

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan hasil temuan penelitian yang telah dilakukan dilapangan, baik melalui wawancara, observasi serta dokumentasi.

1. Profil UD. Tempe Pak Heri

Industri pangan yang dibahas dalam penelitian ini ialah industri yang bahan baku utamanya menggunakan kedelai untuk dijadikan tempe yang kemudian dapat dijual belikan. Tempe merupakan salah satu makanan yang banyak diminati oleh masyarakat, terbuat dari kedelai yang di fermentasi, serta makanan yang dapat diolah menjadi camilan seperti keripik tempe ataupun dimasak untuk dijadikan lauk sehari-hari.

Home industri UD. Tempe Pak Heri ini sudah berdiri sekitar 23 tahun, yaitu sejak pertengahan tahun 1997 yang didirikan oleh Bapak Heri Priyono (Alm) yang berasal dari Kabupaten Lamongan, Jawa Tengah. Dengan berbekal ilmu yang diwarisi oleh keluarganya, alasan bapak Heri mendirikan usaha ini karena melihat disekitar tempat tinggalnya belum banyak yang memproduksi tempe serta untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya.

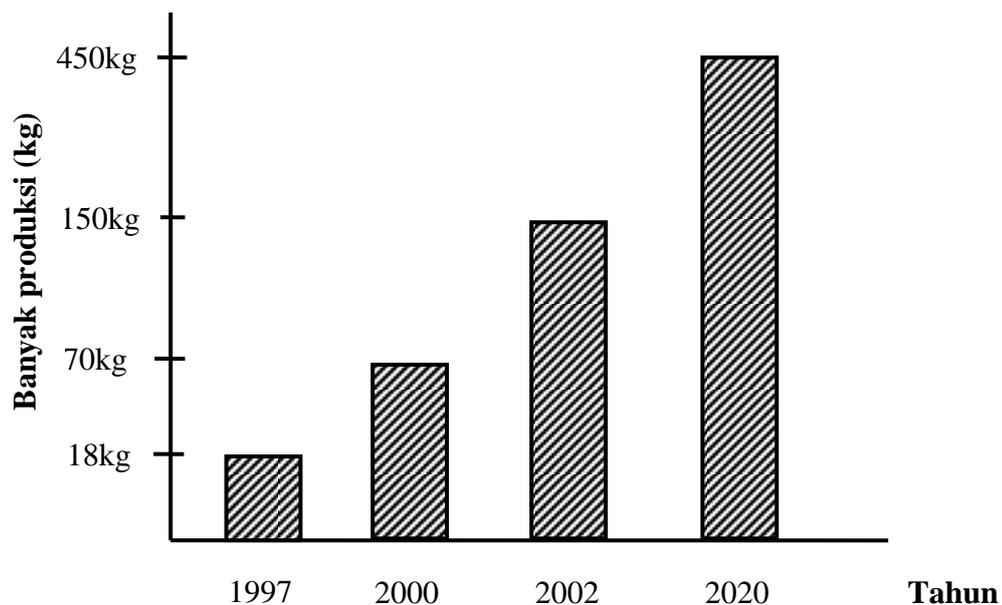
Berbekal ilmu warisan tersebut, bapak Heri Priyono menjalankan usahanya dengan menanamkan nilai-nilai Islam didalamnya. Selain dengan niat memenuhi kebutuhan keluarganya dengan menjalankan bisnis tersebut yang merupakan suatu kewajiban untuk mencari nafkah, beliau juga sangat menjaga kehalalan produknya. Baik dari segi produksi, distribusi hingga pemasaran yang dilakukan

sebagaimana yang diajarkan oleh Islam sehingga berharap selalu mendapat keberkahan dari hasil bisnis yang dijalankannya tersebut.

Seperti yang telah dijelaskan dalam bagian sebelumnya, pada awal produksi, usaha ini hanya bermodalkan Rp. 800.000,00 dari uang pribadi dengan memproduksi sebanyak 18 kg kedelai. Seiring berjalannya waktu, Bapak Heri dan keluarga terus berusaha untuk mengembangkan usahanya, hingga saat ini mampu memproduksi sebanyak 450 kg kedelai (sekitar 1.500 hingga 2.000 bungkus) setiap harinya dengan jumlah karyawan sebanyak 6 orang. Keuntungan penjualan yang di dapat oleh UD. Tempe Pak heri sebesar Rp. 135.000.000,00 setiap bulannya.

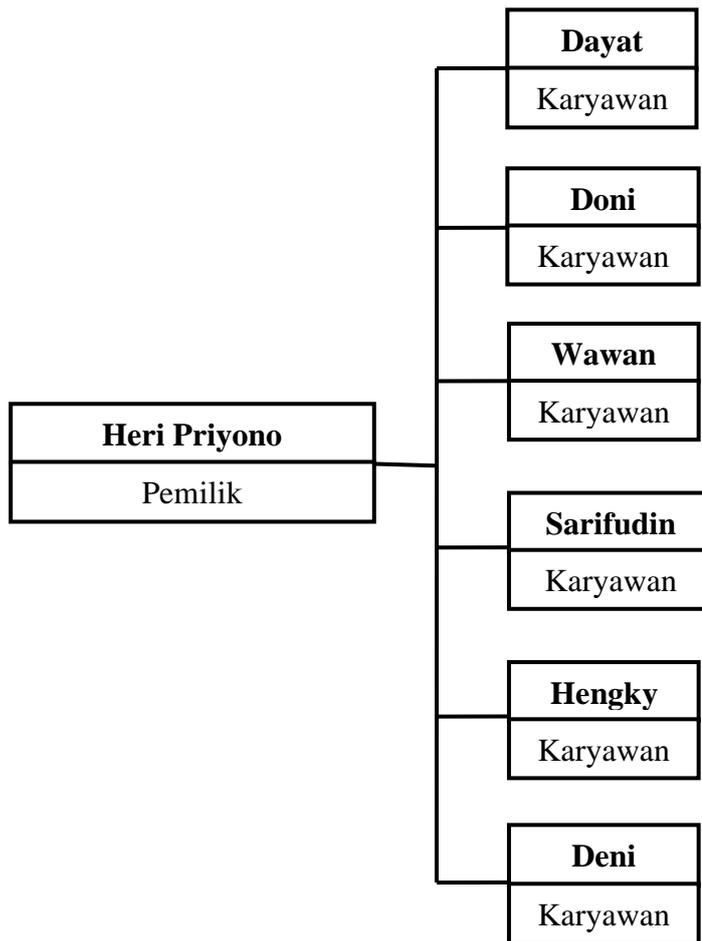
Gambar 4.1

Grafik Perkembangan Produksi UD. Tempe Pak Heri



Usaha ini menyediakan tempe dengan berbagai ukuran dan harga. Seperti tempe dengan berat 270 gram dijual dengan harga Rp. 2.000, berat 380 gram dijual dengan harga Rp. 3.500, berat 475 gram seharga Rp. 4.000, dan tempe dengan berat 515 gram dijual seharga Rp. 4.500.

Gambar 4.2
Struktur UD. Tempe Pak Heri



Sumber: UD. Tempe Pak Heri Desa Barurambatkota Kecamatan Pamekasan

2. Proses Pengolahan Tempe

Berikut tahapan-tahapan dalam proses pengolahan tempe di UD. Tempe Pak Heri, yaitu:

a. Pencucian

Bahan baku utama yang digunakan dalam proses produksi tempe adalah kedelai yang dicuci sampai bersih.

b. Perebusan

Setelah kedelai dcuci bersih, kedelai tersebut kemudian di rebus selama kurang lebih 45 menit.

c. Rendaman

Selanjutnya, setelah kedelai melalui proses perebusan kemudian dilanjutkan pada proses perendaman. Kedelai yang telah di rebus tersebut di rendam selama 18 jam.

d. Penggilingan

Proses penggilingan dilakukan setelah kedelai di rendam, yang bertujuan untuk pemecahan biji serta untuk mengupas kulit kedelai tersebut.

e. Pemisahan Kulit Ari dan Peragian

Setelah kedelai melalui proses penggilingan, langkah seanjutnya adalah pemisahan kulit ari dari biji kedelai kemudian dilanjutkan dengan proses peragian selama kurang lebih 35 menit.

f. Pengemasan

Proses pengemasan yang dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri masih secara manual. Dalam proses ada beberapa tahap, yaitu penimbangan kedelai pada setiap jenis kemasan, penjilidan plastik kemasan tempe dengan menggunakan api, dan penyusunan pada tatakan tempe. Proses ini memakan waktu selama 2 jam 30 menit.

g. Fermentasi

Proses fermentasi merupakan tahapan akhir pada proses produksi tempe. Pada proses ini membutuhkan waktu 2 hari 3 malam hingga tempe matang dengan baik.

3. Data Lapangan

a. Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman pada Pengembangan Usaha UD. Tempe Pak Heri

Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan usaha ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung terhadap pemilik serta karyawan UD. Tempe Pak Heri. Kekuatan merupakan keunggulan serta kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang membuatnya lebih unggul dari pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar. Sebagaimana yang disampaikan oleh mas Angga selaku pemilik UD. Tempe Pak Heri:

“Jika bicara soal kekuatan pastinya setiap perusahaan memilikinya mbak, kalau kekuatan dalam usaha disini itu seperti ketersediaan tenaga kerja, kami memiliki SDM yang memadai yang mampu bekerja tepat waktu, karyawan disini sangat cekatan dalam bekerja sehingga menjadi salah satu alasan kenapa usaha ini mampu berproduksi tepat waktu. Karna dalam pengolahan tempe sendiri butuh tenaga yang cukup apalagi jika berproduksi dalam jumlah yang cukup banyak seperti disini”¹

Adapun pendapat lain yang disampaikan oleh Bapak Feri selaku pemilik usaha UD. Tempe Pak Heri yang menyatakan bahwa:

“Kami selalu menanamkan sikap profesional dalam bekerja pada karyawan disini, dan mereka sangat bertanggung jawab terhadap pekerjaan mereka. Karna disini tidak ada pembagian tugas yang khusus, semua disama ratakan pada bagian produksi dan pengiriman, jadi saling bergantian saja ketika bekerja. Nah juga, kekuatan dalam usaha ini bisa dilihat dari modal serta laba yang kita dapatkan. Laba yang kami dapatkan Alhamdulillah

¹Angga, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung, (28 Desember 2020).

selalu stabil meski dalam keadaan pandemi seperti sekarang, sehingga modal selalu tersedia untuk berproduksi ulang.”²

Adapun pemaparan dari Ibu Ummi selaku pemilik usaha tersebut yaitu:

“Disini mbak, kami selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas baik dan hasil produksi kami mampu memberikan kepuasan terhadap para pelanggan. Hasil produksi juga sesuai dengan permintaan pelanggan dan usaha kami juga sudah ada surat izin dari pemerintah, sehingga produk kami ini mampu mencukupi kebutuhan serta mendapat kepercayaan dari pelanggan, jadi mereka tidak pindah ke tempat lain.”³

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa kekuatan yang terdapat dalam UD. Tempe Pak Heri terkait dengan ketersediaan tenaga kerja yang memadai, kualitas produk yang baik, modal dan laba yang stabil, kemampuan berproduksi tepat waktu, memiliki surat izin resmi dari Pemerintah serta hasil produksi sesuai permintaan.

Kelemahan merupakan keterbatasan yang dimiliki suatu perusahaan dalam hal keterampilan serta kemampuan yang dapat menjadi penghalang dalam keberlangsungan suatu usaha. Untuk mengetahui kelemahan yang ada, peneliti menanyakan langsung kepada keluarga pemilik serta karyawan dalam usaha tersebut, seperti yang disampaikan oleh mas Angga:

“Kalau untuk kelemahanya mbak disini terkait dengan jangkauan penjualan. Produk disini hanya dijual di sekitar Kabupaten Pamekasan saja, tidak dipasarkan diluar kota karna produk tempe disini hanya bertahan sekitar 3 sampai 5 hari saja mbak.”⁴

Senada dengan apa yang disampaikan oleh Bapak Feri, dalam penyampaian:

“Produk kami hanya dipasarkan di Kabupaten Pamekasan dan sekitarnya saja mbak, kami tidak melakukan pemasaran diluar kota. Dan untuk

²Feri, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung (28 Desember 2020).

³Ummi, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung, (28 Desember 2020).

⁴ Angga, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung, (28 Desember 2020).

pemasarannya hanya dilakukan secara manual dan tradisional (mulut ke mulut), kita tidak menggunakan sosial media.”⁵

Adapun pendapat lain dari Ibu Ummiselaku Pemilik usaha UD. Tempe Pak Heri sebagai berikut:⁶

“Menurut saya sih nak terkait dengan kelemahan dalam usaha ini terdapat pada alat yang digunakan. Disini masih menggunakan tenaga manual dan alat yang digunakan jumlahnya terbatas, jadi dalam proses produksinya perlu memakan waktu lebih dengan jumlah kedelai 450 kg setiap harinya, tidak bisa dikerjakan dalam satu waktu.”

Hasil dari wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa kelemahan yang terdapat dalam UD. Tempe Pak Heri tersebut terdapat beberapa hal, yaitu pemasaran yang dilakukan secara manual dan tradisional, jangkauan penjualan yang sempit, serta sarana dan prasarana yang kurang memadai.

Dalam setiap perusahaan pasti memiliki kelemahan yang dapat menjadi penghalang dalam berjalannya suatu usaha. Maka dari itu, setiap perusahaan harus memiliki cara tersendiri guna mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut. Seperti yang dilakukan oleh pemilik UD. Tempe Pak Heri dalam mengatasi kelemahan yang ada dalam usahanya, seperti yang dikatakan oleh Bapak Feri berikut:

“Kalau untuk mengatasi yang jangkauan penjualan itu mbak, biar tidak hanya dijual di pasar-pasar saja, kita mencoba masuk pada pengusaha camilan keripik tempe juga sekarang.”⁷

Hal yang sama juga disampaikan oleh mas Angga terkait upaya mengatasi kelemahan dalam usaha yang dimilikinya, yaitu:

“Karna produk kami hanya di jual di pasar-pasar tradisional yang berada di Kabupaten Pamekasan dan sekitarnya saja, sehingga membuat kami mencoba masuk pada tempat produksi keripik tempe rumahan yang juga masih disekitar Pamekasan. Dan untuk sarana dan prasarana memang disini masih minim mbak, jadi kami berusaha memanfaatkan yang ada

⁵Feri, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung, (28 Desember 2020).

⁶Ummi, Pemilik UD. Tempe, (28 Desember 2020).

⁷Feri, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung (28 Desember 2020).

dengan sebaik-baiknya. Seperti memanfaatkan beberapa ruangan lain di rumah.”⁸

Adapun pernyataan dari ibu Ummi mengenai kurangnya sarana dan prasarana yang ada dalam usahanya tersebut, sebagaimana yang telah dikatakan:

“Karna kami belum memiliki pabrik khusus untuk tempat produksi, jadi kami berusaha memanfaatkan ruangan lain di rumah kami untuk pembungkusan dan tempat penyimpanan tempe yang di fermentasi sehingga proses produksi tetap bisa berjalan dan selesai tepat waktu. Dan untuk alat produksi, karna tidak cukup untuk melakukan produksi sekaligus jadi manajemen waktu sangat kami jaga agar kami tetap bisa memenuhi kebutuhan pasar setiap harinya.”⁹

Dari ketiga pernyataan tersebut, dalam mengatasi kelemahan yang ada dalam usahanya, pemilik UD. Tempe Pak Heri mengatasinya dengan beberapa cara, yaitu dengan memulai mendistribusikan produk tempenya kepada pengusaha keripik tempe rumahan di sekitar Pamekasan serta memanfaatkan ruangan di rumahnya sebagai tempat produksi.

Peluang merupakan situasi atau kondisi lingkungan yang dapat menjadi keuntungan bagi suatu perusahaan. Untuk mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi peluang dalam usaha ini, peneliti telah melakukan wawancara secara langsung dengan pihak yang terlibat dalam UD. Tempe Pak Heri. Seperti yang telah disampaikan oleh mas Angga, beliau mengatakan bahwa:

“Peluang usaha ini itu mbak terkait peluang pasar yang luas. Karna tempe sendiri merupakan makanan yang amat digemari oleh segala kalangan dan dapat diolah menjadi berbagai macam bentuk makanan lain. Jadi hal tersebut cukup memeberikan peluang besar bagi usaha kami.”¹⁰

Adapun pendapat lain dari Bapak Feri yang merupakan salah satu karyawan di usaha tersebut, ia mengatakan:

⁸Angga, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung, (28 Desember 2020).

⁹Ummi, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung, (28 Desember 2020).

¹⁰Angga, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung, (28 Desember 2020).

“Kepercayaan dari pelanggan merupakan suatu peluang besar dalam suatu usaha, dan usaha tempe kami ini sudah mendapatkan itu dari pelanggan-pelanggan kami mbak, sehingga mereka tidak lari pada produk sejenis di luaran dan menjadi pelanggan setia disini. Dan untuk mempertahankan itu, kami juga memanfaatkan kemajuan teknologi pada produk yang kami jual, yaitu memberikan merek serta melakukan perubahan pada bungkus produk yang awalnya hanya menggunakan daun, kami ganti menggunakan plastik yang sudah bertuliskan produk Tempe Pak Heri agar semakin mudah dikenal oleh masyarakat.”¹¹

Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Ummi, beliau mengatakan bahwa:

“Kami sudah banyak mendapat kepercayaan dari pelanggan sehingga mereka menjadi pelanggan tetap produk kami. Dari kepercayaan itu, permintaan terhadap produk kami meningkat. Seperti saat ini, meski keadaan pandemi, kami mendapat permintaan dari konsumen untuk memproduksi tempe dengan bentuk yang berbeda dari yang biasa kami buat, mereka ingin mengolahnya kembali menjadi camilan keripik tempe. Karna kepercayaan serta kepuasan konsumen itu termasuk faktor yang sangat penting bagi kami mbak.”¹²

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa peluang yang mampu mendorong perkembangan usaha tersebut, seperti halnya peluang pasar yang besar, kepercayaan konsumen, permintaan terhadap produk meningkat, pemanfaatan terhadap perkembangan teknologi dengan memperbarui bungkus tempe, serta produk tempe merupakan salah satu makanan yang banyak digemari oleh semua kalangan.

Ancaman merupakan situasi yang jika tidak diatasi dapat menjadi hambatan bagi keberlangsungan hidup suatu usaha. Terkait ancaman yang dihadapi oleh UD. Tempe Pak Heri, peneliti telah mendapatkan jawaban langsung dari hasil wawancara yang dilakukan. Seperti yang telah disampaikan mas Angga, yang mengatakan bahwa:

¹¹Feri, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung, (28 Desember 2020).

¹²Ummi, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung, (28 Desember 2020).

“Kalau terkait ancaman mbak, selain dari harga bahan baku juga dari cuaca. Karna cuaca bisa mempengaruhi bertahannya umur produk kami. Saat musim kemarau, tempe kami akan lebih cepat membusuk.”¹³

Wawancara selanjutnya dengan bapak Feri, beliau mengatakan bahwa:

“Untuk ancamannya mbak salah satunya itu adanya pesaing baru. Saya pernah menemukan adanya produk tempe lain yang *packaging*-nya mirip dengan produk kami meski kualitasnya tetap lebih baik produk kami. Hal itu bisa mengicu pelanggan kami jika kurang teliti ketika membelinya dipasar-pasar tradisional.”¹⁴

Wawancara selanjutnya dengan Ibu Ummi selaku pemilik usaha tersebut, beliau mengatakan:

“Kalau bicara soal ancaman, yang pasti itu ketika harga bahan pokok (kedelai) naik karna akan mempengaruhi laba yang didapatkan perusahaan. Kami tidak menaikkan harga jual ketika harga kedelai naik, dikhawatirkan pelanggan akan pergi ke tempat lain.”¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa ancaman-ancaman yang dihadapi oleh UD. Tempe Pak Heri dalam usahanya tersebut adalah harga bahan baku, cuaca serta adanya pesaing baru.

Untuk mengatasi berbagai ancaman, maka suatu perusahaan harus mengatasinya dengan berbagai cara agar perusahaan tersebut mampu bersaing di pasar. Seperti yang dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri ketika harga bahan baku (kedelai) naik, mereka mengatasinya dengan cara mengurangi timbangan kedelai. Sebagaimana yang disampaikan oleh mas Angga selaku pemilik UD. Tempe Pak Heri:

“Kalau disini mbak, ketika harga kedelai naik kami mengatasinya dengan mengurangi timbangan kedelai sehingga hasil tempennya akan lebih tipis dari biasanya.”¹⁶

¹³Angga, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (28 Desember 2020).

¹⁴Feri, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (28 Desember 2020).

¹⁵Ummi, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (28 Desember 2020).

¹⁶Angga, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (28 Desember 2020).

Disampaikan pula oleh Bapak Feri terkait mengatasi ancaman tersebut, beliau mengatakan:

“Kalau disini mbak, kami mengatasinya dengan cara mengurangi timbangan bukan menaikkan harga, itu kami lakukan agar kami tetap bisa mendapatkan laba dari penjualan kami.”¹⁷

Hal yang sama juga disampaikan oleh ibu Ummi tentang bagaimana mengatasi kenaikan bahan baku, beliau menyatakan:

“Untuk mengatasi kenaikan bahan baku kedelai itu nak, kami tidak menaikkan harga penjualan melainkan mengurangi timbangan kedelai. Kalau menaikkan harga dikhawatirkan pelanggan akan pergi ke tempat lain.”¹⁸

Dari hasil ketiga wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa UD. Tempe Pak Heri dalam mengatasi ancaman terkait kenaikan harga bahan baku ialah dengan mengurangi timbangan dalam setiap kemasannya agar tetap mendapatkan laba, bukan dengan menaikkan harga jual karna ditakutkan para pelanggannya akan pindah pada produk tempe di tempat lain.

b. Strategi Pengembangan Usaha yang dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri

Strategi pengembangan usaha merupakan suatu komponen penting yang perlu adanya tindakan yang perlu direalisasikan dalam pengembangan usaha, selain itu pengembangan usaha juga dapat mempengaruhi jalannya usaha agar dapat berjalan dalam jangka waktu yang panjang. Seperti yang dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri yang menerapkan strategi bertahan dalam pengembangan usaha yang dijalankan, sebagaimana yang dipaparkan oleh mas Angga:

“Strategi yang digunakan disini itu salah satunya adalah strategi bertahan, dimana kita sangat memperhatikan terkait kualitas produk, kepuasan

¹⁷Feri, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung (28 Desember 2020).

¹⁸Umami, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung (28 Desember 2020).

pelanggan, pelayanan terbaik, disiplin dan profesional dalam bekerja. Karna dengan begitu kita bisa mempertahankan pelanggan-pelanggan kami sehingga penjualan tetap stabil.”¹⁹

Dari pernyataan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa strategi bertahan yang dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri cukup berhasil untuk mempertahankan reputasi usahanya tersebut. Serta dilihat dari profesional kinerjanya baik dari karyawan serta keluarga pemilik sendiri juga benar adanya. Mereka saling bergantian dalam membagi tugas sehingga manajemen waktunya juga baik dan pekerjaan selesai tepat pada waktunya.²⁰

Strategi selanjutnya yang digunakan oleh UD. Tempe Pak Heri sebagaimana yang disampaikan pula oleh bapak Feri:

“Kami juga melakukan inovasi pada *brand* dan *packaging*. Awal mula produksi bungkusnya menggunakan daun, 2001 mulai menggunakan plastik dan semenjak 2003 kami memberikan label pada produk kami agar mudah dikenal oleh masyarakat.”²¹

Selanjutnya disampaikan oleh ibu Ummi terkait strategi yang digunakan UD. Tempe Pak Heri dalam pengembangan usahanya sebagai berikut:²²

“Yang kita lakukan itu menyesuaikan kondisi pasar. Karna tempe sendiri merupakan makanan yang amat diminati oleh segala kalangan, terutama bagi kalangan menengah kebawah pasti termasuk salah satu makanan pokok untuk memenuhi kebutuhan, jadi dengan adanya peluang itu kami terus berusaha untuk mengembangkan usaha ini agar semakin maju.”

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan terdapat beberapa strategi yang dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri dalam pengembangan usahanya, yaitu strategi bertahan, inovasi *brand* dan *packaging*, dan menyesuaikan kondisi pasar.

Strategi disusun untuk membantu suatu perusahaan mencapai tujuan utama dari usahanya tersebut. Seperti yang telah dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri

¹⁹Angga, Keluarga Pemilik, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

²⁰Observasi Langsung, UD. Tempe Pak Heri (02 Januari 2021), Pukul: 09.00

²¹Feri, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020)

²²Ummi, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020)

dalam usahanya, ketiga strategi yang digunakan tentunya bertujuan agar usaha yang dijalankan terus berkembang dan mampu meningkatkan laba perusahaan.

Dalam wawancara bersama Bapak Feri, yang mengatakan:

“Alhamdulillah dengan strategi-strategi yang kami gunakan selama menjalankan usaha ini mampu menaikkan penjualan usaha kami hingga saat ini.”²³

Halyang sama dikatakan oleh mas Angga mengenai strategi dalam usaha yang dijalankan, beliau menyampaikan:

“Dengan menerapkan strategi yang telah saya sampaikan sebelumnya, penjualan usaha kami mengalami peningkatan, yang awalnya hanya memproduksi sebanyak 18 kg, sekarang sudah mencapai 450 kg kedelai setiap hari.”²⁴

Tak jauh beda dengan hasil wawancara sebelumnya, Ibu Ummi juga menyampaikan:

“Iya mbak dengan adanya strategi-strategi itu bisa meningkatkan penjualan usaha kami. Kami juga mampu bersaing di pasaran meski banyak produk tempe dari tempat lain di pasaran.”

Dari apa yang telah di sampaikan dalam hasil tiga wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi yang telah diterapkan dalam UD. Tempe Pak Heri tersebut mampu meningkatkan penjualan, dibuktikan dengan yang awalnya hanya mampu memproduksi 18 kg kedelai per harinya, sekarang sudah mampu memproduksi 450 kg kedelai setiap hari.

c. Pandangan Ekonomi Islam Mengenai Strategi Pengembangan Usaha yang dilakukan UD. Tempe Pak Heri

Strategi pengembangan usaha dalam perspektif ekonomi Islam tentunya harus berlandaskan pada nilai-nilai yang telah ditetapkan dalam al-Qur'an dan

²³Feri, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung (29 Desember 2020).

²⁴Angga, Pemilik UD. Tempe Pak Heri, Wawancara Langsung (29 Desember 2020).

Hadits. Dalam Islam sendiri, menjalankan suatu usaha merupakan kegiatan yang di Ridhai oleh Allah, sehingga dalam segala kegiatannya baik produksi serta pemasaran yang akan di salurkan pada konsumen harus diperhatikan agar tidak menimbulkan kemudharatan.

Sistem kinerja dalam suatu perusahaan juga menjadi faktor penting dalam menjalankan suatu usaha, kinerja yang baik akan berdampak positif pada perusahaan tersebut. Seperti halnya disiplin, profesional, tepat waktu, memberikan pelayanan terbaik, dan tanggung jawab terhadap apa yang di kerjakan. Pada UD. Tempe Pak Heri sendiri telah menerapkan sistem kinerja tersebut dalam menjalankan usahanya. Sebagaimana yang telah di sampaikan oleh wawan selaku karyawan di UD. Tempe Pak Heri berikut:

"Yang pasti disiplin, jujur dan tepat waktu mbak. Karena disini tidak ada pembagian tugas khusus tiap karyawan, semua dilakukan bersama secara bergantian, jadi kami harus bekerja sama dan tidak boleh menentukan sendiri mau kerja di bagian yang mana agar semua pekerjaan bisa selesai tepat waktu agar ke konsumen juga sampainya produk tepat waktu sesuai pesanan mereka mbak."²⁵

Tidak jauh beda juga di sampaikan oleh Doni yang juga merupakan karyawan di usaha tersebut, ia mengatakan:

"Disini kerjaan semua karyawan itu sama mbak, di bagian produksi dan pengiriman barang. Untuk produksi kita mulai kerja sekitar jam 05:30 pagi, dan pengiriman barang sendiri di lakukan malam hari ke rumah para pelanggan tetap kami setiap hari. Kami selalu berusaha agar pengiriman sampai tepat waktu supaya tidak mengecewakan para pelanggan. Soalnya kan juga malam hari ya, sebisa mungkin kami sampai sebelum jam 10 kerumah pelanggan-pelanggan kami agar tidak mengganggu waktu istirahat mereka."²⁶

Adapun juga di sampaikan oleh Dayat terkait sistem kinerja yang di terapkan di UD Tempe Pak Heri, sebagai berikut:

²⁵Wawan, Karyawan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

²⁶Doni, Karyawan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

"Kami dilatih agar selalu bersikap sopan dan tidak membedakan pelanggan-pelanggan kami dalam pelayanan. Sehingga mereka bisa merasa nyaman ketika membeli tempe disini."²⁷

Dari hasil ketiga wawancara tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sistem kinerja yang dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri ialah disiplin dalam bekerja, bertanggung jawab terhadap apa yang dikerjakan, harus memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen.

Upah adalah harga yang dibayarkan kepada tenaga kerja atas jasa yang dilakukan dalam proses produksi. Upah sendiri diberikan dalam bentuk uang. Dalam Islam, upah ditetapkan oleh kesepakatan antara pekerja dan pengusaha. Pedoman dalam Islam sendiri pembayaran upah diberikan pada saat selesainya pekerjaan. Besaran upah yang ditetapkan harus saling rela serta tidak merugikan salah satu pihak.

Penetapan upah yang diberikan pada UD. Tempe Pak Heri di informasikan kepada calon pekerjanya saat awal pekerjaan, dan pembayaran upah dilakukan setiap akhir bulan. Terkait informasi upah pekerja dalam usaha tersebut, peneliti melakukan wawancara langsung terhadap karyawan yang bekerja disana. Seperti yang telah disampaikan oleh Wawan yang merupakan salah satu karyawan yang bekerja dalam UD. Tempe Pak Heri tersebut, ia menyampaikan:

“Bagi saya pribadi untuk besaran gaji yang diberikan sudah sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan. Karena kan kami tidak mendapatkan bagian pekerjaan khusus, semua pekerjaan dilakukan bersama dengan semua pekerja disini. Jadi semua sama rata dan tidak ada sistem kerja lembur. Cepat atau tidak selesainya pekerjaan bergantung pada kami yang bekerja mbak.”²⁸

²⁷Dayat, Karyawan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

²⁸Wawan, Karyawan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

Adapun juga disampaikan oleh Doni yang juga merupakan salah satu karyawan UD. Tempe Pak Heri tersebut, sebagai berikut:

“Buat saya sudah sesuai, karna kami yang bekerja disini tidak hanya diberi gaji saja tapi juga dapat fasilitas lain seperti tempat tinggal dan makan sepuasnya. Pemilik juga tidak terlambat dalam pemberian gaji, selalu dibayarkan tiap akhir bulan.”²⁹

Hal yang sama juga disampaikan oleh Dayat mengenai besaran upah yang diberikan oleh UD. Tempe Pak Heri terhadap para karyawan, yaitu:

“Menurut saya sudah sesuai antara gaji dan pekerjaan disini. Kami juga mendapatkan fasilitas makan dan tempat tinggal, THR, dan juga diberikan uang saku ketika keluar seperti malam tahun baruan. Semua yang kami dapatkan itu sebelumnya sudah diberitahukan ketika awal bekerja disini. Ketika izin pulang, kami juga dibawakan tempe untuk diberikan kepada keluarga kami dirumah.”³⁰

Dari penyampaian ketiga wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa UD. Tempe Pak Heri sudah menginformasikan diawal terkait upah serta fasilitas yang akan didapatkan oleh para karyawannya, serta bertanggung jawab dalam pemberian upah tepat pada waktunya yaitu setiap akhir bulan.

Untuk mengetahui alasan konsumen memilih produk Tempe Pak Heri dibandingkan dari produk sejenis dipasaran, peneliti melakukan wawancara langsung bersama beberapa pelanggan UD. Tempe Pak Heri tersebut, seperti yang dikatakan oleh Ibu Lilah:

“Saya memilih Tempe Pak Heri karna pembeli dagangan saya di pasar rata-rata lebih suka Tempe Pak Heri dibanding tempe yang lain. Kalau saya kulakan ke tempat lain, pasti mereka bilangnya lebih enak Tempe Pak Heri.”³¹

Adapun juga disampaikan oleh disampaikan oleh Ibu Farida, sebagai berikut:

²⁹Doni, Karyawan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

³⁰Dayat, Karyawan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

³¹Lilah, Pelanggan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

“Tempe Pak Heri ini rasanya lebih enak dari tempe yang lain, rasanya lebih gurih dan renyah juga setelah digoreng. Tidak ada campuran jagungnya.”³²

Hal yang tak jauh beda juga disampaikan oleh Bapak Achmad selaku salah satu pelanggan Tempe Pak Heri tersebut, yang mengatakan:

“Karena Tempe Pak Heri ini mbak lebih enak dan hasil tempennya juga bagus. Di potong tipis-tipis untuk dijadikan keripik tempe itu juga tidak mudah hancur. Hasil tempennya itu padat.”³³

Dari hasil ketiga wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa alasan konsumen memilih produk tempe dari UD. Tempe Pak Heri dibandingkan tempe lain yaitu karena hasil produksi usaha tersebut rasanya lebih enak dibandingkan produk dari tempat lain, hasil tempennya padat dan tidak ada campuran jagungnya.

Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam proses pembelian. Harga harus ditentukan dengan benar, tidak terlalu tinggi atau rendah. Dalam Islam, harga yang adil menjadi pegangan mendasar dalam bertransaksi, hal tersebut berarti dalam menetapkan harga tidak menimbulkan kerugian pada salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain.

Pada UD. Tempe Pak Heri, penetapan harga pada produknya ada beberapa pilihan, yaitu mulai harga Rp. 2.000 sampai Rp. 4.500. Untuk mengetahui apakah harga yang ditetapkan oleh usaha tersebut sudah sesuai dengan produk yang dihasilkan, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pelanggan Tempe Pak Heri tersebut. Seperti yang telah disampaikan oleh Ibu Lilah, yaitu:

“Menurut saya sih sudah sesuai mbak karena hasil tempennya memang bagus dan banyak peminatnya. Saya biasa kulakan yang harga Rp. 3.500 dan Rp. 4.500. Dari penjualan itu saja saya sudah mendapat keuntungan yang cukup. Tiap tempe saya ambil keuntungan Rp. 1000 saja mbak, karena harga jual di pasaran juga segitu.”³⁴

³²Farida, Pelanggan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

³³Achmad, Pelanggan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

³⁴Lilah, Pelanggan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

Adapun pendapat lain juga di sampaikan oleh Ibu Farida, yaitu sebagai berikut:

“Sudah sesuai mbak karena hasil tempenya juga bagus, rasanya enak. Harganya terjangkau sekali menurut saya, semua orang bisa membelinya. Dipasaran juga ada yang menjual ecer, tetapi kadang saya merasa tempenya lebih tipis dari biasanya tapi untuk rasa sih tidak berubah, tetep enak.”³⁵

Hal yang sama juga di sampaikan oleh Bapak Achmad selaku pengusaha keripik tempe rumahan yang berlangganan di UD. Tempe Pak Heri, yang menyatakan:

“Harganya menurut saya tergolong terjangkau dan sesuai dengan hasilnya. Yang saya tahu di Tempe Pak Heri itu ada beberapa pilihan harga jadi kita bisa pilih mau membeli yang mana sesuai dengan keadaan uang kita. Dan untuk saya sendiri itu belinya yang bentuk bulat dengan harga Rp. 2000 untuk saya olah kembali menjadi keripik tempe.”³⁶

Dari hasil ketiga wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa penetapan harga pada produk tempe di UD. Tempe Pak Heri terdapat beberapa macam, mulai dari Rp. 2000 hingga Rp. 4.500. dan penetapan harga tersebut sesuai dengan produk yang dihasilkan sehingga mampu mempengaruhi konsumen dalam proses pembelian pada tempe tersebut.

Pelayanan yang baik dapat menjadi daya tarik sendiri kepada pelanggan untuk membeli kembali pada suatu produk. Dalam Islam, pelayanan yang harus diberikan kepada konsumen yaitu harus sopan, ramah, murah senyum serta sabar. Untuk mengetahui pelayanan yang diberikan oleh UD. Tempe Pak Heri terhadap para pelangganya, maka peneliti menanyakan secara langsung kepada UD tersebut, seperti yang dikatakan oleh Ibu Lilah yaitu sebagai berikut:

³⁵Farida, Pelanggan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

³⁶Achmad, Pelanggan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

“Kalau pelayanan saya rasa sudah baik mbak. Dulu pertama kali kulakan kesana langsung dilayani dengan ramah, meski waktu itu saya hanya membeli beberapa tempe saja. Sampai sekarangpun pelayanannya masih sama, tetapi kalau sekarang mereka sudah mengantar tempennya ke rumah setiap malam hari. Karyawannya juga sopan dan selalu tepat waktu kalau mengantar barang.”³⁷

Adapun pendapat lain juga di sampaikan oleh Ibu Farida, yaitu sebagai berikut:

“Untuk pelayanan dari UD. Tempe Pak heri sendiri saya kurang tahu, soalnya saya membelinya di pasar, tidak langsung kesana.”³⁸

Hal yang sama juga di sampaikan oleh Bapak Achmad selaku pengusaha keripik tempe rumahan yang berlangganan di UD. Tempe Pak Heri, yang menyatakan:

“Pelayananya bagus, pemilik dan karyawan di sana sangat sopan. Mereka juga selalu memenuhi pesanan saya. Jadi saya tidak perlu bingung misal kekurangan stok karena mereka selalu menyediakan lebih.”³⁹

Dari ketiga hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh UD Tempe Pak Heri kepada para pelangganya bahwanya di sana dalam pelayananya sangat sopan , ramah dan tepat waktu dalam mengantarkan barang pesanan untuk kosumen.

B. Temuan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi telah diperoleh beberapa temuan. Hasil temuan yang telah didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

³⁷Lilah, Pelanggan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

³⁸Farida, Pelanggan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

³⁹Achmad, Pelanggan UD. Tempe Pak Heri, *Wawancara Langsung* (29 Desember 2020).

1. Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman pada Pengembangan Usaha UD. Tempe Pak Heri

a. Kekuatan yang ada dalam pengembangan usaha UD. Tempe Pak Heri, antara lain:

- 1) Ketersediaan tenaga kerja yang memadai.
- 2) Kualitas produk yang baik.
- 3) Modal dan laba yang stabil.
- 4) Kemampuan berproduksi tepat waktu.
- 5) Memiliki surat izin resmi serta hasil produksi sesuai permintaan.

b. Kelemahan yang terdapat dalam pengembangan usaha UD. Tempe Pak Heri antara lain:

- 1) Pemasaran yang dilakukan secara manual dan tradisional.
- 2) Jangkauan penjualan yang sempit.
- 3) Sarana dan prasarana yang kurang memadai.

c. Peluang yang terdapat dalam usaha UD. Tempe Pak Heri ialah:

- 1) Peluang pasar yang besar.
- 2) Kepercayaan konsumen.
- 3) Permintaan terhadap produk meningkat.
- 4) Pemanfaatan terhadap perkembangan teknologi yang ada untuk memperbarui bungkus dari produk yang dihasilkan.
- 5) Produk tempe merupakan salah satu makanan yang banyak digemari oleh semua kalangan.

d. Ancaman yang dihadapi oleh UD. Tempe Pak Heri antara lain:

- 1) Harga bahan baku.

- 2) Cuaca.
- 3) Adanya pesaing baru.

2. Strategi Pengembangan Usaha yang dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri

Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri antara lain:

- a. Strategi bertahan.
- b. Inovasi *brand* dan *packaging*.
- c. Menyesuaikan kondisi pasar.

3. Pandangan Ekonomi Islam Mengenai Strategi Pengembangan Usaha yang dilakukan UD. Tempe Pak Heri

Pandangan ekonomi Islam terkait strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri sebagai berikut:

- a. Sistem kinerja yang diterapkan ialah disiplin dalam bekerja, bertanggung jawab terhadap apa yang dikerjakan, harus memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen.
- b. Menginformasikan diawal terkait upah serta fasilitas yang akan didapatkan oleh para karyawan, serta bertanggung jawab dalam pemberian upah tepat pada waktunya yaitu setiap akhir bulan.
- c. Tidak mencampur kedelai dengan bahan lain, seperti jagung.
- d. Penetapan harga terdapat beberapa macam, mulai dari Rp. 2000 hingga Rp. 4.500. dan penetapan harga tersebut sesuai dengan produk yang dihasilkan.

- e. Pelayanan yang diberikan sangat sopan, ramah dan tepat waktu dalam mengantarkan barang pesanan.

C. Pembahasan

Pada pembahasan ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian terkait Strategi Pengembangan Usaha UD. Tempe Pak Heri di Desa Barurambat Kota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan dalam Pespektif Ekonomi Islam. Adapun data yang akan di paparkan di analisis oleh peneliti sesuai dengan fokus penelitian dalam skripsi ini.

1. Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman pada Pengembangan Usaha UD. Tempe Pak Heri

Kekuatan merupakan keunggulan yang dimiliki untuk menghadapi tantangan yang ada, sehingga pada akhirnya usaha dapat bertahan dan berkembang.⁴⁰Faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam perusahaan yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif.⁴¹

Seperti yang terdapat dalam *Home* Industri UD. Tempe Pak Heri di desa Barurambatkota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan, dalam menjalankan usahanya tersebut memiliki beberapa kekuatan untuk bertahan serta mengembangkan usahanya. *Pertama*, Sumber Daya Manusia (tenaga kerja) yang memadai. Sumber daya manusia ialah manusia yang digerakkan dan dipekerjakan dalam sebuah organisasi atau perusahaan sebagai sumber penggerak, pemikir dan

⁴⁰Syamruddin, "Analisis Peluang dan Tantangan serta prospek bisnis PT Citra Karsa Integritas ditinjau dari Aspek Bauran Pemasaran.", 493.

⁴¹Anam Miftahul Huda dan Diana Elvianita Martanti, *Pengantar Manajemen Strategik*, 118.

perencana untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan manajemen sumber daya manusia merupakan ilmu atau cara bagaimana mengatur hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan bersama perusahaan, karyawan, dan masyarakat menjadi maksimal.⁴²

Berdasarkan penjelasan teori diatas, dapat dibuktikan bahwa dengan adanya tenaga kerja yang bekerja hanya sebanyak 6 (enam) orang, mampu bekerja sama dengan baik saat proses produksi tempe dan bergantian dalam membagi pekerjaan sehingga UD. Tempe Pak Heri mampu menyelesaikan produksi tepat waktu.

Kedua, kondisi keuangan yang kuat. Keuangan atau *finance* didefinisikan sebagai seni dan ilmu dalam mengelola uang yang mempengaruhi kehidupan setiap orang dan setiap organisasi.⁴³ Keuangan terdiri dari ketersediaan modal, arus kas, stabilitas keuangan, hubungan dengan pemilik dan investor, kemampuan berhubungan dengan bank, besarnya modal yang ditanam, keuntungan yang diperoleh (nilai saham), efektivitas dan efisiensi sistem akuntansi untuk perencanaan biaya anggaran dan keuntungan dan sumber tingkat perusahaan.⁴⁴

Sebagaimana penjelasan teori tersebut, dalam praktiknya pada UD. Tempe Pak Heri di desa Barurambatkota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan memiliki kekuatan berupa ketersediaan modal yang kuat dan laba yang stabil. Modal yang berputar pada usaha tersebut berasal dari kas perusahaan yang disisihkan dari laba setiap bulannya.

⁴²Elbadiansyah, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 9.

⁴³Sudaryono, *Pengantar Bisnis: Teori dan Contoh Kasus*, 160.

⁴⁴Retina Sri Sedjati, *Manajemen Strategi*, 85.

Ketiga, operasional yang baik. Operasi meliputi fasilitas perusahaan, skala ekonomi, kapasitas produksi, kemampuan berproduksi tepat waktu, keahlian dalam berproduksi, biaya bahan baku dan ketersediaan pemasok, lokasi, layout, optimalisasi fasilitas, persediaan, penelitian dan pengembangan, hak paten, merk dagang, proteksi hukum, pengendalian operasi dan efisiensi serta biaya anggaran dan keuntungan serta sumber tingkat perusahaan.⁴⁵

Dalam praktiknya, pada UD. Tempe Pak Heri di desa Barurambat Kota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan memiliki kekuatan dalam hal operasional. UD. Tempe Pak Heri mampu memproduksi tempenny tepat waktu sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, UD. Tempe Pak Heri juga telah memiliki merk dagang dengan nama "*Tempe Pak Heri*" serta hak paten terhadap produk yang dijualnya dengan memiliki surat izin resmi dari Pemerintah.

Faktor kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.⁴⁶

Dalam hal ini, UD. Tempe Pak Heri yang berada di Desa Barurambatkota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan memiliki kelemahan dalam hal

⁴⁵Ibid.

⁴⁶Ibid, 119.

aspek pemasaran dan aspek operasional. Dalam hal ini, UD. Tempe Pak Heri memanfaatkan kekuatan serta peluang yang ada untuk menutupi kelemahan yang dimilikinya.

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk yang bernilai atau segala kegiatan yang menyangkut peyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.⁴⁷ Aspek pemasaran dapat dilihat dari reputasi perusahaan, pangsa pasar, kualitas produk, kualitas pelayanan, efektifitas penetapan harga, efektifitas distribusi, efektifitas promosi, kekuatan penjualan, efektifitas inovasi dan cakupan geografis.

Dalam praktiknya pada UD. Tempe Pak Heri di desa Barurambat Kota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan memiliki kelemahan dalam pelaksanaan pemasaran. Usaha ini hanya memasarkan produknya dengan sistem manual dan tradisional, yaitu hanya melalui mulut ke mulut konsumen, tidak memanfaatkan sosial media dalam mempromosikan produk yang dihasilkan. Cakupan geografis pun tidak meluas, hanya dipasarkan di Kabupaten Pamekasan dan sekitarnya saja, tidak menjangkau ke luar kota.

Jadi, UD. Tempe Pak Heri harus mencari celah untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaannya tersebut. Misalnya, mulai mendistribusikan tempenna ke tempat makan, penjual gorengan, dan tempat-tempat produksi tempe di sekitar kota Pamekasan. Sehingga promosi dari mulut ke mulut akan lebih luas dan mampu meningkatkan penjualannya.

⁴⁷Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hlm. 1.

Aspek operasional seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya yaitu terkait dengan fasilitas serta kemampuan produksi suatu perusahaan. Selain memiliki kekuatan dalam aspek ini, UD. Tempe Pak Heri juga memiliki kelemahan yaitu kurangnya ketersediaan sarana dan prasarana untuk produksi. Tempat untuk memproduksi tempe hanya ada satu ruangan kecil yang dimana segala aktivitas produksi dilakukan didalamnya, sehingga harus menggunakan ruangan lain dari sisi rumahnya sebagai tempat pembungkusan dan fermentasi tempennya tersebut.

Dalam mengatasi minimnya alat yang digunakan untuk proses produksi, UD. Tempe Pak Heri harus memajemen waktu dana sdm yang dimiliki dengan baik dalam proses produksinya. Hal tersebut dilakukan agar UD. Tempe Pak Heri tetap bisa menyelesaikan prouksinya tepat waktu sehingga tidak mengecewakan konsumen dengan tetap bisa memenuhi permintaan konsumen setiap harinya.

Analisis lingkungan eksternal perlu diidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi oleh suatu perusahaan sehingga perusahaan tersebut mampu mengambil keuntungan dari peluang yang ada serta meminimalkan dampak dari ancaman yang terjadi.⁴⁸Peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.⁴⁹ Membaca peluang pasar merupakan komponen kunci agar dianalisis peluang bisnis bisa dikembangkan seakurat mungkin.

UD. Tempe Pak Heri yang berada di Desa Barurambatkota Kecamatan Pamekasan Kabupaten memiliki beberapa peluang usaha. *Pertama*, aspek sosial. Perusahaan harus mampu mengatasi perubahan yang terjadi pada kondisi sosial

⁴⁸Putu Rani Susanti, "Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus STIE Galileo Batam,)", 34.

⁴⁹Anam Miftahul Huda dan Diana Elvianita Martanti, *Pengantar Manajemen Strategik*, 119.

masyarakat. Kondisi sosial ini banyak aspeknya, seperti gaya hidup, sikap, dan adat-istiadat. Ketika kondisi sosial berubah, maka permintaan terhadap suatu produk dan segala aktivitas akan turut mengalami perubahan. Lingkungan sosial sendiri merupakan lingkungan yang terkait dengan pemikiran serta aktivitas manusia.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam praktiknya pada UD. Tempe Pak Heri di Desa Barurambatkota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan memiliki peluang dalam aspek sosial ini. Tempe sendiri bisa dikatakan makanan yang disukai oleh segala kalangan. Dengan kondisi masyarakat di Kabupaten Pamekasan, tempe sendiri bisa dikatakan menjadi salah satu makanan pokok masyarakat sehingga menjadi peluang pasar yang cukup besar.

Kedua, kemajuan teknologi. Untuk menghindari keusangan dan meningkatkan inovasi, suatu perusahaan perlu menyadari adanya perubahan teknologi yang mungkin akan mempengaruhi industrinya. Adaptasi teknologi yang kreatif dapat menciptakan kemungkinan akan produk baru atau akan adanya perbaikan terhadap produk yang sudah ada, atau pada teknik manufaktur serta pemasaran.⁵⁰

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam praktiknya pada UD. Tempe Pak Heri di desa Barurambatkota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai peluang dalam pengembangan usaha yang dijalankan, yaitu melakukan perbaikan pada bungkus produk yang dihasilkan. Awalnya hanya menggunakan daun, namun dengan adanya perkembangan teknologi diganti dengan plastik yang sudah terdapat merek

⁵⁰Jhon A. Pearce II dan Richard B. Robinson Jr, *Manajemen Strategi: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 118.

produk dibagikan atas. Hal tersebut dilakukan agar konsumen lebih mudah mengingat nama produk “Tempe Pak Heri” tersebut serta tetap mampu bersaing dengan produk sejenis di pasaran.

Ketiga, kondisi ekonomi. Lingkungan perekonomian merupakan arah dan ciri dari perekonomian dimana suatu perusahaan bersaing atau akan bersaing. Semakin membaiknya kondisi ekonomi dan tingkat konsumsi masyarakat dapat mendorong terciptanya kondisi perdagangan yang lebih baik, yaitu banyaknya daya beli masyarakat akan suatu produk.⁵¹

Berdasarkan teori tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam praktiknya pada UD. Tempe Pak Heri di desa Barurambatkota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan memiliki peluang bersaing sangat besar karna tingkat konsumsi masyarakat terhadap tempe sendiri sangatlah besar dalam segala kondisi perekonomian.

Ancaman adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi atau perusahaan yang berada dalam satu industri yang aman secara umum akan merasa dirugikan atau terancam bila dihadapkan pada kondisi tersebut. Seperti yang dihadapi oleh UD. Tempe Pak Heri, ancaman yang dihadapi berasal dari aspek pemerintah. Pemerintah dapat membatasi atau bahkan menutup masuknya industri dengan melakukan pengendalian dan pengawasan, seperti perjanjian lisensi dan batasan-batasan pada akses ke bahan baku.

Dalam praktiknya, faktor pemerintah dapat menjadi ancaman terhadap berjalannya suatu usaha. Pemerintah memiliki kekuasaan dalam mengatur dan mengendalikan akses bahan baku, termasuk bahan baku tempe sendiri yaitu

⁵¹Novita Wahyu Setyowati, “Pengaruh Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal Terhadap Keunggulan Bersaing pada Industri Kecil dan Menengah di Bandung, Jawa Barat,” 14.

kedelai. Dengan naiknya harga bahan baku, dapat menjadi hambatan dalam penjualan suatu produk termasuk pada Tempe Pak Heri sendiri.

Dalam hal ini, UD. Tempe Pak Heri mengatasinya dengan mengurangi kuantitas dari setiap kemasan tempe yang dipasarkan. Hal tersebut dilakukan demi menjaga harga jual agar tidak naik dan agar tetap bisa menjaga kualitas dari produk yang dihasilkan.

2. Strategi Pengembangan Usaha yang dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri

Strategi merupakan salah satu faktor penentu dalam membentuk keunggulan bisnis. Strategilah yang akan menentukan berhasil tidaknya sebuah proses bisnis. Strategi merupakan suatu rencana kegiatan yang menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, karena itu dapat diketahui oleh setiap orang dalam perusahaan maupun diluar perusahaan.⁵²

Salah satu faktor penting yang harus menjadi perhatian serta harus diperhitungkan dalam menentukan suatu strategi ialah memperhitungkan keadaan lingkungan internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi perusahaan guna mencapai tujuan utama suatu perusahaan. Fungsi dari strategi sendiri pada dasarnya ialah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif sehingga mampu mengarahkan aktivitas perusahaan ke depan.

Terdapat 4 (empat) jenis strategi yang dapat digunakan perusahaan dalam menjalankan usahanya, yaitu:

⁵²Iban Sofyan, *Teknik Penyusunan Manajemen Strategi Pemerintah dan Usaha*, hlm. 3.

a. Strategi Integrasi

Strategi perusahaan dalam meningkatkan pengendalian serta pengawasan jalur distribusi, pemasok serta para pesaing. Selain itu, strategi ini juga dapat digunakan untuk meningkatkan kapasitas produksi.

b. Strategi Intensif

Strategi yang dapat dilakukan apabila perusahaan memiliki kemampuan untuk membuat atau mengembangkan produk baru, dimana perekonomian sedang tumbuh dan pada kondisi ketika pesaing menawarkan produk yang semakin bersaing.

c. Strategi Diversifikasi

Strategi ini bertujuan agar perusahaan tidak hanya bergantung pada satu variabel usaha saja, namun juga dapat mengembangkan beberapa jenis usaha atau industri lainnya.

d. Strategi Divensif

Strategi divensif merupakan suatu strategi yang bertujuan agar perusahaan dapat menyelamatkan diri dari kerugian yang lebih besar.⁵³

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha kecil dan menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saingnya.⁵⁴ Bisnis atau usaha merupakan aktivitas-aktivitas yang terorganisir untuk menghasilkan barang dan jasa dengan bertujuan untuk mendapatkan laba.⁵⁵

⁵³Rina Astini dan Rizcky Adhiprasetyo, "Strategi Bisnis pada PT Wirapati Garuda Paksi." *Journal The Winners* 11, no. 1, (Maret 2010), 69-70.

⁵⁴Saifuddin Zuhri, "Analisis pengembangan usaha kecil home industry, 49.

⁵⁵Irma Nilasari dan Sri Wiludjeng, *Pengantar Bisnis*, 2.

Terdapat beberapa tahapan dalam kegiatan pengembangan usaha, seperti memiliki ide usaha untuk dijalankan, penyaringan ide usaha dalam bagian yang lebih spesifik, melakukan pengembangan terhadap rencana usaha, serta implementasi dari rencana usaha yang telah dibuat.

Dapat diambil kesimpulan bahwa pengertian strategi pengembangan usaha merupakan suatu rencana atau aktivitas yang telah terorganisir yang dilakukan guna menghasilkan barang dan jasa yang lebih baik yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Strategi yang digunakan oleh UD. Tempe Pak Heri dalam pengembangan usahanya tersebut antara lain dengan menggunakan strategi bertahan, yaitu memperhatikan kualitas produk serta mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik serta disiplin dalam bekerja. Strategi bertahan yang diterapkan oleh perusahaan terkait erat dengan kemampuan bertahan suatu perusahaan. Kemampuan bertahan lebih dimiliki oleh industri kecil-menengah karena sifat bisnis itu sendiri yang langsung dikelola oleh para pemiliknya sehingga fleksibel dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan dan mempunyai kecepatan dan tekad.⁵⁶

Melakukan inovasi *brand* dan *packaging* juga merupakan strategi yang digunakan oleh UD. Tempe Pak Heri dalam pengembangan usahanya tersebut. Label dan kemasan merupakan salah satu penentuan dalam proses penjualan. Susetyarsi mengatakan bahwa kemasan merupakan hal yang penting karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap produk, namun juga digunakan sebagai media promosi untuk memikat konsumen sehingga

⁵⁶Y. Sri Susilo, "Strategi Bertahan Industri Makanan Skala Kecil Pasca Kenaikan Harga Pangan dan Energi di Kota Yogyakarta," *Jurnal Ekuitas* 14, no. 2 (Juni, 2010), 225.

konsuen berkeputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.⁵⁷ *Labeling* dan *packaging* yang secara langsung menjadi penampilan produk merupakan identitas dari produk tersebut sehingga pengelolaan penampilan menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh pelaku industri.⁵⁸

Awal mula produksi, Tempe Pak Heri menggunakan daun sebagai bungkus tempe, kemudian pada tahun 2001 beralih menggunakan plastik dan mulai mencantumkan label/*brand* “*Tempe Pak Heri*” pada kemasan produknya semenjak tahun 2003. Hal tersebut dilakukan agar mudah di kenal dan diingat oleh masyarakat luas.

Strategi terakhir yang digunakan oleh UD. Tempe Pak Heri adalah menyesuaikan kondisi pasar, yang dimana tempe sendiri merupakan salah satu makanan yang banyak digemari oleh masyarakat pada umumnya, serta bisa dikatakan menjadi salah satu makanan pokok masyarakat kalangan menengah kebawah pada khususnya. Hal lain yang terkait dengan strategi menyesuaikan kondisi pasar yang dilakukan oleh usaha ini ialah dalam penentuan harga jual, dimana UD. Tempe Pak Heri dalam memasarkan produknya mengikuti harga pasar.

Dalam hal ini, strategi yang digunakan oleh UD. Tempe Pak Heri dalam mengembangkan usahanya ialah strategi integritas. Dimana usaha tersebut meningkatkan jalur distribusi terhadap produknya di berbagai pasar tradisional di

⁵⁷Susetyarsi, “Kemasan Produk ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk, Kemasan dan Pelabelan pada Kemasan Penaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Miuman Mizone di Kota Semarang,” *Jurnal STIE Semarang* 4, no. 3 (Oktober, 2012), 19.

⁵⁸Mohammad Liwa Irrubai, “Strategi Labeling, Packaging, dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat,” *Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*, Edisi xiii (April, 2015), 16.

sekitar Kabupaten Pamekasan serta mulai masuk pada pengusaha makanan ringan, pemenuhan terhadap bahan baku setiap harinya, serta terus berusaha untuk menyesuaikan dengan kondisi pasar sehingga segmen pasar tetap dapat dikuasai.

3. Pandangan Ekonomi Islam Mengenai Strategi Pengembangan Usaha yang dilakukan UD. Tempe Pak Heri

Ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang multidimensi/interdisiplin, komprehensif, dan saling terintegrasi, meliputi ilmu Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits, dan juga ilmu rasional (hasil pemikiran dan pengalaman manusia). Dengan ilmu ini, manusia dapat mengatasi masalah-masalah keterbatasan sumber daya untuk mencapai *falah* (kebahagiaan).⁵⁹

Sebagaimana yang telah di contohkan oleh Rasulullah SAW, kepada umatnya tentang bagaimana menjalankan bisnis berdasarkan syariah Islam, termasuk akhlak para pebisnis yang dapat memberikan keyakinan serta kepercayaan baik dari pelanggan ataupun antar rekan bisnis. Akhlak merupakan sikap yang telah melekat pada seseorang yang melahirkan sikap terpuji atau tercela dari diri seseorang. Berikut beberapa prinsip akhlak umat Islam dalam berbisnis:

a. *Shiddiq* (Jujur)

Kejujuran akan selalu berdiri tegak diatas prinsip kebenaran serta akan mendatangkan keberkahan bagi pedagang. Misalnya dalam mengukur, menakar, dan menimbang semuanya dilakukan dengan benar. Pedagang yang demikian itu diridhai oleh Allah karena melaksanakan perintahNya.⁶⁰

Firman Allah SWT. dalam QS. Al-Israa (17): 35;

⁵⁹Sumar'in, *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, 9.

⁶⁰Mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), 98.

﴿٣٥﴾ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.” (QS. Al-Israa (17): 35).⁶¹

Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memerintahkan kepada manusia untuk menyempurnakan dengan sungguh-sungguh dalam takaran serta timbanglah dengan neraca yang jujur, yakni benar dan adil. Sebab hal tersebut lebih baik bagi manusia di dunia dan akhirat kelak.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam praktiknya pada UD. Tempe Pak Heri di Desa Barurambatkota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan melakukan pengurangan terhadap timbangan ketika adanya kenaikan bahan baku yang digunakan, hal itu dilakukan agar UD. Tempe Pak Heri tetap mendapatkan keuntungan dalam penjualannya tanpa harus menaikkan harga jual produk yang dipasarkan. Praktik yang dilakukan oleh UD. Tempe Pak Heri tersebut tidak bertentangan dengan sifat jujur yang telah dijelaskan sebelumnya, sebab usaha tersebut menjual produk tempenya berdasarkan berbagai macam harga yang telah ditetapkan dengan tidak mencantumkan berat bersih produk pada kemasannya.

b. Tidak Menipu

Rasulullah SAW. selalu memperingatkan kepada pedagang untuk tidak mengobral janji atau berpromosi secara berlebihan yang cenderung mengada-ada, semata-mata agar barang dagangannya habis terjual. Jika seorang pedagang berani bersumpah palsu, akibatnya yang akan menimpa dirinya adalah kerugian.⁶²

“Berhati-hatilah jangan kamu bersumpah dalam penjualan. Itu memang melariskan penjualan tetapi menghilangkan berkah (memusnahkan perdagangan).” (HR. Muslim).

⁶¹Departemen Agama, *al-Qur'an dan Terjemah untuk Wanita*, 285.

⁶²Ibid., 33.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam praktiknya pada UD. Tempe Pak Heri di desa Barurambat Kota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan tidak melakukan promosi yang berlebihan kepada masyarakat dengan melebih-lebihkan produk yang dijualnya tersebut. Mereka tetap menjaga kualitas produk agar tetap mendapat kepercayaan dari konsumen sehingga mereka tidak merasa dirugikan ketika membeliproduk tempe dari UD. Tempe Pak Heri tersebut.

c. Menepati Janji

Seorang pedagang dituntut untuk selalu menepati janjinya, baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pedagang, serta harus dapat menepati janjinya kepada Allah SWT. Janji yang harus ditepati kepada pelanggan misalnya tepat waktu dalam pengiriman barang, menyerahkan barang sesuai dengan perjanjian, memberikan pelayanan purnajual serta garansi. Adapun janji yang harus ditepati kepada sesama para pedagang seperti pembayaran dengan jumlah dan waktu yang tepat. Sementara janji kepada Allah SWT. yang harus ditepati oleh setiap pedagang Muslim ialah shalatnya.⁶³ Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Jumu'ah (62): 10-11;

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

﴿١٠﴾ وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ مِنَ اللَّهْوِ وَمِنَ التِّجَارَةِ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ



“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaran kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan mereka bubar untuk menuju kepadaNya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri

⁶³Ibid., 35.

*(berkhotbah). Katakanlah, “Apa yang disisi Allah adalah lebih baik daripada permainan dan perdagangan.”, dan Allah sebaik-baik pemberi rezeki.” (QS. Al-Jumu’ah (62): 10-11).*⁶⁴

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam praktiknya pada UD. Tempe Pak Heri di desa Barurambat Kota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan selalu menepati janji terhadap para pelanggan dalam hal pengiriman barang selalu tepat waktu serta sesuai dengan pesanan. UD. Tempe Pak Heri juga tidak menunda-nunda dalam pemberian upah (gaji) kepada pelanggannya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati di awal kontrak kerja, yaitu dibayarkan setiap akhir bulan.

d. Murah Hati (Lapang Dada)

Rasulullah SAW. menganjurkan agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli. Murah hati yang dimaksudkan seperti ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap bertanggung jawab.⁶⁵

“Allah SWT. berbelas kasih kepada orang yang murah hati ketika ia menjual, bila membeli dan/atau ketika menuntut hak.” (HR. Bukhari).

Dalam praktiknya, UD. Tempe Pak Heri selalu memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggannya, yakni melayani dengan ramah dan bersikap sopan terhadap pelanggan. Pelayanan yang baik dapat menjadi daya tarik sendiri kepada pelanggan untuk membeli kembali pada suatu produk.

⁶⁴Departemen Agama, *al-Qur’an dan Terjemah untuk Wanita*, 554.

⁶⁵Farid, *Kewirausahaan Syariah*, 36.

e. Niat Suci

Salah satu faktor yang menentukan keberkahan usaha adalah niat melakukan usaha tersebut. Apabila niatnya luhur dan suci, maka arah usahanya akan baik.⁶⁶ Rasulullah SAW. bersabda:

“Sesungguhnya Pekerjaan-pekerjaan itu tergantung niat. Dan sesungguhnya bagi setiap orang akan memperoleh sesuai dengan apa yang dia niatkan.” (HR. Bukhari-Muslim).

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam praktiknya pada UD. Tempe Pak Heri di desa Barurambat Kota Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan memulai usaha tersebut dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan perekonomian keluarga, yakni mencari nafkah. Sebagaimana yang memang telah dianjurkan dalam Islam bahwa mencari nafkah ialah termasuk ibadah dalam Islam.

⁶⁶Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, 99.