawon Gusti bergerak dalam industri jasa boga yang dapat menghasilkan berbagai macam produk makanan seperti nasi kotak, nasi bento, tumpeng, aneka kue basah, kue kering, dan lain sebagainya.

³⁰⁴ Putri Wita Sthefani, Skripsi: *Persaingan Usaha dalam Prespektif Etika Bisnis Islam...*, hal. 16-18

Berdasarkan hasil penelitian, suasana persaingan usaha catering atau jasa boga di Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek sangat ketat atau tajam. Suasana persaingan jasa boga atau catering yang ramai disebabkan karena Desa Surondakan merupakan salah satu Desa yang ada di Pusat Kota Trenggalek sehingga kondisi wilayah yang ramai dekat dengan fasilitas-fasilitas pelayanan masyarakat seperti Kantor Pemerintahan, Rumah Sakit, Sekolah, Terminal, dan lain-lain. Pada umumnya, masyarakat perkotaan lebih memilih membeli produk makanan jika terdapat acara berbeda dengan masyarakat pedesaan yang umumnya lebih memilih mengolah masakan sendiri yang dibantu oleh tetangga sekitar. Selain itu, kantor instansi ataupun rumah sakit dalam konsumsinya juga memberdayakan usaha catering dengan demikian memang usaha jasa boga atau catering memiliki peluang yang besar di Desa Surondakan.

Meskipun tingkat persaingan usaha jasa boga atau catering di Desa Surondakan tinggi, pelaku-pelaku usaha bersaing secara baik dan sehat. Dalam persaingan ini, tidak ada pelaku usaha yang berusaha merusak atau menjatuhkan usaha lainnya. Persaingan bukan dianggap sebagai permusuhan tetapi untuk memenangkan persaingan harus menggunakan jalan yang halal sehingga tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan atas cara atau strategi yang dijalankan. Pelaku usaha UMKM Catering Pawon Gusti juga tidak menutup diri untuk berkomunikasi atau bergaul dengan pesaingnya. Bahkan, antar pelaku usaha saling mengikuti di media sosial.

Pesaing bisnis UMKM Catering Pawon Gusti adalah bisnis-bisnis catering sejenis, penjual kue basah yang ada di wilayah surondakan seperti yang ada di Pasar Sore Trenggalek, tempat makan atau warung yang juga menerima pesanan, serta penjual makanan-makanan siap saji yang ada dipinggir jalan. Meskipun banyak pesaing, posisi UMKM Catering Pawon Gusti dalam persaingan tetap dalam kondisi yang baik. UMKM Catering Pawon Gusti mampu bertahan dari Tahun 2003 dan tetap mampu bersaing dengan pesaing-pesaing yang ada. UMKM Catering Pawon Gusti menjadikan persaingan sebagai motivasi untuk berkembang lebih baik lagi. Dalam menghadapi persaingan bisnis UMKM Catering Pawon Gusti senantiasa memiliki cara atau strategi-strategi agar tetap eksis dan berdaya saing tinggi sehingga mampu unggul dibandingkan pesaingnya.

Persaingan dalam pandangan Islam dibolehkan dengan kriteria bersaing secara baik. Salah satunya dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya, dan hanyalah kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (QS. Al-Mulk:15)

Keyakinan bahwa rezeki semata mata dari Allah Swt akan menjadi kekuatan dasar bagi pengusaha muslim sebagai keyakinan untuk menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama berbisnis, pembisnis muslim akan menyandarkan segala sesuatunya hanya kepada Allah

SwT. Bila bisnis mengalami kemenangan maka bersyukur dan apabila sedang mengalami kekalahan atau kegagalan dalam bersaing akan bersabar. Pada intinya, segala keadaan dihadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal prinsip yang telah Allah SwT perintahkan.

Dalam hal ini, seorang muslim akan memandang berbisnis sebagai pelaksanaan perintah Allah dalam mencari karunia-Nya dan karena itu pembisnis muslim tidak terfikir untuk menghalalkan berbagai cara dalam hal memenangkan persaingan bisnis. Bagi pembisnis muslim, persaingan yaitu berebut menjadi yang terbaik. Terbaik di hadapan Allah SwT dapat dicapai dengan sekuat tenaga untuk tetap setia mentaati aturan-Nya dalam berbisnis, sedangkan terbaik di hadapan manusia yaitu dengan menjalankan bisnis dengan produk yang bermutu, harga bersaing, dan dengan pelayanan total.³⁰⁵

Dalam perspektif bisnis syariah, suasana persaingan usaha jasa boga atau catering di Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek sudah sesuai dengan ajaran Islam yaitu persaingan dilakukan secara sehat. Persaingan dilakukan dengan strategi-strategi bersaing secara baik dan tidak merugikan pihak lain. Pelaku-pelaku usaha tidak ada yang berusaha merusak atau menjatuhkan usaha lain, melainkan mereka menggunakan cara-cara yang halal untuk memenangkan persaingan. Bahkan, antar pelaku usaha tidak menutup diri untuk saling berinteraksi atau bergaul. Persaingan bisnis tidak dipandang sebagai permusuhan. Dengan begitu, persaingan usaha jasa boga atau catering di Desa Surondakan tidak keluar dari syariah Islam.

³⁰⁵ *Ibid.*, hal. 19-20

Dalam menghadapi persaingan tentunya setiap usaha memiliki cara menyikapi persaingan. Bagi seorang muslim, Islam sebagai pedoman hidup memberikan peraturan yang rinci bagaimana cara menyikapi persaingan dengan cara-cara yang baik dan halal sesuai dengan syariah. Cara UMKM Catering Pawon Gusti menyikapi persaingan usaha sesuai dengan prespektif syariah, yaitu:

1. Pihak-pihak yang bersaing

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UMKM Catering Pawon Gusti diperoleh temuan bahwa, pemilik dan seluruh karyawan dalam UMKM Catering Pawon Gusti melakukan persaingan secara sehat. Persaingan usaha menjadikan pihak dalam UMKM Catering Pawon Gusti semakin terpacu untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi. Dengan dapat mengembangkan kreativitas dan inovasi, tentu saja UMKM Catering Pawon Gusti dapat memberikan sesuatu yang terbaik bagi konsumen. Pihak dalam UMKM Catering Pawon Gusti tidak menganggap pesaingnya sebagai musuh sehingga pesaing dapat dianggap sebagai relasi bisnis. Dengan adanya persaingan bisnis usaha dapat mengetahui trend-trend yang sedang berkembang dari pesaing usaha.

Manusia adalah pengendali bisnis dan akan menjalankan bisnis terkait dengan pandangan tentang bisnis yang digeluti. Landasan dalam menjalankan bisnis, menjadi hal terpenting yang berkaitan dengan faktor manusia termasuk bagaimana cara menyikapi persaingan yang terjadi didalam menjalankan bisnisnya. Bagi seorang muslim, bisnis dijalankan

untuk memperoleh dan mengembangkan harta dan harta tersebut merupakan rezeki yang ditetapkan oleh Allah Swt. Jika bukan rezekinya, sekuat apapun manusia mengusahakan tidak akan mendapatkannya begitupun sebaliknya. Dengan demikian, persaingan tidak dilakukan dengan mematikan pesaingnya tetapi dilakukan dengan memberikan sesuatu yang terbaik dari bisnisnya.³⁰⁶

Pihak dalam UMKM Catering Pawon Gusti bersaing dengan baik dan menghadapi persaingan dengan tidak zalim atau curang kepada pesaing-pesaingnya. UMKM Catering Pawon Gusti menjadikan persaingan bukan sebagai alasan untuk lemah tetapi dengan adanya persaingan terpacu untuk menjadi yang lebih baik lagi. Dengan demikian, pihak-pihak dalam UMKM Catering Pawon Gusti bersaing dengan percaya terhadap rezeki yang telah ditetapkan oleh Allah Swt, tidak menjatuhkan pesaing dan memberikan kualitas terbaik dari bisnis yang dijalankan.

2. Segi cara bersaing

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari UMKM Catering Pawon Gusti, prinsip-prinsip bisnis yang digunakan dalam segi cara bersaing adalah:

a. *Customer Oriented*

UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan prinsip kepuasan konsumen dalam menjalankan usahanya. Kepuasan konsumen menjadi tujuan utama UMKM Catering Pawon Gusti. Prinsip kepuasan konsumen

³⁰⁶ *Ibid.*, hal. 92

yang diterapkan oleh UMKM Catering Pawon Gusti yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Pelayanan yang baik tersebut meliputi cepat tanggap, peduli terhadap konsumen, serta dapat memberikan solusi kepada konsumen apabila konsumen ada keraguan perihal pemesanan produk. Selain memberikan pelayanan terbaiknya, UMKM Catering Pawon Gusti juga mengutamakan kualitas produknya yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Dengan demikian, UMKM Catering Pawon Gusti dapat menjaga amanah dari konsumen melalui penciptaan produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

Dalam berbisnis, Rasulullah saw selalu menerapkan prinsip *customer oriented* yaitu selalu menjaga kepuasan pelanggan. Untuk menerapkan prinsip *customer oriented*, Rasulullah saw menekankan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam kontrak bisnis. Jika terjadi perbedaan pandangan maka diselesaikan secara damai tanpa merugikan salah satu pihak. Dampak dari prinsip *customer oriented* yaitu para pelanggan Rasulullah saw tidak pernah merasa dirugikan.³⁰⁷

UMKM Catering Pawon Gusti memang begitu mengutamakan kepuasan konsumen dan prinsip *customer oriented* sudah diterapkan dengan baik. UMKM Catering Pawon Gusti dapat memberikan pelayanan dan kualitas produk yang terbaik sesuai permintaan konsumen. UMKM Catering Pawon Gusti dapat dipercaya atau amanah dalam

³⁰⁷ *Ibid.*, hal. 4

menciptakan produk. Pemenuhan permintaan konsumen secara baik, tidak akan mengecewakan dan merugikan konsumen.

b. Transparasi

UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan prinsip kejujuran atau keterbukaan dalam menjalankan seluruh kegiatan operasional usahanya. Prinsip kejujuran yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti yaitu jujur dalam penyampaian harga produk, maksudnya harga produk dijelaskan secara transparan kepada konsumen diawal komunikasi. Kemudian, UMKM Catering Pawon Gusti jujur untuk menghasilkan produk sesuai dengan contoh foto produk tidak akan yang dikurangi atau dilebihkan dalam produknya. Promosi yang dilakukan UMKM Catering Pawon Gusti melalui upload foto di akun media sosial, semua produk hasil olahan sendiri tidak mengambil foto milik pihak lain.

Prinsip kejujuran atau keterbukaan merupakan kunci keberhasilan bisnis. Prinsip kejujuran tetap menjadi prinsip utama. Transparasi terhadap konsumen yakni ketika produsen terbuka mengenai mutu, kuantitas, komposisi, unsur kimia, dan lain-lain agar tidak membahayakan dan merugikan konsumen.³⁰⁸ Kejujuran menjadi sikap dasar yang harus ditanamkan pada semua pihak yang menjalankan usaha. Tidak hanya pelaku usaha, memang kejujuran harus diterapkan pada seluruh diri masing-masing manusia. Dengan kejujuran, tidak akan ada pihak yang dirugikan. Jujur atau terbuka dalam menjalankan usaha

³⁰⁸ *Ibid.*, hal. 5

berarti tidak mengatakan sesuatu yang tidak benar adanya. Kejujuran kepada konsumen merupakan suatu hal yang sangat penting. Ketika perusahaan terbuka sesuai dengan fakta konsumen tidak akan merasa dibohongi.

UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan prinsip transparasi atau kejujuran dalam setiap tindakan yang dilakukan. Dengan adanya kejujuran tentu saja kualitas atau mutu produk yang dihasilkan, kuantitas, serta harga akan sesuai dengan pernyataan pihak usaha diawal pemesanan dan sesuai harapan konsumen. Kejujuran menjadikan usaha mendapat kepercayaan dari konsumen dan kepercayaan itu mahal harganya. Ketika konsumen sudah memiliki kepercayaan pada usaha, tentu kedepannya konsumen tidak akan ragu untuk memesan produk kembali.

c. Persaingan yang sehat

Dalam melakukan persaingan usaha, pelaku usaha seharusnya memang melakukan persaingan yang sehat dimana tidak menghalalkan berbagai cara dalam memenangkan persaingan. Penggunaan cara-cara yang kotor dapat merusak usaha orang lain dan tentunya merugikan pelaku usaha lain. Persaingan kotor apabila dilakukan akan bertentangan dengan syariah Islam dan hal seperti ini harus dihindari.

UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan prinsip persaingan yang sehat. Persaingan sehat yang dilakukan dengan menggunakan cara-cara yang halal untuk memenangkan persaingan. UMKM Catering

Pawon Gusti menganggap persaingan sebagai perlombaan untuk menjadi yang terbaik tanpa menjatuhkan atau merugikan pesaing-pesaing yang lain dihadapan konsumen. Persaingan yang dilakukan tanpa menjatuhkan konsumen tentu saja persaingan dilakukan dengan jalan yang halal atau baik tida melenceng dari ajaran Islam. Bersaing secara sehat yakni bersaing dengan memaksimalkan kemampuan yang dimiliki untuk dapat memenuhi permintaan konsumen dengan sebaik mungkin. Persaingan dihadapi dengan selalu mampu berkreasi dan berinovasi, memberikan pelayanan terbaik dan kualitas produk yang unggul kepada konsumen. UMKM Catering Pawon Gusti menganggap persaingan yang sehat mendatangkan keberkahan dan ketenangan hati.

Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan berbagai macam cara yang bertentangan dengan prinsip muamalah Islam. Rasulullah saw memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik yaitu dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan jujur atas kondisi barang dagangannya serta Rasulullah saw melarang kolusi dalam persaingan bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus dijauhi.³⁰⁹

UMKM Catering Pawon Gusti sudah bersaing dengan sehat yaitu dengan tidak menjatuhkan pesaing-pesaing lain. Bersaing dengan melakukan hal-hal yang halal yang tidak bertentangan dengan prinsip muamalah Islam. Persaingan dilakukan dengan memberikan pelayanan

³⁰⁹ *Ibid.*, hal. 5-6

yang terbaik dan mengunggulkan kualitas produk untuk memenuhi permintaan konsumen. Sudah seharusnya pelaku-pelaku usaha bersaing secara sehat untuk menjadi pilihan konsumen. Ketika persaingan dilakukan secara sehat tentu kualitas produk ataupun pelayanannya juga akan memiliki nilai yang lebih baik. Secara tidak langsung, persaingan yang sehat membuat usaha akan semakin lebih berkembang karena pihak usaha memaksimalkan kemampuan yang dimiliki untuk dapat melangsungkan usahanya ditengah persaingan. Persaingan secara sehat menjadikan usaha berjalan dengan aman.

d. *Fairness*

Prinsip keadilan merupakan suatu prinsip yang harus dipegang secara konsisten oleh pelaku usaha dalam melakukan pelayanan dan berinteraksi dengan konsumen. Keadilan disini yang dimaksud merupakan suatu keadaan dimana perusahaan memberikan perlakuan yang sama kepada seluruh konsumen.

UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan prinsip keadilan dalam menjalankan usahanya. Bentuk pelayanan terbaik diberikan kepada konsumen tanpa membedakan dari kalangan manapun. Dalam hal ini, keadilan perlakuan kepada seluruh konsumen akan menjadikan konsumen sama-sama dihargai, tidak ada perbandingan dengan konsumen lain dan semua konsumen dapat merasakan pelayanan terbaik yang diberikan. Penentuan harga yang diberikan juga sama, tidak membeda-bedakan harga terhadap konsumen baru atau pelanggan lama

sebab jika ada selisih harga yang berbeda pada produk yang sama akan menimbulkan kericuhan. Perihal harga memang harus konsisten, jika tidak maka perusahaan sendiri yang akan rugi. Konsumen akan menilai produsen pilih-pilih dan tidak adil. Selain itu, perihal pemesanan yang didahulukan adalah yang pesan lebih dulu dikarenakan UMKM Catering Pawon Gusti ada batas maksimal kapasitas produksi setiap harinya maka penerimaan pesanan sesuai dengan list jadwal siapa yang lebih dan lebih cepat tidak akan digeser dengan pemesan-pemesan akhir yang mendadak.

Terwujudnya keadilan merupakan misi diutusny para Rasul. Segala bentuk ketidakadilan harus lenyap dari muka bumi dan oleh karena itu Rasulullah saw selalu tegas dalam menegakkan keadilan termasuk dalam berbisnis. Saling menjaga agar hak orang tidak terganggu selalu ditekankan untuk membentuk keadilan.³¹⁰

UMKM Catering Pawon Gusti sudah menerapkan prinsip keadilan dengan tidak membeda-bedakan konsumen dari kalangan manapun, semua disama ratakan dan memiliki hak yang sama. Keadilan sangat dijunjung tinggi dalam agama Islam sebab dengan adanya keadilan semua orang yang mempunyai suatu hak akan merasakan haknya. Apabila dalam melakukan suatu usaha tidak adil antara konsumen satu dengan yang lainnya akan membuat konsumen kecewa dan tidak akan memilih usaha kembali untuk mencukupi kebutuhannya.

³¹⁰ *Ibid.*, hal. 6

Rasulullah saw memberikan contoh bersaing dengan baik yaitu ketika berdagang Rasul tidak melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya, yang beliau lakukan ialah memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi produk yang dijual dengan benar/jujur termasuk jika adanya cacat dari produk yang dijual tersebut. Secara alami, hal ini mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik konsumen tanpa menghancurkan pesaing bisnis.³¹¹ Prinsip-prinsip bisnis yang lebih manusiawi sesuai yang diajarkan oleh ajaran Islam dan dicontohkan oleh Rasulullah saw adalah *customer oriented*, transparasi, persaingan yang sehat, dan fairness.³¹²

Dalam menghadapi persaingan bisnis dari segi cara bersaing UMKM Catering Pawon Gusti telah menerapkan prinsip-prinsip bisnis sesuai anjuran Rasulullah saw yaitu dengan menerapkan *customer oriented* atau kepuasan konsumen, transparasi atau kejujuran, persaingan yang sehat, dan *fairness* atau keadilan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, UMKM Catering Pawon Gusti tidak akan merugikan pihak lain baik konsumen maupun pengusaha lain dalam hal persaingan usaha. UMKM Catering Pawon Gusti menggunakan cara bersaing yang halal dengan memberikan yang terbaik dari pelayanan maupun mutu produknya kepada konsumen. Dengan demikian, bisnis dapat terus berjalan dan berkembang dengan tetap memiliki konsumen tanpa menjatuhkan pesaing bisnis yang ada.

³¹¹ *Ibid.*, hal. 92-93

³¹² Matnin dan Aang Kunafi, *Manajemen Lembaga Keuangan...*, hal. 4-6

3. Produk yang dipersaingkan

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Catering Pawon Gusti memiliki keunggulan produk yang dipersaingkan, yaitu:

a. Produk

Perusahaan yang melakukan proses produksi tentu menghasilkan produk yang dapat dinikmati oleh konsumen. UMKM Catering Pawon Gusti dapat menghasilkan berbagai macam jenis produk yaitu nasi kotak dengan berbagai pilihan lauk seperti ayam lodho, ayam bakar, ayam goreng, daging, dan lain-lain serta banyak pilihan lauk pendampingnya, nasi bento dengan berbagai macam pilihan desain dan lauk, nasi tumpeng, berbagai kue basah seperti kue lumpur, onde-onde, brownies, dadar gulung, pisang coklat, lemper, kue talam, kue thok, lumpia, sosis solo, puding dan lain lain-lain, kue kering seperti nastar, lidah kucing, kue mawar dan lain sebagainya. Berbagai produk yang dihasilkan oleh UMKM Catering Pawon Gusti dapat mencukupi permintaan konsumen dalam segala acara. Produk yang beragam menjadikan konsumen lebih leluasa untuk memilih produk apakah yang sekiranya sesuai dengan acara yang akan diadakan.

UMKM Catering Pawon Gusti juga berusaha menghasilkan produk sesuai dengan permintaan konsumen. Produk yang dihasilkan oleh UMKM Catering Pawon Gusti terjamin kehalalannya sehingga aman dikonsumsi oleh seluruh lapisan masyarakat. Apalagi, di Trenggalek sendiri mayoritas penduduk beragama Islam sehingga kehalalan suatu

produk menjadi hal yang sangat penting. Selain itu produk yang dihasilkan oleh UMKM Catering Pawon Gusti memiliki kualitas unggul yaitu memiliki rasa yang enak dan higienis. Produk diolah dari bahan baku yang segar tanpa adanya penimbunan bahan baku.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dapat dipakai atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan orang-orang yang ada dipasaran.³¹³ Produk barang atau jasa yang dipersaingkan harus halal. Spesifikasi harus sesuai dengan harapan konsumen untuk menghindari penipuan serta kualitas terjamin dan mampu bersaing.³¹⁴

Dengan mengutamakan produk yang terjamin kehalalannya serta memiliki kualitas yang unggul, UMKM Catering Pawon Gusti dapat bersaing dengan produknya sesuai dengan prespektif syariah. Produk yang halal akan menjadi pilihan banyak orang. Ketika produk halal tentu produk aman untuk dikonsumsi dan kandungan bahan yang ada didalamnya tidak akan membahayakan konsumen.

b. Harga

UMKM Catering Pawon Gusti menentukan harga produk yang mampu bersaing dengan pasar atau pesaing-pesaingnya. Penentuan harga produk tidak mencari laba sebanyak mungkin yang mengakibatkan harga tinggi atau mahal tetapi juga menyesuaikan dari harga pesaing-pesaing dipasar dan tentunya disesuaikan dengan kualitas produk yang

³¹³ Sholikah, et, all, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 77

³¹⁴ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami...*, hal. 97

dihasilkan. UMKM Catering Pawon Gusti tidak membanting harga yang dapat menjatuhkan pesaingnya sehingga tidak ada pesaing yang merasa dirugikan atas penentuan harga dari UMKM Catering Pawon Gusti. Jika harga yang diberikan lebih rendah dari harga pasaran akan membingungkan pesaing. Harga yang diberikan juga dapat disesuaikan dengan kemampuan budget konsumen. Konsumen bisa menyebutkan budget yang dimiliki kemudian pihak catering akan memberitahukan menu apa yang dapat dipesan dengan budget tersebut sehingga hal ini akan memudahkan konsumen.

Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk memperoleh nilai suatu barang atau jasa. Agar dapat sukses dalam memasarkan produk atau jasa maka setiap perusahaan harus mampu menetapkan harga secara tepat.³¹⁵ Harga harus mampu kompetitif dan tidak boleh membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.³¹⁶

Harga produk UMKM Catering Pawon Gusti yang mampu bersaing dan tidak membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing, maka cara menyikapi persaingan dari segi harga produk sesuai dengan ajaran agama Islam. Harga produk tidak mendzalimi konsumen dan menghargai harga pasar dalam persaingan usaha. Ketika harga kompetitif dan kualitas produk yang diberikan unggul sesuai dengan penentuan harganya, maka UMKM Catering Pawon Gusti akan memiliki daya saing tinggi.

c. Tempat

³¹⁵ Sisca, et, all, *Pemasaran Dasar dan Konsep...*, hal. 95

³¹⁶ Muhammad Ismail Yusanto, *Mengagag Bisnis Islami...*, hal. 97

Tempat atau lokasi usaha UMKM Catering Pawon Gusti yaitu di Jl. Mangunsarkoro Gang 1 No. 11 Kelurahan Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. Lokasi usaha berada di lokasi yang strategis, berada di pusat Kota Trenggalek dekat dengan terminal bus Trenggalek. Terminal bus Trenggalek ke utara ada jalan masuk ke timur disitu langsung ketemu lokasi usaha catering Pawon Gusti yang berada di utara jalan kalau dari arah terminal berada di kanan jalan. Di depan tempat usaha ada banner besar Catering Pawon Gusti. Lokasi mudah diakses dengan kendaraan roda 2 ataupun roda 4. Pihak usaha juga telah mendaftarkan lokasi di google maps sehingga memudahkan konsumen yang akan berkunjung. Tempat pelayanan dilokasi usaha bersih dan nyaman.

Tempat lokasi usaha yang strategis, mudah dijangkau, dan mudah diakses akan menjadikan usaha lebih dikenal oleh banyak orang. Apalagi tempat usaha yang dilalui banyak kendaraan tentu tempat usaha dapat dilihat oleh orang yang lewat. Selain lokasi usaha yang strategis, tempat pelayanan yang diberikan kepada konsumen nyaman dan bersih.

Tempat atau lokasi usaha merupakan salah satu faktor penting dalam mendirikan usaha karena dapat memberikan pengaruh besar terhadap berkembang atau tidaknya suatu usaha. Lokasi usaha yang strategis dan mendapatkan target pemasaran dengan tepat membuat pengusaha dapat mengembangkan bisnisnya.³¹⁷ Tempat, tempat usaha

³¹⁷ Diyah Musri Harsini dan Fenty Nadia Luwis, *Bisnis Busana Muslim...*, hal. 41

harus sehat, nyaman, dan bersih. Harus dihindarkan hal-hal haram pada tempat usaha.³¹⁸

Lokasi usaha UMKM Catering Pawon Gusti dapat dikatakan strategis karena berada di wilayah Kota Trenggalek dan mudah diakses. Selain itu, tempat usaha juga nyaman dan bersih yang tentu saja jauh dari hal-hal yang haram. Tempat usaha yang mudah diakses dan ditemukan tentu dapat menarik target pemasaran dengan lebih mudah. Tempat usaha UMKM Catering Pawon Gusti dapat menunjang daya saing usaha.

d. Pelayanan

UMKM Catering Pawon Gusti memberikan keunggulan pelayanan kepada konsumen. Pelayanan yang terbaik yang diterapkan adalah dengan mengutamakan kesopanan dan keramahan. Sikap sopan dan ramah tersebut juga diimplementasikan dengan murah senyum dan mengungkapkan perkataan yang halus atau tidak kasar. Pelayanan terbaik dimulai dari kedatangan konsumen sampai produk jadi dan dapat diterima oleh konsumen. Pelayanan dengan sikap yang baik ditunjukkan kepada seluruh konsumen tidak hanya konsumen-konsumen tertentu saja. Seluruh konsumen UMKM Catering Pawon Gusti diusahakan semaksimal mungkin untuk merasakan pelayanan yang terbaik dari pemilik usaha maupun karyawan. Dengan pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa dihargai dan memiliki kesan yang baik terhadap perusahaan.

³¹⁸ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami...*, hal. 97

Pelayanan merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri dengan maksud apabila pelayanan baik maka konsumen akan merasa puas, dengan hal tersebut pelayanan merupakan hal yang sangat penting untuk menarik minat konsumen dalam menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh organisasi tersebut.³¹⁹ Pelayanan diberikan dengan ramah tanpa mendekati maksiat.³²⁰

Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen berarti menghargai konsumen Dengan pelayanan yang baik konsumen akan puas dan memberikan timbal balik yang baik pula kepada perusahaan. Bersaing melalui memberikan pelayanan yang terbaik akan dapat dirasakan langsung oleh konsumen. Ketika pelayanan yang diberikan baik dan konsumen merasakan hal tersebut maka UMKM Catering Pawon Gusti dapat memiliki keunggulan dari segi kualitas pelayanan dan hal ini tentu saja dapat memperkuat posisi usaha dalam persaingan bisnis. Tidak perlu menjatuhkan pihak lain agar menang, cukup berikan yang terbaik kepada konsumen termasuk dalam hal pelayananan agar konsumen merasa nyaman dan memiliki kepuasan.

Dalam menyikapi persaingan bisnis, harus ada keunggulan produk yang dipersaingan. Selain pihak yang bersaing, cara bersaing, produk yang dipersaingan juga harus sesuai dengan syariah Islam. Beberapa

³¹⁹ Harbani Pasolong, *Etika Profesi...*, hal. 106

³²⁰ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami...*, hal. 97

keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing, yaitu produk, harga, tempat, pelayanan, dan layanan purna jual.³²¹

UMKM Catering Pawon Gusti memiliki keunggulan produk (barang atau jasa) dalam menghadapi persaingan bisnis. Sesuai dengan temuan penelitian, keunggulan produk UMKM Catering Pawon Gusti yang dapat memberikan daya saing yaitu dari segi produk, harga, tempat, dan pelayanan. Dari sisi produk, harga, tempat, dan pelayanan UMKM Catering Pawon Gusti mengupayakan kualitas secara maksimal untuk diberikan kepada konsumen serta tidak melanggar syariah Islam.

Islam sebagai aturan hidup yang khas telah memberikan aturannya secara rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan sebagai akibat adanya persaingan bisnis yang menghalalkan segala cara. Terdapat tiga unsur yang perlu dicermati dalam persaingan bisnis menurut syariah Islam, yaitu pihak yang bersaing, segi cara bersaing, dan produk yang dipersaingkan.³²²

Ketiga unsur dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu pihak yang bersaing, segi cara bersaing, dan produk yang dipersaingkan UMKM Catering Pawon Gusti sudah sesuai dengan perspektif syariah. Cara-cara bersaing yang digunakan menjauhi hal-hal haram yang dilarang dalam syariah. Dalam segi pihak yang bersaing, pihak UMKM Catering Pawon Gusti bersaing secara sehat dan tidak menjatuhkan atau merugikan pihak lain, dari segi bersaing menerapkan *customer oriented*, transparansi, persaingan yang sehat, dan keadilan. Produk yang dipersaingkan yaitu produk halal, harga yang tidak

³²¹ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis...*, hal. 96

³²² *Ibid.*, hal. 92-98

membanting harga pesaing, tempat yang nyaman dan bersih, serta pelayanan terbaik diberikan kepada konsumen. Dengan begitu cara UMKM Catering Pawon Gusti dalam menyikapi persaingan sesuai dengan ajaran Islam dan prinsip-prinsip bisnis syariah yang diajarkan Rasulullah Saw.

B. Penerapan Strategi Diferensiasi untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif pada UMKM Catering Pawon Gusti

Sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan kompetitif, perusahaan dapat menerapkan strategi diferensiasi. Terdapat tiga strategi generik yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu keunggulan biaya (*cost leadership*), diferensiasi, dan fokus (Porter). Dari ketiga strategi generik, strategi diferensiasi merupakan strategi yang paling menguntungkan.³²³ Perusahaan dapat mendiferensiasikan dan menentukan posisi tawaran secara efektif untuk mencapai keunggulan bersaing atau keunggulan kompetitif dengan melakukan strategi diferensiasi.³²⁴

Menurut Philip Kotler, “diferensiasi berarti perbedaan penawaran pasar suatu perusahaan untuk mencapai nilai pelanggan yang unggul”. Sedangkan Hermawan Kartajaya mendefinisikan:

Diferensiasi sebagai proses mengintegrasikan konten, konteks, dan infrastruktur dari apa yang ditawarkan kepada pelanggan. Proses mengintegrasikan dilakukan melalui proses penciptaan tawaran yang untuk dan berkonsentrasi pada dimensi content (*what to offer*), context (*how to offer*), dan infrastruktur (*enabler*).³²⁵

³²³ Mariana Simanjutak, et, all, *Kewirausahaan Berbasis Teknologi...*, hal. 35-36

³²⁴ *Ibid.*, hal. 36

³²⁵ Frans M. Royan dan Roy Kurniawan, *Kiat Sukses Merancang...*, hal. 44

Diferensiasi atau pembedaan merupakan suatu proses menambah sejumlah makna dan nilai yang berbeda untuk membedakan penawaran perusahaan dibandingkan dengan penawaran-penawaran perusahaan pesaing. Perusahaan mengadopsi strategi diferensiasi untuk mencari keunikan atau perbedaan diantara industri yang lainnya dengan berbagai dimensi yang dapat dilihat atau dirasakan oleh konsumen. Jadi dalam hal ini, perusahaan dapat memilih satu atau lebih atribut produk yang menjadi hal penting bagi konsumen.³²⁶

Menurut Michael R. Porter:

Strategi diferensiasi, cirinya adalah bahwa perusahaan mengambil keputusan untuk membangun persepsi pasar potensial terhadap suatu produk/jasa yang unggul agar tampak berbeda dengan produk yang lain. Dengan demikian, diharapkan calon konsumen mau membeli dengan harga mahal karena adanya perbedaan itu.³²⁷

Strategi diferensiasi merupakan strategi perusahaan atau organisasi yang berusaha untuk membedakan dirinya dari perusahaan pesaing melalui kualitas produk atau layanannya.³²⁸ Strategi diferensiasi merupakan suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk menghasilkan suatu produk atau jasa yang berbeda dengan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan lain. Dengan demikian, produk atau jasa harus memiliki identitas dan identitas ini dapat berupa atribut-atribut yang melekat pada produk atau jasa tersebut sehingga dapat dikenal oleh konsumen.³²⁹

³²⁶ Muhammad Hasan, et, all, *Kewirausahaan...*, hal. 104

³²⁷ Husein Umar, *Strategic Management...*, hal. 35-36

³²⁸ Muhammad Gafur Kadar, et, all, *Manajemen Strategik...*, hal. 70

³²⁹ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi...*, hal. 95

Berdasarkan hasil penelitian pada UMKM Catering Pawon Gusti diperoleh temuan bahwa UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan beberapa strategi diferensiasi yaitu strategi diferensiasi produk, diferensiasi kualitas pelayanan, diferensiasi personalia, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra.

1. Diferensiasi Produk

Menurut Kotler, “diferensiasi produk adalah kegiatan memodifikasi produk agar lebih menarik konsumen dan dilakukan dengan cara merubah karakter produk”. Dalam diferensiasi produk, produk memiliki arti bahwa perusahaan menciptakan produk dapat dirasakan oleh pelanggan sebagai produk yang unik dan berbeda.³³⁰ Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa diferensiasi produk merupakan upaya perusahaan untuk menciptakan produk yang memiliki keunikan atau ciri khas yang berbeda dibandingkan dengan pesaing. Adapun Strategi diferensiasi produk yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti yaitu:

a. Desain Produk

Dalam menciptakan keunikan atau ciri khas produk, UMKM Catering Pawon Gusti mengoptimalkan desain produk semenarik mungkin. Desain produk yang diterapkan meliputi bentuk produk yang dihasilkan sangat beragam seperti menciptakan tumpeng susun, dan bentuk tumpeng lainnya, serta nasi bento yang berbentuk karakter lucu. Selain dapat menghasilkan bentuk produk yang beragam, UMKM

³³⁰ Mariana Simanjutak, *Kewirausahaan Berbasis Teknologi...*, hal. 37

Catering Pawon Gusti dapat menciptakan keunikan melalui desain kemasan. Terdapat banyak pilihan kemasan produk dalam UMKM Catering Pawon Gusti mulai dari kardus box, mika, besek, maupun anyaman bambu, yang berbeda disini adalah kue untuk hantaran desain kemasannya bisa sama dengan kemasan hantaran barang menggunakan nampan anyaman bambu kotak. Produk yang dikemas untuk acara tertentu seperti nikahan juga diberikan tambahan pita atau bunga plastik pada kemasannya. UMKM Catering Pawon Gusti juga menggunakan wadah besek sehingga ramah lingkungan. Dalam mengemas produk dengan mika yang bening biasanya produk kue basah dikasih alas kertas kue berwarna putih yang membuat penampilan menarik. Kemudian, untuk menciptakan ciri khas produknya UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan desain penataan produk agar penampilan lebih cantik.

Desain produk dari segi bentuk, desain kemasan, dan desain penataan atau penampilan produk dapat menghasilkan sesuatu yang unik dan berbeda. Karakteristik keunikan produk-produk dalam UMKM Catering Pawon Gusti dapat dirasakan manfaat atau nilai tambahnya oleh konsumen. Ketika bentuk produk, desain kemasan, dan desain penampilan yang unik maka akan memunculkan kesan yang menarik dibandingkan dengan produk pesaing pada umumnya.

b. Mutu atau kualitas produk

UMKM Catering Pawon Gusti sangat memaksimalkan mutu atau kualitas produk yang dihasilkan. Produk yang dihasilkan sangat mengutamakan kualitas dari segi rasanya, kehygienisannya, nilai gizi, dan kehalalannya. Produk diolah dengan bahan baku yang segar sehingga produk yang dihasilkan juga baik. Pengolahan produk dilakukan sesuai dengan prosedur perusahaan.

Produk yang dihasilkan oleh UMKM Catering Pawon Gusti memiliki keunggulan dari segi mutu atau kualitasnya dan ini merupakan strategi untuk membedakan produknya dengan produk pesaing. Kualitas produk yang dikedepankan dapat menjadi karakteristik produk UMKM Catering Pawon Gusti bahwa produk memang benar-benar berkualitas. Karakteristik atau ciri khas produk yang berkualitas ini dapat sesuai dengan harapan dan permintaan konsumen.

c. Harga produk

UMKM Catering Pawon Gusti mendiferensiasikan produk melalui harga produk. Harga produk dalam UMKM Catering Pawon Gusti dapat disesuaikan dengan kemampuan budget konsumen, dimana ketika konsumen memiliki kemampuan sendiri perihal budgetnya dan ada komunikasi dengan pihak perusahaan maka UMKM Catering Pawon Gusti dapat memberikan list menu yang bisa dipesan dengan kemampuan budget konsumen tersebut sehingga ini akan sangat memudahkan konsumen. Harga produk sebenarnya sudah ditentukan dan harganya pun sesuai dengan harga pasar sehingga mampu bersaing dalam persaingan.

Namun, kemampuan konsumen yang berbeda-beda lalu banyak jenis produk yang dapat dibuat, maka UMKM Catering Pawon Gusti memberikan alternatif harga yang dapat disesuaikan dengan kemampuan konsumen.

Harga produk UMKM Catering Pawon Gusti dapat bersaing dan dapat disesuaikan dengan budget yang dimiliki konsumen tentu akan memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan dan tidak akan membuat konsumen merasa keberatan. Dengan demikian, harga produk mampu bersaing dan bahkan bisa menjadi pilihan konsumen sehingga UMKM Catering Pawon Gusti dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya.

Untuk menciptakan loyalitas pelanggan perusahaan perlu melakukan diferensiasi produk yang terdiri dari:

- a. Desain merupakan sifat-sifat yang menambah fungsi dasar produk
- b. Kualitas merupakan mutu dari produk yang ditawarkan
- c. Manfaat merupakan kelebihan yang dimiliki produk
- d. Harga merupakan nilai yang ditawarkan disesuaikan dengan kualitas.³³¹

Strategi diferensiasi produk yang diterapkan UMKM Catering Pawon Gusti yaitu desain produk yang semenarik mungkin, mengoptimalkan mutu atau kualitas produk, dan harga produk yang dapat disesuaikan dengan kemampuan konsumen. Strategi produk yang diterapkan akan sangat memberikan manfaat lebih bagi konsumen. Dengan diferensiasi produk,

³³¹Hendra Poltak, et, all, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran...*, hal. 24

maka produk yang dihasilkan memiliki ciri khas atau keunikan yang berbeda dengan produk pesaing. Dengan demikian, produk UMKM Catering Pawon Gusti yang unik atau memiliki ciri khas mampu bersaing dipasar bahkan dapat memiliki keunggulan kompetitif.

2. Diferensiasi Kualitas Pelayanan

Diferensiasi kualitas pelayanan merupakan kreativitas yang tinggi untuk dapat menciptakan keunikan pelayanan yang dapat menjadikan pelanggan maupun masyarakat merasa bahwa produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai yang tinggi.³³² Diferensiasi kualitas pelayanan berarti menciptakan kualitas pelayanan yang berbeda dengan pesaing, tentunya mutu atau kualitas pelayanan lebih unggul. Adapun Strategi diferensiasi kualitas pelayanan yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti yaitu dengan memberikan layanan tambahan kepada konsumen, yaitu:

a. Pengantaran

UMKM Catering Pawon Gusti memberikan pelayanan tambahan kepada konsumennya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu dengan adanya sistem pengantaran pesanan produk ke konsumen. Produk jadi yang sudah dipesan oleh konsumen dapat diantar sampai lokasi konsumen dengan tepat waktu, diusahakan setengah atau satu jam sebelumnya sudah sampai. Kemudian, proses packing yang aman sehingga kondisi produk sampai ke konsumen tetap terjaga kualitasnya.

³³² Darmanto, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 108

Pengantaran dapat dilakukan baik jarak dekat maupun jauh dengan lokasi usaa tetapi tetap dalam Kabupaten Trenggalek. Pesanan dengan jumlah banyak diantar menggunakan mobil sehingga kondisi produk tetap baik.

Pengantaran merupakan seberapa baik produk dan jasa sampai ke pelanggan baik secara kecepatan, keakuratan, dan perhatian selama proses pengantaran.³³³ Pengantaran sebagai layanan tambahan yang diberikan kepada konsumen untuk menunjang mudahnya produk sampai ke tangan konsumen dengan cepat dan akurat.

Peningkatan kualitas pelayanan UMKM Catering Pawon Gusti dengan memberikan pelayanan tambahan berupa pengantaran dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk jadi yang dipesan secara cepat atau tepat waktu dan akurat. Kemudahan seperti ini akan menjadikan pelayanan yang diberikan perusahaan berbeda dengan pelayanan pesaingnya yang tentunya memiliki manfaat yang lebih.

b. Instalasi

UMKM Catering Pawon Gusti memberikan pelayanan tambahan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat dirasakan manfaatnya oleh konsumen yaitu dengan adanya instalasi yang tepat sesuai dengan rencana atau pekerjaan dilakukan sesuai dengan standar operasional perusahaan. Pengolahan produk dilakukan sesuai dengan standar operasional perusahaan. Produk dibuat dengan mengutamakan kehygienisan dan pemilihan bahan baku merupakan bahan baku yang

³³³ Hendra Poltak, et, all, *Dasar-dasar Manajemen...*, hal. 25

segar atau berkualitas sehingga produk yang dihasilkan untuk konsumen juga akan memiliki kualitas yang baik.

Instalasi merupakan suatu pekerjaan yang dilakukan untuk membuat produk yang dibeli pelanggan beroperasi di tempat yang telah direncanakan.³³⁴ Instalasi disini berarti melakukan pekerjaan dalam membuat produk yang dibeli konsumen dengan sungguh-sungguh dan dikerjakan sesuai dengan prosedur atau langkah yang tepat. Dengan adanya instalasi yang baik, maka produk yang dihasilkan juga akan baik.

Proses instalasi dilakukan secara tepat sesuai prosedur oleh UMKM Catering Pawon Gusti. Dengan demikian pelayanan yang diberikan untuk menghasilkan produk kepada konsumen berjalan dengan baik. Ketika proses yang dilaksanakan baik dengan langkah yang tepat maka produk yang dihasilkan juga baik. Pelayanan tambahan seperti ini dapat mencapai kepuasan konsumen karena mampu melakukan pekerjaan dengan menghasilkan sesuatu yang bernilai bagi konsumen sesuai dengan harapan.

c. Jasa Konsultasi

UMKM Catering Pawon Gusti memberikan pelayanan tambahan untuk meningkatkan kualitas pelayanan berupa adanya penawaran jasa konsultasi kepada seluruh konsumen. Konsultasi dalam UMKM Catering Pawon Gusti yaitu ketika terdapat konsumen yang bimbang akan

³³⁴ *Ibid.*, hal. 25

memesan produk apa karena memang produk jasa boga yang dapat dihasilkan UMKM Catering Pawon Gusti banyak. Ketika konsumen bimbang akan memesan apa untuk acara tertentu, pihak UMKM Catering Pawon Gusti sigap untuk memberikan pelayanan konsultasi dengan solusi atau arahan yang terbaik. UMKM Catering Pawon Gusti juga dapat memberikan konsultasi secara online atau tatap muka, yang tentunya konsumen akan dijelaskan secara detail dan direspon cepat. Perihal kualitas pelayanan, UMKM Catering Pawon Gusti sudah memberikan pelayanan dengan sikap cepat tanggap, perhatian, ramah, dan sopan kepada konsumen.

Jasa konsultasi merupakan merupakan jasa yang ditawarkan pelanggan dengan tujuan menolong pelanggan agar menjadi lebih baik.³³⁵ Jasa konsultasi berarti memberikan solusi yang terbaik kepada pelanggan. Jasa konsultasi perlu diberikan kepada pelanggan untuk mengatasi keraguan atau kebimbangan pelanggan. Dengan memberikan jasa konsultasi, akan memudahkan pelanggan dalam mengambil keputusan atau melakukan suatu hal.

Adanya pelayanan berupa jasa konsultasi kepada konsumen yang diberikan oleh UMKM Catering Pawon Gusti akan membuat konsumen merasa terbantu atau tertolong. Penawaran jasa konsultasi akan menunjang kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, dimana memang perusahaan mampu memberikan arahan terbaik dalam usahanya

³³⁵ *Ibid.*, hal. 25

dan secara tidak langsung konsumen akan menilai bawa pihak-pihak dalam usaha memang sudah memiliki kemampuan untuk menghasilkan suatu produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Diferensiasi layanan merupakan peningkatan layanan yang memiliki perbedaan dalam memberikan penawaran layanan tambahan, yang terdiri dari:³³⁶

- a. Pengantaran
- b. Instalasi
- c. Pelatihan pelanggan
- d. Jasa konsultasi
- e. Perbaikan.

Strategi diferensiasi kualitas pelayanan yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti dengan memberikan layanan tambahan berupa adanya sistem pengantaran pesanan, instalasi yang tepat sesuai prosedur perusahaan, dan penawaran jasa konsultasi kepada seluruh konsumen dapat memudahkan dan membantu konsumen. Pemberian pelayanan seperti ini akan meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat dirasakan oleh semua konsumen. Ketika kualitas pelayanan yang diberikan berbeda dengan pesaing dan memiliki nilai tinggi, maka pelayanan akan lebih unggul yang memilik daya saing.

³³⁶ Hendra Poltak, et, all, *Dasar-dasar Manajemen...*, hal. 25

3. Diferensiasi Personalia

Diferensiasi personal merupakan upaya perusahaan untuk membuat perbedaan dari pesaingnya melalui kualitas sumber daya yang dimiliki dengan melakukan beragam kualitas pelatihan yang lebih baik dari pesaingnya. Layanan prima yang ditunjukkan oleh personal akan menjadi fokus konsumen untuk menjatuhkan pilihannya membeli.³³⁷ Diferensiasi personal berarti kualitas sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan lebih baik dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya dan kualitas ini ditunjukkan dengan adanya layanan yang prima untuk konsumen. Diferensiasi personalia tentu saja akan sulit ditiru oleh pesaing sebab berubung dengan kualitas atau kemampuan personal. Setiap personal dalam perusahaan perlu memiliki tanggung jawab memberikan layanan yang prima.

Penerapan strategi diferensiasi pelayanan pada UMKM Catering Pawon Gusti yaitu dengan membedakan kualitas personal yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. Adapun strategi diferensiasi personal yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti adalah:

a. Kemampuan

UMKM Catering Pawon Gusti senantiasa meningkatkan kemampuan personal. Sebenarnya, kemampuan personal dalam UMKM Catering Pawon Gusti sudah kompeten. Dapat dikatakan kompeten karena sudah mampu membuat banyak macam olahan produk kuliner

³³⁷Mokhtar Sayyid, *Strategi Pemasaran...*, hal. 97-98

yang dapat memenuhi permintaan konsumen dengan baik. Pemilik usaha sudah memiliki banyak pengalaman perihal dunia jasa boga karena memang sudah hampir 20 Tahun berkecimpung dalam bisnis catering, serta sudah memiliki sertifikat kompetensi pada bidang kuliner. Selain pemilik usaha, karyawan dalam UMKM Catering Pawon Gusti juga sudah memiliki kemampuan yang baik dalam melakukan pekerjaannya. Personal dalam UMKM Catering Pawon Gusti biasa mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh instansi luar seperti Dinas Pariwisata sehingga dapat mengambil berbagai kesempatan untuk memperkaya ilmu dan pengetahuan-pengetahuan baru dalam bidang kuliner. Selain itu, personal dalam UMKM Catering Pawon Gusti juga selalu berusaha meningkatkan kreativitasnya dengan memanfaatkan berbagai media yang dapat diakses dengan gadget masing-masing personal.

Kemampuan yaitu memiliki pengetahuan yang diperlukan dalam perusahaan.³³⁸ Kemampuan berarti bagaimana personal perusahaan memiliki pengetahuan atau keterampilan yang dibutuhkan perusahaan sesuai dengan bidangnya. Tanpa adanya kemampuan sumber daya manusia, tentu suatu usaha tidak akan berjalan karena personal tidak memiliki keterampilan untuk menyelesaikan pekerjaan.

Kemampuan personal yang mumpuni akan dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Dalam UMKM Catering Pawon Gusti sendiri,

³³⁸ Ratna Paryanti, "Pengaruh Strategi Diferensiasi...", hal. 5

jika personal tidak memiliki kemampuan mengolah bahan mentah menjadi produk makanan jadi tidak akan menyelesaikan pesanan konsumen. Sampai saat ini semua konsumen terselesaikan dengan baik sehingga kemampuan personal memang benar sudah memiliki skill dan pengetahuan. Personal yang memiliki kemampuan berkualitas tentu akan mampu mengembangkan usaha lebih baik lagi. Kemampuan sumber daya manusia yang baik akan menjadikan usaha memiliki daya saing yang tinggi dan dapat menciptakan keunggulan kompetitif.

2. Kesopanan

Personal dalam UMKM Catering Pawon Gusti selalu menunjukkan atau mengutamakan kesopanan ketika berinteraksi dengan pelanggan. Sikap sopan akan menjadikan konsumen nyaman dan merasa dihormati. Ketika pelayanan dilakukan dengan sopan maka konsumen juga akan memberikan timbal balik kesopanan juga kepada produsen.

Kesopanan yaitu ramah, menghormati, dan penuh perhatian.³³⁹ Sikap sopan yang diberikan kepada konsumen akan menunjukkan personal berkualitas dalam memberikan layanan.

3. Kredibilitas

Personal dalam UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan sikap kredibilitas dalam menjalankan usahanya. Kredibilitas disini UMKM Catering Pawon Gusti menjaga amanah dari konsumen dengan melakukan pekerjaan secara sungguh-sungguh atau totalitas sehingga

³³⁹ *Ibid.*, hal. 5

produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen baik dari segi kualitas produk, kuantitas, maupun segi lainnya.

Kredibilitas yaitu jujur atau dapat dipercaya.³⁴⁰ Kredibilitas berarti personal dalam usaha menjaga kepercayaan dari konsumen. Dalam hal ini, kejujuran atau sikap dapat dipercaya dapat dilakukan dengan memberikan produk sesuai dengan harapan dan permintaan konsumen. Dengan kredibilitas yang tinggi, maka tidak akan ada pihak yang merasa dirugikan.

UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan kredibilitas dengan menjaga amanah dari konsumen sehingga konsumen tidak akan kecewa terhadap segala sesuatu yang dihasilkan oleh produsen. Dengan menerapkan kejujuran maka konsumen akan lebih menaruh kepercayaan pada perusahaan.

a. Dapat diandalkan

Seluruh personal UMKM Catering Pawon Gusti dapat diandalkan. UMKM Catering Pawon Gusti selalu dapat menyelesaikan pesanan konsumen dengan baik. Berapapun jumlah produk dan jenis apapun produk yang dipesan konsumen apabila memang pesanan sudah diterima maka akan diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Personal UMKM Catering Pawon Gusti cekatan dalam melakukan pekerjaan sehingga apabila konsumen memerlukan konsumen akan cepat tanggap untuk membantu.

³⁴⁰ *Ibid.*, hal. 5

Dapat diandalkan yaitu memberikan pelayanan yang konsisten dan akurat.³⁴¹ Dapat diandalkan berarti setiap personal mampu memberikan pelayanan yang bisa diandalkan oleh konsumen.

Personal dalam UMKM Catering Pawon Gusti dapat diandalkan karena dapat menghasilkan berbagai macam produk untuk berbagai acara. Dengan dapat diandalkan dalam memenuhi berbagai kebutuhan konsumen, maka personal UMKM Catering Pawon Gusti memiliki daya saing yang tinggi.

b. Cepat tanggap

Personal dalam UMKM Catering Pawon Gusti menekankan sikap cepat tanggap. Sikap cepat tanggap yang diterapkan dalam UMKM Catering Pawon Gusti yaitu cepat merespon apa keperluan dan permintaan dari konsumen, serta bergerak aktif untuk membantu konsumen. Cepat merespon konsumen disini jika terdapat konsumen yang chat atau tiba-tiba telfon melalui WhatsApp, maka akan dilayani dengan baik. Konsumen menanyakan apakah tanggal sekian hari sekian bisa menerima pesanan produk tertentu personal UMKM Catering Pawon Gusti langsung melihat list jadwal dan menanggapi keperluan konsumen dengan cepat sehingga konsumen tidak menunggu lama terhadap keputusan personal perusahaan mengenai keperluannya. Selain itu, ketika produk sudah jadi dan akan diambil konsumen sendiri maka sudah disiapkan dengan rapi diruangan depan sehingga ketika yang mengambil

³⁴¹ *Ibid.*, hal. 5

sudah datang produk bisa langsung dibawa, personal juga akan membantu secara tanggap membawakan atau mengangkat pesanan ke kendaraan konsumen.

Cepat tanggap yaitu cepat menanggapi permintaan dan menangani keluhan konsumen.³⁴² Dalam hal ini, personal dalam usaha memberikan respon yang aktif kepada konsumen sehingga permintaan dan keluhan konsumen akan cepat mendapatkan jawaban atau tanggapan.

UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan sikap cepat tanggap dalam merespon konsumen sehingga konsumen tidak akan merasakan tindakan atau respon personal yang lambat. Ketika respon lambat konsumen akan memiliki kekecewaan dan malas untuk melanjutkan komunikasi untuk pemesanan. Jika cepat tanggap, otomatis personal memiliki kemampuan kuat untuk menjelaskan sesuai dengan keperluan konsumen. Personal yang cepat tanggap akan memberikan manfaat lebih bagi konsumen sehingga personal memiliki kualitas yang baik dan ini menjadikan personal memiliki daya saing.

c. Komunikasi

Personal dalam UMKM Catering Pawon Gusti selalu menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen. Komunikasi dapat dilakukan secara tatap muka maupun online yang dimulai dari awal pemesanan produk sampai pada produk yang telah diterima dan dinikmati dengan konsumen. Untuk menjaga komunikasi yang baik, UMKM Catering

³⁴² *Ibid.*, hal. 5

Pawon Gusti berupaya adanya komunikasi pra penjualan, dimana personal usaha menanyakan kritik dan saran konsumen terhadap perusahaan atau produk yang dihasilkan. Selain untuk menjaga hubungan yang baik, komunikasi pra penjualan tersebut juga dapat memperbaiki kualitas perusahaan.

Komunikasi yaitu berusaha memahami dan berkomunikasi secara jelas dengan pelanggan.³⁴³ Komunikasi yang dikelola secara baik akan menyebabkan hubungan dengan pelanggan semakin baik pula. Adanya komunikasi yang baik dari UMKM Catering Pawon Gusti, konsumen merasa dihargai dan ini dapat menjadikan peluang agar konsumen menjadi pelanggan. Personal yang selalu menjaga komunikasi baik dengan konsumen akan merekatkan diri dengan konsumen sehingga kedepannya konsumen tidak akan memiliki rasa sungkan atau malu ketika memesan produk lagi ke perusahaan. Komunikasi yang baik berarti hubungan juga baik yang berpeluang konsumen akan dapat menjadi pelanggan. Dengan demikian, perusahaan mampu bersaing untuk menjadi pilihan konsumen.

Hasil penelitian diatas mengenai strategi diferensiasi personalia yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti diperkuat dengan pendapat Kotler dan Keller, karyawan yang berkualitas menunjukkan:³⁴⁴

- a. Kemampuan
- b. Kesopanan

³⁴³ *Ibid.*, hal. 5

³⁴⁴ Ratna Paryanti, "Pengaruh Strategi Diferensiasi...", hal. 5

- c. Kredibilitas
- d. Dapat diandalkan
- e. Cepat tanggap
- f. Komunikasi

UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan strategi diferensiasi personalia yaitu meningkatkan kemampuan personal, mengutamakan kesopanan, menerapkan sikap kredibilitas, cepat tanggap dalam merespon konsumen, seluruh personal dapat diandalkan, dan menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen. Strategi diferensiasi personalia membentuk karakteristik kualitas personal yang dimiliki perusahaan. Dengan adanya kualitas personal yang unggul menjadi aset penting perusahaan yang sulit ditiru pesaing. Apabila kemampuan personal lebih unggul dan lebih berkualitas maka perusahaan dapat menghasilkan produk secara baik sesuai dengan harapan konsumen, dengan demikian perusahaan dapat memiliki daya saing bahkan lebih unggul dibandingkan pesaingnya.

Dalam strategi diferensi personal, terdapat pelatihan dan pengembangan personal yang dapat dilakukan dan ini dapat menunjang kemampuan personal untuk berkembang menjadi lebih luas lagi baik dalam segi pengetahuan maupun keterampilannya. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh temuan bahwa jenis pelatihan dan pengembangan yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti adalah:

- a. Pelatihan ulang

Pada UMKM Catering Pawon Gusti belum ada pelatihan-pelatihan resmi internal perusahaan seperti pada kantor atau perusahaan besar, karena memang usaha yang masih kecil dan jumlah karyawan yang belum banyak. Pelatihan secara berulang ini dilakukan dengan memanfaatkan kesempatan berbagai macam pelatihan yang diselenggarakan oleh instansi luar seperti Dinas Pariwisata Trenggalek. Pelatihan yang diikuti seperti pelatihan pembuatan roti bakery, bimbingan teknis promosi, kursus cookies, dan pelatihan-pelatihan lain yang pernah diikuti personal UMKM Catering Pawon Gusti. Pelatihan yang diselenggarakan oleh instansi luar tidak semua personal dalam usaha bisa mengikuti tetapi ketika salah seorang yaitu pemilik usaha mengikuti pelatihan akan memberitahukan ilmu dan pengetahuan yang didapatkan kepada seluruh personal yang ada. Pengetahuan baru tersebut didiskusikan bersama, dipelajari, sampai bisa diimplementasikan menjadi produk jadi yang layak jual.

Pelatihan ulang merupakan Program pelatihan yang dibutuhkan pekerja untuk menambah keahlian dalam menghadapi tuntutan kerja yang berubah-ubah.³⁴⁵ UMKM Catering Pawon Gusti sudah melakukan pelatihan ulang yang tentunya berguna untuk menambah keahlian pekerja. Dengan pelatihan ulang semua personal dapat memiliki pengetahuan-pengetahuan baru sehingga akan dapat menambah keahlian dalam menghadapi tuntutan perubahan trend pasar yang berubah-ubah

³⁴⁵ *Ibid.*, hal. 23

atau keinginan konsumen yang berubah-ubah. Pelatihan ulang perlu dilakukan secara terus menerus karena untuk menghadapi perubahan trend pasar perusahaan harus selalu mengembangkan skill yang dimiliki. Apabila pelatihan tidak dilakukan secara terus menerus maka akan kalah dengan pesaing yang bisa memperkaya pengetahuan.

b. Pelatihan kreativitas

Pada UMKM Catering Pawon Gusti pelatihan kreativitas dimulai dari diri personal masing-masing tidak ada tuntutan secara resmi dari atasan atau pemilik usaha. Personal dalam UMKM Catering Pawon Gusti senantiasa mengembangkan kreativitas yang dimiliki. Pengembangan kreativitas yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan gadget untuk mengakses berbagai media seperti internet, youtube, instagram, dan lain-lain. Saat ini untuk menambah referensi-referensi baru cukup mudah karena perkembangan internet yang begitu luar biasa bisa menemukan apa yang sedang dicari tanpa ada batasan jarak dan waktu. Dengan memanfaatkan internet tentu saja personal dalam UMKM Catering Pawon Gusti dapat menemukan ide atau gagasan baru yang berhubungan dengan inovasi produk. Ide atau gagasan yang disampaikan setiap personal karyawan akan diterima dengan baik oleh pemilik kemudian pemilik usaha mencari tau cara bagaimana bisa merealisasikan ide tersebut.

Pelatihan kreativitas merupakan suatu pelatihan yang didasari dari kreativitas seorang pekerja untuk mengeluarkan gagasan atau ide-ide

kreatifnya secara layak.³⁴⁶ Kreativitas merupakan suatu hal yang penting yang harus dimiliki personal dalam melakukan pekerjaan. Dengan adanya kreativitas, perusahaan mampu menciptakan produk yang benar-benar unik dan berbeda dengan pesaing. Dengan adanya pelatihan kreativitas secara terus menerus, akan menjadikan UMKM Catering Pawon Gusti dapat melakukan inovasi-inovasi sesuai dengan perkembangan dunia kuliner, tidak tertinggal dengan pesaing-pesaingnya bahkan dapat lebih unggul.

Pelatihan dan pengembangan personal yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti, didukung oleh pendapat Henry Simamora yang menyatakan bahwa lima jenis pelatihan yang sering dilakukan, terdiri dari:³⁴⁷

- a. Pelatihan keahlian (*skills training*)
- b. Pelatihan ulang
- c. Pelatihan lintas fungsional
- d. Pelatihan tim
- e. Pelatihan kreativitas.

Berdasarkan hasil penelitian UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan pelatihan ulang dan pelatihan kreativitas. Dengan pelatihan personal yang dilakukan UMKM Catering Pawon Gusti akan menunjang kualitas personal yang dimiliki terutama dalam hal kemampuan dan skill. Dengan demikian kemampuan dan skill personal akan bertambah dan ini

³⁴⁶ *Ibid.*, hal. 23

³⁴⁷ Ajabar, *Manajemen Sumber Daya Manusia...*hal. 23

sangat berguna dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ramai. Kemampuan dan skill personal yang terus dilatih menjadikan personal tetap bisa mengikuti perubahan-perubahan permintaan konsumen dan UMKM Catering Pawon Gusti dapat lebih unggul dibandingkan pesaing dari segi kualitas personalnya.

4. Diferensiasi Saluran Distribusi

Diferensiasi saluran merupakan diferensiasi melalui keunggulan rancangan distribusi, cakupan, keahlian, dan kinerja.³⁴⁸ Diferensiasi saluran sebagai upaya perusahaan untuk membedakan keunggulan saluran dibanding pesaingnya, dimana dengan adanya diferensiasi saluran distribusi produk akan lebih mudah sampai ke konsumen dengan perantara-perantara yang tepat.

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Catering Pawon Gusti memiliki strategi diferensiasi saluran distribusi yaitu dengan menyalurkan atau mendistribusikan produk kue basah ke indomaret yang ada di wilayah Trenggalek Kota dengan jumlah 10-17 kue basah sesuai permintaan dari pihak indomaret. Penyaluran ke indomaret ini bekerjasama dengan Dinas Pariwisata. Penyaluran dilakukan secara langsung oleh karyawan usaha. Membina hubungan yang baik dengan saluran yaitu menghantarkan produk tepat waktu dan menerima masukan dari pihak saluran.

Strategi diferensiasi saluran distribusi yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti masih penyaluran produk kue basah ke indomaret

³⁴⁸ M. Suyanto, *Analisis dan Desain...*, hal. 97

Trenggalek Kota saja. Belum adanya saluran-saluran distribusi yang luas dikarenakan produk-produk dalam UMKM Catering Pawon Gusti adalah makanan basah yang tidak tahan lama sehingga menggunakan sistem menerima pesanan dari konsumen selanjutnya produk diolah. Produk kue basah yang dapat tahan lama juga belum disalurkan karena produksi tidak setiap hari hanya jika ada pesananan dan ada acara tertentu saja. Sebenarnya UMKM Catering Pawon Gusti dapat menghasilkan produk kue kering tetapi belum didistribusikan dalam jangkauan yang lebih luas lagi. Produk kue kering hanya diproduksi ketika ada pesanan dari konsumen dan adanya stok menjelang hari raya idul fitri dan natal saja.

Meskipun penyaluran produk hanya ke indomaret, tetapi dapat membedakan keunggulan saluran dengan pesaing. Sebab produk kue basah sudah mampu memasuki indomaret perusahaan yang sudah terkenal di masyarakat luas. Produk kue basah dapat dinikmati oleh pengunjung indomaret dan produk yang sudah masuk ke indomaret dipromosikan melalui media sosial agar konsumen UMKM Catering Pawon Gusti dapat mengetahui hal tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller, Perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing melalui kemampuan perusahaan dalam merancang saluran distribusi terutama yang menyangkut jangkauan, keahlian, dan kinerja saluran tersebut.³⁴⁹ Penyaluran produk ke indomaret merupakan upaya UMKM Catering Pawon Gusti untuk merancang saluran distribusi yang lebih luas lagi tetapi memang dapat

³⁴⁹ Ratna Paryanti, "Pengaruh Strategi Diferensiasi...", hal. 5

dikatakan bahwa cakupan saluran distribusi UMKM Catering Pawon Gusti belum luas.

5. Diferensiasi Citra

Diferensiasi citra identik dengan atribut yaitu sebuah karakteristik yang khusus atau berbeda dari penampilan seseorang atau benda. Diferensiasi citra adalah bauran yang tepat dari elemen pencitraan, yang menciptakan citra dari sebuah merek.³⁵⁰ Citra merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan, membangun citra membutuhkan kerja keras dan kreativitas. Dengan diferensiasi citra, perusahaan menciptakan barang dan jasa dengan memiliki keunikan dan perbedaan yang digunakan untuk mencapai keunggulan bersaing perusahaan.³⁵¹ Diferensiasi citra merupakan diferensiasi citra merupakan upaya perusahaan untuk menciptakan citra sebuah merek yang berbeda dari pesaingnya. Dengan adanya diferensiasi citra perusahaan dapat memunculkan karakteristik yang berbeda pada identitas atau merek produknya. Adapun strategi diferensiasi citra yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti, adalah:

a. Kepribadian

UMKM Catering Pawon Gusti selalu menunjukkan kepribadian atau karakteristik yang baik yaitu dapat dipercaya. UMKM Catering Pawon Gusti membentuk kepribadian dengan cara jujur dan terbuka kepada setiap konsumen. Ketika diawal suda jujur tentu akan dapat dipercaya konsumen. Hal ini berhubungan dengan pemesanan produk,

³⁵⁰ Darmanto dan Sri Wardaya, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 109

³⁵¹ Hendra Poltak, et, all, *Dasar-dasar Manajemen...*, hal. 26

apabila konsumen memesan produk tertentu maka hasilnya juga harus sesuai dengan contoh foto produk yang telah ada sebelumnya, selain itu kualitas produk juga sesuai harapan konsumen. Produk tersebut dapat membentuk kepribadian bahwa produk UMKM Catering Pawon Gusti sesuai dengan yang diharapkan dan dipromosikan.

Kepribadian merupakan karakteristik suatu merek yang di persepsikan oleh masyarakat.³⁵² Untuk membentuk citra merek, maka perusahaan harus membentuk kepribadian yang baik pada suatu merek yang dimiliki sehingga merek tersebut dipersepsikan baik oleh masyarakat.

Strategi diferensiasi citra pembentukan kepribadian yang dapat dipercaya, akan membuat masyarakat atau konsumen memiliki persepsi yang baik. Ketika permintaan konsumen terpenuhi sesuai permintaan artinya pihak usaha menjaga kepercayaan dari konsumen dan tidak merugikan konsumen. Dengan demikian, kepribadian atau karakteristik akan terbentuk bahwa UMKM Catering Pawon Gusti dapat dipercaya.

b. Reputasi

Strategi diferensiasi citra yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti yaitu UMKM Catering Pawon Gusti selalu berusaha menjaga reputasi perusahaan sebaik mungkin dengan dapat diandalkan, memberikan pelayanan yang optimal, kualitas produk yang unggul, serta peduli terhadap lingkungan. Dapat diandalkan dalam artian dapat

³⁵² *Ibid.*, hal. 15

memenuhi permintaan konsumen dengan baik, termasuk disini dapat mengasihkan produk yang beragam. Pelayanan terbaik yang diberikan seperti sikap peduli dengan konsumen akan mencapai kepuasan konsumen, kualitas produk yang diunggulkan maka produk akan sesuai dengan harapan konsumen dan tidak merugikan ataupun mengecewakan konsumen. Dalam hal peduli lingkungan, pada waktu tertentu UMKM Catering Pawon Gusti membagikan bingkisan kepada tukang becak dan peduli kepada karyawan yang sedang sakit untuk membantu pengobatan. Secara tidak langsung, tindakan tersebut dapat membangun reputasi yang baik dihadapan masyarakat.

Reputasi merupakan keyakinan atau kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan berdasarkan pengalaman.³⁵³ Reputasi dapat dibentuk oleh pengalaman masing-masing konsumen terhadap perusahaan, tidak hanya konsumen tetapi pengalaman pemakai-pemakai sebelumnya akan memengaruhi reputasi konsumen pada masyarakat luas. Apabila pengalaman yang dirasakan konsumen-konsumen sebelumnya baik maka reputasi pun juga akan baik.

Penerapan strategi diferensiasi citra dalam hal menjaga reputasi pada UMKM Catering Pawon Gusti dapat memberikan pengalaman yang positif terhadap konsumen, dimana ketika perusahaan dapat diandalkan, pelayanan baik, produk berkualitas konsumen tentu akan merasa puas sehingga dapat memengaruhi pihak lainnya untuk membeli produk

³⁵³ *Ibid.*, hal. 15

dengan berdasar pada pengalaman yang dimiliki. Pengalaman yang baik dan berkesan yang dapat dirasakan konsumen membuat reputasi perusahaan terbangun baik. Reputasi yang baik menjadikan perusahaan dapat unggul dibanding pesaingnya.

c. Nilai-nilai

Strategi diferensiasi citra yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti yaitu seluruh sumber daya manusia pada UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan nilai-nilai yang baik dalam melayani konsumen. Nilai-nilai yang dimaksud yaitu sikap yang ramah, sopan, cepat tanggap, dapat memberikan solusi, dan lain sebagainya. Nilai-nilai baik yang diberikan UMKM Catering Pawon Gusti kepada konsumen akan memunculkan kenyamanan pada diri konsumen. Ketika konsumen nyaman maka konsumen akan tetap memilih produk perusahaan untuk mencukupi kebutuhannya. Konsumen yang merasa puas terhadap sikap manajemen yang peduli, akan terbentuk citra yang positif.

Nilai-nilai berkaitan dengan sikap manajemen perusahaan yang peduli kepada pelanggan.³⁵⁴ Sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan akan membentuk citra yang baik. Hal ini dikarenakan ketika manajemen peduli kepada pelanggan maka pelanggan akan memandang bahwa perusahaan mampu memberikan nilai-nilai yang dibutuhkan pelanggan.

³⁵⁴ *Ibid.*, hal. 15

Sikap manajemen kepada konsumen merupakan hal yang penting karena dapat dirasakan langsung oleh konsumen bagaimana kualitas sikap manajemen dibandingkan dengan pesaing. UMKM Catering Pawon Gusti yang memiliki sikap ramah, cepat tanggap, dan lain sebagainya tentu dapat menunjukkan bahwa sikap manajemen baik terhadap konsumen dan ini akan membuat UMKM Catering Pawon Gusti membentuk citra merek yang baik dan dapat menciptakan keunggulan bersaing.

d. Identitas perusahaan

Strategi diferensiasi citra yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti adalah bahwa UMKM Catering Pawon Gusti membentuk identitas perusahaan melalui logo. Logo ini dicetak menjadi stiker yang dilengkapi dengan informasi kontak telepon dan media sosial catering Pawon Gusti. Pada setiap kemasan produk seperti produk nasi kotak, snack box, dan lain sebagainya ditempelkan stiker logo, sehingga lebih mudah dibedakan dengan produk pesaing karena adanya identitas.

Identitas perusahaan berkaitan dengan segala atribut perusahaan yang dapat mempermudah masyarakat dalam mengenal perusahaan.³⁵⁵ Perusahaan yang memiliki identitas, akan mudah dikenal oleh masyarakat luas dan ada karakteristiknya bahwa produk tersebut dihasilkan oleh perusahaan tertentu. Identitas perusahaan dapat melekat

³⁵⁵ *Ibid.*, hal. 15

pada produknya sehingga citra merek produk akan mudah terbentuk di masyarakat.

Penerapan strategi diferensiasi citra dalam hal identitas perusahaan yaitu adanya logo perusahaan yang dijadikan stiker lalu ditempelkan pada kemasan, menjadikan produk akan mudah dikenal oleh masyarakat luas karena yang menikmati produk banyak orang. Ketika orang-orang yang menikmati produk merasa senang dengan produk akan dapat langsung mengetahui bahwa produk adalah dari UMKM Catering Pawon Gusti. Dengan demikian, menjadikan peluang pemasaran menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Dengan logo yang dimiliki tersebut UMKM Catering Pawon Gusti mampu membentuk identitas pada produk yang dihasilkan bahwa produk tersebut adalah hasil dari Pawon Gusti yang berbeda dengan produk pesaing-pesaingnya. Selain itu, akan memudahkan masyarakat mengenal atau mengetahui adanya usaha catering Pawon Gusti.

Hasil penelitian mengenai strategi diferensiasi citra yang diterapkan oleh UMKM Catering Pawon Gusti diatas didukung dengan pendapat Kotler dan Keller dalam Pariansa, terdapat beberapa dimensi utama yang membentuk citra merek yaitu:³⁵⁶

- a. Kepribadian
- b. Reputasi
- c. Nilai-nilai

³⁵⁶ John Budiman Bancin, *Citra Merek dan Word Of Mouth...*, hal. 15

d. Identitas perusahaan.

Strategi diferensiasi citra yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti adalah menunjukkan kepribadian yang baik yaitu dapat dipercaya, menjaga reputasi perusahaan sebaik mungkin dengan dapat diandalkan, memberikan pelayanan yang optimal, kualitas produk yang unggul, serta peduli terhadap lingkungan, seluruh sumber daya manusia menerapkan nilai-nilai yang baik dalam melayani konsumen, dan pembentukan identitas perusahaan melalui logo. Dengan adanya diferensiasi citra perusahaan dapat menanamkan pengalaman dan persepsi yang positif bagi konsumen dan masyarakat luas. Strategi diferensiasi citra yang diterapkan dapat memberikan citra atau identitas merek sehingga berbeda dengan pesaingnya. Ketika sudah memiliki identitas citra yang baik maka perusahaan akan mampu bersaing bahkan lebih unggul karena merek yang sudah dikenal luas dan mendapatkan pandangan yang baik dari masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, komponen pembentukan citra merek pada UMKM Catering Pawon Gusti yaitu sebagai berikut:

a. Citra pembuat

Konsumen UMKM Catering Pawon Gusti selain mendapatkan kualitas produk yang unggul, juga mendapatkan pelayanan yang terbaik dari pemilik dan seluruh karyawan. Pelayanan terbaik yang dirasakan konsumen dapat menghadirkan kesan dan pengalaman yang baik juga. Dengan demikian, pembuat produk pada UMKM Catering Pawon Gusti akan memiliki citra yang positif.

Citra pembuat merupakan sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan atau dipikirkan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu barang atau jasa.³⁵⁷ UMKM Catering Pawon Gusti memberikan pelayanan sebaik dan semaksimal mungkin bagi konsumen sehingga konsumen memiliki pemikiran yang positif terhadap perusahaan. Ketika UMKM Catering Pawon Gusti dapat menghasilkan produk sesuai dengan keinginan konsumen tentu saja konsumen akan merasa puas dan persepsi terhadap produsen pun akan baik dan ini merupakan pembentukan citra yang positif bagi perusahaan.

b. Citra pemakai

Citra UMKM Catering Pawon Gusti dapat terbentuk dengan adanya pengalaman yang baik dari pemakai-pemakai produk sebelumnya sehingga memiliki persepsi yang baik pula terhadap produk UMKM Catering Pawon Gusti sehingga dapat mempengaruhi orang-orang disekitarnya dengan menyatakan pengalaman atau persepinya. Inilah mengapa pengalaman konsumen sangat penting karena akan membawa reputasi perusahaan dalam lingkungannya.

Citra pemakai merupakan sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap user/pemakai yang menggunakan barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.³⁵⁸ UMKM Catering Pawon Gusti yang senantiasa mengutamakan kepuasan konsumen akan dapat memenuhi permintaan konsumen dengan baik dan hal ini tentu dapat

³⁵⁷ *Ibid.*, hal, 309

³⁵⁸ *Ibid.*, hal, 309

menarik konsumen-konsumen lain karena jika satu konsumen merasa puas akan dapat menjadikan orang disekitarnya tertarik untuk merasakan produk yang sama.

c. Citra produk

Konsumen yang melihat desain produk menarik serta dapat merasakan kualitas produk UMKM Catering Pawon Gusti tentu konsumen akan mempunyai keputusan konsumen untuk membeli atau memesan produk. Citra produk merupakan sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap barang atau jasa tertentu.³⁵⁹ Produk yang menarik akan menumbuhkan citra merk yang positif terlebih lagi produk memiliki kualitas unggul dan bermanfaat.

Dalam pembentukan citra merek terdapat tiga komponen pembentukan citra merek atau brand image, yaitu citra pembuat (*corporate image*), citra pemakai (*user image*), dan citra produk (*product image*).³⁶⁰

Ketiga komponen tersebut menjadi komponen pembentukan citra pada UMKM Catering Pawon Gusti berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan konsumen UMKM Catering Pawon Gusti. Ketiga komponen sangat penting dalam pembentukan citra yang positif sehingga jangan sampai ada satu komponen yang dapat merusak komponen lain. Ketika ketiga komponen pembentukan citra terlihat baik dihadapan konsumen, maka konsumen tidak akan ragu memilih UMKM Catering

³⁵⁹ *Ibid.*, hal, 309

³⁶⁰ Wulan Purnamasari dan Lydia Irena, *Komunikasi Kontemporer...*, hal. 309

Pawon Gusti untuk mencukupi kebutuhannya kembali sehingga mendapatkan loyalitas pelanggan.

Strategi diferensiasi yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti yaitu strategi diferensiasi produk, strategi diferensiasi kualitas pelayanan, strategi diferensiasi personalia, strategi diferensiasi saluran distribusi, dan strategi diferensiasi citra. Sesuai dengan pendapat Kotler yang menyatakan bahwa Penawaran perusahaan kepada pasar dapat diferensiasikan, diantaranya:

361

- a. Diferensiasi produk
- b. Diferensiasi kualitas pelayanan
- c. Diferensiasi personalia
- d. Diferensiasi citra
- e. Diferensiasi saluran distribusi.

Kelima strategi diferensiasi yaitu diferensiasi produk, diferensiasi kualitas pelayanan, diferensiasi personalia, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Menurut Michael E Porter:

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keunggulan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.

Menurut Noe, et,al, “keunggulan bersaing sebagai kemampuan perusahaan untuk membuat produk atau penawaran layanan yang lebih

³⁶¹ Ratna Paryanti, “Pengaruh Strategi Diferensiasi...”, hal. 4

dihargai oleh pelanggan dibandingkan dengan perusahaan yang bersaing”. Menurut Sampurno, “keunggulan bersaing adalah kemampuan, aset, skill, kapabilitas, dan lainnya yang menampakkan perusahaan untuk bersaing secara efektif di dalam industri. Keunggulan bersaing yang terus bertahan yakni kemampuan perusahaan untuk belajar lebih cepat dari pesaingnya.³⁶²

Terdapat tiga strategi generik yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu keunggulan biaya (*cost leadership*), diferensiasi, dan fokus. Dari ketiga strategi generik, strategi diferensiasi merupakan strategi yang paling menguntungkan. MacMillan dan McGrath dalam penelitiannya menyatakan bahwa, strategi diferensiasi dibuat berdasarkan perbedaan dan menawarkan kepada pelanggan sebagai sesuatu yang bernilai dan tidak dimiliki oleh para pesaing. Perusahaan dapat mendiferensiasikan dan menentukan posisi tawaran secara efektif untuk mencapai keunggulan bersaing atau keunggulan kompetitif dengan melakukan strategi diferensiasi.³⁶³

Sesuai dengan teori diatas, berdasarkan hasil penelitian kelima strategi diferensiasi yaitu strategi diferensiasi produk, diferensiasi kualitas pelayanan, diferensiasi personalia, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra yang diterapkan pada UMKM Catering Pawon Gusti dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan menerapkan strategi diferensiasi, UMKM Catering Pawon Gusti dapat menciptakan produk yang memiliki keunikan, karakteristik atau ciri khas dibandingkan dengan pesaing. Selain itu,

³⁶² Darmanto dan Kustono, *Pembesaran Ikan Lele...*, hal. 100

³⁶³ Mariana Simanjutak, et, all, *Kewirausahaan Berbasis Teknologi...*, hal. 36

berdasarkan hasil penelitian konsumen UMKM Catering Pawon Gusti juga merasakan dampak penerapan strategi diferensiasi, dimana mereka dapat merasakan nilai yang unggul dan manfaat lebih atas produk dan layanan yang diberikan.

Penerapan strategi diferensiasi pada UMKM Catering Pawon Gusti menciptakan penawaran yang berbeda dengan memiliki keunggulan atau keunikan baik dari segi produk, kualitas pelayanan, kualitas personal, saluran distribusi, maupun citra mereknya. Sesuai dengan pendapat McMillan dan McGrath yang mengemukakan bahwa diferensiasi dapat memberikan konsumen sesuatu yang unik yang tidak dapat mudah didapatkan dari perusahaan kompetitor.³⁶⁴

Kelima strategi diferensiasi yang diterapkan akan sulit ditiru oleh pesaing sehingga akan menjadikan penawaran yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi karena berbeda dengan produk yang dihasilkan pesaing-pesaingnya. Strategi diferensiasi yang ada dalam UMKM Catering Pawon Gusti tidak hanya mengedepankan keunikan tetapi juga diimbangi dengan adanya manfaat atau nilai tambah produk yang dihasilkan yang tidak didapatkan dari perusahaan pesaing.

Untuk memperkuat dampak penerapan strategi diferensiasi terhadap keunggulan kompetitif, berdasarkan hasil penelitian diperoleh temuan bahwa indikator-indikator keunggulan kompetitif yang dapat dicapai perusahaan dengan menerapkan strategi diferensiasi adalah:

³⁶⁴ *Ibid.*, hal. 36

1. Kunggulan kualitas produk yang dihasilkan

UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan strategi diferensiasi produk dimana salah satu strateginya adalah menjaga mutu atau kualitas produk yang dimiliki. Kualitas produk yang diunggulkan dari segi rasanya, kehygienisannya, nilai gizi, dan kehalalannya. Produk diolah dari bahan baku yang berkualitas dan dengan proses pengolahan yang tepat.

Indikator keunggulan kompetitif dari segi kualitas produk yang dihasilkan meliputi kegunaan, kemudahan cara mengoperasikannya, biaya perawatan, dan biaya-biaya lain yang bisa dikeluarkan ketika pemakaian produk atau barang tersebut.³⁶⁵ Keunggulan kompetitif dapat diraih dengan adanya keunggulan kualitas atau mutu produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan strategi diferensiasi produk dalam segi mutu atau kualitas produk yang tetap diunggulkan. Dengan demikian UMKM Catering Pawon Gusti dapat mencapai indikator keunggulan kualitas produk yang dihasilkan sehingga bisa mencapai keunggulan kompetitif.

2. Harga jual bersaing

UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan strategi diferensiasi produk dalam hal harga produk. Harga produk pada UMKM Catering Pawon Gusti dapat bersaing dengan mengikuti harga pasar, harga yang ditentukan sesuai kualitas yang diberikan namun tidak lebih tinggi dipasar

³⁶⁵ Darmanto dan Kustono, *Pembesaran Ikan Lele...*, hal. 101-102

melainkan harga jual bersaing. Selain itu, harga produk dapat disesuaikan dengan kemampuan konsumen. Dimana ketika konsumen memiliki kemampuan dana tertentu maka akan ditunjukkan produk yang sesuai dengan kemampuannya tersebut.

Indikator keunggulan bersaing dari segi harga jual meliputi harga faktor, biaya pengepakan, pengiriman, penempatan, dan biaya lain yang harus dikeluarkan sampai produk atau barang tersebut siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.³⁶⁶ Harga jual yang ditentukan perusahaan harus mampu bersaing karena harga menjadi faktor pertimbangan terpenting dari adanya keputusan pembelian oleh konsumen.

Dengan menerapkan strategi diferensiasi produk, UMKM Catering Pawon Gusti dapat mencapai indikator keunggulan kompetitif dari harga jual. Selain bersaing, harga yang diberikan dapat disesuaikan dengan kemampuan konsumen dan tentu saja hal ini membantu atau memudahkan konsumen. Sehingga, melalui harga jual yang bersaing UMKM Catering Pawon Gusti dapat mencapai keunggulan kompetitif.

3. Kemampuan skill dan kapasitas

Pada UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan strategi diferensiasi personalia dimana salah satu strateginya adalah meningkatkan kemampuan sumber daya manusia. Kemampuan seluruh SDM pada UMKM Catering Pawon Gusti sudah kompeten karena sudah lama berkecimpung pada bisnis catering. Skill yang baik tersebut dapat dibuktikan dengan mampunya

³⁶⁶ *Ibid.*, hal. 102

menciptakan berbagai macam produk olahan masakan dan mampu menyelesaikan permintaan konsumen dengan baik. Kemampuan yang sudah kompeten tersebut selalu dikembangkan dengan mengikuti pelatihan dan pengembangan mengenai dunia kuliner. Perihal kapasitas, UMKM Catering Pawon Gusti memiliki 6 karyawan dimana kapasitas produksi yang dimiliki sudah dapat dikatakan tinggi dibandingkan pesaing.

Kemampuan skill yakni keahlian yang harus dimiliki pengelola perusahaan maupun pekerjanya. Perusahaan yang memiliki kemampuan skill tinggi sangat memungkinkan untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing. Kemampuan kapasitas merupakan ukuran usaha yang dilihat dari kemampuan produksi. Usaha yang dapat memproduksi produk yang tinggi akan dapat menghasilkan efisiensi yang tinggi pula dan ini sebagai modal utama dari keunggulan bersaing.³⁶⁷

Dengan adanya strategi diferensiasi personalia, personal dalam UMKM Catering Pawon Gusti memiliki skill atau keahlian yang tinggi sehingga dapat menghasilkan kapasitas produksi yang lebih tinggi juga dibandingkan pesaing. Hal tersebut berarti UMKM Catering Pawon Gusti sudah mencapai indikator keunggulan kompetitif kemampuan skill dan kapasitas sehingga dapat memnciptakan keunggulan kompetitif.

4. Eksplorasi peluang

Pada UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan strategi diferensiasi personalia dan diferensiasi citra. Dimana kedua strategi tersebut

³⁶⁷ *Ibid.*, hal. 102

menunjukkan bahwa perusahaan mampu untuk mengidentifikasi peluang. Pada diferensiasi personalia untuk menunjang kemampuan adanya jenis pelatihan dan salah satu pelatihannya adalah pelatihan kreativitas. Adanya pelatihan kreativitas membuat sumber daya manusia bisa mengeluarkan ide atau gagasan kreatifnya untuk menemukan peluang inovasi-inovasi produk baru atau kreasi baru yang dapat diimplementasikan pada usahanya. Kemudian dalam hal diferensiasi citra, adanya identitas perusahaan dimana stiker logo usaha yang ditempelkan pada kemasan dapat menjadikan peluang menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

Mengidentifikasi peluang dengan strategi atau cara yang baru untuk dapat mengembangkan berbagai sumber daya perusahaan yang ada.³⁶⁸ Kemampuan perusahaan mengidentifikasi peluang-peluang yang ada akan menjadikan perusahaan memiliki daya saing yang tinggi karena dengan identifikasi peluang perusahaan akan mampu memiliki sesuatu yang baru.

Dengan penerapan strategi diferensiasi personal dan diferensiasi citra seperti yang dijelaskan, UMKM Catering Pawon Gusti mampu mencapai indikator keunggulan kompetitif eksplorasi peluang. Kemampuan eksplorasi atau identifikasi peluang menjadikan UMKM Catering Pawon Gusti dapat mencapai keunggulan kompetitif.

5. Pertahanan ancaman bersaing

Pada UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan strategi diferensiasi yang merupakan strategi pertahanan ancaman bersaing. Dapat dikatakan

³⁶⁸ Yuan Badrianto, et, al, *Manajemen Strategi...*, hal. 144

demikian karena penerapan strategi diferensiasi produk, kualitas layanan, personalia, saluran distribusi, dan citra adalah upaya perusahaan untuk menciptakan keunikan atau ciri khas penawaran yang diberikan kepada konsumen. Dengan ciri khas tersebut, produk yang dihasilkan akan sulit ditiru dan memiliki keunggulan dibandingkan produk pesaing sehingga akan memiliki daya saing yang tinggi sebagai pertahanan dari ancaman persaingan yang semakin tajam.

Kemampuan perusahaan untuk bertahan dari ancaman persaingan sebagai upaya keberlangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan.³⁶⁹ Perusahaan harus memiliki cara atau strategi untuk tetap mampu menghadapi persaingan. Semakin modern persaingan bisnis semakin maju, itulah mengapa perusahaan selalu dituntut untuk bisa menghadapi ancaman bersaing agar perusahaan tetap berlangsung, berkembang, atau bahkan bertumbuh maju.

Penerapan strategi difrensiasi pada UMKM Catering Pawon Gusti menjadikan usaha dapat mencapai indikator keunggulan kompetitif pertahanan ancaman bersaing sehingga UMKM Catering Pawon Gusti dapat mencapai keunggulan bersaing. Penerapan strategi diferensiasi menjadikan UMKM Catering Pawon Gusti memiliki keunikan dan ciri khas yang akan menarik minat konsumen dan tentu saja akan menjadikan usaha tetap mampu bertahan bahkan berkembang dalam persaingan bisnis.

³⁶⁹ *Ibid.*, hal. 145

6. Fleksibilitas

Pada UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan strategi diferensiasi personalia yaitu meningkatkan kemampuan personal. Dalam meningkatkan kemampuan ini adanya jenis pelatihan dan pengembangan personal. Pelatihan yang ada yaitu pelatihan ulang dan kreativitas. Dengan adanya pelatihan-pelatihan yang diikuti maka sumber daya manusia UMKM Catering Pawon Gusti dapat menambah ilmu, pengetahuan, dan keahliannya. Pelatihan yang diselenggarakan instansi luar tentu sesuai dengan perkembangan kuliner yang ada sehingga dapat dimanfaatkan untuk menghadapi perubahan kedepannya. Selain itu, adanya kreativitas personal menjadikan UMKM Catering Pawon Gusti mampu berfikir kreatif dan tidak ragu mengemukakan gagasan atau ide untuk menemukan inovasi produk baru yang berguna mengadapi permintaan dan keinginan konsumen yang berubah-ubah.

Perusahaan mampu untuk segera menanggapi perubahan lingkungan.³⁷⁰ Kondisi lingkungan akan berubah sesuai dengan perkembangan zaman. Trend-trend dalam pasar juga akan berkembang modern. Dengan demikian, perlu bagi perusahaan untuk bisa menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi agar tidak tertinggal dari pesaing.

Penerapan strategi diferensiasi personalia dapat meningkatkan kualitas personal yang fleksibilitas atau mampu menghadapi perubahan. Dengan

³⁷⁰ *Ibid.*, hal. 145

demikian, UMKM Catering Pawon Gusti dapat mencapai indikator fleksibilitas sehingga dapat mencapai keunggulan kompetitif.

7. Hubungan pelanggan/daya tanggap terhadap pelanggan

Pada UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan strategi diferensiasi kualitas pelayanan, personalia, dan citra, dalam strategi tersebut dapat mencapai hubungan yang baik dengan pelanggan. Dalam diferensiasi personalia, personal pada UMKM Catering Pawon Gusti mengutamakan kesopanan, kredibilitas, dapat diandalkan, cepat tanggap, dan menjaga komunikasi baik dengan pelanggan sehingga hal ini akan memunculkan kenyamanan pada pelanggan komunikasi yang baik dan lancar akan membuat hubungan dengan pelanggan semakin baik pula, cepat tanggap membuktikan bahwa daya tanggap pihak usah terhadap pelanggan baik. Dalam diferensiasi citra, terdapat kepribadian, reputasi, dan nilai-nilai yang baik dalam melayani pelanggan dan hal ini berhubungan langsung dengan pelanggan yang menciptakan kesan baik atau positif di pelanggan.

Hubungan yang dilakukan dengan pelanggan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan yang lebih baik dari pesaing dengan tujuan mendapatkan loyalitas pelanggan.³⁷¹ Perusahaan dapat meningkatkan kualitas penawaran produk atau jasa dengan konsisten melalui daya tanggap pelanggan sehingga pelanggan akan menghubungkan lebih banyak utilitas untuk menemukan perbedaan berdasarkan keunggulan bersaing.³⁷²

³⁷¹ *Ibid.*, hal. 145

³⁷² Ibnu Hajar, *Manajemen Strategik...*, hal. 107

Dengan menerapkan strategi diferensiasi personalia, kualitas pelayanan, dan citra UMKM Catering Pawon Gusti sudah mencapai indikator hubungan pelanggan atau daya tanggap teradap pelanggan. Hubungan yang baik dengan pelanggan akan memperkuat posisi UMKM Catering Pawon Gusti dalam pasar. Dengan strategi diferensiasi personalia, perusahaan dapat memperkuat kualitas pelayanan dengan daya tanggap terhadap pelanggan. Apabila hubungan pelanggan terjalin dengan baik dan harmonis maka perusahaan akan mendapatkan loyalitas pelanggan. Dapat mencapai indikator hubungan pelanggan atau daya tanggap terhadap pelanggan UMKM Catering Pawon Gusti dapat menciptakan keunggulan kompetitif.

8. Inovasi

Pada UMKM Catering Pawon Gusti menerapkan strategi diferensiasi produk yaitu membuat desain produk semenarik mungkin. Adanya kemampuan diferensiasi produk tentu saja perusahaan memiliki kemampuan untuk berinovasi. Penciptaan produk yang berkarakter unik atau memiliki ciri khas menunjukkan bahwa sumber daya manusia dalam UMKM Catering Pawon Gusti inovatif. Dengan demikian, melalui penerapan strategi diferensiasi produk dapat diketahui bahwa UMKM Catering Pawon Gusti sudah mencapai indikator inovasi sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing.

Untuk mencapai keunggulan kompetitif, terdapat indikator-indikator yang harus dimiliki atau dicapai oleh perusahaan. Indikator-indikator

keunggulan kompetitif diperkuat dengan pendapat Ana et, al yang menyatakan indikator dari keunggulan bersaing adalah keunggulan dari kualitas produk yang dihasilkan, harga jual, biaya produksi, kemampuan aset, dan kemampuan skill dan kapasitas.³⁷³ Menurut Hajar dan Sukaatmaja terdapat lima indikator keunggulan bersaing yaitu harga bersaing, eksplorasi peluang, pertahanan ancaman bersaing, fleksibilitas, hubungan pelanggan.³⁷⁴ Manajer harus memahami pentingnya indikator bersaing yaitu efisiensi, kualitas, inovasi, dan daya tanggap terhadap pelanggan.³⁷⁵

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat delapan indikator keunggulan kompetitif yang dapat diraih atau dicapai perusahaan dengan menerapkan strategi diferensiasi. Delapan indikator tersebut yaitu keunggulan kualitas produk yang dihasilkan, harga jual bersaing, kemampuan skill dan kapasitas, eksplorasi peluang, pertahanan ancaman bersaing, fleksibilitas, hubungan pelanggan/daya tanggap terhadap pelanggan, dan inovasi. Dengan demikian, strategi diferensiasi memang bisa digunakan UMKM Catering Pawon Gusti untuk menciptakan keunggulan bersaing. Kedelapan indikator keunggulan bersaing yang telah dimiliki UMKM Catering Pawon Gusti menjadikan usaha memiliki daya saing tinggi sehingga bisa menghadapi persaingan dengan baik bahkan memenangkan persaingan. Dengan menerapkan strategi diferensiasi secara maksimal perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan pesaing dan hal ini tentu saja dapat membuat perusahaan semakin berkembang dan maju dalam skala yang lebih besar.

³⁷³ Darmanto dan Kustono, *Pembesaran Ikan Lele...*, hal. 101-103

³⁷⁴ Yuan Badrianto, et, al, *Manajemen Strategi...*, hal. 144-145

³⁷⁵ Ibnu Hajar, *Manajemen Strategik...*, 93-107