

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Letak Geografis Objek Penelitian

Lokasi perusahaan kue geti UD Primadona yang beralamatkan di di Dusun Gondangsari RT 02 RW 02 Desa Jabalsari Kecamatan Sumbergempol, kurang lebih 8 km dari Kabupaten Tulungagung dan 164 km dari Ibukota Provinsi Jawa Timur. Adapun batas-batas wilayah desa Jabalsari yaitu:

Sebelah utara : Desa Sambirobyong

Sebelah selatan : Desa Bendiljati Wetan

Sebelah barat : Desa Sumberdadi

Sebelah timur : Desa Pulotondo

2. Sejarah Berdirinya UD Primadona

UD Primadona merupakan salah satu usaha makanan khas Tulungagung yang didirikan pada bulan November 1980 oleh Ibu Suparmi. Suami ibu Suparmi adalah seorang pamong desa dimana beliau memperoleh imbalan berupa sebidang tanah pertanian 1,67 Ha. Tetapi dari keseluruhan tanah tersebut hanya diberikan 0,67 Ha dan 1 Ha diminta oleh pihak desa untuk disewakan selama 2 tahun. Dana yang diperoleh dari persewaan tersebut digunakan untuk memperbaiki balai desa. Karena kondisi perekonomian pada saat itu sulit dan hasil dari lahan yang diberikan tidak mencukupi kebutuhan hidup keluarga, Ibu Suparmi berinovasi melakukan berbagai macam usaha. Tetapi dari sekian usaha yang sudah dicoba tidak dapat bertahan lama.

Kemudian beliau melihat kondisi pemasaran enting-enting kacang yang banyak masyarakat menyukainya. Maka Ibu Suparmi mencoba untuk membuat produk sejenis dengan bahan baku berbeda, yaitu mengganti kacang tanah dengan wijen. Hingga saat ini produk tersebut dikenal dengan nama geti.

Pada awalnya usaha ini menggunakan tenaga manusia dalam proses produksi tanpa adanya dukungan peralatan yang terbuat dari mesin. Pada saat itu modal awal untuk memulai usaha yaitu wijen 10 kg dan gula 5kg menghasilkan 16 pak kue geti dengan kemasan daun jati. Pemasaran dilakukan ke daerah Surabaya dan mendapat respon masyarakat Surabaya dengan baik, kemudian pemilik mencoba memasarkan geti ke Tulungagung sebagai daerah asal. Meskipun belum memiliki ijin dari departemen kesehatan, pemilik sudah memasarkan geti ke berbagai daerah di Jawa Timur. Masyarakat biasa menggunakan geti sebagai oleh-oleh, sehingga berdasarkan inisiatif Bapak Singgih selaku Bupati Tulungagung pada waktu itu geti ditetapkan sebagai makanan khas Tulungagung.

Melihat usahanya yang semakin berkembang yaitu dari 16 pak menjadi 600 pak perhari, demi keamanan produk pemilik mendaftarkan usahanya pada departemen perindustrian dan departemen kesehatan. Sejak digunakannya mesin penggiling, pada tahun 2002 skala hasil produksi geti meningkat dari 600 pak menjadi 900 pak perhari. Usaha tersebut terus mengalami perkembangan, hal tersebut terbukti dengan semakin bertambahnya pelanggan dan semakin luasnya pemasaran yang dilakukan di

luar wilayah Jawa Timur seperti Kalimantan, Sumatera, Lombok, Mataram dan Sumbawa. Karena tuntutan dari para pelanggan terkait dengan jaminan kualitas produk, pada tahun 2012 pemilik usaha mendaftarkan usahanya untuk mendapatkan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang dapat menjamin sebuah produk halal dan aman untuk dikonsumsi. Dalam pelaksanaan kegiatan operasionalnya perusahaan kue geti UD Primadona tidak memproduksi kue geti setiap hari pada hari-hari biasa. Sedangkan pada hari-hari besar, misalnya menjelang puasa ramadhan dan lebaran Idul Fitri perusahaan akan memproduksi setiap hari dengan menambah jumlah bahan baku untuk diproduksi. Hingga saat ini UD Primadona tidak memiliki cabang produksi, karena jumlah permintaan konsumen masih dapat dipenuhi sendiri.

3. Struktur Organisasi UD Primadona

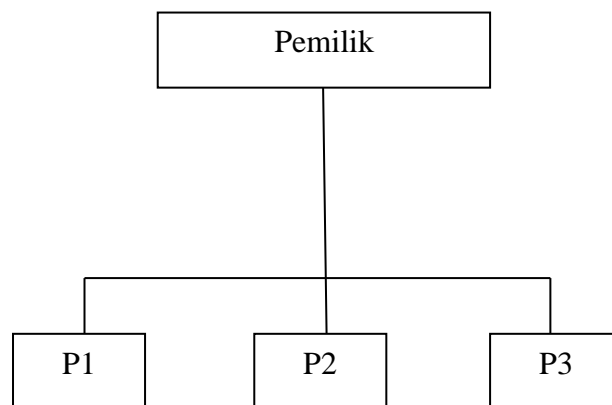
Organisasi merupakan kesatuan yang terdiri atas bagian-bagian dalam perkumpulan untuk tujuan tertentu. Dalam setiap organisasi terdapat kerjasama yang sistematis antara kumpulan beberapa orang tersebut. Pembentukan organisasi harus memperhatikan fungsi-fungsi yang diinginkan dan melakukan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang jelas. Sehingga setiap orang dapat bertanggung jawab sesuai dengan tugas dan peranan yang telah diberikan.

Manajemen dan organisasi merupakan dua atribut yang saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan. Manajemen adalah suatu pola untuk

mencapai tujuan sedangkan organisasi sebagai wadah untuk mencapai tujuan tersebut.

UD Primadona merupakan perusahaan rumah tangga, akan tetapi organisasi tetap dibutuhkan bagi suatu perusahaan agar semua kegiatan didalamnya terstruktur dan dapat memudahkan pengawasan. Dari struktur organisasi akan diketahui bagaimana lajur pelaksanaan tugas dan tanggungjawab, agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Secara sistematis struktur organisasinya dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1 *Struktur Organisasi Perusahaan kue geti UD Primadona*



Sumber: UD Primadona

Keterangan:

P1 : Pekerja bagian pencucian dan pengupasan

P2 : Pekerja bagian penggorengan

P3 : Pekerja bagian pengolahan

Pada UD Primadona pemilik perusahaan bertindak dalam pembelian bahan baku, pemasaran dan administrasi perusahaan. Sedangkan proses produksi

dikerjakan oleh karyawan. Berdasarkan pada gambar 1.1 dapat dijelaskan hubungan dan kewajiban dari masing-masing pihak yang terlibat, yaitu:

a. Pemilik

Pemilik merupakan pemegang modal perusahaan. Modal UD Primadona berasal dari pemilik sendiri dalam hal ini ibu Suparmi. Dalam menjalankan usahanya pemilik melakukan pengawasan yang bersifat menyeluruh, menetapkan rencana kerja perusahaan dan melakukan pengadaan bahan baku. Adapun yang terkait dengan pengadaan bahan baku yaitu jumlah bahan baku yang dibeli, tanggungjawab terhadap kualitas bahan baku, menentukan bahan yang akan digunakan dalam proses produksi, menentukan harga jual, menyelenggarakan administrasi serta membayar gaji karyawan, melakukan analisa pasar, melakukan promosi serta pemasaran.

b. Karyawan

Karyawan atau pekerja pada UD Primadona berperan langsung dalam proses produksi, dimulai dari pencucian dan pengupasan, penggorengan dan pengolahan.

4. Tujuan di Dirikannya Perusahaan

UD Primadona merupakan perusahaan keluarga. Tujuan didirikannya usaha tersebut sebagai mata pencaharian dan mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Selain itu dengan adanya usaha tersebut diharapkan dapat meningkatkan keberadaan *homeindustry* di daerah Tulungagung.

5. Tenaga Kerja Pada UD Primadona

Jumlah tenaga kerja UD Primadona berjumlah 13 orang, dengan rincian laki-laki 2 orang dan perempuan 11 orang. Karyawan sebagian besar berasal dari masyarakat yang tinggal disekitar perusahaan dengan rincian 2 orang tenaga kerja bagian pencucian dan pengupasan, 3 orang tenaga kerja bagian penggorengan dan 8 orang tenaga kerja bagian pengolahan. Adapun pembayaran upahnya menggunakan sistem borongan dan diberikan setiap akhir bulan. Akan tetapi apabila ada karyawan yang membutuhkan upah bisa diambil sebelum akhir bulan, atau untuk karyawan yang ingin menyimpan upahnya dapat mengambil sesuai dengan kebutuhan.

6. Modal Awal dan Produk UD Primadona

a. Modal awal

Bentuk usaha ini adalah usaha keluarga, jadi modal awal dari pemilik perusahaan dalam hal ini Ibu Suparmi. Adapun jumlah modal awal yang digunakan untuk memulai usaha ini yaitu 10kg wijen dan 5kg gula pasir atau kurang lebih setara dengan uang berjumlah Rp. 12.750,-.

b. Produk UD Primadona

UD Primadona merupakan salah satu usaha makanan khas Tulungagung yang bergerak dibidang pembuatan kue geti. Produk yang dihasilkan dikemas dalam tiga bentuk kemasan yaitu kemasan box, box kecil dan kemasan *refil*. Untuk kemudian produk-produk tersebut dijual di toko-toko besar dan swalayan. Meskipun sudah memiliki banyak pesaing

akan tetapi produk yang dihasilkan UD Primadona memiliki ciri khas sendiri.

B. Pemaparan Data

Pemaparan data dalam penulisan skripsi ini bertujuan untuk mempermudah dalam menjelaskan permasalahan yang telah diteliti. Dalam hal ini penulis memaparkan suatu temuan yang hanya berkaitan dengan fokus penelitian. Fokus penelitian yang ada dalam penulisan skripsi ini membahas tiga poin yaitu:

1. Strategi Pemasaran Produk Halal Pada Perusahaan Kue Geti UD Primadona

Strategi pemasaran produk halal yang dipilih oleh UD Primadona adalah dengan mengembangkan *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Untuk lebih jelasnya mengenai strategi pemasaran produk halal pada UD Primadona, berikut uraian yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan dan konsumen UD Primadona:

a. Strategi Produk

Strategi produk yang dimaksud disini adalah strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk mengembangkan produknya. Strategi produk dinilai menjadi poin penting oleh UD Primadona, produk yang dihasilkan harus berkualitas tinggi. Untuk mendapatkan produk dengan kualitas tinggi maka bahan-bahan yang digunakan juga harus berkualitas.

“Produk geti itu memang sudah banyak yang memproduksi, tetapi setiap perusahaan memiliki ciri khas tersendiri. Bisa dikatakan beda yang membuat maka rasa yang dihasilkan juga akan berbeda. Kualitas sangat penting dan erat kaitannya dengan ciri khas sebuah produk. Untuk itu

diperlukan adanya pemilihan bahan baku secara selektif, untuk produk yang berkualitas bahan yang digunakan juga harus berkualitas. Dalam hal ini bahan baku meliputi biji wijen dan gula pasir. Proses pemilihan biji wijen meliputi berapa lama usia wijen setelah dipanen, kualitas biji wijen apakah wijen tersebut lapuk atau tidak, dan ada atau tidaknya hama dalam biji wijen tersebut. Sedangkan pemilihan gula pasir meliputi usia setelah melalui proses pembuatan dan wujud dari gula pasir tidak boleh yang sudah mencair apa lagi yang sudah kadaluarsa tidak boleh digunakan dalam proses pembuatan.”¹

Dari pemaparan yang disampaikan oleh Ibu Suparmi selaku pemilik dan pengelola perusahaan UD Primadona bahwa kualitas produk sangat penting dan dapat dijadikan ciri khas yang menonjol jika dibandingkan dengan produk pesaing. Oeh sebab itu, perusahaan harus selektif dalam menentukan bahan-bahan yang akan digunakan dalam proses produksi.

Selain itu kualitas produk tidak hanya ditentukan oleh pemilihan bahan baku saja, akan tetapi meliputi proses pengolahan yang harus terjaga kebersihannya.

“Selain itu juga dilakukan pemilihan biji wijen melalui proses pencucian, caranya wijen dimasukkan kedalam timba lalu diberi air dan membuang biji wijen yang tidak terendam. Cara ini biasa disebut merambang.”²

Dari hasil wawancara dengan Ibu Suparmi bahwa cara merambang dimaksudkan agar mendapat biji wijen yang benar-benar berkualitas. Selain menjaga kualitas, UD Primadona juga menjamin kebersihan dan kehalalan produk dengan jaminan sertifikasi halal.

“Sekitar 5 tahun yang lalu produk didaftarkan untuk mendapatkan sertifikasi halal. Hal ini sesuai dengan permintaan dari para pelanggannya yaitu toko-toko besar yang tidak mau menerima produk jika belum mendapatkan sertifikat halal. Berangkat dari permasalahan

¹Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 11 Desember 2017

²Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 11 Desember 2017

itu, produk didaftarkan di Majelis Ulama Indonesia yang ada di Surabaya untuk mendapatkan sertifikasi halal.”³

Dari hasil wawancara diatas dapat diuraikan bahwa beberapa toko yang menjadi pelanggan tidak mau menerima produk yang belum mendapatkan sertifikasi halal dan meminta untuk segera mendaftarkan di Majelis Ulama Indonesia.

Selain itu agar lebih menarik minat konsumen, UD Primadona mencantumkan logo halal pada kemasan. Akan tetapi dikarenakan suatu hal, perusahaan memutuskan untuk tidak mencantumkan lagi.

“Pada awalnya ditiap kemasan dicantumkan logo halal. Kemudian ada hujatan dari pelanggan, dari pada terlalu merepotkan kemasan tidak lagi diberi logo halal. Setelah kemasan yang ada logo halal habis digunakan, pembuatan kemasan selanjutnya sudah tidak dicantumkan lagi.”⁴

Dari penjelasan Ibu Suparmi bahwa ada toko yang memperlmasalahkan terkait dengan pencantuman label halal, dan dinilai terlalu merepotkan sehingga perusahaan memutuskan untuk tidak mencantumkan lagi.

Akan tetapi karena sertifikat halal bersifat rahasia perusahaan, peneliti tidak dapat memberikan bukti bahwa perusahaan UD Primadona sudah mendapatkan sertifikasi halal.

“Sertifikat halal sudah ada. Tapi mohon maaf untuk saat ini masih belum bisa ditunjukkan kepada mahasiswa atau pihak yang menggunakan sertifikat untuk kepentingan penelitian.”⁵

³Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 11 Desember 2017

⁴Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 10 Januari 2018

⁵Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 11 Desember 2017

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa sertifikat halal tidak dapat ditunjukkan kepada mahasiswa atau pihak yang sedang melakukan penelitian.

Disisi lain, dari hasil wawancara dengan konsumen UD Primadona menyatakan bahwa logo halal dinilai sangat penting karena dapat memberikan rasa aman ketika mengkonsumsi produk tersebut.

“Kalau dibilang penting ya penting mbak, apalagi buat orang Islam jaminan halal itu penting. Sekarang ini kan banyak perusahaan-perusahaan yang bersaing biar produknya cepet laku dipasaran tapi nggak ngeluarin biaya banyak. Makanya nggak jarang juga perusahaan melakukan tindakan curang, misalnya pake barang-barang BS atau yang sudah lewat tanggal kadaluarsanya. Kan bahaya juga mbak, kalo barang kadaluarsa sampe kemakan.”⁶

Dari hasil wawancara dengan Nn selaku salah satu konsumen UD Primadona yang beralamatkan di Desa Jabalsari Kecamatan Sumbergempol bahwa logo halal yang tercantum pada kemasan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, dimana produk sudah dapat dipastikan baik untuk dikonsumsi.

“Kalau menurut saya penting atau tidaknya produk halal disesuaikan dengan luas pemasaran produk. Jika produk hanya dipasarkan di wilayah lokal maka tidak menjadi masalah. Akan tetapi jika produk dipasarkan di luar wilayah perusahaan, seperti luar kota atau luar pulau maka logo halal penting untuk dicantumkan dikemasan.”⁷

Dari hasil wawancara dengan Nn selaku konsumen UD Primadona dapat diuraikan bahwa logo halal penting dicantumkan di kemasan jika produk dipasarkan dalam wilayah yang luas. Dan tidak menjadi masalah jika produk hanya dipasarkan di wilayah lokal.

⁶Wawancara dengan Ibu Nn selaku konsumen UD Primadona pada tanggal 18 Januari 2018

⁷Wawancara dengan Tn Nn selaku konsumen UD Primadona pada tanggal 18 Januari 2018

b. Strategi Harga

Dalam menetapkan strategi harga UD Primadona tidak menetapkan harga terlalu mahal, melainkan disesuaikan dengan kualitas dan proses produk. Unsur lain dalam produk halal yaitu terkait dengan sertifikasi halal, dimana terdapat biaya tambahan yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses sertifikasi.

“Sertifikasi halal didapatkan dari Majelis Ulama Indonesia dan di proses di Surabaya. Dalam proses tersebut dikenakan biaya dan diwajibkan untuk herregistrasi setiap 2 tahun sekali. Tetapi biaya dalam proses sertifikasi tidak dijadikan biaya tambahan dan tidak mempengaruhi harga jual produk. Produk dijual dengan harga yang sama seperti sebelum adanya sertifikasi halal.”⁸

Dari hasil wawancara dengan Ibu Suparmi dapat diuraikan bahwa dalam proses sertifikasi dikenakan biaya herregistrasi setiap dua tahun sekali. Meskipun ada biaya tambahan, tetapi harga jual yang ditetapkan perusahaan tidak berubah sesuai dengan penetapan harga sebelum adanya sertifikasi halal. Jadi sertifikasi halal tidak berpengaruh pada tingkat harga yang ditetapkan perusahaan.

“Dalam menetapkan harga, kita melihat produk. Apakah berkualitas baik atau tidak. Jadi harga disesuaikan dengan produk yang dijual, tidak melihat harga produk pesaing, mau harganya tinggi atau rendah tidak berpengaruh. Karena setiap produk memiliki ciri khas sendiri. Bukan kita yang mengikuti pasar, tapi pasar yang mengikuti harga dari perusahaan.”⁹

Dari penjelasan Ibu Suparmi dapat diuraikan bahwa harga produk ditetapkan sesuai dengan kualitas produk. Dalam penetapan harga tersebut tidak melihat harga produk pesaing.

⁸Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 10 Januari 2018

⁹Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 11 Desember 2017

“Ya kalau untuk harganya beda-beda, kan ada tiga jenis kemasan. Yang pertama kemasan berwarna hijau, kecil dan refil. Biasanya yang paling banyak dipasarkan di toko-toko kemasan kecil yang harganya Rp. 6.000,-. Selain itu juga menerima pesanan untuk hidangan hajatan yang sudah dikemas dalam bentuk toples bening yang bentuknya bulat itu.”¹⁰

Dari penjelasan Ibu Suparmi dapat diuraikan bahwa dalam menentukan tinggi rendahnya harga pihak perusahaan memperhatikan daya beli konsumen terhadap produk, oleh karena itu kemasan dibedakan menjadi tiga jenis. Dan kemasan yang paling banyak permintaannya yaitu kemasan kecil yang biasanya dijual dengan harga Rp. 7.000,-. Selain itu perusahaan juga menerima pesanan untuk hidangan acara hajatan yang biasanya dikemas dalam bentuk toples.

c. Strategi Lokasi

Strategi lokasi yang tepat akan meningkatkan keberhasilan dalam pemasaran. Adapun strategi lokasi produk halal yang dilakukan oleh UD Primadona yaitu dengan menjaga kebersihan lokasi pengolahan dan lokasi pemasaran.

“Proses pengolahan disini saya sangat mengutamakan kebersihan. Hal ini dilakukan agar kualitas produk dapat terjaga. Ada 13 karyawan yang bekerja 2 diantaranya laki-laki, ada aturan sendiri untuk karyawan laki-laki yaitu larangan merokok selama proses pengolahan dan larangan membuang sisa rokok di sekitar lokasi pengolahan. Sedangkan untuk semua karyawan diwajibkan mencuci tangan sebelum melakukan proses pengolahan. Selain itu, agar produk yang dihasilkan lebih berkualitas peralatan yang digunakan juga rutin dibersihkan setelah digunakan dalam proses pengolahan.”¹¹

¹⁰Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 11 Desember 2017

¹¹Wawancara dengan Ibu Nn selaku karyawan perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 11 Desember 2017

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diuraikan bahwa perusahaan mengutamakan kebersihan dalam proses pengolahan, seperti untuk karyawan laki-laki tidak diperbolehkan untuk merokok di lokasi pengolahan dan diharuskan bagi setiap karyawan agar membersihkan diri sebelum memasuki lokasi pengolahan. Beliau juga menambahkan dengan menetapkan strategi lokasi pengolahan yang terjaga kebersihannya diharapkan dapat menghasilkan produk yang berkualitas.

“Selain dipasarkan ke toko-toko produk juga dijual sendiri, di toko depan rumah itu. Isinya produk hasil sendiri, biasanya juga ada barang dari luar yang numpang dipasarkan disini. Ya kalau untuk toko makanan itu gimana pantasnya, yang namanya kebersihan seperti tempat itu harus di jaga, produk di taruh di etalase biar nggak gampang kena debu, jadi tempatnya harus tertutup.”¹²

Dari hasil wawancara diatas dapat diuraikan bahwa selain melalui saluran, pihak perusahaan juga memasarkan sendiri yaitu dengan mendirikan toko di depan rumah Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan. Dalam hal ini, pemilik sangat menjaga kebersihan lokasi penjualan seperti dengan menaruh produk di dalam etalase dan mengkondisikan tempat yang tertutup agar tidak terkena debu dan kotoran.

“Dari beberapa anak saya lima diantaranya di bagian pemasaran, biasanya mereka yang memasarkan produk ke toko-toko yang ada di Surabaya, dsb. Dalam kegiatan pemasaran menggunakan kendaraan yang dikhususkan untuk mengangkut barang-barang hasil produksi, hal ini dilakukan agar terjaga kebersihan dan terhindar dari kerusakan.”¹³

Dari hasil wawancara diatas dapat diuraikan bahwa untuk menunjang kegiatan pemasaran digunakan kendaraan yang dikhususkan untuk mengangkut

¹²Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 11 Desember 2017

¹³Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 11 Desember 2017

produk, hal ini dilakukan agar produk tetap terjaga dan terhindar dari kerusakan.

d. Strategi Promosi

Agar produk dapat dikenal oleh konsumen, maka perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk, kemudian dipelihara dan dikembangkan. UD Primadona melakukan promosi melalui pameran yang digelar pada tingkat kecamatan atau kabupaten. Hal ini sekaligus bertujuan untuk memperkenalkan produk kue geti sebagai makanan khas Tulungagung.

“Promosi hanya dilakukan melalui pameran yang diadakan di tingkat Kecamatan dan Kabupaten. Biasanya produk dipinjam untuk dipromosikan ke masyarakat terkait dengan makanan khas Tulungagung. Pihak perusahaan tidak melakukan promosi sendiri, biasanya produk dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat dari mulut ke mulut.”¹⁴

Dari hasil wawancara dengan Ibu Suparmi dapat diuraikan bahwa dalam kegiatan promosi UD Primadona dibantu oleh pihak pemerintah kecamatan Sumbergempol dan Kabupaten Tulungagung. Dan tidak dilakukan sendiri oleh perusahaan.

“Bisa dikatakan geti merupakan makanan khas Tulungagung, meskipun yang memproduksi geti tidak hanya di wilayah Tulungagung. Untuk pemasarannya juga produk geti dipasarkan di toko-toko yang menjual aneka makanan khas Tulungagung. Ya kalo di daerah Tulungagung biasanya di toko-toko besar seperti toko Nella, Belga, dan pusat oleh-oleh. Demikian juga di toko-toko yang ada di luar wilayah Tulungagung, biasanya dijual di toko oleh-oleh.”¹⁵

¹⁴Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 11 Desember 2017

¹⁵Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 10 Januari 2018

Dari penjelasan diatas dapat diuraikan bahwa dalam kegiatan promosi kue geti diperkenalkan sebagai makanan khas Tulungagung, meskipun perusahaan kue geti tidak hanya di wilayah Tulungagung. Dan untuk pemasarannya di toko-toko yang biasanya menjual makanan khas atau oleh-oleh. Biasanya di pasarkan di toko besar yang ramai dikunjungi oleh masyarakat dan di pusat oleh-oleh.

“Di kemasan juga tidak ada label halal. Padahal produk sudah mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sebelumnya label halal dicantumkan, itu juga berdasarkan permintaan dari toko-toko yang berlangganan. Tetapi semenjak ada toko yang rewel pihak perusahaan memutuskan untuk tidak mencantumkan lagi.”¹⁶

Dari hasil wawancara diatas dapat diuraikan bahwa dalam kegiatan promosi yang dilakukan melalui pameran hanya difokuskan pada keunggulan produk dan tidak menginformasikan bahwa produk sudah berlabel halal.

2. Strategi Pemasaran Produk Halal Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Perusahaan Kue Geti UD Primadona

Dengan penetapan strategi pemasaran yang tepat akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen, dan perilaku konsumen yang diharapkan oleh perusahaan adalah sikap loyalitas. Dalam upaya menjaga loyalitas konsumen, strategi yang diterapkan oleh UD Primadona yaitu dijelaskan dalam hasil wawancara berikut ini:

“Ketika produk yang dihasilkan kualitasnya bagus, maka konsumen tidak akan kapok untuk membeli lagi. Untuk menjaga kualitas itu dimulai dari

¹⁶Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 11 Desember 2017

perolehan bahan baku yang kualitasnya juga harus baik, kemudian menjaga kebersihan pada proses pengolahan.”¹⁷

Dari penjelasan Ibu Suparmi dapat diuraikan bahwa dalam upaya menjaga loyalitas konsumen hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk yang dihasilkan, untuk memperoleh produk yang berkualitas maka harus bersikap selektif dalam pemilihan bahan baku dan harus menjaga kebersihan pengolahan. Ketika produk yang dihasilkan berkualitas, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan sehingga dapat mendorong sikap loyalitas terhadap produk.

“Pada awalnya produk belum ada logo halal. Lalu ada permintaan dari beberapa toko agar mendapatkan sertifikat halal, karena sering ada pemeriksaan dari pihak pemerintah, jadi toko tidak bisa menjual produk yang belum bersertifikat halal.”¹⁸

Dari penjelasan di atas dapat diuraikan bahwa selain menjaga kualitas produk, UD Primadona mendaftarkan produknya untuk memperoleh sertifikat halal. Hal ini dilakukan karena adanya permintaan dari beberapa toko yang tidak bisa menjual produk yang tidak ada logo halalnya.

“Untuk produk di toko-toko yang tidak laku dan lewat tanggal kadaluarsa, pihak perusahaan mengganti dengan produk baru dan toko tidak perlu membayar lagi. Kan ya kasihan kalau harus membayar lagi. Jadi produk diganti secara gratis dengan syarat kemasan tidak boleh rusak.”¹⁹

Dari penjelasan Ibu Suparmi dapat diuraikan bahwa selain menjaga kualitas produk, untuk menjaga loyalitas konsumen yaitu perusahaan memberikan ganti untuk produk-produk di toko yang tidak laku dan sudah lewat tanggal kadaluarsa.

¹⁷Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 11 Desember 2017

¹⁸Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 10 Januari 2018

¹⁹Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 10 Januari 2018

Dalam pengiriman ulang produk tersebut pihak toko tidak perlu melakukan transaksi lagi dan tanpa dikenakan biaya tambahan.

“Yang namanya produk kadaluarsa itu kan sudah tidak baik untuk dikonsumsi, tidak boleh dijual kepada konsumen. Jadi dari pada pihak toko keberatan karena menanggung kerugian, pihak perusahaan mengganti produk yang sudah kadaluarsa.”²⁰

Dari penjelasan Ibu Suparmi dapat diuraikan bahwa produk yang sudah kadaluarsa sudah tidak layak untuk dikonsumsi oleh konsumen. Agar pihak toko tidak merasa dirugikan dengan adanya produk kadaluarsa tersebut, pihak perusahaan mengganti dengan produk yang baru.

“Mungkin di Tulungagung sudah banyak perusahaan yang memproduksi geti, tapi yang namanya geti beda perusahaan pasti beda rasa. Nggak usah takut sama pesaing, yang penting memiliki cita rasa dan ciri khas sendiri. Yang namanya selera konsumen itu kan pasti beda-beda. Buktinya semakin banyak pesaing, dari tahun 1980 sampai sekarang usaha saya tetap berjalan dan pemasaran produk juga terus lancar.”²¹

Dari penjelasan Ibu Suparmi dapat diuraikan bahwa selera setiap konsumen berbeda, oleh karena itu menciptakan cita rasa dan ciri khas produk kue geti menjadi poin yang harus diutamakan dalam persaingan yang semakin kuat.

“Dari tahun awal berdirinya perusahaan sampai saat ini produk sudah tersebar di wilayah Jawa Timur seperti Tulungagung, Trenggalek, Blitar, Ponorogo dan Surabaya. Sedangkan di wilayah luar Tulungagung seperti Kalimantan, Sumatera dan Sumbawa. Di Tulungagung sendiri sudah banyak toko-toko yang berlangganan dari dulu sampai saat ini. Seperti toko Nella dan Belga.”²²

²⁰Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 10 Januari 2018

²¹Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 10 Januari 2018

²²Wawancara dengan Ibu Suparmi selaku pemilik perusahaan kue geti UD Primadona pada tanggal 10 Januari 2018

Dari hasil wawancara di atas dapat diuraikan bahwa dari awal perusahaan berjalan produk sudah tersebar di dalam dan luar wilayah Tulungagung, bahkan sudah di luar pulau Jawa.

C. Analisis Data

UD Primadona merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi makanan khas Tulungagung, yang tidak terlepas dari persaingan-persaingan antar perusahaan lainnya dan juga perusahaan yang lebih besar. Untuk itu UD Primadona perlu melakukan kebijakan dalam pemasarannya agar dapat meningkatkan penjualannya. Namun demikian, setiap usaha yang dilakukan untuk memasarkan produknya yang bertujuan untuk meningkatkan penjualannya dengan menargetkan meningkatkan jumlah pembeli dengan apa yang direncanakan merupakan bagian dari strategi pemasaran.

Hal yang sangat mendasar dan sangat diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat masyarakat agar membeli dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meraih kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya.

1. Analisis Strategi Pemasaran Produk Halal Pada Perusahaan Kue Geti UD

Primadona

a. Strategi Produk

Dari paparan data di atas dapat diuraikan bahwa strategi produk yang digunakan UD Primadona untuk mengembangkan produknya yaitu dengan mempertahankan kualitas dengan cara selektif ketika memilih bahan baku, menciptakan ciri khas produk, dan menjamin kehalalan produk. Hal ini sesuai

dengan konsep *halalan thoyyiban*, dimana produk yang dikonsumsi tidak hanya memiliki kualitas yang baik. Tetapi halal dari segi dzatnya dan baik dari segi bahan-bahan yang digunakan sehingga dapat memberikan manfaat. Menurut keterangan pemilik produk UD Primadona sudah memiliki sertifikat halal, tapi sejauh ini peneliti belum menemukan data terkait dengan sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan tidak ada transparansi dari pihak perusahaan. Akan tetapi berdasarkan pengamatan peneliti, bahan baku, proses pengolahan dan lokasi pengolahan menunjukkan kebersihan dan kehalalan serta terbebas dari unsur haram.

Selain itu terjaganya kualitas dan kandungan nutrisi yang ada pada produk akan menjadi keunggulan yang kompetitif atas pesaing. Konsumen semakin banyak memiliki alternatif dan sangat berhati-hati dalam menentukan keputusan dalam melakukan pembelian dengan membandingkan keunggulan produk dengan produk pesaing. Dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif produk yang memiliki keunggulan akan dijadikan alternatif utama oleh konsumen. Konsumen akan mendapatkan kepuasan yang mendorong adanya loyalitas terhadap produk perusahaan.

b. Strategi Harga

Dari paparan data di atas dijelaskan bahwa dalam proses sertifikasi halal perusahaan dikenakan biaya herregistrasi setiap dua tahun sekali, dimana biaya tersebut menambah beban perusahaan dan dapat mendorong kenaikan harga jual. Akan tetapi harga yang ditetapkan tidak berubah sesuai dengan penetapan harga sebelum adanya sertifikasi halal. Hal ini dapat mempengaruhi loyalitas

konsumen, dimana konsumen akan bertahan pada tingkat harga produk tertentu dan tidak beralih ke produk dari perusahaan lain ketika produk dari UD Primadona tidak mengalami kenaikan harga. Karena konsumen sangat mempertimbangkan perbandingan harga dengan produk perusahaan lain sebelum memutuskan untuk membeli. Dengan penetapan harga yang tidak berubah produk UD Primadona akan lebih kompetitif jika dibandingkan dengan produk pesaing dengan tingkat harga yang sama tetapi belum mendapatkan sertifikat halal. Karena konsumen khususnya konsumen muslim akan cenderung memilih produk yang sudah berlabel halal.

Dalam penetapan harga UD Primadona menyesuaikan dengan kualitas produk dan menyajikan harga yang kompetitif dengan tidak terpengaruh terhadap harga produk pesaing apakah lebih tinggi atau lebih rendah. Pihak perusahaan berkeyakinan bahwa selera setiap konsumen berbeda, dan produk yang dihasilkan memiliki ciri khas sendiri. Dengan demikian perusahaan menentukan posisi pasar (*positioning*) dengan strategi penentuan posisi pasar berdasarkan kelas produk, bukan berdasarkan harga murah atau mahal.

Penetapan harga juga disesuaikan dengan jenis kemasan, terdapat tiga jenis kemasan yaitu kemasan berwarna hijau, kecil dan refil. Biasanya yang paling banyak dipasarkan di toko-toko kemasan kecil yang dijual dengan harga Rp.7.000,-. Dalam hal ini UD Primadona melakukan segmentasi pasar demografis yaitu membagi segmen pasar ke dalam beberapa kelas sosial.

c. Strategi Lokasi

Dari paparan data di atas dapat diuraikan bahwa UD Primadona sangat mengutamakan kebersihan lokasi pengolahan dan karyawan diharuskan menjaga kebersihan selama proses produksi. Karena lokasi yang terjaga kebersihannya dapat menghasilkan produk yang berkualitas. Kualitas yang dimaksud dapat disamakan dengan indikator produk halal, dimana untuk menentukan halalnya suatu produk tidak hanya ditinjau dari dzat yang terkandung didalamnya, melainkan meliputi proses pengolahan yang harus terjaga kebersihannya. Produk yang berkualitas akan memberikan kepuasan bagi konsumen yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas terhadap produk perusahaan. Konsumen yang merasa puas akan bertahan dan enggan untuk beralih ke produk lain.

Selain melalui saluran distribusi, perusahaan juga melakukan pemasaran sendiri. Toko sebagai tempat penjualan dikondisikan dalam keadaan tertutup dan barang ditaruh di etalase agar terhindar dari debu dan kotoran. Kemudian untuk menunjang kegiatan pemasaran digunakan kendaraan yang dikhususkan untuk mengangkut barang saja, hal ini dilakukan agar produk tetap terjaga kebersihannya dan terhindar dari kerusakan. Dalam kegiatan pemasaran UD Primadona mengutamakan kebersihan dan higienitas produk, sesuai dengan prinsip produk halal bahwa halal tidak hanya ditinjau dari dzat yang terkandung didalamnya, akan tetapi halal juga meliputi kebersihan dan kesucian dalam proses pengolahan dan pengiriman barang.

d. Strategi Promosi

Dari paparan data di atas dapat diuraikan bahwa promosi yang dilakukan UD Primadona melalui pameran pada tingkat kecamatan dan kabupaten yang terfokus pada keunggulan produk dan tidak menginformasikan bahwa produk sudah dapat dijamin kehalalannya. Sehingga banyak konsumen yang tidak mengetahui bahwa produk tersebut sudah mendapatkan sertifikasi halal. Padahal pada saat ini produk halal sudah menjadi kebutuhan konsumen baik muslim maupun non muslim. Produk dengan label halal akan mendapatkan nilai positif diantara para konsumen yang akan menimbulkan ketertarikan untuk lebih condong pada produk tersebut. Dalam kegiatan promosi perusahaan berusaha menginformasikan kepada konsumen mengenai suatu produk dan mendorong untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, dalam informasi produk harus disampaikan secara keseluruhan, termasuk informasi kehalalan produk yang saat ini menjadi keunggulan kompetitif khususnya produk makanan.

Dalam kegiatan pameran, produk kue geti diperkenalkan sebagai produk khas Tulungagung. Dan untuk pemasarannya dilakukan di toko-toko besar yang ada di dalam dan di luar wilayah Tulungagung. Biasanya toko tersebut toko besar yang ramai dikunjungi oleh masyarakat. Dalam hal ini UD Primadona melakukan pembagian pasar menjadi unit geografis yang berbeda. Perusahaan mengetahui wilayah strategis dimana pada wilayah tersebut banyak masyarakat yang membutuhkan produk.

2. Analisis Strategi Pemasaran Produk Halal Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Perusahaan Kue Geti UD Primadona

Dari paparan data di atas, dapat diuraikan bahwa dalam menjaga loyalitas konsumen strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD Primadona yaitu menjaga kualitas produk dan kualitas dalam pelayanan, serta menciptakan cita rasa produk yang dapat menjadi ciri khas utama. Ketika produk berkualitas baik, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan atas produk yang dikonsumsi, sehingga untuk selanjutnya konsumen akan cenderung mencari merek yang sama. Produk berkualitas saja tidak cukup, agar konsumen merasa aman maka diperlukan jaminan produk halal. Karena adanya tuntutan dari pelanggan UD Primadona mendaftarkan produknya untuk memperoleh sertifikat halal. Beberapa toko yang menjadi pelanggan tidak dapat menjual produk yang belum berlogo halal, karena akan mendapatkan teguran dari pihak pemerintah ketika ada sosialisasi dan pemeriksaan. Produk dengan jaminan halal merupakan kebutuhan seluruh konsumen dan secara khusus ditujukan kepada konsumen muslim, dengan begitu UD Primadona melakukan segmentasi pasar demografi sebelum menetapkan strategi pemasaran. Perusahaan juga menjaga kualitas dalam pelayanan yaitu mengganti produk di toko-toko yang sudah kadaluarsa, hal ini bertujuan agar pihak toko tidak merasa dirugikan dan tetap menjadikan UD Primadona sebagai pemasok. Selain itu, makanan yang sudah kadaluarsa juga tidak baik untuk dikonsumsi lagi. Hal ini sesuai dengan konsep *halalan thoyyiban*, yaitu produk kadaluarsa bukan produk yang baik untuk dikonsumsi meskipun produk tersebut mengandung bahan-bahan yang bersifat halal. Selain itu perusahaan juga

menciptakan cita rasa kue geti agar memiliki ciri khas jika dibandingkan dengan pesaing. Dalam hal ini Ibu Suparmi memanfaatkan persaingan sebagai peluang untuk memperoleh sasaran pasar. Beliau berkeyakinan bahwa setiap konsumen memiliki selera masing-masing, oleh karena itu setiap perusahaan tidak akan kehilangan pelanggannya selama dapat menciptakan sesuatu di dalam produk yang tidak akan didapatkan pada produk pesaing yaitu ciri khas. Dari beberapa strategi yang dilakukan oleh UD Primadona, sampai saat ini produk sudah dipasarkan secara luas baik di wilayah Tulungagung maupun luar wilayah Tulungagung. Bahkan pemasaran sudah mencapai luar pulau seperti Kalimantan, Sumatera dan Sumbawa. Hal ini membuktikan bahwa produk yang dihasilkan oleh UD Primadona benar-benar berkualitas dan dapat memenuhi kepuasan konsumen, sehingga konsumen menjadikan produk perusahaan sebagai alternatif utama.