

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Objek Penelitian

a. Sejarah dan lokasi UD. Tunas Madura

Sejarah berdirinya UD. Tunas Madura ini dimulai ketika pendirinya yaitu bapak Ali Wafa merantau ke Jakarta, bapak Ali wafa di Jakarta memiliki pekerjaan sebagai pengepul besi, galvalum dll. Seiring berjalannya waktu pekerjaan bapak Ali Wafa di Jakarta berkembang dan mulai bisa mengirim besi, galvalum dari Jakarta kerumahnya di Desa Kadur untuk dijual lagi. Merasa usahanya dikampung halaman juga berkembang, bapak Ali wafa kemudian mendaftarkan usahanya untuk menjadi sebuah unit dagang

Kemudian dari situlah UD. Tunas Madura terus beroperasi namun sebelum menjadi sebesar sekarang UD. Tunas Madura hanya memperkerjakan keluarga dari bapak Ali Wafa. UD. Tunas Madura mempunyai 2 gudang yang terletak di satu desa yaitu di Dusun Daleman, Desa Kadur RT 003/RW 005, Kecamatan Kadur, Kabupaten Pameksan, Jawa Timur. UD. Tunas Madura Sendiri memproduksi berbagai macam peralatan rumah, seperti jemuran baju, tatakan pot bunga, rak buku, tempat sepatu. Gantungan baju dll. Selain itu UD. Tunas Madura juga menjual galvalum, paralon dll.

b. Visi dan Misi UD. Tunas Madura

1) Visi

Menyerap tenaga kerja khususnya di Desa Kadur, Kecamatan Kadur dan meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap produk lokal dari pada produk luar negeri.

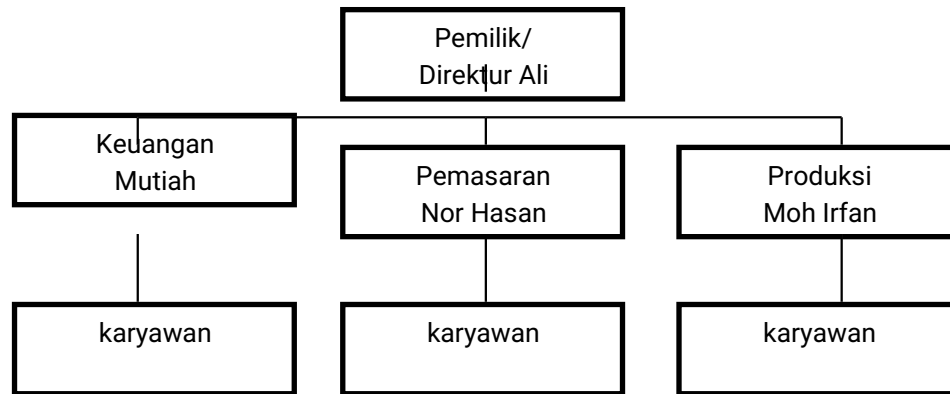
2) Misi

- a) Merekrut karyawan yang mana diutamakan warga Desa Kadur, Kecamatan Kadur.
- b) Memperluas pangsa pasar.
- c) Meningkatkan kualitas dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas.

2. Struktur Organisasi

Sebuah organisasi ialah suatu kesatuan yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam sebuah organisasi terdapat saling bekerjasama antara anggota organisasi tersebut, yang mana setiap orang memiliki tanggung jawab sesuai dengan tugas dan peranan masing-masing. Tujuan dari dibentuknya struktur organisasi ialah untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan tanggung jawab dan tugas sehingga nantinya tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Berikut struktur organisasi UD. Tunas Madura:

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi



Sumber: UD. Tunas Madura

B. Paparan Data

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dilapangan yaitu berupa hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi sesuai dengan fokus penelitian yang sudah dibuat mengenai Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Pada UD. Tunas Madura. Untuk mendapatkan gambaran yang lengkap mengenai hal tersebut, maka dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Penerapan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar pada UD. Tunas Madura.

a. Strategi diversifikasi produk

Bentuk strategi diversifikasi yang digunakan oleh UD. Tunas Madura yaitu dengan menambah berbagai macam jenis produk baru yang sangat dekat dengan kebutuhan masyarakat. Pemilik UD. Tunas Madura Bapak Ali Wafa mengatakan:

“jadi pada UD. Tunas Madura untuk jenis strateginya

menggunakan strategi dengan penambahan produk- produk baru yang jenisnya, fungsinya beda misalnya seperti jemuran baju, tatakan pot bunga, rak buku, tempat sepatu dan sebagainya nah akan tetapi untuk target penjualannya tetap sama dengan produk- produk yang lama”¹

Hal tersebut juga dikuatkan dengan pernyataan Bapak Nor Hasan selaku bidang pemasaran, Bapak Nor Hasan mengatakan:

“iya benar produk disini memang sangat bervariasi mulai dari fungsi dan manfaatnya tetapi untuk pangsa pasarnya pun tetap sama. Dan alhamdulillah nya juga konsumen pun bisa menerima dengan baik dan bisa menjualkan produk- produk dari sini”²

Dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa jenis strategi diversifikasi produk yang digunakan oleh UD. Tunas Madura yaitu dengan menambah produk baru yang bervariasi tetapi untuk sasaran konsumen atau pangsa pasar tetap sama.

Dalam strategi diversifikasi yang digunakan oleh UD. Tunas Madura dikenal dengan Diversifikasi horisontal, dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.

b. Tahap strategi diversifikasi

Setidaknya ada lima tahap- tahap dalam pengembangan produk baru menurut Basu Swastha. UD. Tunas Madura menurut pemiliknya Bapak Ali Wafa juga menggunakan beberapa tahapan dalam pengembangan produknya sebagaimana penjelasannya:

“untuk tahap- tahapannya karena kebetulan anak saya ini

¹ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

² Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

pernah belajar strategi- strategi pemasaran ada beberapa tahap yang harus di lalui, jadi tidak langsung menemukan dan memproduksi produk A misalnya. Untuk tahap pertamanya ada ide, jadi nanti ketika misalnya bagian pemasaran mereka yang terjun langsung ke konsumen dan yang tahu keinginan konsumen pengen seperti apa kemudian memberikan usulan ide, biasanya karyawan juga memberikan usulan ide-ide produk seperti apa yang dibutuhkan konsumen. Kedua, beberapa masukan ide kami tampung kami pilih dulu disamping itu kami sesuaikan juga dengan kemampuan produksi dan ketersediaan bahan baku. Ketiga, biasanya setelah terpilih satu produk misalnya kami coba melakukan pembuatan, dimana nantinya kami akan mengetahui bahan baku seperti apa untuk menghasilkan produk yang memberikan manfaat bagi masyarakat maupun perusahaan. Keempat ada pengembangan tujuan pemasaran, jadi sebelum produk tersebut kami produksi dalam jumlah besar kami tetapkan dulu mau di kembangkan produk ini nanti. Kelima, setelah tahap diatas menghasilkan satu produk dan dilakukan penetapan perluasan pangsa pasar, produk tersebut kami analisa dulu, berapa biaya produksinya dan berapa biaya bahan bakunya jadi istilahnya di tentukan estimasi biayanya dulu. Keenam baru lah kami memproduksi dalam skala banyak setelah beberapa tahap diatas telah kami lalui. Ketujuh, penjualan produk tersebut kami jual ke pangsa pasar yang telah kami tetapkan, jadi istilahnya kami memang benar- benar mengestimasi semua bahan baku untuk menghindari produksi yang berlebih- lebihan”³

Hal senada diungkapkan oleh bapak Nor Hasan selaku bidang pemasaran UD. Tunas Madura:

“sebagai karyawan, kami memang kadang memberi masukan ke Bapak terkait produk- produk yang paling dibutuhkan konsumen. Lalu masukan kami ditampung dulu, memang harusnya gitu karena kan menyangkut biaya produksi yang nantinya di keluarkan perusahaan terhadap produk baru tersebut”⁴

Dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa tahaptahap yang dilakukan oleh UD. Tunas Madura dalam menerapkan strategi diversifikasi produk antara lain dengan penemuan ide, pemilihan ide,

³ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

⁴ Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

pengembangan dan pengujian konsep dari produk yang terpilih, pengembangan strategi pemasaran, melakukan analisis bisnis atau penentuan estimasi yang harus dikeluarkan nantinya, kemudian melakukan pengembangan produk yang terpilih tadi dengan produksi skala besar, dan yang terakhir dengan melakukan komersialisasi atau penjualan terhadap konsumen.

c. Tujuan diversifikasi produk

Banyak hal-hal yang biasanya menjadi alasan suatu perusahaan untuk melakukan diversifikasi produk, secara garis besar, strategi diversifikasi dikembangkan dengan berbagai tujuan. Tujuan dari dilakukannya strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh UD. Tunas Madura sebagai mana diungkapkan oleh pemiliknya Bapak Ali Wafa mengatakan:

“tujuannya tidak lain yaitu untuk mengurangi tingkat kejenuhan konsumen dan memperluas luas pangsa pasar. Misalnya saja apabila perusahaan kami hanya memproduksi jemuran baju saja, tentu konsumen akan jenuh terlebih lagi produk-produk yang kami produksi merupakan produk yang digunakan dalam jangka waktu yang panjang. Jadi kan konsumen tidak setiap hari melakukan pembelian, maka dari itu kami melakukan pengembangan produk, yang bertujuan untuk mengurangi tingkat kejenuhan pangsa pasar atau konsumen.”⁵

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh Bapak Nor Hasan dimana menurutnya yaitu:

“memang benar tujuan dari strategi diversifikasi produk ini untuk mengurangi tingkat kejenuhan konsumen, karena takutnya pelanggan akan jenuh jika produk yang kami produksi hanya produk- produk tertentu saja”⁶

⁵ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

⁶ Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

Jadi dari hasil penjelasan tersebut disimpulkan bahwa tujuan yang paling mendasar dari penerapan strategi diversifikasi produk ini ialah untuk mengurangi tingkat kejenuhan konsumen dan juga untuk meningkatkan pangsa pasar dan juga untuk mengurangi tingkat produksi yang berlebih-lebihan, karena Islam sangat tidak menganjurkan melakukan produksi yang melampaui batasan.

2. Dampak penerapan strategi diversifikasi dalam meningkatkan pangsa pasar UD. Tunas Madura.

Pada dasarnya dalam penerapan strategi diversifikasi produk ini UD. Tunas Madura menemui beberapa dampak, baik dampak positif ataupun dampak negatif. Ada beberapa dampak positif dari penerapan strategi diversifikasi produk, kemudian Bapak Ali wafa selaku pemilik perusahaan menjawab:

“untuk dampak positif nya yaitu penyerapan tenaga kerja, sesuai dengan Visi dan Misi perusahaan kami yaitu mengurangi jumlah pengangguran dan merekrut terkhusus warga Desa Kadur dan karyawan disini memang mayoritas warga Desa Pakisrejo dengan mereka mendapatkan lapangan pekerjaan mereka bisa memenuhi kebutuhan mereka secara baik. Selain itu dengan bekerja disini para karyawan akan dibekali ketrampilan pada pembuatan produk tertentu sehingga secara tidak langsung dampak yang perusahaan rasakan yaitu peningkatkan sumberdaya manusia”⁷

Hal serupa juga di nyatakan oleh Bapak Nor Hasan sebagai berikut:

“memang benar dampak positif yang kami rasakan yaitu penyerapan tenaga kerja. Mungkin dengan adanya perusahaan ini kami sangat terbantu karena memang mayoritas masyarakat sini menganggur dan akhirnya dengan terpaksa memilih menjadi Tenaga Kerja Indonesia (TKI)”⁸

⁷ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

⁸ Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober

Hal senada di nyatakan oleh Ibu Imamah selaku konsumen UD.

Tunas Madura sebagai berikut :

“bagi kami konsumen, dampak positifnya selain produk-produk yang dihasilkan menjadi beragam dan tetangga saya ini juga ada beberapa yang bekerja di sana awalnya mereka menganggur dirumah dan sekarang mereka menjadi memiliki keterampilan juga”⁹

Jadi dari penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa dampak positif dari penerapan strategi diversifikasi produk yaitu meningkatnya pendapatan masyarakat, penyerapan tenaga kerja dan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia. Pernyataan diatas juga dirasakan manfaatnya oleh karyawan yang sudah bekerja di UD. Tunas Madura. Hal ini sesuai dengan perspektif Islam bahwa harus saling memberikan manfaat antar sesama umat Islam.

Pada hakikatnya strategi diversifikasi bisa berdampak positif meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, sebagaimana penjelasan Bapak Ali Wafa selaku pemilik UD. Tunas Madura menjawab:

“dengan beragamnya produk yang kami hasilkan, kami juga sangat terbuka dengan masyarakat yang ingin mengasah kemampuannya dan bahkan masyarakat yang sudah memiliki kemampuan tetapi tidak memiliki wadah untuk menyalurkannya.”¹⁰

Bapak Nor Hasan juga menyatakan sebagai berikut:

“sebagai contoh saya sendiri, peningkatan tersebut sangat saya rasakan karena dulu saya pengangguran, dan sekarang saya bisa produktif seperti adanya ketrampilan membuat produk, kalau harus kursus biayanya mahal, kalau disini kita tinggal mengikutnya saja dan tanpa biaya”¹¹

2021)

⁹ Imamah, Konsumen UD. Tunas Madura, wawancara langsung (20 Oktober 2021)

¹⁰ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

¹¹ Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober

Ibu Imamah, konsumen dari UD. Tunas Madura menguatkan sebagai berikut:

“yang benar memang seperti itu, jadi karyawan mejadi mempunyai bekal keterampilan, selain itu dampak nyatanya terdapat pada perekonomian para karyawan membaik dan bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari”¹²

Dari hasil wawancara diatas disimpulkan bahwa dampak positif dari adanya strategi diversifikasi produk yaitu dengan meningkatnya kualitas sumber daya manusia, dengan adanya pelatihan tertentu yang diadakan UD. Tunas Madura diharapkan bisa semakin bermanfaat bagi perusahaan dan bagi karyawan sendiri. Sehingga dari dampak positif tersebut sesuai dengan syariah Islam bahwa tujuan umat Islam tidak lain ialah untuk mencapai falah baik di dunia maupun di akhirat.

Selain adanya dampak positif tentunya dampak negative itu akan tetap ada, dengan adanya penerapan strategi diversifikasi produk pada UD. Tunas Madura, Bapak Ali Wafa selaku pemilik perusahaan menjawab sebagai berikut:

“untuk dampak negatif nya lebih ke dampak lingkungan, seperti sebelum pengembangan gudang kedua ini adanya polusi udara dari mesin-mesin produksi ini.”¹³

Hal senada juga dinyatakan oleh Bapak Nor Hasan sebagai berikut:

“untuk dampak negatifnya memang lebih ke dampak lingkungan di daerah sekitar, seperti polusi udara dan suara dari mesinmesin produksi misalnya.”¹⁴

Siti Badriah selaku konsumen menguatkan dengan pernyataan

2021)

¹² Imamah, Konsumen UD. Tunas Madura, wawancara langsung (20 Oktober 2021)

¹³ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

¹⁴ Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

sebagai berikut:

“sebagai tetangga yang dekat dengan lokasi produksi, memang suara bising sangat terdengar apalagi lokasinya kan dekat dengan perkampungan warga”¹⁵

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dampak negatif dari penerapan strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh UD. Tunas Madura memang tidak terlalu banyak, tetapi sangat dirasakan oleh masyarakat sekitar. Pernyataan tersebut sesuai dengan prinsip- prinsip Islam harus tetap menjaga keberlangsungan lingkungan sekitar.

Bapak Ali Wafa selaku pemilik perusahaan menjelaskan apa saja solusi yang yang diterapkan oleh UD. Tunas Maduradalam mengatasi dampak negatif tersebut:

“dari pihak perusahaan terus melakukan upaya perbaikanperbaikan salah satunya dengan perluasan lokasi pabrik yang mana dilakukan untuk meminimalisir dampak lingkungan akibat proses produksi tersebut dan alhamdulillah setelah lokasi gudang lebih saya perluas polusi udaranya sudah berangsur-angsur berkurang”¹⁶

Pernyataan diatas dikuatkan oleh bapak Nor Hasan selaku bidang pemasaran sebagai berikut:

“perbaikan- perbaikan memang selalu ada karena Bapak Ali Wafa sendiri juga sangat terbuka degan saran dan kritikan dari masyarakat”¹⁷

Kesimpulan yang dapat ditarik yaitu bahwa dari dampak negatif yang diakibatkan oleh adanya proses produksi, UD. Tunas Madura terus berupaya memberikan solusi untuk meminimalisir dampak lingkungan yang di akibatkan dari proses produksi.

¹⁵ Siti Badriah, Konsumen UD. Tunas Madura, wawancara langsung (20 Oktober 2021)

¹⁶ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

¹⁷ Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

3. Kendala penerapan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar pada UD. Tunas Madura.

Dalam penerapan strategi diversifikasi produk pada UD. Tunas Madura tentunya banyak kendala-kendala baik kendala internal ataupun eksternal yang dihadapinya. Kendala yang dihadapi UD. Tunas Madura dalam penerapan strategi diversifikasi produk dari internal perusahaan dagang menurut Bapak Ali Wafa selaku pemilik UD. Tunas Madura biasanya muncul dari karyawan sebagaimana jelasnya sebagai berikut:

“kendala dari perusahaan biasanya pada tenaga kerja, terkadang itu karyawan ada yang kerap kali izin tidak masuk terlebih lagi misalnya pada karyawan tukang las kalau tidak masuk kerja, maka waktu pengerjaan jadi molor dan jika digantikan dengan yang lain pun hasilnya tidak sebaik dengan karyawan yang memang terjun di bidang tersebut. Kemudian pada ketersediaan bahan baku, biasanya ketika ada pesanan dari konsumen akan tetapi bahan baku langka dan terkadang juga telat terlebih lagi terkadang harga bahan baku yang tidak menentu sehingga bisa merugikan perusahaan.”¹⁸

Bapak Nor Hasan juga menegaskan dalam penjelasannya sebagai berikut:

“memang benar, kendala dari perusahaan sendiri biasa terletak pada ketersediaan bahan baku biasanya memang dari supliyer biasanya ada kelangkaan bahan baku sehingga ketika mau dikirim kesini waktunya molor sehingga kami pun harus menunggu bahan baku datang.”¹⁹

Dari penjelasan informan diatas dapat disimpulkan bahwa kendala internalnya terdapat pada ketersediaan bahan baku yang terkadang langka dan lambat datang selain itu dari tenaga kerja yang terkadang harus izin untuk tidak bekerja.

Selain kendala dari internal perusahaan tentunya kendala juga

¹⁸ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

¹⁹ Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

sering kali muncul dari eksternal perusahaan. Kendala eksternal yang ditemui oleh UD. Tunas Madura dalam menerapkan strategi diversifikasi produk menurut penjelasan Bapak Ali Wafa selaku pemilik UD. Tunas Madura menjawab sebagai berikut :

“untuk kendala dari luar perusahaan yang sering kami temui pada segi penawaran, biasanya penawaran yang kadang tinggi dan terkadang juga sedikit. Misalnya pada bulan April tahun kemarin penjualan meningkat lalu pada bulan Desember nya malah turun drastis bahkan sepi, terlebih lagi adanya pandemi wabah sehingga kami harus memberhentikan proses pemasaran selama pandemi sudah mereda.”²⁰

Hal senada juga di ungkapkan Bapak Nor Hasan menjelaskan:

“iya benar adanya terkadang jumlah yang kami produksi pun tidak tetap terkadang jika permintaan konsumen tinggi kami memproduksi banyak pun sebaliknya. Terlebih pada hari- hari ini dengan adanya wabah virus ini proses produksi benar- benar hanya untuk memenuhi permintaan konsumen yang telah memesan saja”²¹

Dari pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kendala eksternal yang ditemui terletak pada sisi penawaran dari produk yang dihasilkan perusahaan, terkadang penawaran tinggi bahkan sebaliknya sehingga kami berupaya untuk terus menginovasi dan mengembangkan produk- produk kami guna mengurangi tingkat kejenuhan konsumen.

Melakukan inovasi dan pengembangan produk dengan tujuan konsumen akan tetap menggunakan produk yang perusahaan hasilkan. Memperluas pangsa pasar merupakan salah satu tujuan dari UD. Tunas Madura. Karena dengan semakin meningkatnya jumlah pangsa pasar yang mengenal produknya maka tingkat penjualan pada UD. Tunas Madura

²⁰ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

²¹ Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

tentunya juga akan meningkat.

Dari penjelasan diatas tersebut muncul pertanyaan tentang sejauh mana pengetahuan pemilik tentang upaya meningkatkan pangsa pasar.

Bapak Ali Wafa selaku pemilik menjawab sebagai berikut:

“jadi upaya meningkatkan pangsa pasar itu merupakan tujuan utama suatu perusahaan berdiri, yang mana berkaitan dengan kemampuan suatu perusahaan dalam meningkatkan jumlah permintaan konsumen terhadap produk yang kami hasilkan.”²²

Dari pertanyaan diatas, muncul pertanyaan : apakah pengembangan produk tersebut di dapatkan dari para pesaing pada pangsa pasar yang sama ? Bapak Ali Wafa selaku pemilik UD. Tunas Madura menjawab sebagai berikut:

“memang betul kami dapatkan ide dari para pesaing bahkan konsumen yang kami temui di lapangan tapi hanya pada beberapa produk saja, karena ya namanya pengusaha kalau melihat potensi yang sangat dilirik konsumen maka terkadang langsung saya diskusikan dengan karyawan. Tapi tidak semua ya, karena tentu harus menganalisa dulu, takutnya kalau kami langsung eksekusi semua produk punya pesaing yang diminati konsumen kemudian kami produksi secara besar- besaran nah saat kita pasarkan konsumen ternyata sudah jenuh kan kami malah rugi besar.”²³

Pernyataan serupa juga dinyatakan oleh Bapak Nor Hasan selaku karyawan UD. Tunas Madura sebagai berikut:

“kadang memang ide-ide produk itu muncul dari pesaing, tapi sebelum itu biasanya Bapak diskusikan dulu dengan manager dan karyawan. Karena kan beliau juga harus memastikan kesulitan yang nantinya ditemui karyawan, apakah dari rumitnya proses pembuatan produk atau dari segi yang lainnya”²⁴

Hal tersebut dikuatkan oleh Ibu Imamah selaku konsumen UD.

²² Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

²³ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

²⁴ Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

Tunas Madura sebagai berikut:

“ya namanya suatu ide memang terkadang muncul dari pesaing, tapi ya kadang juga muncul dari permintaan konsumen sendiri. Terkadang Bapak Ali Wafa sendiri sangat terbuka dalam menampung keinginan konsumen, karena mayoritas konsumen peralatan rumah kan ibu-ibu jadi lebih memahami apa yang dibutuhkan kedepannya”²⁵

Dari penjelasan diatas sebenarnya UD. Tunas Madura sangat memperhatikan keinginan pasar dimana pengembangan produk juga terkadang mengambil dari pesaing dan masukan dari berbagai pihak terkait.

4. Pandangan ekonomi Islam tentang strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar pada UD. Tunas Madura.

Dalam islam mengadakan produk dalam upaya menghasilkan sebuah produk tidak ada larangan bagi seorang muslim. Sesuai firman Allah SWT dalam Al-Qur'an menyebutkan bahwa langit dan bumi diciptakan untuk muslim, jadi manusia bebas menggunakan kekayaan alam untuk memenuhi kebutuhannya.

Tetapi setidaknya Terdapat beberapa prinsip Islam yang mendukung proses *muamalah*. Prinsip syariah yang merupakan bagian dari sistem syariah. Nilai-nilai yang dimaksud antara lain sbagai berikut:

a. *Shidiq* (jujur)

²⁵ Imamah, Konsumen UD. Tunas Madura, wawancara langsung (20 Oktober 2021)

Pengelolaan suatu usaha dipastikan harus menjunjung tinggi nilai kejujuran, dengan catatan pengelolaan tersebut harus dilakukan dengan mengedepankan cara-cara yang diperbolehkan oleh Islam (halal). Karena, jujur akan mengantarkan kepada kebaikan, dan kebaikan mengantarkannya ke surga. Berikut Pemaparan dari Bapak Ali Wafa, pemilik UD. Tunas Madura:

“Kunci utama kita melakukan usaha itu adalah harus jujur, jujur dalam artian kita menyampaikan apa yang telah menjadi tanggung jawab antar saya dan karyawan apalagi ke konsumen, jujur dalam hal ucapan, tindakan dan perbuatan. Hal ini sangat penting dalam menjalankan bisnis, karena pertanggung jawabannya bukan hanya kepada atasan saja, melainkan pada Allah SWT.”²⁶

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Nor Hasan, bidang pemasaran:

“Kejujuran itu kunci utama dalam mengelola usaha apapun, termasuk dalam mengelola UD. Tunas Madura ini, misalnya jujur menyampaikan hasil pendapatan usaha. Pastinya niat utama dalam mengelola usaha ini kita harus jujur dan ikhlas karena dengan niat tersebut segala apa yang kita kelola meskipun upahnya tidak seberapa, insyaallah bernilai ibadah, karena kegiatan ini akan dipertanggung jawabkan nanti di akhirat.”²⁷

Dari beberapa pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa proses produksi ini dilakukan dengan ikhlas dan penuh kejujuran.

b. Amanah (dapat dipercaya)

Dalam pengelolaan unit usahanya, khususnya pada proses produksi, penerapan sifat *amanah* sudah diterapkan, sesuai dengan

²⁶ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

²⁷ Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

pemaparan dari Bapak Nor Hasan selaku bidang pemasaran UD.

Tunas Madura

“sebagai produsen, kita harus mendapat kepercayaan dari masyarakat secara penuh yaitu dengan melaksanakan tanggung jawab yang sudah ada, alhamdulillah kita sudah mendapat banyak kepercayaan dari masyarakat, dengan semakin bertambahnya konsumen, meskipun tidak banyak, setidaknya sampai saat kami memberikan pelayanan yang maksimal, artinya ketika ada pesanan kami kerjakan sebaik mungkin, sehingga nantinya pelanggan merasa puas dan lebih banyak lagi konsumen yang bergabung.”²⁸

Ibu Imamah sebagai konsumen UD. Tunas Madura juga menyampaikan:

“saya rasa, saya selalu puas ketika membeli atau memesan barang disana, pelayanannya pun bagus”²⁹

Sama halnya dengan ibu Imamah, Ibu Siti Badriah juga mengatakan bahwa:

“sebagai konsumen yang berlangganan membeli produknya saya sangat percaya sekali terhadap kualitas dari UD. Tunas Madura karena mereka selalu mengatakan tanpa melebih-lebihkan produknya dan barang selalu sesuai dengan pesanan”³⁰

Dapat disimpulkan bahwa konsep amanah dalam UD. Tunas Madura sudah diterapkan dengan baik.

c. *Tabligh (menyampaikan)*

Menurut Bapak Ali Wafa menyampaikan bahwa:

“menjalankan usaha ini, merupakan suatu tanggung jawab yang harus dijalankan dengan baik dan benar, menyampaikan semua hal-hal terkait barang produksi merupakan

²⁸ Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

²⁹ Imamah, Konsumen UD. Tunas Madura, wawancara langsung (20 Oktober 2021)

³⁰ Siti Badriah, Konsumen UD. Tunas Madura, wawancara langsung (20 Oktober 2021)

keharusan”.³¹

Ibu Imamah selaku konsumen mengatakan:

“sebagai konsumen yang berlangganan membeli produknya saya sangat percaya sekali terhadap kualitas dari UD. Tunas Madura karena mereka selalu mengatakan tanpa melebih-lebihkan produknya.”³²

Ibu Siti Badriah juga sependapat dengan ibu Imamah, seperti penjelasannya:

“produk dari sana dari kualitas memang bagus dan tidak pernah tidak sesuai dengan yang mereka katakan”³³

Dari pemaparan informan di atas dapat disimpulkan bahwa UD. Tunas Madura menjalankan usahanya dengan penuh kehati-hatian dan keterbukaan khususnya dalam kualitas produk.

d. *Fathanah*

Berikut pemaparan Bapak Ali Wafa selaku pemilik dari UD.

Tunas Madura

“saya rasa, ketika kita berusaha membuat produk baru, kami selalu mempertimbangkan beberapa aspek seperti kualitas barang dan lain sebagainya, dan kami selalu berusaha memberikan inovasi yang bisa berguna bagi masyarakat”³⁴

³¹ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

³² Imamah, Konsumen UD. Tunas Madura, wawancara langsung (20 Oktober 2021)

³³ Siti Badriah, Konsumen UD. Tunas Madura, wawancara langsung (20 Oktober 2021)

³⁴ Ali Wafa, Pemilik UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

Bapak Nor Hasan juga sepemikiran dengan yang disampaikan oleh bapak Ali Wafa yaitu:

“ketika kita ingin membuat produk baru, kami selalu mempertimbangkan banyak hal, tentunya juga dari permintaan konsumen”³⁵

Dapat peneliti simpulkan bahwa penerapan strategi diversifikasi pada UD. Tunas Madura disini sudah cukup baik, termasuk dengan memilih para pekerja yang memang cakap di bidangnya, dengan inovasi-inovasi baru, dan produk yang bernilai manfaat bagi masyarakat.

C. Temuan Penelitian

³⁵ Nor Hasan, Bidang Pemasaran UD. Tunas Madura, wawancara langsung (11 Oktober 2021)

Pada uraian sebelumnya, sudah dideskripsikan mengenai paparan data dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di lapangan. sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan penelitian. Beberapa hasil temuan yang bisa dilaporkan dalam bentuk tulisan antara lain sebagai berikut:

1. Strategi diversifikasi yang digunakan oleh UD. Tunas Madura dikenal dengan Diversifikasi horisontal, dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.
2. strategi diversifikasi produk tentunya UD. Tunas Madura menemui berbagai dampak yang ditimbulkan baik dampak positif yang ditimbulkan maupun dampak negatif.
3. Dampak positif dari penerapan strategi diversifikasi produk yang paling menonjol yaitu meningkatkan pendapatan, penyerapan tenaga kerja dan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia.
4. Kendala internal yang ditemui oleh UD. Tunas Madura dalam penerapan strategi tersebut terdapat pada ketersediaan bahan baku yang terkadang langka dan mahal selain itu dari tenaga kerja yang terkadang harus izin untuk tidak bekerja.
5. Kendala eksternal yang ditemui dalam menerapkan strategi diversifikasi produk yaitu terletak pada sisi penawaran dari produk yang dihasilkan perusahaan, Setidaknya ada empat prinsip Islam yang mendukung

proses *muamalah*.

6. UD. Tunas Madura menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, dalam mengelola usahanya. *Amanah* (dapat dipercaya), sikap ini sudah dilakukan oleh UD. Tunas Madura, yaitu dengan disiplin, jujur, dan bertanggung jawab atas tugas yang telah diberikan. *Tabligh* (mennyampaikan), informasi produk disampaikan dengan terbuka.

D. Pembahasan

Pada bagian ini berisi tentang penjelasan mengenai analisis hasil temuan di lapangan. Penjelasan ini juga akan disesuaikan dengan literatur yang berkaitan dengan hasil penelitian dan disesuaikan pula dengan fokus penelitian yang sudah ada.

1. **Penerapan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar pada UD. Tunas Madura.**

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa UD. Tunas Madura menerapkan jenis strategi diversifikasi dengan menambahkan produk baru yang tidak saling berkaitan akan tetapi untuk tujuan pangsa pasar tetap sama. Pada awal sebelum mengenal strategi diversifikasi UD. Tunas Madura hanya menjual besi, galvalum, dan jemuran baju. Namun lambat laun hasil penjualan menurun hal ini juga disebabkan karena produk yang di produksi merupakan produk yang digunakan dalam jangka waktu yang panjang.

Kemudian dengan adanya strategi diversifikasi produk ini UD. Tunas Madura berharap bisa memenuhi kebutuhan pangsa pasar tanpa harus beralih ke produk yang lain. Untuk tahap- tahap yang dilakukan memang didasarkan pada ilmu pemasaran sehingga akan meminimalisir tingkat kerugian penjualan. Tahap- tahap yang dilakukan oleh UD. Tunas Madura dalam menerapkan strategi diversifikasi produk antara lain dengan penemuan ide, pemilihan ide, pengembangan dan pengujian konsep dari produk yang terpilih, pengembangan strategi pemasaran, melakukan analisis bisnis atau penentuan estimasi yang harus dikeluarkan nantinya, kemudian melakukan pengembangan produk yang terpilih tadi dengan melakukan produksi skala besar, dan untuk yang terakhir yaitu dengan melakukan komersialisasi atau penjualan terhadap konsumen.

Tujuan dari penerapan strategi diversifikasi sendiri antara lain untuk mengurangi tingkat kejenuhan konsumen terhadap produk dari UD. Tunas Madura, seperti pada penjelasan diatas bahwa sebelum produk sampai sebanyak sekarang produk dari UD. Tunas Madura hanya sebatas pada beberapa produk saja sehingga perusahaan harus benar-benar memikirkan solusi untuk tetap meningkatkan jumlah penjualan ditambah lagi produk tersebut merupakan produk dengan manfaat jangka panjang sehingga tidak setiap hari konsumen akan melakukan pembelian.

2. Dampak penerapan strategi diversifikasi dalam meningkatkan pangsa

pasar UD. Tunas Madura.

Dengan diterapkannya strategi diversifikasi produk tentunya UD. Tunas Madura menemui berbagai dampak yang ditimbulkan dari penerapan strategi tersebut, baik dampak positif yang ditimbulkan maupun dampak negatif dari adanya proses penerapan strategi diversifikasi produk tersebut.

Dampak positif dari penerapan strategi diversifikasi produk yang paling menonjol yaitu meningkatkan pendapatan masyarakat, hal tersebut bisa dilihat dari para karyawan yang awalnya hanya pengangguran dan kemudian dengan bekerja di UD. Tunas Madura menjadi lebih produktif, dan secara tidak langsung juga berdampak pada meingkatnya pendapatan karyawan tersebut.

Dampak yang kedua yaitu penyerapan tenaga kerja, karena sesuai dengan Visi dan Misi UD. Tunas Madura yaitu melakukan penyerapan tenaga kerja terkhusus untuk warga Desa kadur. Dan dampak yang ketiga yaitu untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, hal ini di dapat dari skiiil karyawan yang terus diasah sehingga dari karyawan yang hanya pengangguran menjadi karyawan yang memiliki skiiil. Sehingga dari dampak yang ditemui diatas dapat diketahui bahwa UD. Tunas Madura juga mengedepankan sikap saling tolong menolong antar sesama umat.

Untuk dampak negatif dari penerapan strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh UD. Tunas Madura memang tidak terlalu

berdampak besar dan dari pihak perusahaan terus melakukan evaluasi dan upaya-upaya perbaikan salah satunya yaitu dengan perluasan lokasi pabrik yang mana dilakukan untuk meminimalisir dampak lingkungan akibat proses produksi tersebut seperti polusi udara akibat proses produksi. Dari solusi dapat diatas UD. Tunas Madura juga tetap mengedepankan sikap dalam menjaga lingkungan sekitar sehingga antara masyarakat dan perusahaan juga saling menjaga.

3. Kendala penerapan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar pada UD. Tunas Madura.

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa kendala internal yang ditemui oleh UD. Tunas Madura dalam penerapan strategi tersebut terdapat pada ketersediaan bahan baku yang terkadang langka dan mahal selain itu dari tenaga kerja yang terkadang harus izin untuk tidak bekerja. Sehingga dari kendala- kendala tersebut UD. Tunas Madura telah menemukan solusi dari permasalahan tersebut, yaitu pada ketersediaan bahan baku yaitu dengan memprediksi kalender

pada bulan apa saja bahan baku akan mengalami lonjakan harga bahkan penurunan harga. Kemudian pada kendala tenaga kerja UD. Tunas Madura telah memperbaharui tata tertib pemberian sanksi kepada karyawan yang keluar dari batas peraturan.

Pada kendala eksternal yang ditemui dalam menerapkan strategi diversifikasi produk yaitu terletak pada sisi penawaran dari produk yang dihasilkan perusahaan, terkadang penawaran tinggi bahkan sebaliknya sehingga sampai saat ini UD. Tunas Madura selalu berupaya untuk terus menginovasi dan mengembangkan produk- produk untuk mengurangi tingkat kejenuhan konsumen dan untuk memenuhi keinginan konsumen agar konsumen tetap menjaga kepercayaannya terhadap produk dari UD. Tunas Madura.

Tujuan utama dari diterapkannya strategi diversifikasi produk sendiri salah satunya yaitu untuk meningkatkan pangsa pasar, dikarenakan sasaran utama produk tersebut ialah konsumen atau pangsa pasar. upaya memperluas pangsa pasar sebagai pengusaha harus tetap mengedepankan prinsip- prinsip Islam, salah satunya yaitu kejujuran dengan kejujuran konsumen akan mempercayakan kebutuhannya dan di sisi lain perusahaan juga akan mendapat keberkahan.

4. Pandangan ekonomi Islam tentang strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar pada UD. Tunas Madura.

Terdapat beberapa prinsip Islam yang mendukung proses *muamalah*. Prinsip syariat yang merupakan bagian dari sistem syariah. Nilai-nilai yang dimaksud antara lain sbagai berikut:

a. *Shidiq* (Jujur)

Shidiq dapat diartikan adanya kesesuaian atau keselarasan antara apa yang disampaikan dengan apa yang dilakukan atau sesuai dengan kenyataan yang ada. *Shidiq* memastikan bahwa pengelolaan dilakukan dengan moralitas yang menjunjung tinggi nilai kejujuran.

Berdasarkan penelitian dilapangan, penerapan sifat *shidiq* sudah dilakukan oleh UD. Tunas Madura baik dari proses produksi sampai ke penjualan ke konsumen.

b. *Amanah* (dapat dipercaya)

Dikemukakan oleh Hafidhuddin (2003), *amanah* berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. *Amanah* ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat baik) dalam segala hal. Sifat *amanah* harus dimiliki setiap mukmin, apalagi yang memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat.³⁶

Berdasarkan hasil penelitian lapangan, implementasi sifat *amanah* sudah dilakukan kepada karyawan, yaitu dengan disiplin, jujur, dan bertanggung jawab atas tugas yang telah diberikan, dibuktikan dengan pengerjaan produk yang dikerjakan sesuai

³⁶ Martha dan Dina "Nilai-nilai Amanah Sebagai Strategi Fungsional pada Rumah Makan Wong Solo Cabang Gresik." JESTT, Vol.2, No.5 (Mei, 2015), hlm. 401.

pesanan para konsumen dan dikerjakan dengan penuh ketelitian dimulai dari pemilihan bahan baku sampai kualitas pembuatan produk.

c. *Tabligh* (menyampaikan)

Tabligh adalah menyampaikan atau mengajak sekaligus memberikan contoh kepada orang lain untuk melakukan hal-hal yang benar di dalam kehidupan. Dalam hal ini *tabligh* bisa berarti argumentatif dan komunikatif. Nilai *tabligh* sendiri dapat diartikan oleh umat muslim dengan mengkomunikasikan dan menyampaikan segala informasi dengan baik kepada siapapun.³⁷

Dari penyampaian beberapa informan, bahwa konsep *tabligh* ini sudah diterapkan. Semua produk yang ada dijelaskan baik dari segi kuantitas ataupun kualitasnya, produk yang diperjualbelikan tidak ada unsur ketidakjelasan karena sudah disampaikan oleh perusahaan UD. Tunas Madura

d. *Fathanah* (cerdas)

Fathanah dapat diartikan intelektual, kecerdikan, atau kebijaksanaan. Dalam bisnis, implikasi *fathanah* adalah bahwa segala aktifitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dan mengoptimalkan semua potensi alat ada untuk mencapai tujuan. sifat *fathanah* memastikan bahwa pengelolaan

³⁷ Iffa dan Sri "Implementasi Nilai *Tabligh* Pada Tenaga Pengajar Dalam Proses Belajar Mengajar Di Madrasah Aliyah Negeri Mojokerto", *JESTT*, Vol. 2. No10 (Oktober, 2015), 836.

dilakukan secara profesional dan kompetitif sehingga menghasilkan keuntungan maksimum bagi perusahaan.

Pada UD, Tunas Madura sendiri seperti halnya yang sudah disampaikan para narasumber bahwa dalam melakukan pengembangan produk yang mereka miliki sebelumnya dilakukan proses pemikiran dan tahapan sampai pada akhirnya bisa dikembangkan, proses inovasi pada UD. Tunas Madura sendiri menjadi hal pokok untuk menjadikan produk mereka tetap laku dipasaran dan mengikuti kebutuhan dari konsumen.

