

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Obyek Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang**

###### **a. Sejarah Desa Demaan**

Desa Demaan terletak di kecamatan Gunem kabupaten Rembang, Provinsi Jawa Tengah. Desa Demaan terletak di ujung barat dari Kecamatan Gunem yang mana sebelah Utara berbatasan langsung dengan Kecamatan Pamotan, dan ke Barat sedikit sudah Kecamatan Sulang. Desa Demaan biasa di sebut Gunem bawah , ini karena Kecamatan Gunem merupakan pegunungan dan Desa Demaan terletak di paling bawah kaki gunung. Kondisi ini menyebabkan tanah subur dan perairan melimpah sehingga Desa Demaan adalah wilayah persawahan di mana petani menanam komoditas pertanian yang sesuai dengan kondisi tanah seperti polowijo.

Desa Demaan pada masa lalu ada wali yang bernama Mbah Sholeh dan Mbah Raden. Menurut sejarahnya beliau akan berjalan ke Kota Demak. Dalam perjalanan beliau terjebak penjajah yang menjajah tempat tersebut sehingga beliau mengumpak di hutan, pada akhirnya beliau menetap tinggal di desa tersebut hingga mendirikan pondok di dekat sungai. Yang saat ini warga menyebutnya kali pondok (sungai pondok). Dari cerita tersebut di namakan Desa Demaan.

###### **b. Letak Geografis Desa Demaan**

Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu dari 16 desa yang ada di Kecamatan Rembang. Desa memiliki 3 dukuhan yaitu, Dukuh Demaan, Dukuh Becici dan Dukuh Giwang.

###### **a. Batasan wilayah Desa Demaan**

- 1) Timur : Desa Panohan
- 2) Selatan : Kawasan Hutan
- 3) Barat : Desa Banyuurip
- 4) Utara : Desa Megal

b. Luas wilayah

Desa Demaan merupakan desa yang terletak di lahan yang luas di wilayah Kecamatan Gunem Rembang. Luas wilayah atau Topografi Desa Demaan yakni:

- 1) Luas Desa : 111,73 Ha
- 2) Pemukiman : 16,8 Ha
- 3) Sawah : 56,7 Ha
- 4) Tegal : 31 Ha
- 5) Tambak : -
- 6) Industry : -

c. Kondisi geografis

- 1) Ketinggian tanah dari permukaan laut: 72 MLD
- 2) Banyak curah hujan : 1-5 bulan
- 3) Topografi (dataran rendah, tinggi, Pantai) : 72
- 4) Suhu udara rata-rata : 36C

d. Orbitrasi

- 1) Jarak dari pusat pemerintahan kecamatan : 5km
- 2) Jarak dari pusat pemerintahan administratif : 9 km
- 3) Jarak dari ibukota kabupaten : 18 km
- 4) Jarak dari ibukota provinsi : 129 km
- 5) Jarak dari ibukota Negara : 607 km<sup>1</sup>

**c. Struktur Organisasi Pemerintah Desa Demaan**

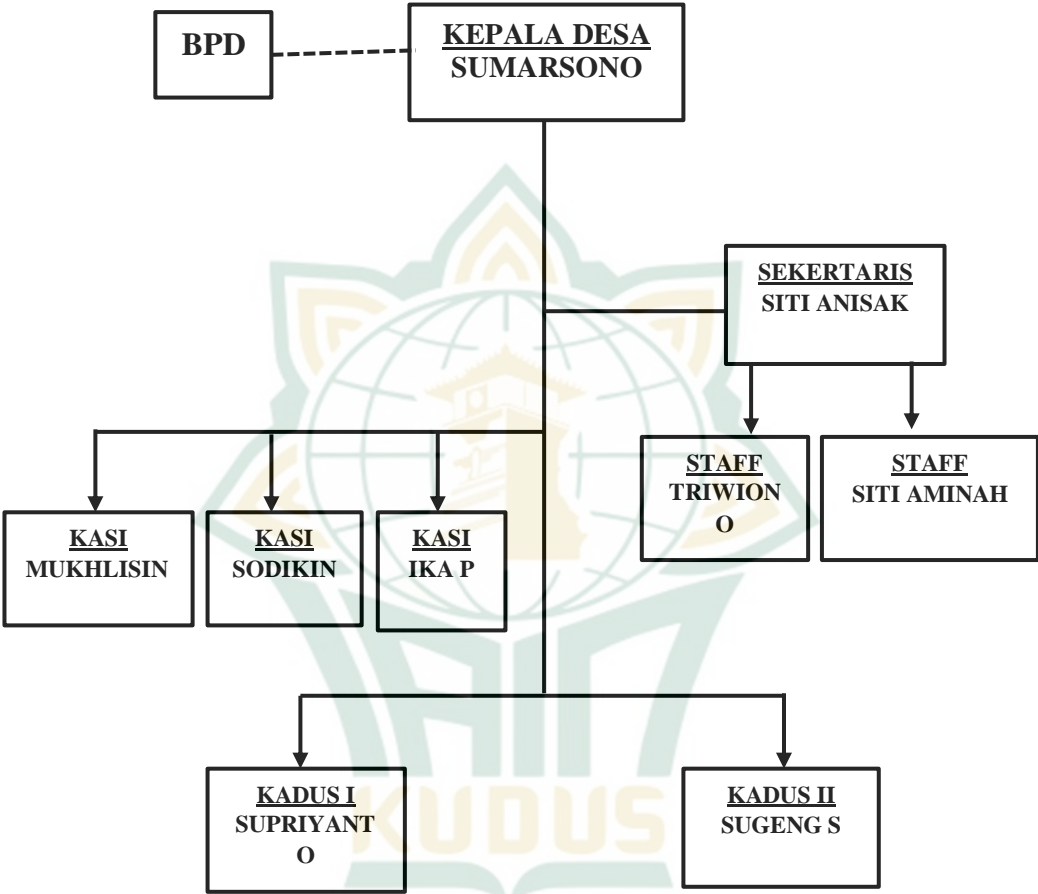
Struktur organisasi Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Data Kantor Desa, Monografi Desa Kabupaten Rembang Tahun 2023. Tanggal 12 September 2023.

<sup>2</sup> Hasil dokumentasi Desa Demaan tanggal 12 September 2023.

Gambar 4. 1 Struktur Pemerintahan Desa Demaan



d. Komposisi Penduduk Desa Demaan

Data demografis Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Komposisi Penduduk Jenis Kelamin

No	Komposisi penduduk	Jumlah
1	Laki-laki	618
2	Perempuan	592
	Jumlah total	1.210

Sumber: Data Monografi Desa Demaan Rembang<sup>3</sup>

Jumlah penduduk berdasarkan usia dibagi menjadi dua kelompok terdiri dari kelompok yang menerima pendidikan dan kelompok yang bekerja berdasarkan usia mereka..

a. Kelompok Pendidikan

**Tabel 4. 2 Penduduk Berdasarkan Pendidikan**

No	Usia	Jumlah
1	00-03 tahun	58 orang
2	04-06 tahun	60 orang
3	07-12 tahun	56 orang
4	13-15 tahun	71 orang
5	16-18 tahun	154 orang
6	19- keatas	238 orang

Sumber: Data Monografi Desa Demaan Rembang

b. Kelompok tenaga kerja

**Tabel 4. 3 Penduduk Berdasarkan Tenaga Kerja**

No	Usia	Jumlah
1	10-14 tahun	38 orang
2	15-19 tahun	78 orang
3	20-26 tahun	92 orang
4	27-40 tahun	216 orrang
5	41-56 tahun	279 orang
6	57- keatas	238 orang

Sumber: Data Monografi Desa Demaan Rembang

Berdasarkan jumlah penduduk di Desa Demaan yang berjumlah 1.210 jiwa jumlah penduduk terdiri dari

---

<sup>3</sup> Data kantor Desa, Monografi Desa Kabupaten Rembang Tahun 2023. Tanggal 12 September 2023

berbagai usia. Untuk mengetahui jumlah orang berdasarkan usia, sehingga dibagi menjadi dua kelompok. Pertama kelompok pendidikan, berdasarkan jumlah penduduk berdasarkan usia kelompok Pendidikan menunjukkan dominasi penduduk usia produktif yaitu usia 15 tahun-keatas. Ke dua kelompok tenaga kerja, berdasarkan data jumlah penduduk yang di kelompokkan dalam tenaga kerja menunjukkan rasio ketergantungan terdapat usia di bawah umur yang sudah bekerja, padahal orang produktif atau pekerja adalah yang berusia 15 tahun ke atas.

**e. Data Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Berikut data penduduk Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang berdasarkan tingkat Pendidikan.

**Tabel 4. 4 Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah
1	Tidak tamat SD	94
2	SD	532
3	SMP/SLTP	318
4	SMA/SLTA	165
5	Akademik/D1-D3	3
6	Sarjana (S1-S3)	15

Sumber: Data Monografi Desa Demaan Rembang

Dari data diatas menunjukkan bahwa tingkat Pendidikan di Desa Demaan rendah. Sebagian besar pendidikan masyarakat Desa Demaan rata-rata tidak lebih dari SMP/SLTA. Salah satu untuk mengukur kualitas penduduk adalah melalui tingkat Pendidikan. Semakin tinggi tingkat kualitas pendidikan yang di selesaikan semakin baik kualitas SDM wilayah tersebut dan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang teknologi sehingga dapat meningkatkan kemampuan penduduk dalam mengelola sumber daya alam menjadi hal yang berguna dan bernilai tinggi.

**f. Kondisi Sosial Ekonomi Desa Demaan**

Kondisi sosial ekonomi Desa Demaan dapat di lihat melalui matapencaharian masyarakat. Sesuai dengan topografi Desa Demaan wilayah terluas merupakan pesawahan, menunjukkan mayoritas penduduk bekerja sebagai petani.<sup>4</sup>

Tabel berikut menunjukkan rincian mata pencaharian penduduk Desa Demaan:

**Tabel 4. 5 Mata Pencaharian Penduduk**

No	Jenis pekerjaan	Jumlah orang
1	Petani	719 orang
2	Buruh tani	398 orang
3	Pertukangan	12 orang
4	Wiraswasta/pedagang	16 orang
5	Tukang batu	13 orang
6	Buruh bangunan	45 orang
7	Sopir	6 orang
8	Karyawan (PNS, TNI, POLRI)	9 orang
9	Pensiunan	7 orang

Sumber: Data Monografi Desa Demaan Rembang

Berdasarkan table di atas menjelaskan bahwa mayoritas penduduk Desa Demaan bekerja sebagai petani. Selain petani masyarakat banyak orang bekerja sebagai buruh tani, pada masyarakat yang bekerja sebagai buruh tani memiliki pekerjaan yang tidak tetap mereka hanya akan bekerja Ketika musim tanam dan panen. Dengan demikian ini merupakan prioritas utama untuk dapat di berdayakan. Mata pencaharian lain wiraswasta/pedagang

---

<sup>4</sup> Data Kantor Desa, Monografi Desa Kabupaten Rembang Tahun 2023. Tanggal 12 September 2023.

yaitu *home industry* merupakan usaha untuk mengembangkan perekonomian masyarakat.<sup>5</sup>

## 2. Gambaran Umum *Home Industry* Susu Kedelai Pak Tono

*Home industry* susu kedelai Pak Tono yang berada di Desa Demaan ini memproduksi susu kedelai sejak tahun 2010. Usaha susu kedelai dimulai setelah Pak Tono Menikah dengan istrinya. Waktu mudanya sebelum menikah Pak Tono bekerja sebagai Buruh di toko bangunan yang berada di Kecamatan Pamotan. Namun setelah menikah pekerjaannya yang dulu kurang untuk mencukupi kebutuhan rumah tangga yang semakin banyak kebutuhan dan juga jarak rumah dengan toko tempat bekerja lumayan jauh sekitar 20 menit perjalanan menggunakan sepeda motor. Pada akhirnya Pak Tono mendapatkan tawaran dari saudaranya untuk dagang susu kedelai. Saudara Pak Tono ini juga memiliki usaha susu kedelai yang terbilang sukses. Pak Tono di tawari jualan susu kedelai dan di jelaskan susu kedelai saat ini peluangnya besar dan peminatnya banyak. Dari ajakan saudaranya tersebut akhirnya Pak Tono setuju dan mulai belajar membuat susu kedelai.

Di tahun 2010 Pak Tono mulai membuat dan memasarkan produknya, pada awal mulai membuat 40 bungkus dan dijual sendiri dengan keliling tempat-tempat keramaian. Setelah beberapa hari setiap menjual 40 bungkus dapat dengan cepat habis, kemudian menambah lagi volume produksinya menjadi 2 kali lipat yaitu 80 bungkus dan mencoba menawarkan dagangannya dan di titipkan ke penjual-penjual pasar. Dengan cara menitipkan jualan ke pedagang di pasar merupakan cara jualan yang efektif sehingga dagangan cepat habis dan dapat menjalin kerjasama mutualisme atau saling menguntungkan antar pedagang pasar. Setelah produk susu kedelai Pak Tono sudah banyak di kenal pasar terutama pasar Lasem, saat ini produksi mencapai 350-400 bungkus per hari, dengan jumlah pedagang yang disetor setiap harinya kurang lebih ada 30 pedagang. Selain menyetorkan produk ke pedagang Pak Tono juga menjual keliling untuk menghabiskan yang masih tersisa.

Menurut Pak Tono susu kedelai miliknya dapat bertahan hingga saat ini karena menggunakan bahan yang berkualitas. Bahan-bahan tersebut diantaranya kedelai yang bagus, gula pasir tanpa pemanis buatan, dan garam dapur. Dalam pengolahannya juga

---

<sup>5</sup> Observasi oleh peneliti di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang pada tanggal 12 September 2023.

tidak terlalu banyak air sehingga rasa sari kedelainya terasa kental dan gurih, ini yang menjadi ciri khas dari susu kedelai milik Pak Tono. Disaat harga bahan naik produksinya akan dilakukan hal yang sama tanpa mengurangi cita rasa khas dari susu kedelai miliknya, namu untuk menstabilkan harga dilakukan dengan mengurangi isi dari kemasanya.

Di tahun 2020 Pak Tono mulai berinisiatif memberikan label pada produknya ini dilakukan karena susu kedelai milik Pak Tono sering dapat undangan untuk mengikuti pameran-pameran UMKM yang di selenggarakan baik oleh Kecamatan maupun Kabupaten. Melalui kegiatan-kegiatan ini diharapkan dapat memperluas pasar.

Adapaun yang ingin dicapai oleh *home industry* susu kedelai milik Pak Tono di Desa Demaan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik usaha diketahui tujuannya yaitu:

- a. Untuk memperoleh dan mengoptimalkan keuntungan dari bisnis susu kedelai ini.
- b. Untuk meningkatkan ekonomi keluarga dan masyarakat.
- c. Untuk menciptakan lapangan kerja bagi mereka yang tidak memiliki atau belum memiliki pekerjaan.
- d. Untuk meningkatkan pemasaran dengan mengikuti pameran UMKM diharapkan dapat lebih di kenal masyarakat.

Sumber daya manusia, juga dikenal sebagai tenaga kerja, sangat penting untuk keberlangsungan suatu usaha. Tujuan perusahaan akan tercapai dengan adanya tenaga kerja. Dari hasil wawancara dengan Pak Tono sebagai pemilik usaha susu kedelai menjelaskan untuk dapat menyelesaikan 350-400 bungkus sehari maka di butuhkan karyawan untuk membantu dalam produksi. Karyawan yang di pilih Pak Tono bernama Ibu Rufiati, beliau merupakan ibu rumah tangga dan buruh tani. Dari latar belakang tersebut sehingga perlu dilakukan pelatihan lebih dalam membuat susu kedelai sehingga di hasilkan produk yang bagus dan berkualitas sesuai dengan ciri khas susu kedelai milik Pak Tono.

Pak Tono sebagai pemilik usaha susu kedelai menjelaskan bahwa saat ini *home industry* miliknya sudah mendaftarkan produk susu kedelai ke pada Menti Agama untuk mendapatkan sertifikat halal, dan saat ini tinggal menunggu hasilnya keluar. Dari hasil penjelasan tersebut dapat dipahami *home industry* susu kedelai Pak Tono berusaha memperluas pasar dan sasaran konsumen supaya



usahanya mengalami perkembangan dan produknya di kenal lebih luas oleh banyak orang.<sup>6</sup>

## B. Deskripsi Data Penelitian

Menurut temuan penelitian yang dilakukan peneliti di *home industry* susu kedelai milik Pak Tono khususnya dalam hal strategi pengembangan *home industry* melalui pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dapat diketahui strategi pengembangan *home industry* susu kedelai berbasis pemberdayaan masyarakat sebagai berikut yaitu:

### 1. Strategi pengembangan home industry susu kedelai berbasis pemberdayaan masyarakat di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang.

*Home industry* susu kedelai di Desa Demaan merupakan jenis usaha rumahan karena belum memiliki tempat produksi sendiri atau berada di rumah pemiliknya. Selain itu *home industry* susu kedelai di Desa Demaan jika dilihat dari modal dan jumlah pekerjanya hanya sedikit sedangkan produksinya masih menggunakan alat manual.

Setiap usahapasti memiliki rencana usaha atau strategi yang berbeda-beda, termasuk strategi yang di lakukan oleh usaha susu kedelai Pak Tono. Setelah peneliti melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi dengan pemilik, karyawan, pedagang pasar dan konsumen usaha susu kedelai. Berikut merupakan penjelasan dan analisis strategi yang relevan yang di terapkan oleh usaha susu kedelai Pak Tono.

#### a. Strategi melalui produk

Tujuan dari strategi pengembangan produk adalah untuk meningkatkan penjualan dengan meningkatkan atau mengubah produk atau jasa yang sudah ada saat ini. Dalam strategi produk, kadang-kadang ada banyak elemen yang berhubungan dengan produk yang dibuat. Desain, warna, bentuk, kemasan, dan fitur fisik produk lainnya. Selain itu, ini mencakup kebijakan mengenai harga produk yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, konsumen, dan perusahaan yang bertindak sebagai produsen dan penjual. Anda harus memikirkan apa yang perlu

---

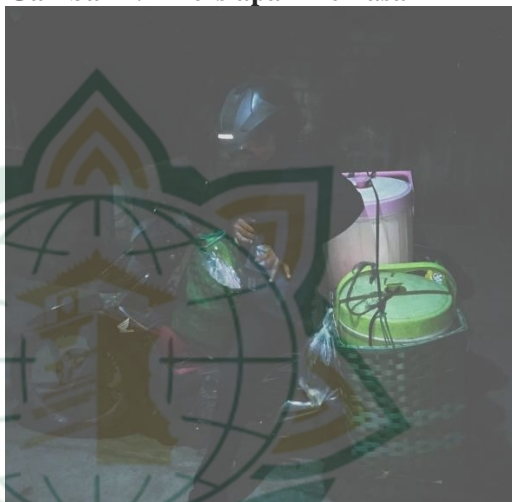
<sup>6</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023 , wawancara 1, trasnkip.

dilakukan untuk mengirimkan produk ke pelanggan dan bagaimana mendorong mereka untuk membelinya.

Berdasarkan penelitian dilapangan yang dilakukan peneliti selama penelitian diperoleh hasil temuan sebagai berikut:

- 1) Menjual produk dalam keadaan hangat dan *fresh*

**Gambar 4. 2 Persiapan Ke Pasar**



Produk susu kedelai selalu di produksi setiap hari di pagi hari sehingga pada saat di jual dalam keadaan masih hangat dan *fresh*. Produk yang selalu baru akan terasa nikmat dan dapat menghangatkan tubuh bila di minum di pagi hari.

Berdasarkan wawancara dengan Pak Tono pemilik *home industry* susu kedelai menjelaskan bahwa beliau setiap harinya memproduksi susu kedelai di mulai jam 12 malam, beliau bangun jam 24:00 WIB malam untuk menyelep kedelai yang sudah di rendam seharian, setelah di selep langsung di olah atau di masak menjadi susu sari kedelai. Kemudian 02:15 setelah susu kedelai jadi dan di diamkan beberapa menit langsung di lakukan pembungkusan sampai selesai. Jam 04:00 WIB Pak Tono membawa susu kedelai yang sudah di kemas ke pasar. Setelah jam 10:00 Pak Tono bergegas pulang dr pasar dan keliling menghampiri pedagang

yang di titipin susu kedelai untuk mengambil uang hasil jualan, kemudian jam 10:00 sampai rumah.<sup>7</sup>

Di perkuat dengan penuturan Ibu Rufiati karyawan beliau menjelaskan setiap jam 24:00 WIB beliau pergi kerumah Pak Tono untuk mengerjakan pekerjaanya hingga selesai kurang lebih jam 04:30 WIB setelah Pak Tono pergi ke pasar beliau menyelesaikan pekerjaanya untuk membersihkan semua peralatan yang telah di gunakan.<sup>8</sup>

- 2) Proses prosuksi menggunakan peralatan dapur dan manual dengan tenaga manusia.

#### **Gambar 4. 3 Produksi dengan Alat Sederhana**



Alat produksi yang digunakan *home industry* susu kedelai Pak Tono masih menggunakan alat-alat dapur dan di kerjakan secara manual dengan tenaga manusia. Karena *home industry* ini merupakan usaha rumahan dan pemiliknya merupakan ekonomi menengah ke bawah yang tidak memiliki modal atau aset untuk membeli alat canggih yang mahal.

Sebagaimana di sampaikan Pak Tono pemilik usaha, bahwa pembuatan susu kedelai di produksi secara sederhana menggunakan alat rumah tangga seperti pada umumnya ada baskom, dandang besar, manci dll dan proses produksi dilakukan secara manual deangan tenaga manusia. Pak Tono juga

---

<sup>7</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, trasnkip.

<sup>8</sup> Siti Rufiati (karyawan *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 2, trasnkip.

menjelaskan bahwa untung dari penjualan susu kedelai cukup mampu menggaji satu tenaga atau hanya dapat mengambil satu karyawan.<sup>9</sup>

- 3) Pengemasan menggunakan plastik yang di ikat karet atasnya agar produk susu kedelai tidak mudah tumpah dan lebih hemat.

#### Gambar 4. 4 Kemasan dengan Ikat Karet



Produk dengan kemasan plastik di ikat karet dengan rapat dapat dan rapi mampu mengurangi resiko tumpah dan kebocoran pada produk, ini akan menjaga kesegaran dan mutu produk tetap terjaga sehingga konsumen puas. Selain itu kemasan dengan di ikat karet lebih fleksibel dan hemat jika di banding dengan penutup permanen lainnya, ikatan karet jauh lebih mudah di buka dan di simpan ulang jika mereka ingin menyimpan untuk di konsumsi kemudian.

Sebagaimana penuturan Pak Tono pemilik *home industry*, bahwa pengemasan produk miliknya menggunakan plastik yang di ikat menggunakan karet cara ini di gunakan Pak Tono karena cara ini lebih aman dan paling mudah dilakukan sehingga akan lebih cepat menyelesaikan pembungkusan.

---

<sup>9</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, trasnkip.

Selain itu dengan ikat karet lebih hemat untuk digunakan sehingga bisa menstabilkan harga.<sup>10</sup>

- 4) Menciptakan varian rasa agar konsumen tertarik untuk membeli dengan rasa-rasa yang beda sehingga akan lebih banyak jumlah yang di beli.

**Gambar 4. 5 Membuat Varian Rasa**



Supaya produk lebih di minati maka perlu dilakukan inovasi atau memberikan tambahan yang tidak dapat dimiliki oleh pesaing, hal ini akan membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan memilih produkmu daripada produk lain. *Home industry* susu kedelai Pak Tono berinovasi memberikan varian rasa pada susu kedelainya, ada 4 varian rasa yang di pilih rasa original, rasa coklat, rasa melon dan strobery. Pilihan rasa ini di berikan untuk memikat konsumen apabila tidak suka rasa ini bisa mencoba atau memilih rasa lain, ini dapat menarik kosumen untuk memilih sesuai selera mereka dan memberikan nilai tambah pada produknya.

Sebagaimana di jelaskan Pak Tono pemilik *home industry*, bahwa usahanya hanya memproduksi satu produk saja yaitu susu kedelai, dan memiliki 4 varian rasa ada rasa coklat, rasa melon, dan rasa stroberi. Pemberian rasa di pilih karena beberapa orang tidak menyukai susu kedelai original selain itu juga untuk menarik konsumen agar mau untuk mencoba dan membeli produknya.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, trasnkip.

<sup>11</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, trasnkip.

Diperkuat penuturan dari Khusna Fadlina konsumen, bahwa dia sering membeli susu kedelai Pak Tono dan suka dengan varian rasa yang ada biasanya beli dua karena suka sama warna pink dan hijau atau rasa stroberi dan melon.<sup>12</sup>

- 5) Memberikan merek “Susu Kedelai Original” atau biasa orang mengenal merek ini di berikan agar pembeli lebih mengenal dan mengingat produk tersebut.

**Gambar 4. 6 Memasang Merek di Setiap Kemasan**



Pemberian merek atau label dalam kemasan merupakan bentuk identitas yang jelas dan supaya dikenal konsumen luas. Konsumen jadi dapat membedakan produk susu kedelai Pak Tono dengan yang lain dan memberikan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk.

Hasil wawancara dengan Pak Tono pemilik *home industry*, bahwa pemberian merek pada awalnya dikarenakan produk susu kedelai miliknya sering di undang kecamatan untuk mengikuti pameran UMKM dan untuk mengenalkan produknya maka di berikan label sehingga orang lain akan tau dan dapat membedakan susu kedelai miliknya dengan produk serupa lain.<sup>13</sup>

Diperkuat penuturan Ibu Khoiriyah pedagang pasar keliling, bahwa di pasar juga ada penjual susu kedelai yang lain biasanya juga membawa punya orang lain yang harganya lebih murah, namun beberapa konsumen tetap memilih milik Pak Tono yang ada cap mereknya.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> Khusna Fadlina (konsumen susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 13 September 2023, wawancara 4, transkrip.

<sup>13</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, transkrip.

<sup>14</sup> Khoiriyah (distributor/pedagang pasar *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 13 September 2023, wawancara 3, transkrip.

- 6) Menggunakan bahan berkualitas tanpa pengawet dan pemanis buatan dalam memproduksinya untuk menjaga kualitas produk.

*Home industry* susu kedelai Pak Tono menggubakan bahan-bahan yang berkualitas ini. Bahan yang berkualitas dapat memberikan rasa yang lebih lezat dan menyajikan cita rasa alami tanpa tambahan bumbu pemanis buatan atau pengawet. Dengan menggunakan bahan berkualitas dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena mereka akan merasakan perbedaan kualitas di banding dengan opsi lain di pasaran. Selain itu juga dapat membangun citra positif usaha dan pemilik sehingga mendapatkan kepercayaan pelanggan.

Sesuai penuturan Pak Tono pemilik *home industry*, bahwa produknya mampu bertahan hingga sekarang karena kualitas produknya yang bagus sari kedelainya yang kental dan rasa gurih manis tanpa meninggalkan rasa pahit di akhir. Ini karena bahan yang di gunakan yaitu yang berkualitas rasa manisnya menggunakan gula pasir 100 persen tanpa di tambah pemanis sehingga manisnya lebih enak dan dapat di bedakan sendiri oleh konsumen.<sup>15</sup>

Di perkuat penuturan Ibu Khoiriyah pedagang keliling, bahwa konsumen lebih memilih susu kedelai milik Pak Tono padahal juga membawa susu kedelai milik orang lain. Karena susu kedelai milik Pak Tono rasanya lebih khas dapat dibedakan dari sari kedelainya yang lebih kental dan rasanya terasa gurih dan manisnya enak.<sup>16</sup>

Di perkuat lagi dengan penuturan Khusna Fadlina konsumen, bahwa dia memilih susu kedelai Pak Tono karena rasanya enak lebih kental dari susu kedelai yang lain.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, trasnkip.

<sup>16</sup> Khoiriyah (distributor/pedagang pasae *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 13 September 2023, wawancara 3, trasnkip.

<sup>17</sup> Khusna Fadlina (konsumen susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 13 September 2023, wawancara 4, trasnkip.

Pemilik *home industry* susu kedelai harus lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan sehingga produk yang dibuat lebih di minati oleh pelanggan, produsen lebih mendasarkan pada premis-premis sebagai berikut:

- 1) Klien akan mempertimbangkan kualitas produk sebelum membelinya.
- 2) Konsumen memiliki pemahaman yang lebih baik tentang perbedaan kualitas dari berbagai jenis barang.
- 3) Konsumen selalu menginginkan barang berkualitas tinggi.
- 4) Produsen harus selalu mempertahankan kualitas untuk mempertahankan konsumen.

#### **b. Strategi Melalui Promosi atau Pemasaran**

Promosi adalah salah satu cara perusahaan dapat memengaruhi pelanggannya terhadap barang yang mereka buat. Segala cara untuk meningkatkan penjualan produk, termasuk iklan dan dana yang ada dalam konsep pemasaran, termasuk dalam promosi. Perusahaan mulai memahami bahwa pemasaran merupakan komponen terpenting untuk kesuksesan dalam berwirausaha, sehingga mereka tahu bahwa ada cara baru untuk terlibat di dalamnya.

Tujuan promosi penjualan adalah untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan atau meningkatkan penjualan. Promosi dirancang untuk menarik pembeli untuk membeli barang atau jasa yang diberikan. Untuk membuat pelanggan tertarik untuk membeli, promosi harus semenarik mungkin. Diperkirakan volume penjualan akan meningkat. *Merchandising* melibatkan komunikasi pemasaran yang membuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat dan pelanggannya dengan tujuan memberikan informasi, mengingat, dan mengidentifikasi.

Salah satu cara untuk menarik pelanggan adalah dengan menggunakan promosi, mempengaruhi dan membangkitkan keinginan pelanggan untuk mencoba produk yang ditawarkan. Dari hasil wawancara peneliti menemukan bahwa bentuk promosi yang dilakukan *home industry* susu kedelai sebagai berikut:



## 1) Promosi penjualan

Promosi penjualan adalah bentuk komunikasi antara produsen dan pembeli dengan tujuan membuat pembeli melakukan pembelian sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. *Home industry* susu kedelai menggunakan promosi penjualan sebagai berikut:

## a) Meletakkan merek di setiap kemasan

Pemberian merek merupakan sebagai tanda pengenal dan untuk membedakan produk susu kedelai milik Pak Tono satu dengan yang lainnya. Dengan memberikan merek dalam kemasan produk dapat memudahkan pemasaran. Merek yang di kenal luas dapat meningkatkan nilai dari produk tersebut tentunya di imbangi dengan kualitas yang bagus, sehingga konsumen nantinya akan berbagi pengalaman positif mereka kepada yang lain hal ini merupakan bentuk promosi gratis yang sangat efektif dalam penjualan.

Hasil wawancara dengan Ibu Khoiriyah pedagang pasar, bahwa merek susu kedelai Pak Tono sudah di kenal oleh pelangganya, sehingga pelangganya setiap membeli susu kedelai selalu memilih yang ada merek milik Pak Tono dan mereka secara alami akan merekomendasikan apa yang bagus kepada orang lain.<sup>18</sup>

Di perkuat penuturan Khusna Fadlina konsumen, bahwa dia memilik susu kedelai Pak Tono karena dari orang tuanya yang sering membeli dan dia mengetahui yang di beli itu mereknya sama dengan susu kedelai yang dijual Pak Tono.<sup>19</sup>

## b) Memberikan hadiah

Promosi dengan memberikan hadiah atau *reward* merupakan strategi jualan yang menarik membuat pelanggan tertarik untuk membeli

---

<sup>18</sup> Khoiriyah (distributor/pedagang pasar *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 13 September, wawancara 3, trasnkip.

<sup>19</sup> Khusna Fadlina (konsumen susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September, wawancara 4, trasnkip

produk yang di jual. Pada cara ini hadiah yang di terapkan Pak Tono adalah dengan memberi bonus kepada pelanggan setianya bonus itu berupa setiap membeli 2 produk akan di gratasi satu namun cara ini dilakukan Pak Tono jika pembeli datang langsung ke rumah kalau di pasar maka harga sudah sesuai ketentuan penjualan.

Sebagaimana penuturan Khusna Fadlina konsumen, bahwa harga susu kedelai Pak Tono Rp. 1.000.00 biasanya dia membeli 2 atau Rp. 2.000.00 tapi dikasih 3 yang satunya di berikan gratis. Namun bonus ini diberikan hanya ketika membeli kerumah langsung.<sup>20</sup>

## 2) Publisitas

Promosi melalui publisitas adalah untuk menarik konsumen melalui acara seperti pameran dan bakti sosial dan berbagai kegiatan lainnya. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan reputasi perusahaan. *Home industry* susu kedelai menggunakan promosi publisitas melalui mengikuti pameran UMKM yang di selenggarakan kecamatan dan kabupaten.

Sebagaimana disampaikan Pak Tono pemilik *home industry*, bahwa usahanya bergabung dalam kelompok UMKM dan beberapa kali di ambil kecamatan untuk mengikuti pameran UMKM dan ini di dimanfaatkan untuk mengenalkan produknya ke masyarakat luas.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Khusna Fadlina (konsumen susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 13 September 2023, wawancara 4, trasnkip

<sup>21</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, trasnkip.

## 3) Penjualan pribadi

**Gambar 4. 7 Penjualan Pribadi**

Dalam penjualan pribadi, penjual dan pembeli berbicara satu sama lain secara langsung. Tujuan penjualan ini adalah untuk memberikan rekomendasi produk kepada pelanggan dan meningkatkan pemahaman pelanggan tentang produk tersebut sehingga mereka berusaha untuk membeli barang tersebut. *Home industry* susu kedelai menggunakan promosi penjualan pribadi dengan cara menjual dagangannya ke pasar dan kontak langsung dengan pelanggan. sehingga produsen dapat dengan mudah memberikan penjelasan langsung tentang produk yang ingin dibeli pelanggan dan mendorong mereka untuk mencoba produk yang dijual.

Hasil wawancara dengan Pak Tono pemilik *home industry*, bahwa setiap jam 04:00 WIB berangkat ke pasar untuk menjual dagangan. Sesampainya di pasar menitipka/di setorkan produknya kepada pedagang keliling atau toko kelontong yang di lewati. Selain di setorkan juga berkeliling untuk menghabiskan yang tersisa.<sup>22</sup>

Di perkuat penuturan Ibu Khoiriyah pedagang keliling, bahwa mendapatkan produk susu kedelai di pasar dari Pak Tono langsung. Pak Tono

---

<sup>22</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, transkrip.

setiap harinya menemui pedagang-pedagang langganan di pasar untuk menitipkan produknya.<sup>23</sup>

### c. Strategi melalui harga

Dalam menentukan harga *home industry* susu kedelai juga sudah memperhitungkan modal yang dikeluarkan dan bagaimana agar mendapatkan keuntungan yang maksimal tanpa mengurangi kualitas cita rasa yang sebelumnya. Penentuan harga menjadi sangat penting karena tentunya banyak persaingan pasar yang mengharuskan kita bersaing harga dan yang menentuka harga adalah kualitas.

Sebagaimana penuturan dari Pak Tono pemilik *home industry*, bahwa dalam menentukan harga melalui perhitungan dari bahan-bahan yang digunakan. Seperti saat ini harga kedelai naik, kadang juga naik turun tapi sering naiknya kalau sudah naik jarang sekali turun. Di tambah lagi harga gula juga naik. Namun selama ini produk Pak Tono banyak di kenal karena isinya yang kental dan enak maka dengan tetap mempertahankan kualitas di lakukan pengurangan isinya agar harga dapat stabil dan mendapatkan kruntungan. Jika tidak dengan dikurangi isinya maka akan rugi dan jika dinaikkan harganya konsumen tidak mau.<sup>24</sup>

Di perkuat dengan penuturan Ibu Rufiati karyawan, bahwa sekarang harga kedelai dan gula naik, karena bosnya tidak ingin menaikkan harga maka isinya sekarang di kurangi soalnya kalau tidak begitu akan rugi.<sup>25</sup>

Hasil wawancara menunjukkan kesimpulan yang menjadi kendala dalam menentukan harga dalam produksi adalah harga bahan-bahan yang terus naik. Selain itu ada juga persoalan persaingan pasar yang menjual di bawah harga miliknya. Namun dalam menyikapi masalah tersebut Pak Tono yakin jika rizeki

---

<sup>23</sup> Khoiriyah (distributor/pedagang pasar *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 13 September 2023, wawancara 3, trasnkip..

<sup>24</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, trasnkip.

<sup>25</sup> Siti Rufiati (karyawan *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 2, trasnkip.

sudah ada yang ngatur, Pak Tono tetap mempertahankan kualitas susu kedelainya yang di kenal oleh konsumennya kental, manisnya pas dan enak.

Penuturan Pak Tono pemilik *home industry*, bahwa sebenarnya ada juga yang jual di pasar dengan harga di bawah miliknya. Tidak ingin menyaingi atau berniat menyaingi Pak Tono pasrah bahwa rizki sudah ada yang ngatur yang terpenting niat bekerja dan tetap mempertahankan kualitas.<sup>26</sup>

Di perkuat penuturan Ibu Khoiriyah pedagang pasar, bahwa beliau juga membawa susu kedelai lain selain milik Pak Tono yang harganya di bawahnya akan tetapi konsumen memiliki selera masing-masing. Harga dan kualitas yang di berikan sesuai, biasanya setiap hari di kasih 10 bungkus dan selalu habis.<sup>27</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Tono pemilik *home industry* susu kedelai dan Ibu Khoiriah pedagang di pasar. Bahwa harga produk susu kedelai yang di jual sesuai dengan kualitas yang di berikan meskipun ada yang lebih murah susu kedelai milik Pak Tono tetap menjadi pilihan bagi pelanggan setianya. Untuk mengetahui apakah harga susu kedelai yang di tentuka Pak Tono dapat di terima masyarakat dan bisa bersaing dengan harga pasar. Maka dapat di lihat dari jumlah penjualan setiap harinya dan tingkat kepuasan konsumen.

Penuturan Ibu Rufiati karyawan, bahwa setiap hari memproduksi kedelai 3kg yang setelah di olah dan di kemas menjadi 3 tremos besar dan 4 panci ukuran sedang. Satu tremosnya muat 80 bungkus kalau semuanya 350-400 bungkus dan setiap hari memproduksi sama tanpa adanya pengurangan.<sup>28</sup>

Di perkuat dengan penuturan Pak Tono pemilik *home industry*, bahwa setiap jam 04:00 WIB berangkat

---

<sup>26</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, trasnkip.

<sup>27</sup> Khoiriyah (distributor/pedagang pasar *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 13 September 2023, wawancara 3, trasnkip.

<sup>28</sup> Siti Rufiati (karyawan *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 2, trasnkip.

ke pasar dengan membawa 3 tremos besar dan ranjang dengan isian susu kedelai di dalamnya kurang lebih membawa 350 dari total jadi 350-400 bungkus karena juga nyisain untuk di jual di rumah. Dan setiap jam 10:00 pulang dari pasar dagangan sudah habis terjual.<sup>29</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat di ketahui Pak Tono dapat menjual 350 bungkus susu kedelainya membutuhkan waktu 6 jam dan langsung bisa membawa pulang hasil penjualan. Jika Pak Tono dapat dengan cepat menjual produknya berarti harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitas dan dapat di terima pasar.

Penuturan Khusna Fadlina konsumen, bahwa harga susu kedelai Pak Tono pas dan seesuai dengan kualitas produknya yang sari kedelainya kental.<sup>30</sup>

Dari hasil wawancara dapat di ketahui bahwa respon yang di tunjukkan konsumen sangat baik terhadap produk susu kedelai milik Pak Tono karena memang hasil penelitian menunjukkan susu kedelai Pak Tono banyak diminati konsumen. Pengamatan yang dilakukan peneliti juga menunjukkan bahwa banyak konsumen yang membeli. Ini berarti harga susu kedelai milik Pak Tono terjangkau di pasaran.

Strategi yang dilakukan *home industry* susu kedelai Pak Tono melalui harga dapat di ketahui melalui berikut:

- b. Konsisten dengan kualitas, jika pelanggan merasa puas dengan kualitas makan akan lebih bersedia membeli produk harga stabil daripada di bawahnya yang beresiko rendah kualitas.
- c. Mengurangi isi, dengan mengurangi isi merupakan cara yang efektif daripada menikkan harga yang membuat konsumen menganggap mahal.
- d. Mitra distribusi terpercaya, dengan bekerjasama dengan pedagang keliling lain di pasar yang sudah mengenal kualitas produk kita akan lebih menjaga

---

<sup>29</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, trasnkip.

<sup>30</sup> Khusna Fadlina (konsumen susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 13 September 2023, wawancara 4, trasnkip.

kelancaran pemasokan serta memberikan kontrol atas penawaran dan permintaan pasar.

**d. Strategi melalui tempat dan distribusi**

Perusahaan harus memiliki rencana untuk menjangkau pasar sasaran dan melakukan berbagai distribusi untuk menarik pelanggan supaya membeli barang yang dijual. Dalam pendistribusian *home industry* susu kedelai Pak Tono maka di butuhkan kejasama dengan dengan mitra yang memiliki jaringan luas dan pengalaman di bidang pemasaran. Jaringan yang kuat dengan mereka untuk memperluas jaringan pasar dan meningkatkan penjualan produk. Melalui pedagang pasar yang sudah memiliki latar belakang dan pengalaman di bidang pemasaran di harapkan dapat mempercepat penjualan susu kedelai Pak Tono karena produk ini tanpa pengawet sehingga harus terjual dalam sehari.

Penuturan Pak Tono pemilik *home industry*, bahwa Pak Tono sudah memiliki distributor toko kelontong dan pedagang keliling pasar kurang lebih ada 30 pedagang. Setiap jam 04:00 WIB berangkat ke pasar sekaligus setor produk ke pedagang kemudian jam 10:00 WIB pulang dan menghampiri lagi pedagang-pedagang untuk mengambil uang hasil penjualan produknya.<sup>31</sup>

Penuturan Ibu Khoiriyah pedagang pasar, bahwa beliau mendapatkan produk susu kedelai milik Pak Tono dari pasar dan di stori langsung oleh Pak Tono. Setiap hari di beri bagian 10 bungkus.<sup>32</sup>

Dalam memasarkan dan menjual produknya Pak Tono mendistribusikan produknya kepada pedagang kelontong dan pedagang-pedagang di pasar. Kemudian pedagang akan menjual produk susu kedelai kepada konsumennya. Selain pendistribusian melalui pedagang lain Pak Tono juga melakukan penjualan pribadi dengan keliling dan berjalan di rumah.

---

<sup>31</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, trasnkip.

<sup>32</sup> Khoiriyah (distributor/pedagang pasar *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 13 September 2023, wawancara 3, trasnkip.

Sesuai penuturan Pak Tono pemilik *home industry*, bahwa terkadang ada pedagang yang libur ke pasar maka produknya akan sisa maka Pak Tono akan menjualnya keliling pasar untuk menjual langsung kepada pengunjung pasar atau di jalan-jalan yang di lalunya. Selain itu Pak Tono tidak membawa semua bungkus susu kedelainya ke pasar biasanya di tinggal sekitar 50 bungkus dirumah karena tetangga ada yang rutin beli atau kadang lagi nyari.<sup>33</sup>

Diperkuat penuturan Khusna Fadlina Konsumen, bahwa dia mendapatkan susu kedelai dari rumah Pak Tono langsung.<sup>34</sup>

Dari hasil wawancara dengan Pak Tono pemilik *home industry*, susu kedelai di Desa Demaan dapat di ketahui untuk mempercepat proses pengiriman produk dari produsen ke pembeli melalui 2 bentuk pendistribusian yaitu:<sup>35</sup>

- 1) Produsen-pengecer-konsumen

#### **Gambar 4. 8 Pendistribusian Melalui Pengecer**



Disini pengecer membeli produk kepada produsen dalam jumlah banyak kemudian di pasarkan ke konsumen. Pemilik *home industry* susu kedelai melakukan pendistribusian dengan

<sup>33</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, trasnkip.

<sup>34</sup> Khusna Fadlina (konsumen susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 13 September 2023, wawancara 4, trasnkip

<sup>35</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada 12 September 2023, wawancara 1, trasnkip.



membawa produknya ke pasar kemudian di ecer kepada pedagang pasar atau agen tempat penyaluran yang di miliki. Baru setelah itu para pengecer tersebut yang tidak lain adalah pedagang pasar mengantar untuk menjual susu kedelai ke konsumen.

2) Produsen-konsumen

**Gambar 4. 9 Pendistribusian Langsung Kepada Konsumen**



Ini adalah saluran yang paling singkat. Tanpa menggunakan perantara, produsen bisa langsung mengantarkan barang yang di hasilkan kepada konsumen atau biasa di sebut saluran distribusi langsung. Dalam penjualan susu kedelai Pak Tono tidak membawa semuanya ke pasar, ada yang sengaja di tinggal untuk di jual di rumah. Karena di rumah juga banyak konsumen yang beli langsung.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan *home industri* didasarkan pada aspirasi masyarakat yaitu meningkatkan kualitas produk dengan menggunakan bahan baku yang sama seperti pertama kali dibuat, memberikan pelanggan dengan layanan pelanggan yang membantu, dan menawarkan harga dan insentif yang kompetitif.

## 2. Faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan home industry susu kedelai berbasis pemberdayaan masyarakat

Dalam pelaksanaan strategi pengembangan *home industry* susu kedelai di Desa Demaan tentunya terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi ketahanan strategi. Faktor-faktor tersebut ada yang sifatnya menghambat yang bisa disebut faktor penghambat dan faktor-faktor yang sifatnya mendukung yang disebut faktor pendukung. Adapun berikut merupakan faktor-faktor penghambat dan pendukung strategi pengembangan *home industri* susu kedelai di Desa Demaan:

### a. Faktor pendukung

Adapun faktor pendukung dalam keberlangsungan strategi pengembangan *home industry* susu kedelai di Desa Demaan adalah:

#### 1) Strategi produk

- a) Bahan baku yang mudah di dapat, pemilik *home industry home industry* tidak kesusahan mencari bahan baku untuk membuat kecipu, karena geografis Desa Demaan yang merupakan tanah subur dan Sebagian besar masyarakatnya merupakan petani palawija termasuk kedelai.<sup>36</sup>
- b) Citra rasa yang khas, citra rasa merupakan ciri yang membedakan produk satu dengan lainnya. *Home industry* susu kedelai Pak Tono memiliki citra rasa yang khas yaitu lebih kental, rasa yang gurih dan manisnya yang pas tanpa penggunaan pemanis tambahan.<sup>37</sup>
- c) Varian rasa yang banyak, melalui inovasi menambah varian rasa dari original ke rasa coklat, stroberi, dan melon. Membuat pelanggan penasaran untuk mencoba varian baru yang di berikan. Dan dalam *industry susu* kedelai Pak Tono inovasi ini menjadi pendukung bertambahnya jumlah penjualan, yang

---

<sup>36</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada , wawancara 1, trsnkip.

<sup>37</sup> Khusna Fadlina (konsumen susu kedelai), wawancara oleh penulis pada , wawancara 4, trsnkip

awalnya orang beli satu sekarang bisa beli 2-4 bungkus karena menyukai rasa yang lain juga.<sup>38</sup>

## 2) Strategi promosi

- a) Merek, merek dalam setiap produk merupakan sesuatu yang sangat penting untuk mengenali dan membedakan antar produk. Sedangkan untuk produsen label merupakan alat yang efektif untuk mengenalkan produknya ke pada masyarakat luas. *Home industry* susu kedelai mendapat bantuan dari UMKM untuk memberikan label dalam kemasan produknya.<sup>39</sup>
- b) Publisitas, publisitas yang dilakukan *home industry* susu kedelai Pak Tono adalah dengan mengikuti pameran UMKM, pameran perlu dilaksanakan untuk meningkatkan citra Perusahaan. *Home industry* susu kedelai Pak Tono sangat terbantu oleh pihak kecamatan yang selalu mengusulkan susu kedelainya menjadi salah satu produk yang di ikutkan pameran.

## 3) Strategi harga

Nilai produk, yang dimaksud nilai produk merupakan nilai tambah atau keunggulan produk atau layanan anda ke pada pelanggan di bandingkan dengan pesaing lainnya. Kualitas produk *home industry* susu kedelai Pak Tono memiliki nilai tambah produknya kental dan tanpa obat pemanis. Maka harga tidak akan terlihat mahal jika memiliki kualitas yang baik di banding produk serupa lainnya.<sup>40</sup>

## 4) Strategi distribusi

- a) Pengalaman, pengalaman menjadi faktor yang sangat mendukung dalam keberhasilan proses. Pengalaman yang di miliki pemilik *home industry* susu kedelai pada saat masih kecil sudah terbiasa membantu orang tuanya berjualan dan di saat remaja sebelum nikah memiliki pengalaman bekerja di bahan bangunan. Jadi untuk menjual dan menawarkan dagangan

---

<sup>38</sup> Khusna Fadlina (konsumen susu kedelai), wawancara oleh penulis pada , wawancara 4, trasnkip

<sup>39</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada , wawancara 1, trasnkip.

<sup>40</sup> Khoiriyah (distributor/pedagang pasar *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada , wawancara 3, trasnkip.

bukan hal pertama dan bukan hal yang sulit untuk Pak Tono.<sup>41</sup>

- b) Kerjasama dengan pedagang pasar, kerjasama merupakan kegiatan mutualisme antara pemilik *home industry* susu kedelai dengan pedagang di pasar. Pak Tono menitipkan barang dagangannya kepada pedagang dengan memberikan upah per bungkusnya. Selain itu di pasar antar penjual saling membantu Pak Tono tak jarang membantu membawakan titipan dari pedagang satu untuk di berikan ke pedagang satunya dan sebaliknya.<sup>42</sup>

b. Faktor penghambat

Adapun komponen yang menghambat strategi pengembangan *home industry* susu kedelai di Desa Demaan adalah:

1) Strategi produk

- a) Produk tidak tahan lama, Kendala pemasaran yang dialami *home industry* susu kedelai di Desa Demaan dalam pemasaran produk susu kedelai yang memiliki masa simpan yang pendek. Dengan hal tersebut menghasruskan produk susu kedelai habis dalam sehari. Sehingga apa bila pada hari itu ada pedagang atau pengecer yang libur susu kedelainya akan lebih maka Pak Tono akan berusaha mejualnya hingga habis semua di hari itu.

- b) Keterbatasan modal, kurangnya modal dapat menghambat dalam meningkatkan kapasitas produk. *Home industry* susu kedelai merupakan usaha rumahan yang tidak memiliki modal besar untuk mengembangkan usahanya. Untung dari penjualan juga tidak banyak yang sekedar cukup untuk memenuhi kehidupan sehari-hari.<sup>43</sup>

2) Strategi promosi

- a) Belum memanfaatkan sosial media untuk promosi, media sosial merupakan tempat yang efektif untuk

---

<sup>41</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada , wawancara 1, trasnkip.

<sup>42</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada , wawancara 1, trasnkip.

<sup>43</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada , wawancara 1, trasnkip.

memasarkan semua produk ada jasa. Apalagi di zaman milenial hamper semua orang anak-anak, remaja, tua dan muda semua memiliki akun media sosial. Di tambah orang-orang lebih suka mencari dan membeli produk yang di inginkan melalui media sosial tinggal ketik di pencarian keluar hasil dan langsung pesan secara online. *Home industry* susu kedelai d Desa Demaan belum memanfaatkan media sosial ini untuk mempromosikan produknya.

Persaingan diantara anggota industry yang sama. Susu kedelai merupakan minuman sehat yang suah banyak di produksi oleh industri minuman lain. Di pasar tempat Pak Tono menjual produknya juga bukan hanya ada susu kedelai miliknya saja melainkan ada susu kedelai merek lain. Sehingga Pak Tono harus memberikan kualitas yang lebih baik supaya produknya mampu bertahan dan bersaing di pasaran.<sup>44</sup>

### 3) Strategi harga.

Harga menjadi ukuran konsumen untuk membeli sesuai kemampuannya. *Home industry* susu kedelai di Desa Demaan menjual produknya dengan harga Rp 1.000,00 harga yang di tawarkan ini merupakan hasil riset dari pengalaman selama berjualan dan kemampuan daya beli konsumennya. Namun saat ini harga bahan-bahan semakin naik sehingga modal yang harus di keluarkan bertambah, sedangkan harga tidak bisa di naikkan karena akan membuat konsumen keberatan untuk membeli produknya. Maka Pak Tono mengakalinya dengan mengurangi isi tanpa menurunkan kualitas produk sehingga tetap dapat menjual dengan harga sama dan masih dengan citra rasa sama atau tidak berubah.<sup>45</sup>

### 4) Strategi distribusi

Lokasi jauh yang jauh dari pusat pasar, *Home industry* susu kedelai terletak di Desa Demaan yang mana Desa Demaan merupakan Desa yang jauh dari

---

<sup>44</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada , wawancara 1, transkrip.

<sup>45</sup> Siti Rufiati (karyawan *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada , wawancara 2, transkrip.

pusat pasar dan pembelanjaan. Daya beli masyarakat juga rendah, sehingga Pak Tono lebih suka memasarkan produknya ke Pasar Lasem yang jaraknya sekitar 35menit dari rumah produksi. Jarak rumah produksi dengan pasar lumayan jauh mengakibatkan memakan waktu, dan biaya transportasi lebih.<sup>46</sup>

## C. Analisis Data Penelitian

### 1. Strategi Pengembangan Home Industry Susu Kedelai di Desa Demaan Kecamatan Gunem Kabupaten Rembang

Menurut Adams, pemberdayaan berarti cara yang digunakan oleh individu, kelompok, atau masyarakat untuk memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan mereka dan mengendalikan lingkungan mereka, sehingga mampu bekerja dan saling membantu untuk mencapai tujuan yaitu mendapatkkn kualitas maksimal. dari kehidupan.<sup>47</sup>

Dalam Islam, pemberdayaan didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk meningkatkan keadaan masyarakat. Dari perspektif Islam, pemberdayaan adalah proses yang tak henti-hentinya yang bertujuan untuk mengubah manusia untuk menjadi lebih baik dan lebih terarah. Dalam surah Ar-Rad ayat 11, Al-Qur'an menyatakan hal ini:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, hingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”.

Ini menunjukkan bahwa jika kita ingin melakukannya kita harus melakukan perubahan dengan kesadaran kita sendiri. Pemberdayaan masyarakat adalah gagasan bahwa perubahan diperlukan agar masyarakat dapat berkembang dan menjadi masyarakat yang memiliki kemandirian Selain itu, pemberdayaan membutuhkan tindakan nyata atau tindakan untuk melaksanakannya.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Sutono (pemilik *home industry* susu kedelai), wawancara oleh penulis pada , wawancara 1, transkrip.

<sup>47</sup> Ulfi Putra Sany, ‘Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Al Qur’an’, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 39.1 (2019), 32 <<https://doi.org/10.21580/jid.v39.1.3989>>. 34.

<sup>48</sup> Sany, ‘Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Al Qur’an’. 32.

*Home industry* susu kedelai atau usaha rumahan dapat menjadi bentuk pemberdayaan masyarakat yang sangat bermanfaat. Dengan terlibat dalam wirausaha dapat mengembangkan keterampilan baru atau mempertajam keterampilan baru. Hal ini tidak hanya meningkatkan kemampuan individu secara personal melainkan juga dapat meningkatkan daya saing berkelanjutan dalam usaha. Dengan modal yang terjangkau dan resiko yang lebih rendah daripada bisnis skala besar sehingga mendorong pemilik usaha untuk mengembangkan bisnis susu kedelainya.

Dengan berkembangnya *home industry* susu kedelai di Desa Demaan banyak keuntungan yang diperoleh, seperti kemandirian masyarakat, jika usaha dapat terus berkembang maka akan menjadi usaha besar yang akan memberikan kesempatan individu di lingkungan sekitar untuk membuka lapangan kerja dan menambah penghasilan. Ini menjadi bermanfaat bagi mereka yang sulit mendapatkan pekerjaan.

karena *home industry* memberikan efek yang sangat signifikan dalam peningkatan perekonomian umum. Dengan adanya *home industri*, diharapkan pertumbuhan ekonomi masyarakat dapat mencapai tujuan tepatnya dalam konteks meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat.<sup>49</sup>

Pemberdayaan ekonomi dikenal sebagai peningkatan kontrol atas distribusi dan pemasaran, serta peningkatan kepemilikan komponen produksi, memberi kesempatan kepada masyarakat untuk memperoleh kompensasi yang layak, dan peningkatan masyarakat untuk mendapatkan informasi, pengetahuan dan keterampilan, apa yang perlu dilakukan dalam berbagai aspek, dalam hal ini mengacu pada program seperti pelatihan, pembinaan dan pendampingan.<sup>50</sup>

Secara umum, tujuan Pembangunan *home industry* adalah untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara adil dan merata dengan memanfaatkan dana, sumber daya alam, dan hasil pertanian, sambil mempertahankan keseimbangan dan kelestarian lingkungan hidup, serta pertumbuhan ekonomi yang secara bertahap meningkat untuk menciptakan basis pertumbuhan ekonomi yang lebih kuat dan luas secara umum, serta menciptakan nilai tambahan, terutama untuk kemajuan sektor industri.

---

<sup>49</sup> Riyansyah, Amin, and Aziz. 68.

<sup>50</sup> Afriyani. 85-86.

Penjelasan mengenai peluang memperkuat ekonomi masyarakat melalui usaha kecil atau *home industry* bergerak dalam tiga bidang jenis-jenis usaha, yaitu bidang usaha produksi, barang dan jasa.<sup>51</sup>

a. Bidang usaha produksi

Ini mencakup manajemen sumber daya alam, produk pertanian dan peternakan, serta pengolahan bahan mentah menjadi produk siap pakai. Lokasi, pilihan lokasi, kualitas, desain, dan kreativitas dalam pengembangan produk, serta menjaga hubungan baik dengan pemasok dan distributor dalam pengelolaan lini produk bisnis. Contoh industri produksi seperti pembuatan tas, makanan, sepatu, dan sebagainya.

b. Bidang usaha perdagangan

Bidang ini terdiri dari dua bagian: bisnis ritel dan bisnis distributor. Bisnis ritel terdiri dari retail toko dan retail tidak bertoko. Toko ritel termasuk toko serba ada seperti toko kelontong, supermarket, dan department store. Sedangkan retail out of store seperti pedagang kaki lima, sales (penjualan produk melalui distribusi katalog) dan lain-lain. Bisnis distribusi mencakup bisnis pengiriman produk, penjualan produk ke pabrik, dan transaksi truk.

c. Bidang usaha jasa

Mereka mencakup layanan konstruksi seperti pemasangan AC, penyewaan alat konstruksi, pembangunan gedung dan instalasi listrik, perbankan, asuransi, properti, transportasi, dan pengiriman (JNT, JNE, TIKI), perawatan kesehatan, layanan profesional dan lain-lain.

*Home industry* susu kedelai di Desa Demaan Kecamatan Gunem sudah berdiri dari tahun 2010. Usaha yang didirikan oleh Pak Tono ini merupakan jenis usaha produksi, yang mana memproduksi barang mentah dari produk pertanian berupa kedelai menjadi minuman sehat yang bisa langsung di konsumsi. Industri makanan adalah salah satu jenis bisnis yang dapat berkembang dengan cepat dan kadang-kadang juga bisa rugi cepat, tergantung pada seberapa baik industri rumahan menjalankan bisnisnya.. Oleh karena itu srtaregi perlu dilakukan di berbagai aspek sehingga dapat berjalan sesuai dengan tujuan.

---

<sup>51</sup> Ananda and Rafida. 6-10.



Strategi adalah istilah yang mengacu pada sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan. Rencana strategis sangat bergantung pada pengaturan untuk mencapai tujuan jangka panjang di masa depan. Karena strategi adalah rencana yang akan terjadi di masa depan dan belum dilaksanakan, itu disebut sebagai strategi bentuk.. Namun, jika diimplementasikan maka disebut strategi yang tercapai. Strategi juga berarti media, seperti strategi menjual produk di pasar<sup>52</sup>

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah cara untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan memberikan penjelasan tentang apa yang telah dicapai, di mana fokus, dan bagaimana sumber daya dan aktivitas akan dialokasikan ke setiap produk pasar untuk menghadapi potensi serta tantangan lingkungan dan memperoleh keuntungan. keunggulan atas pesaing.

Pada suatu pemberdayaan tentunya harus ada rencana strategi pemberdayaan yang dibuat guna memberdayakan masyarakat. Strategi yang dilakukan Pak Tono dengan memberikan kepada masyarakat pelatihan, dan keterampilan. Dalam pemberdayaan ini strategi yang dilakukan Pak Tono adalah strategi aras mikro, seperti yang dijelaskan Edi Suharto.<sup>53</sup> Strategi arus mikro mendorong klien secara individu melalui pendampingan dan konseling, *management stres* dan intervensi bencana dengan tujuan melatih klien untuk melakukan pekerjaannya. Metode ini dikenal sebagai pendekatan berpusat pada tugas. Dengan demikian, peneliti mencapai kesimpulan bahwa strategi yang digunakan oleh Pak Tono bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan kerja karyawan agar mereka lebih produktif dan efektif dalam menjalankan tugas-tugas mereka. Lalu arus mezzo yaitu strategi guna menumbuhkan pengetahuan serta keterampilan dan sikap klien sehingga mereka dapat memecahkan permasalahannya secara mandiri yakni dengan cara memberikan pendidikan, pelatihan dan dinamika kelompok. Bapak Tono memberikan pelatihan kepada karyawan nya dalam membuat susu kedelai yang kemudian dari skill membuat susu kedelai, karyawannya dapat bertahan hidup mandiri dan tidak bergantung kepada orang lain.

---

<sup>52</sup> Bakhri, Aziz, and Khulsum. 64.

<sup>53</sup> Suharto. 66-67.

Hal ini selaras dengan tujuan *home industry* dengan memberikan pelatihan kepada karyawan perusahaan diharapkan dapat menciptakan lebih banyak pekerjaan, terutama untuk menampung tenaga kerja baru dan menghasilkan lebih banyak penghasilan bagi keluarga atau masyarakat. Oleh karena itu, usaha kecil juga dianggap sebagai usaha produksi berskala besar dengan tujuan utama meningkatkan nilai tambah total perekonomian rumah tangga.<sup>54</sup>

Selanjutnya strategi pengembangan *home industry* susu kedelai berbasis pemberdayaan di Desa Demaan, Adapun strategi yang dilakukan Pak Tono pemilik *home industry* susu kedelai yaitu dengan mempertahankan produk berkualitas tinggi dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dan distributor, memberikan penawaran harga yang seimbang dengan produk yang di jual, dan melakukan promosi untuk memperluas pasar.

Usaha perlu dilakukan pengembangan ini merupakan proses untuk meningkatkan pekerjaan atau usaha saat ini dan yang akan datang cara meningkatkan luas usaha, kualitas, dan kuantitas produksi kegiatan ekonomi dengan mendorong pikiran, kekuatan, dan tubuh untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi pengembangan perusahaan yang dapat dilakukan oleh seorang pengusaha menurut Abas Sunarya dkk yaitu melalui strategi produk, strategi promosi, strategi harga/penjualan, dan strategi distribusi/tempat.<sup>55</sup>

#### a. Strategi produk

Menurut Abas Sunarya, strategi produk adalah upaya untuk meningkatkan penjualan dengan meningkatkan atau mengubah layanan yang sudah ada. Strategi ini tidak hanya berkaitan dengan barang yang dipasarkan, tetapi juga dengan atribut seperti merek, label, dll.<sup>56</sup>

Strategi produk yang dilakukan *home industry* susu kedelai di Desa Demaan, yaitu dengan:

##### 1) Menjual produk dalam keadaan hangat dan *fresh*

Dari hasil penelitian di *home industry* susu kedelai, pak Tono memproduksi susu kedelai setiap hari,

---

<sup>54</sup> Suparyanto. 178.

<sup>55</sup> Abas Sunarya dkk, *Kewirausahaan*, Cet. 1 (yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) <<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=154967>>. 240-141.

<sup>56</sup> Abas Sunarya dkk, *Kewirausahaan*. 240.

proses produksi dimulai jam 24:00 WIB hingga jam 04:00 WIB dan langsung dipasarkan sehingga produk miliknya setiap hari selalu di jual dalam kondisi baru dan hangat. Kemudian setiap jam 10:00 WIB pulang dari pasar dengan dagangan yang sudah habis terjual.

Sebagaimana ditegaskan bahwa minuman susu kedelai merupakan minuman yang memiliki gizi tinggi cocok di konsumsi tua dan muda. Ketika disajikan dalam kondisi hangat dapat memberikan kesegaran rasa lebih nikmat karena aroma alami keluar dengan baik sehingga meningkatkan pengalaman mengkonsumsinya.<sup>57</sup>

Salah satu temuan lain dari artikel Halodoc adalah bahwa susu hangat mengandung banyak asam amino yang menghasilkan serotonin dan melatonin, dan bahwa meminum susu dalam keadaan hangat membantu pencernaan. Kedua bahan ini dapat menyembuhkan insomnia.<sup>58</sup>

- 2) Proses produksi menggunakan alat-alat dapur dan manual tenaga manusia

Alat produksi yang digunakan *home industry* susu kedelai Pak Tono masih menggunakan alat-alat dapur dan di kerjakan secara manual dengan tenaga manusia. Karena *home industry* ini merupakan usaha rumahan dan pemiliknya merupakan ekonomi kelas menengah kebawah yang tidak memiliki aset atau modal untuk membeli alat canggih yang mahal. Proses produksi secara sederhana menggunakan alat rumah tangga seperti pada umumnya ada baskom, dandang besar, manci dll dan proses produksi dilakukan secara manual dengan tenaga manusia. Karena untung dari penjualan susu kedelai cukup mampu menggaji satu tenaga atau hanya dapat mengambil satu karyawan.

Dalam menjalankan proses bisnis, diperlukan pengelolaan yang baik untuk tercapainya tujuan Perusahaan atau industry. Salah satunya adalah pengelolaan dalam produksi seperti alat dan tenaga.

---

<sup>57</sup> Sholichah Rohmani, Adi Yugatama, and Fea Prihapsara, 'Inovasi Minuman Sehat Berbahan Kedelai Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Melalui Wirausaha Di Kabupaten Sukoharjo', *Agro Kreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2018 <<https://core.ac.uk/download/pdf/230424876.pdf>>. 69.

<sup>58</sup> 'Susu Dingin Dan Hangat, Lebih Baik Mana?', *Halodoc*, 2018 <<https://www.halodoc.com/artikel/susu-dingin-dan-hangat-lebih-baik-mana>>. 1.

Penggunaan alat dapur dengan proses secara manual dapat memberikan sentuhan dan rasa yang lebih khas. Produksi secara manual dengan tenaga manusia cocok dilakukan oleh usaha dengan skala kecil karena dapat menghemat biaya produksi.<sup>59</sup>

### 3) Pengemasan menggunakan plastik yang di ikat karet

Pengemasan susu kedelai milik Pak Tono menggunakan plastik bening yang di ikat dengan karet. Kemasan ini dipilih Pak Tono karena caraini paling aman dan mudah dilakukan sehingga akan lebih cepat selesai. Selain itu pertimbangan lain bungkus plastik mudah di dapatkan dan mempertimbangkan modal, pengemasan plastik yang di ikat karet di nialai lebih hemat biaya.

Nyoman dan Suriasih, ,menjelaskan produk dengan kemasan plastik di ikat karet dengan rapat dapat dan rapi mampu mengurangi resiko tumpah dan kebocoran pada produk, ini akan menjaga kesegaran dan mutu produk tetap terjaga sehingga konsumen puas. Selain itu kemasan dengan di ikat karet lebih fleksibel dan hemat jika di banding dengan penutup permanen lainnya, ikatan karet jauh lebih mudah di buka dan di simpan ulang jika mereka ingin menyimpan untuk di konsumsi kemudian.<sup>60</sup>

### 4) Menciptakan varian rasa

Berdasarkan hasil penelitian *home industry* susu kedelai di Desa Demaan hanya memproduksi satu jenis minuman yang memiliki empat varian rasa, yaitu rasa original, rasa melon, rasa stroberi dan rasa coklat. Varian rasa ini di ciptakan untuk menarik konsumen supaya tertarik untuk mencoba produknya, selain itu pemberian rasa juga di dasarkan pertimbangan beberapa konsumen yang tidak menyukai susu kedelai yang original. Dan strategi ini berhasil menarik pelanggan untuk membeli

---

<sup>59</sup> Yuyun Yuniarsih dan Enok Risdayah, 'Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry', *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 2021 <<http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/tamkin/article/view/24238>>. 42.

<sup>60</sup> I Nyoman Sucipta and Ketut Suriasih, *Pengemasan Pangan Kajian Pengemasan Yang Aman, Nyaman Dan Efektif*, Pertama (Denpasar Bali: Udayana University Press, 2017) <[https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_penelitian\\_1\\_dir/0bf4eea8bc820ac73885fd9b6d954532.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/0bf4eea8bc820ac73885fd9b6d954532.pdf)>. 24.

lebih dari satu varian karena keinginan untuk merasakan pilihan rasa yang lainya.

Sesuai dengan penjelasan Perwitasari, bahwa melakukan perubahan dalam penambahan varian rasa. Membuat tampilan produk terlihat lebih menarik sehingga dapat menambah kepuasan pelanggan karena mereka memiliki lebih banyak pilihan yang sesuai dengan preferensi masing-masing. Dengan inovasi rasa juga dapat meningkatkan persaingan dalam penjualan, menawarkan produk dengan unik dan menarik dalam hal rasamnya. Maka akan menciptakan keunggulan kompetitif brandmu di banding brand lain yang sejenis.<sup>61</sup>

#### 5) Menciptakan merek

menciptakan merek atau label dalam kemasan merupakan bentuk identitas yang jelas dan supaya di kenal konsumen luas. Konsumen jadi dapat membedakan produk susu kedelai Pak Tono dengan yang lain dan memberikan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Pemberian merek dilakukan Pak Tono karen aproduknya beberapa kali di ikutkan dalam pameran di kecamatan, supaya produknya dapat di keali masyarakat luas maka diberikan merek. Di perkuat dengan pernyataan distributor bahwa produk susu kedelai mudah di ketahui kkonsumen karena da mereknya dalam setiap kemasan.

Pemberian merek dalam setiap kemasan produk dapat membantu pelakau usaha untuk mengenalkan lebih luas produk yang dimiliki. Merek mengkadi cara untuk membedakan produkmu dari pesaing dan mudah di kenali oleh konsumen. Ketika merek sudah banyak di kenal maka akan memberikan rasa percaya kepada konsumen, konsumen akan cenderung lebih menyakini kualitas produk tersebut.<sup>62</sup>

#### 6) Menggunakan bahan berkualitas

Untuk dapat membangun citra positif suatu produk dapat dilakukan dengan penggunaan bahan yang

---

<sup>61</sup> Perwitasari, 'Branding Produk Label Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Daya Tarik Pemasaran Pada UMKM Renggingan Di Kelurahan Pakistaji Wonoasih Kota Probolinggo', *Jurnal Abdi Panca Mara*, 2021. 21.

<sup>62</sup> Teng Berliantry and Agustina Balik, 'Pentingnya Penggunaan Merek Produk Makanan Ringan (Keripik) Bagi Masyarakat', *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia*, 2022. 50-58.

berkualitas. Dari hasil penelitian *home industry* susu kedelai milik Pak Tono mampu bertahan dan di minati banyak konsumen hingga sekarang salah satunya karena penggunaan bahan yang berkualitas. Pak Tono konsisten mempertahankan cita rasa produknya menggunakan kedelai yang bagus dan rasa manisnya menggunakan gula pasir tanpa mencampurkan dengan pemanis lain dan takaran garam yang pas, tanpa bahan pengawet. Penggunaan pemanis yang murni menggunakan gula pasir inilah yang membuat rasanya lebih enak karena tidak meninggalkan rasa pahit di akhir.

Keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh kualitas produk. Produk yang dijual kepada pelanggan harus benar-benar teruji dan berkualitas terbaik. Untuk menarik pembeli, produk dibuat semenarik mungkin. Ini karena ketika ada produk yang serupa tetapi kualitasnya berbeda, pembeli akan lebih tertarik membeli produk yang lebih baik, meskipun harganya lebih mahal, Konsumen akan tetap membelinya karena mereka senang dan puas dengan nilainya.<sup>63</sup>

Temuan berikutnya penelitian Syaeful dkk, bahwa menjaga kualitas produk dengan menggunakan bahan berkualitas menjadi poin penting dalam produksi dan pemasaran. Konsumen lebih suka dengan produk yang rasanya enak daripada produk harga murah tetapi mendapatkan produk dengan rasa biasa saja.<sup>64</sup>

b. Strategi promosi

Cara paling efektif untuk menarik dan menarik perhatian pelanggan adalah promosi. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah untuk memberi tahu pelanggan tentang berbagai jenis produk yang dijual dan mencoba menarik pelanggan baru.<sup>65</sup>

Cara untuk membuat produk *home industry* lebih dikenal masyarakat luas adalah dengan membangun dan

---

<sup>63</sup> Kamaludin and Sulistiyono, 'Kalitas Produk Sebagai Faktor Penting Dalam Pemasaran Ekspor Pada PT. Eurogate Indonesia', 2022 <<https://media.neliti.com/media/publications/296742-kualitas-produk-sebagai-faktor-penting-d-1fbfb443.pdf>>. 40.

<sup>64</sup> Syaeful Bakhri, Aabdul Aziz, and Umi Khulsum, 'Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit.70.

<sup>65</sup> Sunarya, dkk, *kewirausahaan*. 257.

memperluas bisnis mereka. Promosi yang dilakukan *home industry* susu kedelai di Desa Demaan berjualan langsung dengan memberikan merek dalam setiap kemasan supaya identitas produknya lebih di ketahui konsumen dan juga untuk membedakan produknya dengan yang lain. Selain itu promosi juga dilakukan *home industry* susu kedelai di Desa Demaan dengan mengikuti event-event seperti mengikuti pameran UMKM yang di selenggarakan oleh pemerintah setempat.

Strategi promosi yang dilakukan *home industry* susu kedelai di Desa Demaan dengan melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

1) Promosi penjualan

Promosi penjualan adalah cara untuk memenuhi target penjualan dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.<sup>66</sup>

*Home industry* susu kedelai di Desa Demaan menggunakan promosi penjualan sebagai berikut:

a) Meletakkan merek di setiap kemasan

Mengenalkan produk ke masyarakat luas dapat dilakukan dengan memberikan merek di setiap kemasan produk. Dari hasil penelitian *home industry* susu kedelai di Desa Demaan memasang merek di setiap kemasan produknya. Hal ini dilakukan agar pelangganya tau bahwa ini produk susu kedelai milik Pak Tono sehingga memudahkan pelanggan untuk mengenali dan membedakan produknya dengan produk serupa lainnya.

Sebagaimana dijelaskan Evi Nur Aini dimana kemasan dan merek memengaruhi pilihan pembeli untuk membeli suatu barang, apalagi suatu produk yang sudah memiliki citra merek yang baik di masyarakat. Ini menunjukkan bahwa persepsi merek perusahaan sangat memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli barang.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> Rico Ilham Sutrisno and Didit Darmawan, 'Pengaruh Promosi Penjualan, Diversifikasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 2 (2022) <<https://mada.indonesianjournals.com/index.php/mada/article/view/15/15>>. 4.

<sup>67</sup> Evi Nur Aini, 'Pengaruh Citra Merek Dan Kemasan Ramah Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Starbucks Di Surakarta)', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 11 No (2022). 11.

b) Memberikan hadiah atau *reward*

Pemberian hadiah atau *reward* merupakan strategi jualan yang sangat menarik untuk konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, Pak Tono selaku pemilik *home industry* susu kedelai oranya dermawan tak jarang beliau memberikan bonus kepada pelangganya. Seperti konsumen yang membeli kangsung kerumah yang seharusnya Rp. 2.000,00 dapat 2 Pak Tono memberikan bonus 1, jadi beli Rp. 2.000,00 dapat 3. Sehingga konsumen merasa senang dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Pemberian hadiah kepada pelanggan merupakan strategi promosi kepada konsumen. Pemberian hadiah dapat menumbuhkan rasa setia pelanggan kepada *home industry* dan menarik pelanggan baru, meningkatkan penjualan dan keuntungan bisnis. Ini juga dapat menjadi cara untuk menunjukkan rasa terima kasih dan promosi pelanggan.<sup>68</sup>

## 2) Publisitas

Promosi melalui publisitas ini merupakan cara untuk menarik pelanggan melalui acara seperti pameran dan acara sosial lainnya yang dapat meningkatkan citra perusahaan. Dari hasil penelitian *home industry* susu kedelai di Desa Demaan juga melakukan promosi penjualan melalui pameran UMKM, beberapa kali *home industry* susu kedelai milik Pak Tono di minta Kecamatan untuk mengikuti pameran UMKM. Hal ini juga di manfaatkan Pak Tono untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat yang lebih luas.

kegiatan promosi/pameran produk merupakan proses edukasi bagi UKM yang dapat memberikan inspirasi untuk meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan jaringan pemasaran. Dengan mengikuti pameran memberikan kesempatan untuk mengenalkan merek kepada khalayak lebih luas, sehingga konsumen lebih familiar dengan produk yang dijual. Dapat juga mejalin hubungan dengan para pengunjung pameran dan

---

<sup>68</sup> Mahfudillah. 128.



berpotensi mendapatkan pelanggan baru atau bahkan kerjasama bisnis yang menguntungkan.<sup>69</sup>

### 3) Penjualan pribadi

Berdasarkan hasil temuan penelitian Pak Tono sebagai pemilik *home industry* susu kedelai melakukan penjualan secara pribadi, beliau setiap jam 04:00 WIB berangkat ke pasar untuk mensetorkan produknya kepada pedagang kelontong dan pedagang keliling di pasar. Kegiatan ini membuat Pak Tono dapat bertatap muka langsung dengan konsumen maupun distributornya. Sehingga Pak Tono mudah memberikan penjelasan langsung tentang produk yang dijual kepada pelanggan, yang akan lebih mudah untuk meyakinkan pelanggan untuk mencoba produk yang dijual.

Penjualan personal, yang merupakan penjualan pribadi, adalah jenis komunikasi pemasaran di mana penjual berhubungan dengan pelanggan dan prospek untuk membangun hubungan dan menghasilkan penjualan. Penjualan pribadi memungkinkan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan. Anda dapat memberikan penjelasan langsung mengenai produk, memberikan saran pribadi, dan menjawab pertanyaan mereka secara langsung. Hal ini dapat meningkatkan hubungan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap produsen.<sup>70</sup>

### c. Strategi harga

Harga adalah salah satu komponen penting yang dapat memengaruhi pilihan pelanggan. Dari hasil penelitian *home industry* susu kedelai di Desa Demaan dalam menentukan harga memperhitungkan biaya produksi yang di butuhkan. Sebagaimana saat ini harga bahan baku pembuatan susu kedelai naik maka harga produk perlu di naikkan, akan tetapi jika harga di naikkan maka pelanggan akan mempertimbangkan untuk membeli produk susu kedelai miliknya. Sedangkan apabila untuk dapat

---

<sup>69</sup> Siti Maro'ah, 'Peranan BUMN Dalam Kegiatan Pameran Dan Dampaknya Terhadap Pemasaran Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah', *Universitas Muhammadiyah Malang*, 2018 <<http://research-report.umm.ac.id/index.php/LIPFEBUMM/article/view/2668>>. 38.

<sup>70</sup> Oktafiana Linda Safitri, 'Pengaruh Personal Sales Dan Store Atmosfer Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada CM Jaya Motor Kudus', *Skripsi STAIN Kudus*, 2017 <<http://repository.iainkudus.ac.id/2601/>>. 8.

memproduksi dalam jumlah banyak dengan modal yang seperti sebelumnya maka kualitas produknya yang di turunkan, akan tetapi kualitas yang baik sudah menjadi ciri khas dari susu kedelai milik Pak Tono yang membuat pelanggan menyukai produknya. Maka untuk merespon problem tersebut tanpa mengurangi kualitas dan menaikkan harga, Pak Tono melakukan pengurangan pada isi produknya sehingga pelangganya tetap dapat menikmati susu kedelai dengan citra rasa yang khas milik Pak Tono dengan harga yang stabil tidak di naikan.

Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Karena harga adalah satu-satunya bagian yang menghasilkan pendapatan, sedangkan bagian lain adalah biaya. Harga ditentukan berdasarkan pengeluaran yang diperlukan (seperti biaya bahan baku dan produksi, dll.) dan persentase keuntungan yang dibutuhkan. Perusahaan harus dapat mempertimbangkan kemampuan dan keinginan produsen untuk memperoleh keuntungan saat menetapkan harga. Sangat penting untuk diingat bahwa salah satu alasan untuk menyediakan produk dan jasa adalah harganya. Tujuan penetapan harga adalah untuk bertahan hidup, memaksimalkan keuntungan, dan meningkatkan pangsa pasar, kualitas produk, dan bersaing.<sup>71</sup>

d. Strategi tempat distribusi

Strategi tempat dan distribusi perusahaan sangat penting dan harus diperhatikan bagaimana perusahaan dapat melayani pelanggannya. Ini adalah cara perusahaan mendistribusikan produk dari lokasi mereka ke pelanggan akhir dengan efektif dan efisien tanpa mengganggu strategi penetapan harga.<sup>72</sup>

Dalam pendistribusian *home industry* susu kedelai Pak Tono maka di butuhkan kejasama dengan dengan mitra yang memiliki jaringan luas dan pengalaman di bidang pemasaran. Jaringan yang kuat dengan mereka untuk memperluas jaringan pasar dan meningkatkan penjualan produk. Melalui pedagang pasar yang sudah memiliki latar belakang dan pengalaman di bidang pemasaran di harapkan dapat mempercepat penjualan susu kedelai Pak Tono karena

---

<sup>71</sup> Abas Sunarya, dkk, *kewirausahaan...* 141.

<sup>72</sup> Abas Sunarya, dkk, *kewirausahaan...* 244..

produk ini tanpa pengawet sehingga harus terjual dalam sehari.

Dalam melaksanakan proses pendistribusian *home industry* susu kedelai di Desa Demaan melalui 2 bentuk pendistribusian yaitu:

1) Produsen-pengecer-konsumen

Pemilik *home industry* susu kedelai melakukan pendistribusian dengan membawa produknya ke pasar kemudian di bagi atau menitipkan kepada pedagang pasar atau agen tempat penyaluran yang di miliki. Baru setelah itu para pengecer tersebut yang tidak lain adalah pedagang pasar mengantar untuk menjual susu kedelai ke konsumen.

2) Produsen konsumen

Ini adalah saluran yang paling pendek. Tanpa menggunakan perantara, produsen dapat segera menjual produk kepada konsumen. Dalam penjualan susu kedelai Pak Tono tidak membawa semuanya ke pasar, ada yang sengaja di tinggal untuk di jual di rumah. Karena di rumah juga banyak konsumen yang beli langsung.

Sebagaimana dijelaskan semakin pendek rantai distribusi atau saluran yang dilalui produk, semakin tinggi efisiensi dan efektifitas produk (tepat waktu dan sesuai dengan tujuan). Keterlambatan waktu distribusi produk akan mengakibatkan pesaing memanfaatkan peluang. Jadi, pengusaha harus dapat memilih cara terbaik untuk mendistribusikan barang mereka.<sup>73</sup>

## 2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Pengembangan Home Industry Susu Kedelai Berbasis Pemberdayaan Masyarakat

Melakukan usaha tidak jauh dari komponen pendukung dan penghambat yang berkontribusi pada lincer dan kegagalan setiap *home industry*.. Dalam pelaksanaan strategi pengembangan *home industry* susu kedelai di Desa Demaan tentunya ada beberapa faktor yang mempengaruhi keberlangsungan strategi. Faktor-faktor tersebut ada yang sifatnya menghambat yang bisa disebut faktor penghambat dan faktor-faktor yang sifatnya mendukung yang disebut faktor pendukung Faktor-faktor berikut merupakan penghambat dan pendukung strategi pengembangan *home industry* susu kedelai di Desa Demaan:

---

<sup>73</sup> Abas Sunarya, dkk, *kewirausahaan...*, 225.

## a. Faktor pendukung

## 1) Strategi produk

## a) Bahan baku mudah di dapat

Pemilik *home industry* susu kedelai tidak kesusahan untuk mencari bahan baku pembuatan susu kedelai. Kondisi Desa Demaan yang mayoritas petani dan menanam palawija termasuk kedelai membuat bahan baku mudah di dapatkan. Kemudian bahan pelengkap seperti gula pasir, daun pandan dan garam mudah di dapatkan di warung atau pasar.

Menurut Gupta, bahan baku adalah komponen penting dari produk yang dibuat oleh perusahaan. Bahan dasar, yang juga disebut sebagai bahan baku, digunakan untuk memproduksi produk. Jika bahan baku yang akan diolah tidak dapat diperoleh atau tidak ada, proses produksi akan terhambat.<sup>74</sup> Bahan baku yang di olah *home industry* susu kedelai, merupakan biji kedelai yang di dapatkan dari petani palawija di daerah setempat.

Menurut Mutiara bahan baku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produksi. Jika bahan baku sulit diperoleh, produsen akan menghentikan proses pembuatan, tetapi jika bahan baku mudah diperoleh, proses produksi akan berjalan lancar. Menurut Manzid, bahan baku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produksi karena ketika bahan baku diperoleh dengan susah payah, produsen akan menghentikan proses produksi, dan sebaliknya ketika bahan baku mudah diperoleh, proses produksi akan berjalan lancar..<sup>75</sup>

## b) Citra rasa yang khas

Citra rasa merupakan merupakan suatu yang dipertahankan oleh pemilik *home industry* susu kedelai di Desa Demaan. Susu kedelai milik Pak Tono terkenal di pasaran memiliki rasa yang lebih enak di banding produk serupa lainnya. Perbedaan itu diantaranya sari

---

<sup>74</sup> Putu Santi Virnayanti and Ida Bagus Darsana, 'Pengaruh Tenaga Kerja, Modal Dan Bahan Baku Terhadap Produksi Pengrajin Patung Kayu', *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 7. No (2018). 2348.

<sup>75</sup> Putu Santi Virnayanti and Ida Bagus Darsana, 'Pengaruh Tenaga Kerja, Modal Dan Bahan Baku... 2350.

kedelainya yang lebih kental, rasa manis yang alami dari gula pasir tjadi tidak meninggalkan rasa pahit di akhir selain itu rasa asin yang pas sehingga terasa lebih gurih. Kualitas tersebut di pertahankan Pak Tono sebagai keunggulan produk miliknya.

Menurut Chika Ramadhani, bahwa Citra rasa makanan memberikan kontribusi yang sangat signifikan dalam sebuah produk makanan. Rasa unik suatu makanan akan menjadi daya tarik konsumen atau pelanggan. Tidak dapat disangkal, banyak bermunculan wirausahawan di bidang kuliner. Semakin banyak bisnis kuliner yang muncul, semakin ketat persaingan. Rasa memegang peranan yang sangat penting, konsumen untuk memuaskan kebutuhan pangannya pasti akan mengutamakan rasa pada makanan, sehingga para pengusaha berusaha untuk membuat cita rasa unik pada setiap makanannya agar semua orang tahu atau di kenal masyarakat luas.<sup>76</sup>

c) Banyak varian rasa

Varian rasa dapat digunakan alat untuk menarik lebih banyak konsumen. Pada awal jualan *home industry* susu kedelai milik Pak Tono hanya memiliki varian rasa original, seiring berjalanya waktu dan pengalaman jualan Pak Tono berinovasi memberikan varian rasa pada produk miliknya diantaranya, rasa original, rasa stroberi, rasa coklat dan rasa melon.

Salah satu cara perusahaan dapat bersaing adalah dengan menggunakan berbagai produknya untuk membedakan produk yang dibuat oleh perusahaan dengan produk yang dibuat oleh pesaingnya. Keragaman atau variasi produk bukanlah hal baru dalam dunia pemasaran. Perusahaan kuliner harus selalu berinovasi untuk membuat produk baru yang dapat menarik konsumen. Dengan membuat produk baru yang memiliki nilai atau ciri khas tersendiri, perusahaan akan meningkatkan kualitasnya

---

<sup>76</sup> Chika Ramadhani Amelia Wuntu, 'Pengaruh Citra Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2019 <<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6144>>. 5.

dan memiliki keunggulan yang tidak dimiliki pesaingnya.<sup>77</sup>

## 2) Strategi promosi

### a) Memasang merek

Untuk dapat membedakan secara fisik terhadap produk milik Pak Tono dengan produk serupa lain. Pak Tono memberikan merek pada setiap kemasan, tidak ada nama khusus pada merek susu kedelainya tadi desainya dapat di bedakan. Dengan pemberian merek sebagai hasilnya, pelanggan akan dapat dengan mudah mengenal produk miliknya dan dapat menjadi promosi lebih luas.

Kotler dan Keller, Merek mendefinisikan merek sebagai nama, kata-kata, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari semua ini yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang dijual oleh seorang penjual atau sekelompok penjual dan membedakannya dari barang atau jasa yang dijual oleh pesaing. Aaker juga mendefinisikan merek sebagai nama atau simbol unik (seperti logo, segel, atau kemasan) yang digunakan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari penjual atau kelompok penjual tertentu, membedakannya dari produk dan jasa lainnya yang dibuat oleh pesaing.<sup>78</sup>

### b) Publisitas

Dengan mengikuti publisitas berupa pameran UMKM merupakan cara untuk mengenalkan produk *home industry* susu kedelai ke masyarakat luas. *Home industry* susu kedelai milik Pak Tono sudah beberapa kali mengikuti pameran UMKM untuk mewakili kecamatan. Kegiatan ini juga untuk meningkatkan citra Perusahaan terhadap kualitas produk dan merek.

Promosi penjualan adalah upaya penjualan yang unik yang bertujuan untuk mendorong orang untuk membeli. Kegiatan ini mempunyai ciri memberikan informasi kepada pelanggan mengenai program-program menarik yang patut diikuti oleh konsumen.

---

<sup>77</sup> Andri Setiawan Tjang and Dhyahh Harjanti, 'Hubungan Faktor Individual Entrepreneur Pada Inovasi Produk Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Jawa Timur', *Jurnal AGORA*, Vol. 1, No (2013). 20.

<sup>78</sup> Evi Nur Aini, Pengaruh Citra Merek Dan Kemasan..., 47.

Promosi penjualan dapat mendorong pembelian konsumen dan meningkatkan efektivitas distributor, salah satunya dengan mengadakan pameran yang diadakan setiap saat dan tidak rutin.<sup>79</sup>

### 3) Strategi harga

Nilai produk merupakan nilai tambahan atau keunggulan produk dan layanan anda ke pada pelanggan di bandingkan dengan pesaing lainnya. Kualitas produk *home industry* susu kedelai milik Pak Tono memiliki nilai tambah produknya kental dan menggunakan murni gula pasir tanpa tambahan pemanis lain. Maka harga tidak akan terlihat mahal jika memiliki kualitas yang baik di banding produk serupa lainnya.

Suatu perusahaan menentukan posisinya di pasar (*positioning*) melalui strategi mengidentifikasi posisi pasar berdasarkan kategori produk, bukan harga murah atau mahal. Berdasarkan teori tersebut, Ketika seseorang sangat loyal terhadap merek tertentu, faktor harga menjadi kurang penting. Namun, ketika barang atau jasa memberikan citra merek yang kuat, faktor harga menjadi nomor dua. Dengan menciptakan produk berkualitas tinggi yang memiliki ciri khas tersendiri maka akan tercipta brand image perusahaan. Penempatan pasar dapat didefinisikan dengan berbagai cara, diantaranya memilih berdasarkan harga atau kualitas. Strategi ini dapat diklasifikasikan sebagai sebuah kontinum dari kelas atas atau kualitas terbaik dan harga untuk nilai yang baik, bukan kualitas rendah untuk harga rendah.<sup>80</sup>

### 4) Strategi distribusi

#### a) Pengalaman

Pengalaman menjadi faktor yang sangat mendukung dalam keberhasilan proses. Pengalaman yang di miliki pemilik *home industry* susu kedelai pada saat masih kecil sudah terbiasa membantu orang

---

<sup>79</sup> Ana Wijandari and Neng Sumila Aumilah, 'Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKM Kecamatan Cileungsi', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madabi (JPMM)*, Vol. 1, No (2021). 61.

<sup>80</sup> Ari Nuvitasari, Norita Citra, and Nina Martiana, 'Implementasi SAK EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)', *International Journal Of Social Science And Business*, Vol. 3, No (2019) <<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/article/view/21144>>. 341.

tuanya berjualan dan di saat remaja sebelum menikah memiliki pengalaman bekerja di bahan bangunan. Jadi untuk menjual dan menawarkan dagangan bukan hal pertama dan bukan hal yang sulit untuk Pak Tono.

Menurut Pradanawati, Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh pengalaman terhadap kewirausahaan menunjukkan bahwa Pengalaman adalah salah satu komponen yang memengaruhi kewirausahaan. Pada saat yang sama, pengalaman bisnis dapat diartikan sebagai indikator terbaik keberhasilan UKM.<sup>81</sup>

Firmansyah, menjelaskan bahwa pengalaman mempunyai dampak positif terhadap terbentuknya wirausaha yang sukses. Sebab, menurutnya, pengalaman berwirausaha mendorong sikap seseorang untuk mempunyai niat berbisnis yang tinggi.<sup>82</sup>

b) Kerjasama pedagang pasar

Kerjasama merupakan kegiatan mutualisme antara pemilik *home industry* susu kedelai dengan pedagang di pasar. Pak Tono menitipkan barang dagangannya kepada pedagang dengan memberikan upah per bungkusnya. Selain itu di pasar antar penjual saling membantu Pak Tono tak jarang membantu membawakan titipan dari pedagang satu untuk di berikan ke pedagang satunya dan sebaliknya. Berdasarkan hasil penelitian kerjasama dengan pengecer sangat memberi dampak terhadap keberhasilan usaha, penjualan produk mengalami peningkatan.

Menurut Combs dan Ketchen, kerja sama yang baik dengan pemasok memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan berbagai aset yang mereka miliki untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan dalam berbagai aspek dan profitabilitas. Namun nantinya usaha tersebut bisa dikatakan sukses karena adanya

---

<sup>81</sup> Pradanawati, 'Pengaruh Tingkat Pengalaman Berwirausaha, Produktivitas, Dan Inovasi Terhadap Pengembangan Usaha Kulit Lumpia (Studi Kasus Pada UMKM Kulit Lumpia Di Semarang)', *Jurnal Nasional Universitas Diponegoro*, 2015. 15

<sup>82</sup> Bagus Firmansyah, 'Keterkaitan Pengalaman Kewirausahaan, Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Terhadap Niat Untuk Menjadi Wirausahawan (Studi Pada Perajin Batik Di Kota Surakarta, Kabupaten Sragen Dan Kabupaten Karanganyar)', *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, Vol. 4, No (2013). 120.



peningkatan modal, pendapatan dan tambahan tenaga kerja.<sup>83</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh Navaro dkk, yang menjelaskan bahwa apa yang terjadi antara pembeli dan pemasok juga dapat berperan dalam hubungan yang menguntungkan. Hubungan yang menguntungkan adalah hubungan dengan perusahaan yang dapat memperoleh keuntungan, begitu pula dengan pemasok yang memperoleh keuntungan.<sup>84</sup>

b. Faktor penghambat

1) Strategi produk

a) Produk tidak tahan lama

Kendala pemasaran yang dialami *home industry* susu kedelai di Desa Demaan dalam pemasaran produk susu kedelai yang memiliki masa simpan yang pendek. Dengan hal tersebut menghasruskan produk susu kedelai habis dalam sehari. Sehingga apa bila pada hari itu ada pedagang atau pengecer yang libur susu kedelainya akan lebih maka Pak Tono akan berusaha menjualnya hingga habis semua di hari itu.

b) Keterbatasan modal

*Home industry* susu kedelai merupakan usaha rumahan yang tidak memiliki modal besar untuk mengembangkan usahanya. Hasil dan keuntungan tyang didapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari dan lainnya, seperti menabung, biaya Pendidikan dan biaya belanja sehari-hari. Di sisi lain, produsen takut untuk meminjam dengan bank untuk meningkatkan modal produksi.

Teori Harrod-Domar menekankan dua aspek pembentukan modal, yaitu: 1) Pembentukan modal adalah pembiayaan yang akan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam produksi, 2) Pembentukan modal sebagai pengeluaran

---

<sup>83</sup> Alvin Christofer and Gesti Memarista, 'Pengaruh Kerjasama Dengan Pemasok Dan Konsumen Terhadap Keberhasilan Wirausaha Melalui Inovasi Pada IKM Logam Di Ngigas Kabupaten Sidoarjo.', *Jurnal AGORA*, Vol. 7, No (2019) <<https://media.neliti.com/media/publications/287291-pengaruh-kerjasama-dengan-pemasok-dan-ko-60c54935.pdf>>. 5.

<sup>84</sup> Alvin Christofer and Gesti Memarista, 'Pengaruh Kerjasama Dengan Pemasok...', 5.

meningkatkan kemampuan sektor produksi untuk menghasilkan produk atau barang-barang yang dibutuhkan masyarakat.<sup>85</sup>

Modal berdampak positif pada tingkat produksi. Dengan kata lain, tersedianya modal yang cukup akan sangat mempengaruhi bagaimana bisnis berjalan, yang pada akhirnya akan menghasilkan peningkatan produksi. Penggunaan modal yang besar selama proses produksi, keuntungan pengrajin akan meningkat. sebaliknya, jika modal yang digunakan sedikit, keuntungan yang akan diperoleh akan lebih kecil. Modal adalah salah satu komponen produksi dalam kegiatan usaha; tanpanya, suatu perusahaan tidak dapat beroperasi. Pengusaha harus membayar tenaga kerja dengan upah yang diperoleh dari modalnya untuk memenuhi kewajibannya.

## 2) Strategi promosi

### a) Belum memanfaatkan sosial media untuk promosi

Salah satu faktor penghambat dalam pemasaran adalah belum memanfaatkan media sosial sebagai tempat promosi. Mengingat di era zaman sekarang semua orang memiliki *handphoon* dan bermain media sosial. Ini seharusnya bisa menjadi peluang untuk promosi gratis mengenalkan produknya lewat media sosial. Pak Tono lebih suka menjual produknya secara langsung ke pada pedagang dan konsumen di pasar, keterbatasan pengetahuan mengenai media sosial dan ketidak mampuan membayar jasa untuk mengelola media sosial, membuat Pak Tono hanya fokus di penjualan pribadi secara langsung.

Menurut Prihadi & Susilawati, bahwa menggunakan strategi Pemasaran produk melalui media sosial sangat penting karena memungkinkan pedagang untuk menarik perhatian pelanggan dan membuat produk lebih berkesan dan tersebar luas. Penggunaan strategi promosi media sosial akan meningkatkan hasil pemasaran karena pesan yang disampaikan melalui media sosial akan tersebar luas dalam waktu singkat, mempengaruhi pikiran

---

<sup>85</sup> Putu Santi Virnayanti and Ida Bagus Darsana, 'Pengaruh Tenaga Kerja, Modal Dan Bahan... 2349.

pelanggan untuk mempertimbangkan barang dan jasa yang dijual.<sup>86</sup>

b) Persaingan industry yang sama

Susu kedelai merupakan minuman sehat yang suah banyak di produksi oleh industri minuman lain. Di pasar tempat Pak Tono menjual produknya juga bukan hanya ada susu kedelai miliknya saja melainkan ada susu kedelai merek lain. Sehingga Pak Tono harus memberikan kualitas yang lebih baik supaya produknya mampu bertahan dan bersaing di pasaran.

Muhammad Taufik mengatakan bahwa pemasaran tidak pernah lepas dari unsur kompetisi karena biasanya tidak ada bisnis yang dapat menikmati penjualan dan keuntungan secara bebas. Dalam dunia persaingan komersial, istilah "dinamisme kompetitif" mengacu pada perubahan yang terjadi dalam persaingan antara perusahaan yang bersaing untuk memperebutkan pelanggan selama periode waktu tertentu. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memperhatikan dinamika ini agar tetap kompetitif dan tidak kalah dalam persaingan di pasar.<sup>87</sup>

3) Strategi harga

Harga menjadi ukuran konsumen untuk membeli sesuai kemampuannya. *Home industry* susu kedelai di Desa Demaan menjual produknya dengan harga Rp 1.000,00 harga yang di tawarkan ini merupakan hasil riset dari pengalaman selama berjualan dan kemampuan daya beli konsumennya. Namun saat ini harga bahan-bahan semakin naik sehingga modal yang harus di keluarkan bertambah, sedangkan harga tidak bisa di naikkan karena akan membuat konsumen keberatan untuk membeli produknya. Maka Pak Tono mengakalinya dengan mengurangi isi tanpa menurunkan kualitas produk sehingga tetap dapat menjual dengan harga yang sama dan dengan citra rasa yang tidak berubah.

---

<sup>86</sup> Retno Triasih, 'Pengaruh Promosi Melalui Social Media Dan Word Of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Melakukan Pembiayaan', *Skripsi FEB Radenintan*, 2018 <<http://repository.radenintan.ac.id/5284/1/SKRIPSI.pdf>>. 81.

<sup>87</sup> Muhammad Taufik, *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan* (jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005). 18.

Setiap perusahaan harus menentukan harganya dengan tepat, kata Tjiptono, jika mereka ingin memasarkan barang atau jasa dengan sukses. Satu-satunya komponen bauran pemasaran yang memberikan pendapatan (atau pendapatan) bagi perusahaan adalah harga; ketiga komponen lainnya distribusi, produk, dan promosi menimbulkan biaya, tetapi harga fleksibel dan dapat diubah secara instan..

Menurut Tjiptono, harga juga digunakan sebagai cara untuk menunjukkan manfaat yang diperoleh pembeli dari barang dan jasa yang mereka beli. Manfaat yang diperoleh pembeli terkait erat dengan nilai yang mereka dapatkan dari harga barang. Nilai dapat dihitung sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan dan harga yang dikeluarkan.<sup>88</sup>

#### 4) Strategi distribusi

Lokasi jauh dari pusat pasar, *home industry* susu kedelai terletak di Desa Demaan yang mana Desa Demaan merupakan Desa yang jauh dari pusat pasar dan pembelanjaan. Daya beli masyarakat juga rendah, sehingga Pak Tono lebih suka memasarkan produknya ke Pasar Lasem yang jaraknya sekitar 35menit dari rumah produksi. Jarak rumah produksi dengan pasar lumayan jauh memakan waktu, dan biaya transportasi lebih.

Menurut teori Tjiptono, lingkungan usaha memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha, dan pemilik usaha harus mempertimbangkan lingkungan usaha secara menyeluruh saat memilih lokasi usaha mereka. Karena aktivitas sehari-hari suatu organisasi atau bisnis tidak dapat dipisahkan dari lingkungannya, lingkungan bisnis mempengaruhi keberhasilannya. Ini mencakup interaksinya dengan konsumen, perusahaan lain, pesaing, dan pemasok. Hubungan antara pengusaha dan kondisi lingkungan ini dapat memengaruhi keberhasilan bisnis. Apabila hubungan antara pengusaha dan kondisi lingkungan ini baik, maka keberhasilan bisnis akan tercapai dengan cepat.<sup>89</sup>

---

<sup>88</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (yogyakarta: Andy Offset, 2008). 151.

<sup>89</sup> andy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...* 156.

