

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

a. Sejarah Berdirinya Perusahaan

Sebuah industri didirikan di Desa Wedarijaksa Kecamatan Wedarijaksa Kabupaten Pati di tahun 1993 oleh dua bersaudara kakak beradik yaitu, Bapak Jani Ahmad dan Bapak Asmani yang mempunyai inisiatif usaha. Awal mula bedirinya sebuah usaha tersebut dari pengalaman mereka berdua yang bekerja di Jakarta disebuah pabrik sepatu, yang memutuskan untuk pulang kampung dan melakukan kerjasama untuk membuat usaha kecil-kecilan sesuai ketrampilan yang dimiliki sesuai dengan profesi pekerjaannya.

Selain ketrampilan yang dimiliki juga melihat kondisi sekitar lingkungannya dimana belum ada pengrajin sepatu. Dari situlah mereka berdua mendirikan sebuah industri yang bernama UD.Klasik dengan memproduksi sebuah sepatu yang berbahan dasar kulit hewan yaitu kulit sapi, dan menggunakan alat-alat yang sederhana.

Dengan adanya peningkatan dari tahun ketahun serta pemilik perusahaan mengetahui tentang prospek yang cerah pada masa tersebut dan masa yang akan datang. Berangkat dari keahlian yang dimiliki selama bekerja dan sebagai pengrajin kini Bapak Asmani berinisiatif untuk membuat atau membuka usaha sepatu dan sandal sendiri agar proses berkembangnya home industri sepatu meningkat.¹

¹ Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

Sehingga pada tahun 2010 Bapak Asmani memisahkan diri dari UD.Klasik dan mendirikan sebuah industri yang diberi nama Finaldo yang berada disatu kecamatan dengan UD.Klasik tetapi berada disebuah desa yang berbeda yaitu, berada didesa Suwaduk. Dengan memproduksi sebuah sepatu yang sama berdasarkan bahan kulit, tetapi Finaldo ini selain memproduksi sepatu juga memproduksi produk sandal juga sampai sekarang.²

b. Lokasi Perusahaan

Industri sepatu kulit Finaldo berlokasi di daerah Pati tepatnya di Desa Suwaduk RT/RW 06/02, Kecamatan Wedarijaksa Kabupaten Pati. Dengan ketentuan pertimbangan dekat dengan kawasan pemukiman yang rame yang mudah untuk didatangi, dekat perkantoran dan lembagasekolahan. Sehingga ramai pengunjung yang dapat mencapai potensi konsumen yang tinggi.

c. Visi, Misi, dan Tujuan

Keinginan untuk senantiasa eksis dalam menjalankan usaha tentu menjadi prioritas bagi Bapak Asmani selaku pemilik industri sepatu Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, sehingga dalam mengembangkan usaha tersebut tidakterlepas dari nilai-nilai bisnis. Maka dari itu, industri Finaldo mempunyai visi dan misi:

1) Visi

Mengembangkan usaha industri sepatu Finaldo Wedarijaksa Pati sebagai produsen sepatu kulit dengan tetap memegang teguh nilai-nilai bisnis, yaitu dengan memprioritaskan kualitas yaitu berbahan kulit asli.

2) Misi

a) Berinovasi dan kreatif terhadap perkembangan model sepatu yang baru.

²Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016

- b) Selalu membimbing dan melakukan diskusi kecil dengan para karyawan dalam meningkatkan produktivitas pembuatan sepatu kulit.
- c) Menanamkan sifat kejujuran, dan kedisiplinan dalam bekerja untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

3) Tujuan

- a) Menyerap tenaga kerja masyarakat sekitar, agar dapat mengurangi tingkat pengangguran.
- b) Berharap agar usaha yang dijalankan dapat berkembang di daerah sendiri maupun diluar daerah.
- c) Menjalankan usaha dengan harapan dapat menjadikan penghasilan dan menjadi tumpuan hidup.³

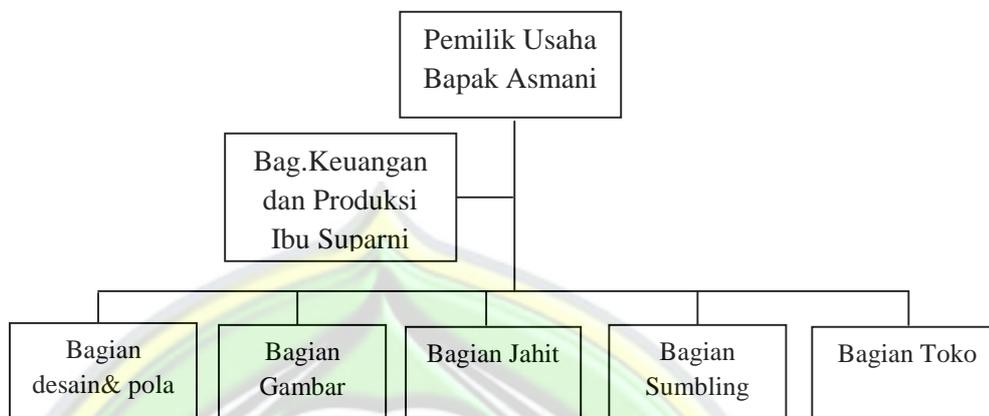
d. Struktur Organisasi Uraian Tugas, Wewenang dan Tanggungjawab

Di dalam usaha untuk mencapai tujuan, perlu adanya koordinasi yang baik antara para personil dalam melakukan aktivitas-aktivitas perusahaan. Oleh karena itu diperlukan suatu struktur organisasi agar dapat ditetapkan dengan tegas dan jelas tentang pembagian tugas, wewenang dan tanggungjawab dari masing-masing bagian, sehingga terjadinya kesimpangsiuran aktivitas dapat dihindarkan.

Industri Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati mempunyai struktur organisasi ini yaitu wewenang dan pengawasan mengalir dari atas ke bawah, hal ini berarti setiap perintah pimpinan perusahaan dapat dengan mudah membentuk identitas seorang pengawas mengambil keputusan dari bawahannya. Adapun gambar struktur organisasi industri Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati sebagai berikut.

³Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

Gambar Struktur Organisasi



Pembagian tugas masing-masing bagian pada industri di Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati ini telah dituturkan Bapak Asmani sebagai berikut:

- 1) Pimpinan Perusahaan (pemilik)
 - a) Membawahi semua karyawan.
 - b) Menentukan rencana dan kebijakan secara keseluruhan.
 - c) Bertanggungjawab atas kelangsungan perusahaan.
 - d) Memutuskan masalah-masalah perusahaan.
 - e) Memberikan pengarahan dan pengawasan pelaksanaan di semua bidang.
- 2) Bagian Pemasaran
 - a) Membuat rencana penjualan atas produk yang dihasilkan.
 - b) Bertanggungjawab atas pemasaran hasil produksi dan promosi produk.
 - c) Mengadakan hubungan dengan konsumen serta melaksanakan penelitian pasar.
 - d) Bertanggungjawab atas bawahannya untuk bisa memasarkan produknya dengan baik dan tepat.⁴
- 3) Bagian Produksi dan Pengembangan Desain

⁴Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

- a) Mengawasi aktivitas proses produksi.
 - b) Memberikan laporan terjadinya penyimpangan kepada pemimpin.
 - c) Memberikan saran dan petunjuk kepada karyawan.
 - d) Bertanggungjawab membuat dan mendesain rancangan sepatu yang akan diproduksi dengan persetujuan pemimpin.
 - e) Mempertahankan kualitas dan kuantitas hasil produksi.
- 4) Bagian Keuangan
- a) Bertanggungjawab atas keuangan perusahaan.
 - b) Memberikan laporan atas kondisi keuangan perusahaan terhadap pemimpin.
 - c) Bertanggungjawab atas kelancaran administrasi perusahaan.
- 5) Pengawas Gudang
- a) Mengawasi dan mengatur keluar masuknya bahan dari gudang.
 - b) Mengatur dan memelihara bahan yang ada di gudang.
 - c) Bertanggung jawab atas keutuhan bahan-bahan di gudang.
- 6) Pengawasan Teknik
- a) Mengatur pemeliharaan, perawatan, dan penggantian alat-alat serta menyiapkan peralatan yang akan digunakan dalam proses produksi.
 - b) Bertanggung jawab atas kondisi peralatan tersebut.⁵
- 7) Karyawan
- a) Karyawan bagian potong, bertanggung jawab memotong kulit sesuai dengan desain atau pola yang telah dibuat oleh bagian desain.
 - b) Karyawan bagian menggambar di kulit (tores).
 - c) Karyawan bagian menjahit.
 - d) Karyawan bagian pencetakan (assumblng).

⁵Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

- e) Karyawan bagian pengeliman (lasting).
- 8) Personalia
- a) Jumlah tenaga kerja.
 - b) Karyawan harian.
 - c) Karyawan borongan.
- 9) Hari Kerja
- a) Kegiatan produksi, meliputi; bahan yang digunakan, fasilitas produksi yang digunakan, dan hasil produksi.
 - b) Pemasaran, meliputi: daerah pemasaran dan saluran distribusi.
 - c) Saluran distribusi langsung.
 - d) Saluran distribusi tidak langsung.
 - e) Kegiatan promosi, meliputi; jenis promosi, periklanan, media cetak, penjualan perorang, hubungan masyarakat dan melalui pameran.

e. Kondisi Tenaga Kerja (karyawan)

1) Jumlah Tenaga Kerja

Pada saat ini Industri sepatu kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati memiliki 18 karyawan. Jumlah karyawan tersebut dapat digolongkan dua bagian yaitu karyawan borongan dan karyawan harian.

2) Karyawan Borongan

Yaitu semua karyawan yang bekerja dioperasional, dimana mereka dibayar atas dasar jumlah atau unit hasil dari pekerjaan mereka. Pada Industri Finaldo terdapat 11 orang karyawan borongan, yaitu karyawan bagian jahit dan bagian pencetakan.⁶

⁶Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

3) Karyawan Harian

Yaitu semua pegawai atau karyawan yang operasional atau pelaksan. Karyawan harian ini diangkat atau ditetapkan oleh perusahaan atas dasar kontrak kerja harian, sehingga apabila lebih dari tiga hari tidak masuk kerja, maka mereka tidak memperoleh upah atau gaji. Pada Industri Sepatu Kulit Finaldo terdapat 6 orang karyawan harian yang terdiri dari karyawan bagian gambar dan bagian toko.

4) Penghitungan Gaji atau Upah

Pada Industri Sepatu Kulit Finaldo, perhitungan upah juga dibagi menjadi dua, yaitu pada karyawan borongan menerima upah atau gaji setiap hari atas dasar hasil pekerjaan mereka. Sedangkan karyawan harian menerima gaji atau upah mingguan karyawan lembur sampai selesai. Semisal pada sistem borongan bagian jahit untuk sepatu pria Rp. 7.400 per pasang, untuk sandal Rp. 4.900 per pasang. Dan untuk bagian Assembling untuk sepatu pria Rp. 8.500 per pasang dan untuk sandal Rp. 6.000 per pasang.

5) Hari dan Jam Kerja

Seminggu 6 hari kerja. Dari senin sampai sabtu, libur pada hari Ahad. Sedangkan untuk jam kerja yang ditetapkan oleh perusahaan rata-rata 8 jam dengan ketentuan sebagai berikut.⁷

- a) Hari Senin – hari Sabtu : jam 08.00 – 16.00 Wib
- b) Istirahat : jam 12.00 – 13.00 Wib
- c) Bagian Lembur : jam 19.00 – 22.00 Wib
- d) Hari Ahad : Libur

f. Alur Produksi

1) Peralatan yang digunakan

⁷Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang industri Sepatu jadi, maka alat-alat yang dimiliki Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati adalah guntung, palu, acuan, tang, pisau cutter, amplas, dan pensil alat tulis.

2) Bahan baku dan bahan pembantu yang dibutuhkan

Bahan yang digunakan dalam proses produksi antara lain sebagai berikut:

a) Bahan baku

Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi berupa kulit sapi sebagai bahan yang digunakan untuk membuat sepatu. Untuk bahan baku yang diperoleh Finaldo diambil dari Magetan, dan Semarang.

b) Bahan pembantu

Bahan pembantu yang digunakan dalam proses produksi antara lain adalah sol luar, spon ati, paper tape, texon, vinil, benang jahit, amplas, kertas manila, dan lem sintetis/fox.

3) Proses Produksi

Adapun proses produksi pada Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati adalah sebagai berikut:⁸

a) Proses persiapan, dimaksudkan untuk mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pembuatan sepatu.

b) Proses pembuatan upper (atasan sepatu), yang terdiri dari mulai pembuatan pola atau desain.

c) Proses pola atau desain dilanjutkan dengan penggambaran pola didasar kulit.

d) Kemudian proses pengguntingan bahan kulit yang telah digambar pola tersebut atau proses penyesetan bahan kulit dengan memakai pisau seset manual.

⁸Hariyanto, Selaku Bagian Produksi di Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

- e) Proses pelipatan dan pencetakan (lasting).
- f) Proses menjahit komponen-komponen yang akan disatukan.
- g) Yang dilanjutkan dengan proses pengeliman.
- h) Yang terakhir adalah proses finishing atau penyempurnaan (membersihkan atau menghilangkan sisa lem, benang yang keluar).

g. Produk

Pada awalnya hasil produksi utama Industri Sepatu Kulit Finaldo adalah fantofel (sepatu kantor) untuk laki-laki saja, namun seiring berjalannya waktu dan semakin berkembang, Industri ini mencoba produk baru dengan membuat produk lebih dari satu jenis dengan berbagai varian sepatu dan sandal untuk laki-laki dan perempuan, antara lain sepatu cat, sepatu wedges, dan flat shoes, dan sandal.⁹

h. Pemasaran

1) Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran hasil produksi Industri Sepatu Kulit Finaldo adalah daerah Jepara, Kudus, Rembang dan Pati.

2) Harga Jual

Harga jual produk dan setiap jenis sepatu yang dihasilkan oleh Industri Sepatu Kulit Finaldo antara lain sebagai berikut:

Sepatu Fantoofel	: Rp. 190.000
Sepatu Cat	: Rp. 200.000
Sepatu Wedges	: Rp. 150.000
Flat Shoes	: Rp. 130.000
Sandal Perempuan	: Rp. 105.000
Sandal Laki-laki	: Rp 115.000

⁹Haryanto, Selaku Bagian Produksi Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

3) Saluran Distribusi

Saluran distribusi langsung, pembeli mengadakan kontak langsung dengan pihak Industri Finaldo baik dengan cara langsung datang ketempat maupun melalui pemesanan dengan telepon. Hal ini Industri Finaldo melayani secara langsung konsumen yang datang untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain itu juga bisa datang ke tokonya Finaldo langsung yang berada di Pati beralamatkan Jl. Pati Gabus Ruko Semampir.

Saluran distribusi tidak langsung, pihak perusahaan dalam memasarkan hasil produksinya melalui distribusi yang akan menyalurkan barang ke tangan konsumen. Saluran distribusi ini biasanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan atau permintaan pasar di luar kota. Saluran distribusi semacam ini dilakukan perusahaan untuk memasarkan produknya ke luar kota Pati. Daerah pemasarannya antara lain,yaitu Jepara, Kudus, dan Rembang.

i. Patner Kerja

Dari awal perusahaan ini berjalan perlu adanya hubungan kerja dengan pihak lain yang saling membutuhkan. Pertama yang menjadi rekan kerja adalah sebagai pemasok dana. Industri Seppatu Kulit Finaldo bekerja sama dengan lembaga-lembaga seperti kantor dan sekolah-sekolahan.

j. Kiat-kiat Usaha Industri Sepatu Kulit Finaldo

Bila dilihat dari jenis pasarnya, untuk bisnis Sepatu Kulit tersebut termasuk dalam jenis pasar persaingan yang ketat ini terlihat oleh banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama dengan harga yang kompetitif. Mengingat banyaknya produsen dalam bisnis ini, perusahaan membutuhkan adanya pemahaman terhadap kekuatan dan kelemahan perusahaan agar dapat menyusun strategi yang tepat.

- 1) Kekuatan perusahaan
 - a) Kontinuitas modal usaha.
 - b) Cukupnya bahan baku yang berkualitas.
 - c) Ada relasi yang baik antar perusahaan dengan konsumen.
 - d) Harga yang kompetitif yang didukung kualitas bahan baku.

- 2) Kelemahan perusahaan
 - a) Kesulitan bila terdapat permintaan dalam jumlah yang besar secara mendadak dan harus diselesaikan dalam waktu yang relatif singkat.

- b) Terbatasnya jumlah tenaga kerja.

Berdasarkan kekuatan dan kelemahan perusahaan di atas, strategi atau kiat-kiat yang pasti dilakukan oleh perusahaan agar bisa memenangkan persaingan yaitu:

- 1) Strategi pelayanan purna jual

Perusahaan sebagai penantang pasar berusaha memberikan kepuasan bagi konsumen apabila ada produk yang tidak sesuai atau cacat, maka perusahaan akan mengganti yang baru.

- 2) Strategi produk prestis

Perusahaan tetap pada pembuatan produk yang selalu menjaga kualitas, model terbaik sehingga konsumen merasa puas dan percaya dengan produk tersebut.

- 3) Strategi penekanan biaya

Strategi penekanan biaya produksi dilakukan dengan membeli peralatan operasional dan juga memberikan kompensasi untuk produk yang melebihi kapasitas biasanya melalui kerja lembur.

- 4) Promosi yang intensif

Peningkatan perusahaan dalam mempromosikan produknya perlu dilakukan dengan memanfaatkan event

seperti mengikuti pameran dan dengan menggunakan medi sosial.

5) Strategi inovasi produk

Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati melakukan strategi inovas produk dengan menawarkan model sepatu menurut kehendak konsumen dan mengikuti trend.¹⁰

B. Deskripsi Data

1. Data tentang Konsep atau Bentuk-bentuk Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan hal yang sangat penting yang dilakukan Industri Sepatu Kulit Finaldo di dalam suatu penyempurnaan suatu produknya, agar dapat bersaing dan untuk memenuhi konsumen yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Persaingan yang semakin keras dan dinamis mengakibatkan Industri Sepatu Kulit Finaldo selalu berfikir mengenai produk yang dapat diterima oleh konsumen. Dengan demikian Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati terus mengembangkan produk baru serta memodifikasi produknya sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan tindakan pesaing yang berubah-ubah.

Dalam melakukan pengembangan produk yang dilakukan oleh Industri Sepatu Kulit Finaldo yaitu dengan mengembangkan penampilan produk baru dan variasi produk melalui usaha mengubah, mengganti, dan mengembangkan penampilan yang sudah ada, atau model membuat produk dengan kualitas yang lebih bagus serta mengembangkan model dan ukuran tambahan.

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pengusaha Industri Sepatu Kulit Finaldo ini adalah dengan melakukan berbagai

¹⁰Masruhan, Selaku Bidang Pemasaran Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016. s.stainkudus.ac.id

pengembangan produk dengan model yang menarik dan lebih kreatif. Beberapa konsep kegiatan yang dilakukan dalam pengembangan produk diantaranya sebagai berikut:

1) Pemunculan Ide

Eksistensi industri Sepatu Kulit Finaldo sampai sekarang tidak terlepas dari jiwa kewirausahaan yang dimilikinya dengan mampu memunculkan ide-ide kreatif dalam memajukan industri ini untuk bisa bertahan ditengah persaingan dengan industri yang serupa.

Kreativitas dan inovasi yang dimiliki dalam Industri Finaldo dengan menggunakan solusi kreatif dalam mengisi peluang yang membawa manfaat dalam kehidupan masyarakat. Dengan demikian, adanya kreativitas dan inovasi dalam industri Finaldo juga dapat menunjang para karyawan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru agar produk yang dihasilkan dapat berkembang dengan baik.

Industri Sepatu Kulit Suwaduk Wedarijaksa Pati telah bersikap kreatif dalam membuat sesuatu yang berbeda untuk menghasilkan dan mengembangkan untuk peningkatan produktivitas dalam pembuatan sepatu kulit tersebut dan memberikan kepuasan pelanggan, produk terkenal dimana-mana, kinerja pemasaran meningkat.¹¹ Hal tersebut juga diungkapkan dalam wawancara yang telah diungkapkan oleh Bapak. Asmani:

“Keativitas wirausaha dalam memproduksi barang maupun cara mendapatkan ide-ide kreatif dalam memproduksi barang dengan dipikirkan terlebih dahulu. Biasanya, sesekali saya meluangkan waktu sebentar untuk berpikir sendiri dan menanyakan pada diri sendiri, dimana saya bisa mendapatkan kreativitas “kemudian saya membuat sebuah catatan kecil

¹¹Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

inspirasi. Nah, setelah pikiran terealisasikan atau tergambar, dari sana haruslah saya mengeksplorasi satu persatu barang mana yang perlu dikembangkan terutama dalam modelnya”.

Dengan membuat catatan Bapak Asmani mendapatkan ide-ide baru yang akan dituangkan. Catatan itu setiap apa yang terlintas di pikirannya selalu dicatat dan diaplikasikan secara satu persatu mana yang kelihatannya bagus dan biasanya Bapak Asmani membuat catatan idenya dengan berjalan-jalan melihat pasaran apa yang telah terjadi di kalangan masyarakat. Seperti halnya model-model yang terpopuler pada saat apa yang telah dikagumi oleh masyarakat. Beliau juga menyebutkan:

“Menenangkan pikiran (rileks), meluangkan waktu sebentar untuk melakukan suatu hal yang bisa membuat senang dan santai. Kegiatan yang bikin saya tenang, contohnya: jalan-jalan bersama keluarga, pergi keluar lihat keadaan pasar dengan salah satu karyawan, memungkinkan saya mendapatkan ide-ide baru”.

Dengan demikian, cara mendapat ide kreatif dengan melakukan sesuatu yang bisa memotivasi diri, sehingga nanti akan memunculkan energi positif yang bisa memicu munculnya ide kreatif, yaitu beribadah. Biasanya setelah beribadah ide itu muncul dengan sendirinya.¹²

2) Penyaringan Ide

Dalam penyaringan ide biasanya Bapak Asmani membayangkan mengenai pemasaran kota Pati, bagaimana model sepatu yang dahulunya sederhana di ganti dengan model yang baru yang lebih variatif dan banyak kombinasi. Dan saya berfikir bagaimana caranya orang-orang itu masih tetap harus

¹²Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

bertahan lebih banyak pelanggan dan mereka merasa puas menggunakan produk baru tersebut.

Hal yang terpenting setelah Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati menemukan produk, potensial, kemudian buruk, tidak cocok, atau bahkan tidak menarik dibuang dari aksi selanjutnya. Pada saat itu, Industri ini menggunakan daftar penyaringan produk baru untuk evaluasi awal. Dalam daftar ini, perusahaan mendaftarkan atribut-atribut produk baru yang menurut mereka paling penting dan membandingkan setiap ide dengan atribut-atribut tersebut. Daftar yang ada distrandarisasi dan ide-ide tersebut dibandingkan.

3) Pengembangan dan Pengujian Konsep

Gagasan yang menarik harus dikembangkan menjadi konsep produk. Industri Sepatu Kulit Finaldo ini telah membedakan antara gagasan produk, konsep produk, dan cara produk. Gagasan produk itu ditawarkan ke pasar. Konsep produk tersebut terinci menjadi gagasan yang dapat berarti bagi konsumen dengan citra produk yang aktual atau potensial.

Hal yang penting bagi Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati yaitu melakukan pengembangan konsep dan pengujian konsep untuk memilih produk mana yang tepat produk baru diuji dengan kelompok konsumen sasaran untuk mengetahui apabila konsep memiliki daya tarik kuat bagi konsumen.¹³

4) Pengembangan Strategi Pemasaran

Pada tahap ini Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati mengembangkan strategi pemasaran yang

¹³Masruhan, Selaku Bagian Pemasaran Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

akan diterapkan saat meluncurkan produk barunya ke pasar. Rencana strategi pemasaran ini terdiri dari tiga bagian, yaitu:

- a) Menjelaskan tentang ukuran, struktur, dan perilaku pasar yang dituju, rencana penentu posisi produk, serta penjualan, pangsa pasar, dan laba yang diinginkan dalam beberapa tahun pertama.
 - b) Menguraikan tentang harga produk yang direncanakan strategi distribusi, dan anggaran pemasaran untuk tahun pertama.
 - c) Menjelaskan tentang penjualan jangka panjang dan sasaran laba, dan strategi bauran pemasaran selama waktu yang telah ditetapkan.
- 5) Analisis Bisnis

Setelah manajemen memutuskan konsep produk dan strategi pemasarannya, manajemen mengevaluasi daya tarik bisnis dan potensial. Analisis bisnis bertujuan untuk meninjau ulang penjualan, biaya, dan proyeksi laba bagi produk baru yang ada di Finaldo untuk menentukan faktor-faktor yang memenuhi tujuan Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati. Setelah itu melanjutkan ke tahap pengembangan produk. Untuk memperkirakan penjualan, Industri Sepatu Kulit Finaldo ini melihat sejarah penjualan dari produk serupa dan melakukan survei pendapat pasar. Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati juga memperkirakan penjualan minimum dan memaksimalkan untuk menilai kisaran resiko atau menetralkan resiko yang akan dapat meningkatkan produktivitas dalam pembuatan sepatu.¹⁴

¹⁴Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

6) Pengembangan Produk

Dalam memutuskan konsep produk untuk desain model-model sepatu yang akan diproduksi Industri Finaldo, dimana menurut Bapak Asmani ada beberapahal yang harus dilakukannya, yaitu: untuk mengetahui kesenangan (selera) pelanggan atau konsumen terhadap produk sepatu, dilakukan dengan cara meminta informasi kepada pelanggan berkaitan dengan produk, dan mereka harapkan dari pelayanan yang perlu dilakukan perusahaan.¹⁵ Masruhan selaku tim desa berkata:

“Saya biasanya melakukan desain dengan melihat ide-ide pada saat-saat tertentu yaitu obyek yang saya lihat adalah seperti televisi, radio, iklan-iklan, di daerah pasar dan di internet”. Mengembangkan ide atau gagasan sendiri berdasarkan pengalaman dan intuisi tentang desain model-model produk sepatu yang kemungkinan sesuai dengan kebutuhan, kesenangan (selera) masyarakat”.

Dari desain model yang dilihat oleh peneliti, mereka memulai produk wanita dari ukuran 36 sampai 40 dimana ukuran 36 adalah ukuran yang paling kecil dan 37, 38 ukuran sedang, 39 adalah ukuran besar dan 40 adalah ukuran paling besar. Dan untuk produk laki-laki di mulai dari ukuran 38 sampai 43, dimana ukuran 38 adalah ukuran yang paling kecil dan, 39 – 41 ukurang sedang, 42 adalah ukuran besar dan 43 adalah ukurang paling besar.

7) Pengujian Pasar

Setelah produk berhasil dari fungsional dan konsumen, langkah berikutnya adalah yang dilakukan Industri Finaldo uji pemasaran,tahap produk, dan program pemasaran yang dikenalkan kepada keadaan pasar yang lebih realistis. Yang

¹⁵Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

memberikan pengalaman bagi pemasaran dengan memasarkan produk sebelum terjun. Yaitu dengan strategi, pemosisian, iklan, distribusi, penetapan harga, penetapan merek, dan kemasan.¹⁶

Bapak Asmani dalam wawancara dengan peneliti, dimana kreativitas yang ia lakukan agar produk sepatu dari industrinya dapat masuk dan memiliki keunggulan bersaing di pasar, sehingga dapat mencapai target (tujuan) bagi perusahaannya adalah melakukan analisis pasar.¹⁷ Hal ini telah diperkuat oleh Masruhan selaku tim pemasaran sebagaimana yang diungkapkan sebagai berikut:

“Saya biasanya dalam menganalisis pasar yaitu dengan mempelajari potensi pelanggan terhadap produk sepatu, mempelajari produk-produk sepatu dan tingkat harga jual di pasar, mempelajari kelemahan dan kekuatan produk-produk sepatu yang sekitarnya menjadi pesaing bagi perusahaannya. Dengan kata lain saya dituntut untuk berpikir keras dalam mengembangkan ide atau gagasan berkaitan dengan usaha di bidang industri sepatu agar dapat masuk dan merebut peluang pasar dengan tingkat produktivitas yang efektif dan efisien”.

Pemilik berharap bagaimana sekiranya peluang pasar menuju segmentasi yang betul-betul para masyarakat itu benar-benar langsung prospek terhadap produk Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati.

8) Komersialisasi

Setelah mendapatkan cukup informasi bagi manajemen untuk memutuskan dapat tidaknya meluncurkan produk baru sepatu tersebut. Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati melakukan komersialisasi harus siap untuk

¹⁶Masruhan, Selaku Bidang Pemasaran Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

¹⁷Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

menghadapi biaya yang sangat besar pada saat ini. Sebelum produk baru dipasarkan terhadap empat keputusan yang baru diambil yaitu:¹⁸

a) Kapan (Penentuan Waktu)

Disini Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati memutuskan apakah waktunya sudah tepat bagi peluncuran produk baru apakah akan menjadi yang masuk pertama, masuk bersamaan, atau masuk terlambat. jika masuk pertamakeuntungannya akan menjadi pemimpin dalam distribusi dan mendapatkan konsumen awal. Jika masuk terlambat keuntungannya adalah dapat mengantisipasi kelemahan yang ada pada produk sejenis yang dikeluarkan oleh pesaing

b) Dimana (Strategi Geografis)

Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati juga memutuskan apakah produk baru tersebut akan diluncurkan satu lokasi saja, di beberapa lokasi, di beberapa daerah pasar nasional. Karena penentuan daerah pemasaran inidipengaruhi oleh kemampuan pesaing dan sumber daya yang dimilikinya.

c) Kepada Siapa (Strategi Pasar Sasaran)

Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati juga menentukan kelompok calon konsumennya (segmen pasar) mana yang dianggap paling potensial agar program distribusi dan promosi yang dijalankan dapat mencapai pasar sasaran yang dapat dicapai dengan biaya terendah.

¹⁸Masruhan, Selaku Bagian Pemasaran Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

d) Bagaimana (Strategi Perkenalan Pasar)

Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati selalu mengembangkan rencana bagaimana pelaksanaan memperkenalkan budget pemasarannya. Disini industri Finaldo mengalokasikan anggaran pemasaran peralatan bauran pemasaran dan menjadwalkan berbagai aktivitas penunjang.

2. Data tentang Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Produktivitas pada Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati

Untuk dapat meningkatkan produktivitas dalam produksi sepatu kulit Finaldo menerapkan strategi kinerja karyawan yang dapat mempengaruhi peningkatan produktivitas dimana dalam penerapannya dilakukan pengelempokan kinerja karyawan yang diarahkan untuk meningkatkan produktivitas.

Penjualan barang dagangan Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati selalu mengedepankan toleran dalam artian mereka tidak pernah geram (marah) ketika ada salah satu komplain dari pihak klien atau konsumen. Pemilik perusahaan selalu mendorong dan memotivasi para tenaga kerja atau karyawan terutama bagian penjualannya untuk memiliki prestasi terhadap pelanggan dengan cara memberikan pencitraan yang positif terhadap produk-produk perusahaan.¹⁹ Berdasarkan wawancara Bapak Asmani mengungkapkan:

“Dalam penjualan, seorang konsumen ada banyak macamnya mbak. mereka ada yang pesan secara langsung datang kemari ada juga yang lewat telepon, ada juga yang ditempatnya sendiri yaitu para marketing (sales) yang datang lansung kepada pihak perusahaan. Mereka pada awalnya janji untuk mengajak bekerjasama. Akan tetapi semua itu syarat

¹⁹Masruhan, Selaku Bidang Pemasaran Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

utama adalah memenuhi permintaan konsumen yang mana yang terbaik bagi konsumen agar konsumen merasa puas”.²⁰

Hasil wawancara dengan salah satu tim karyawan yang bagian penjualan di toko yaitu Mbak Tutik:

“Jika nilai hasil penjualan bisa meningkat setelah adanya pengembangan produk dengan melakukan ide kreatif dan inovatif. Kreatif dalam artian melihat mode-mode baru yang berkembang di masyarakat dan sekaligus inovatif. Maka saya biasanya menawarkan pelan-pelan dengan menarik hati para pelanggan”.

Industri sepatu kulit Finaldo ini melihat dari pengembangan produk yang dilakukan, sebagai upaya memberikan kepuasan lebih kepada pelanggan. Ia menyadari bahwa tenaga penjualan merupakan ujung tombak keberhasilan perusahaan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan serta dalam memenuhi kepuasan dari pelanggan. Oleh karena itu, semua hubungan dengan pelanggan menuntut perilaku tenaga penjualan yang sopan dan efektif.²¹ Tuntutan ini membawa konsekuensi pada pembentukan pola perilaku yang kemudian menjadi kebiasaan di Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati. Mas Haryanto mengungkapkan selaku distributor dia berkata:

- 1) Kebiasaan yang terus dilakukan dan dikembangkan bagi tenaga kerja pada perusahaannya memberikan layanan dan kepuasan kepada pelanggannya.
- 2) Tepat waktu, menindaklanjuti janji yang baik dan tidak mengumbar janji.
- 3) Senantiasa memberikan layanan yang baik dan memperlakukan pelanggan dengan baik.

²⁰Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 2016.

²¹Tutik, Selaku Bidang Penjualan Toko Industri Sepatu Kulit Finaldo, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juli 2016.

- 4) Memberikan alternatif pilihan terhadap desain model produk sepatu kulit bagi pelanggan.
- 5) Komunikasi langsung secara ramah kepada para pelanggan berkaitan dengan kebutuhan, kesenangan (selera) dan model produk yang diinginkan.
- 6) Selalu memperhatikan dan menindaklanjuti setiap keluhan yang disampaikan pelanggan.
- 7) Keberhasilan terhadap pencapaian target peningkatan produktivitas dalam pembuatan produk pada perusahaannya adalah diukur dari kinerja *hasil outcome performance*, lebih menunjukkan pada hasil yang dicapai oleh tenaga produksi dan penjualan dalam kurun waktu atau periode tertentu. Oleh karena itu, mengungkap kondisi kinerja produksi pada Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati adalah dapat dilakukan melalui kajian mengenai perkembangan hasil penjualan (omzet penjualan), dan relasi kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam bidang penjualan demi mencapai hasil produktivitas yang efektif dan efisien.²²

Dalam kaitannya dengan kemampuan kinerja penjualan pada Industri Sepatu Kulit Finaldo Wedarijaksa Pati, dari hasil sementara dengan informan (pemilik perusahaan) dapat diuraikan sebagai berikut:

“Keberhasilan terhadap pencapaian target penjualan produk-produk sepatu kulit pada industri ini adalah diukur dari kinerja hasil *outcome performance*”.

Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati merupakan industri yang bergerak pada bidang produksi sepatu kulit dimana dalam menjalankan aktivitas usahanya senantiasa ingin mengembangkan serta memperluas daerah penjualannya.

²² Warso, Selaku Distributor Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juli 2016.

Tujuannya adalah agar perusahaan dapat meningkatkan tingkat penjualan serta mengembangkan produk sepatu sehingga dapat meningkatkan produktivitas yang efektif dan efisien sehingga menciptakan nilai pada perusahaan. Dengan adanya keinginan untuk berkembang inilah maka pihak Finaldo melakukan analisis segmentasi pasar secara luas.²³

Dalam hal penjualan ini, ada etika yang ada pada industri sepatu kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati. Hasil wawancara dengan Bapak Asmani selaku pemilik Industri Sepatu Kulit Suwaduk Wedarijaksa Pati, beliau mengatakan:

“Bahwa Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati mempunyai etika yang wajib dijalankan oleh setiap tenaga penjual atau sales, antara lain: kejujuran, tanggung jawab, dan kecerdasan, serta komunikatif”.

Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati merupakan industri yang bergerak dalam bidang produksi sepatu, khususnya pemesanan sepatu kulit yang selalu mengedepankan strategi bersaing di dalam melayani pelanggan. Dan strategi yang dilakukan oleh Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati untuk mendukung keberhasilan kegiatan pelayanan produk-produknya yaitu strategi yang menitik beratkan pada keunggulan strategi bersaing yang bertujuan agar pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan. Karena itu strategi merupakan elemen penting yang menjadi perhatian. Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati dalam menghadapi persaingan yang akan datang. Perhatian ini dianjurkan pada peningkatan mutu atau kualitas yang berdasarkan pada suatu kecenderungan bahwa masyarakat atau pelanggan semakin membutuhkan pelayanan yang mampu

²³Warso, Selaku Bidang Distribusi Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juli 2016.

memuaskan keinginannya.²⁴ Dari situ Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati akan membentuk terciptanya loyalitas pelanggan.

Hubungan hal yang menjadi titik tekan Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati dalam hal meningkatkan kepuasan konsumen, diantaranya:

- a. Mempertahankan Kualitas Produk.
- b. Meningkatkan Kualitas Pelayanan.
- c. Emosional.
- d. Harga.
- e. Biaya.

Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati untuk melakukan perumusan strategi dalam bersaing baik secara umum maupun menggunakan etika Islam. Jadi strategi bersaing merupakan unsur vital dalam manajemen usaha jasa. Dan loyalitas pelanggan itu didapat dan kepuasan konsumen, sehingga menghasilkan konsumen yang loyal.

Oleh karena itu sangatlah penting Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati selaluingin memberikan kepuasan di dalam menghasilkan konsumen yang loyal. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Masruhan sebagai berikut:

“Agar konsumen merasa puas dengan produk kami, maka strategi yang digunakan oleh perusahaan adalah strategi yang menitik beratkan pada pelaksanaan kualitas. Dengan adanya strategi ini, maka perusahaann dapat memberikan kepuasan kepada konsumen melalui strategi bersaing agar menjadi loyal terhadap perusahaan”.

Beberapa strategi yang diterapkan Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati dalam hal meraih kepuasan konsumen sehingga dapat memberikan timbal balik dalam perusahaan

²⁴Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juli 2016.

dimana pencapaian produktivitas yang efektif dan efisien, dengan cara sebagai berikut:

1) Strategi menyerang

- (a) Melakukan promosi yang menerangkan bahwa perusahaan memiliki fasilitas pelayanan lebih baik dibandingkan sebelumnya.
- (b) Memberikan hadiah kepada pelanggan lama yang dapat membawa beberapa pelanggan baru (jumlah pelanggan baru ditetapkan berdasarkan atas biaya untuk hadiah yang diberikan)

2) Strategi defensif atau bertahan

Strategi mempertahankan yang sudah ada di Finaldo, dilakukan untuk meningkatkan fasilitas pelayanan yang dimiliki. Seperti: (a) Menyediakan beberapa fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan pelanggan. (b) Memberikan hadiah kecil pada pelanggan setelah beberapa kali menggunakan layanan. (c) Mengirimkan kartu ucapan selamat pada hari-hari besar bagi pelanggan setia, yang telah menjadi pelanggan cukup lama.

3) Membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Memberikan jaminan atas layanan atau produk yang dijual.

4) Menciptakan hubungan personal karyawan/pemilik perusahaan dengan pelanggan.

Industri Sepatu Kulit Finaldo Mampu mengantisipasi perubahan atau penambahan harapan pelanggan dengan meningkatkan kemampuan internal karyawan untuk pelayanan, dan sebagainya. Penilaian konsumen mengenai kapasitas produk secara keseluruhan untuk memuaskan kebutuhannya.²⁵

Dan hal ini dapat dilakukan oleh Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati secara terus menerus dengan cara meningkatkan pelayanan jasa yang diberikan pada konsumen, serta

²⁵ Masruhan, Selaku Bidang Pemasaran Industri Sepatu Kuli Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juli 2016.

strategi bersaing yang mendapatkan bekal pengetahuan yang baik dan kemampuan untuk melayani konsumen dengan baik, yang menyebabkan peningkatan kepuasan pada penggunaan produk jasa serta menghasilkan konsumen yang loyal pada Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati. Pemilik industri mengatakan:

“Agar layanan industri sepatu kami memuaskan, maka industri kami dalam membuat produksi yang akan dijual kepada pelanggan menyesuaikan dengan kebutuhan para konsumen. Oleh karena itu industri sepatu ini mengharapkan konsumen yang telah saya miliki menjadi pelanggan tetap, sehingga ada kontinuitas dalam hal pembelian produk kami”.²⁶

C. Pembahasan

1. Analisis Data Tentang Konsep atau Bentuk-bentuk Pengembangan Produk pada Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati

Di dalam Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati yang berdiri dengan menghasilkan produk barang dan jasa, yaitu produk berupa sepatu kulit dan jasa berupa karyawan yang telah dipekerjakan yang dapat memberikan suatu bentuk kepada masyarakat sehingga dapat dinikmati. Ini sesuai dengan teori Angipora yang menyatakan produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar.²⁷

Jika didalam suatu kajian teori menyatakan meskipun manajer pabrik tidak selalu berhubungan langsung dengan pasar, namun pemahaman terhadap keberadaan suatu produk tetap diperlukan.

²⁶Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juli 2017.

²⁷Teori yang Digunakan Teori Angipora dalam Bukunya Basri, *Bisnis Pengantar*, BEFE Yogyakarta, 2005, hlm. 84.

Tetapi beda dengan yang berada di lapangan karena Industri Sepatu Kulit Finaldo dapat tetap berjalan dan produknya di kenal dan di minati masyarakat itu berkat pemilik dan sesekali ketika ada waktu tetap meluangkan untuk turun langsung melihat bagaimana kondisi pasar sehingga tau dinamika pasar, tingkat kompetisi dan preferensi konsumen sehingga keberadaan produk sepatu kulit Finaldo meningkat.²⁸

Pengalaman yang ada di lapangan produk yang ada di Industri Sepatu Kulit Finaldo sebelum turun ke pasar harus melalui tahapan terlebih dahulu untuk dapat diterima di pasar dan masyarakat yaitu dengan melakukan pengenalan terlebih dahulu, lebih banyak melakukan kerja sama dengan para distributor, melihat posisi pasar yang menjadikan sepatu kulit tersebut stabil, dan pernah juga dimana mengalami eksistensi pasar menurun. Seperti yang ada di dalam kajian teori bahwasannya keberhasilan dari setiap tahapan akan memberikan pendapatan yang baik bagi perusahaan. Dan tahapan yang telah dilakukan Industri Finaldo itu dapat dikatakan dengan daur hidup produk yang menjadikan volume penjualan meningkat sehingga dapat melakukan pengembangan produk berupa inovasi. Karena Finaldo dulu hanya memproduksi sepatu jenis Fantofel saja dan sekarang berkembang memproduksi bermacam-macam jenis, model sepatu dan sandal yang berbahan dari kulit.²⁹

Mengenai peran pengembangan dalam memproduksi barang (produk) pada Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati dari hasil wawancara dengan pemilik industri Finaldo dan hasil pengamatan peneliti di lapangan ini sesuai dengan ketentuan dalam kajian teori bahwasannya proses pengembangan produk baru itu harus melalui tahapan-tahap sesuai konsep. Berikut yang dilakukan dalam

²⁸ Teori dalam Basri, *Bisnis Pengantar*, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta, 2005, hlm. 84.

²⁹ Teori dalam Rika Ampuh Hadiguna, *Manajemen Pabrik*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2009, hlm. 56-57.

manajemen industri Finaldo dalam menjalankan konsepnya melalui tahapan-tahapan.³⁰

a. Pemunculan Ide

Untuk menghasilkan dan mengembangkan produk dari industrinya agar dapat meningkatkan produktivitas dalam pembuatan sepatu kulit, pemilik industri menyadari sebagai seorang wirausahawan agar berhasil, maka selalu bekerja keras, dan selalu mengembangkan ide atau gagasan baru bagi kelangsungan bisnisnya, yang mampu mempersepsikan pengembangan ide atau gagasan bagi perusahaan merupakan kunci utama yang sangat penting dan perlu mendapat perhatian secara tepat. Dalam wawancara dengan Bapak Asmani selaku pemilik industri sepatu kulit Finaldo mengatakan bahwa, “beliau membuat catatan ketika mendapatkan ide-ide baru yang akan dituangkan. Catatan itu setiap apa yang terlintas di fikirannya selalu dicatat dan diaplikasikan secara satu persatu mana yang kelihatannya bagus dan biasanya Bapak Asmani membuat catatan idenya dengan berjalan-jalan melihat pasaran apa yang telah terjadi di kalangan masyarakat”.³¹

Menurut kajian teori yang ada pengembangan ide atau gagasan itu harus dilakukan secara cepat dan tepat, alasannya karena perkembangan dunia usaha (bisnis) di bidang industri sepatu sangat cepat atau tinggi sehingga tingkat persaingan produk di pasar sangat tajam baik dari segi kualitas, selera maupun harga. Artinya, kualitas barang (produk), selera atau model-model produk, dan harga harus mencerminkan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sehingga pengusaha (wirausahawan) selalu mencari dan memerlukan ide-ide atau gagasan baru yang kuat, dalam hal ini

³⁰Teori dalam *Titiek Nurbiyati, Manajemen Pemasaran Kontemporer*, Kayon, Yogyakarta, 2005, hlm. 140.

³¹Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

imajinasi juga ikut menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan usaha dari perusahaannya. Oleh karena itu, selaku pemilik industri Finaldo selalu membangkitkan ide atau gagasan baru dalam mengembangkan usahanya baik pada aspek desain model-model produk, proses produksi dan penjualan.

b. Penyaringan Ide

Dari segi kajian teori tujuan dari penyaringan gagasan yaitu untuk menciptakan sejumlah besar gagasan. Tujuan tahapan selanjutnya adalah untuk mengurangi jumlah tersebut. Tahap penyaringan gagasan yang pertama adalah penyaringan yang membantu mengenali gagasan yang baik dan menghilangkan gagasan yang buruk sedini mungkin. Ada dua bentuk kesalahan dalam menyeleksi gagasan-gagasan tersebut, yaitu:³²

Pertama, kesalahan buang. Jika di lapangan pada Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati melepaskan ide yang sebenarnya baik, maka itu kesalahan yang telah dilakukannya. Karena suatu kajian teori apabila perusahaan terlalu banyak melakukan kesalahan buang, maka akibatnya perusahaan mungkin menetapkan standar yang terlalu konservatif.

Kedua, kesalahan jalan. Jika pada Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati tidak berhati-hati dalam mengambil keputusan dan meloloskan gagasan yang buruk kemudian dilanjutkan ke tahap selanjutnya, akibatnya hasil produk-produk tersebut hanya menghabiskan biaya saja dan memperoleh laba yang kurang dari target penjualan yang mengakibatkan kurangnya tingkat aktivitas produksi.

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Asmani, “Hal yang terpenting setelah Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati menemukan produk, potensial, kemudian buruk, tidak cocok, atau

³²Teori dalam Herujati Purwoto, *Marketing Philip Kotler*, PT Gelora Aksara Pratama, Jakarta, 1999, hlm. 220.

bahkan tidak menarik dibuang dari aksi selanjutnya. Pada saat itu, Industri ini menggunakan daftar penyaringan produk baru untuk evaluasi awal. Dari situ membandingkan setiap ide dengan atribut-atribut yang sesuai. Kemudian daftar yang ada distandardisasi dan ide-ide tersebut dibandingkan.³³

c. Pengembangan dan Pengujian Konsep

Dalam memutuskan desain model-model produk sepatu yang akan diproduksinya, industri Finaldo melakukan beberapa hal dalam pengembangan dan pengujian konsep.

- 1) Untuk mengetahui kesenangan (selera) pelanggan terhadap produk sepatu, dilakukan dengan cara meminta informasi kepada pelanggan misalnya kesenangan apa yang mereka inginkan berkaitan dengan produk, dan mereka harapkan dari pelayanan yang perlu dilakukan dari industri Finaldo.
- 2) Mengikuti perkembangan mode sepatu, dilakukan dengan cara membaca berbagai buku atau majalah dan koran (surat kabar) maupun melalui penyiaran iklan TV atau radio berkaitan dengan dunia mode sepatu. Begitu juga dengan cara melihat-lihat produk sepatu yang dipasarkan di Mall atau outlet khususnya di wilayah Pati.
- 3) Mengembangkan ide atau gagasan sendiri berdasarkan pengalaman dan intuisi tentang desain model-model produk sepatu yang kemungkinan sesuai dengan kebutuhan, kesenangan (selera), dan kemampuan daya beli pelanggan.

Dari pengembangan dan pengujian konsep diatas seperti yang telah dipaparkan oleh Bapak Asmani yaitu “ketika melakukan pengembangan konsep dan pengujian konsep harus memilih produk mana yang tepat, produk baru diuji dengan kelompok konsumen

³³Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

sasaran untuk mengetahui konsep tersebut memiliki daya tarik kuat bagi konsumen”.

Kegiatan diatas mewakili dari kajian teori bahwasannya konsep produk dalam islam sangat mengedepankan moralitas dan menyentuh nilai dasar kebutuhan manusia. Produk dalam Islam tidak mengatakan bahwa konsumen adalah raja tetapi apapun yang diminta konsumen asal konsumen puas akan pelayanannya. Karena Islam juga sangat menekankan kualitas pelayanan dan permintaan pasar yang didasari dengan pemenuhan moralitas.³⁴

d. Pengembangan strategi pemasaran

Dalam hubungan strategi pemasaran, hal yang dapat ditempuh perusahaan, yaitu dengan strategi pemasaran yang tidak membedakan pasar. Dengan strategi ini, perusahaan menganggap pasar sebagai suatu keseluruhan, sehingga perusahaan hanya memperhatikan kebutuhan konsumen secara umum. Oleh karena itu perusahaan hanya menghasilkan dan memasarkan satu macam produk saja dan berusaha menarik semua pembeli dan calon pembeli dengan suatu rencana pemasaran saja. Strategi ini bertujuan untuk melakukan penjualan secara massal, sehingga menurunkan biaya. Perusahaan memusatkan perhatiannya pada seluruh konsumen dan kebutuhannya, serta merancang produk yang dapat menarik sebanyak mungkin para konsumen tersebut. Perusahaan yang menggunakan strategi ini, tidak menghiraukan adanya kelompok pembeli yang berbeda-beda. Pasar dianggap sebagai suatu keseluruhan dengan ciri kesamaan dalam kebutuhannya.

Dari kajian teori tentang strategi pemasaran bahwasannya tidak membedakan pasar dengan ciri kesamaan dalam kebutuhannya ini terdapat dalam industri Finaldo yang telah

³⁴Teori dalam Yusuf Qardhawi, *Peran dan Nilai Moral dalam Pandangan Islam*, Robbani Press, Jakarta, 2001, hlm. 156-157.

diterapkan seperti yang diungkapkan salah satu karyawan bagian pemasaran industri Finaldo Masruhan yaitu “melakukan pengembangan strategi pasar dengan, (a) menjelaskan tentang ukuran, struktur, dan perilaku pasar yang dituju, rencana penentuan posisi produk, serta penjualan, pangsa pasar, dan laba yang diinginkan dalam beberapa tahun pertama dengan jelas dan apa adanya. (b) menguraikan tentang harga produk yang direncanakan strategi distribusi, dan anggaran pemasaran untuk tahun pertama. (c) menjelaskan tentang penjualan jangka panjang dan sasaran laba, serta strategi bauran pemasaran selama waktu yang telah ditetapkan”.³⁵

Untuk itu menurut kajian teori yang ada salah satu keuntungan strategi ini adalah kemampuan perusahaan untuk menekan biaya sehingga dapat lebih ekonomis. Sebaiknya, kelemahannya adalah apabila banyak perusahaan lain juga menjalankan strategi pemasaran yang sama, maka akan terjadi persaingan yang tajam untuk menguasai pasar tersebut (*hyper competition*), dan mengabaikan segmen pasar yang kecil lainnya. Akibatnya, strategi ini dapat menyebabkan kurang menguntungkannya usaha-usaha pemasaran perusahaan, karena banyak dan makin tajamnya persaingan.³⁶

e. Analisis Bisnis

Analisis bisnis untuk konsep produk yang tersisa lebih mendetil dari pada penyaringan produk. Terdapat beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam langkah perencanaan ini, yaitu:

Proyeksi permintaan: Hubungan harga: potensi penjualan jangka pendek dan jangka panjang: kecepatan pertumbuhan penjualan, musiman, tingkat pembelian kembali, intensitas saluran.

Proyeksi biaya: biaya total dan biaya perunit, menggunakan fasilitas sumber daya yang ada; biaya awal dan biaya lanjutan:

³⁵Masruhan, Selaku Bagian Pemasaran Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, Wawancara Pribadi, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

³⁶Teori dalam Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Yrama Widya, Bandung, 2011, hlm. 120.

perkiraan bahan baku dan biaya di masa depan; skala ekonomis; kebutuhan saluran, titik impas.

Persaingan: pangsa pasar jangka pendek dan jangka panjang perusahaan dan persaingan; kekuatan kelemahan pesaing, pesaing potensial; kemungkinan strategi kompetitif dalam menanggapi produk baru oleh perusahaan.

Investasi yang di perlukan: perencanaan produk (teknik, peraturan paten, pengembangan produk, pengujian); promosi, produksi, distribusi.

Profitabilitas: waktu untuk menutup biaya awal, keuntungan awal dan keuntungan per unit jangka pendek dan jangka panjang, kontrol atas harga: pengembalian atas investasi (ROI); resiko.³⁷

Dari semua kajian teori tersebut mulai dari proyeksi permintaan, proyeksi biaya, persaingan, investasi, profitabilitas untuk dapat menganalisis suatu bisnis, kini dalam industri sepatu Finaldo menyiapkan ramalan penjualan dimana manajemen dapat memperkirakan biaya produk dan laba yang termasuk biaya pemasaran, proses, manufaktur, akuntansi, serta keuangan agar dapat lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan angka produktivitas. Seperti pemaparan dalam wawancara dengan Bapak Asmani “bahwa untuk memperkirakan penjualan, Industri Sepatu Kulit Finaldo ini melihat sejarah penjualan dari produk serupa dan melakukan survei pendapat pasar. Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati juga mempekirakan penjualan minimum dan memaksimalkan untuk menilai kisaran resiko atau menetralkan resiko yang akan dapat meningkatkan produktivitas dalam pembuatan sepatu”.

Karena kajian teori selanjutnya merupakan langkah pengembangan produk yang memerlukan biaya mahal dan memakan waktu lama, maka penggunaan analisis bisnis yang kritis menjadi

³⁷Teori dalam Titiek Nurbiyati, *Manajemen Pemasaran Kontemporer*, Kayon, Yogyakarta, 2005, hlm.157.

penting dalam mengeliminasi item-item marjinal. Upaya yang dilakukan industri Finaldo dalam wawancara dengan bagian pemasaran yaitu, selalu mengedepankan bisnisnya dengan cara.

- 1) Mempertahankan kualitas produk, dengan cara itu konsumen merasa puas dengan hasil evaluasi produk Finaldo karena produk yang mereka gunakan berkualitas dan dapat memenuhi kebutuhan penggunaannya.
- 2) Meningkatkan kualitas pelayanan, didalam industri Finaldo mengharuskan setiap konsumen mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan karena menurut pemilik industri Finaldo ini pelayanan tersebut dapat memegang peranan penting. Tujuannya menciptakan pelayanan yang ramah dan sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan.
- 3) Emosional, karena industri ini sudah terkenal jadi konsumen merasa bahwa tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Dengan adanya konsumen memuji akan lebih menumbuhkan lagi semangat untuk terus mengembangkan produk-produk baru.
- 4) Harga, menurut kajian teori yang ada bahwasannya semakin mahal harga produk yang ditawarkan maka konsumen mempunyai harapan lebih besar. Tetapi beda untuk dilapangan, Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwduk Wedarijaksa Pati memberikan penjelasan bahwasannya produk yang berkualitas sama juga menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- 5) Biaya, industri Finaldo melakukan perumusan strategi secara umum yang mampu bersaing dengan baik, dengan tidak adanya pengeluaran biaya tambahan dan membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk yang loyal.³⁸

³⁸Masruhan, Selaku Bagian Pemasaran Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

f. pengembangan Produk

Pengembangan produk mengkonversi ide produk menjadi bentuk fisik dan menentukan strategi pemasaran dasar. Ini melibatkan konstruksi produk, pengemasan, merek, posisi produk, dan pengujian sikap dan penggunaan. Keputusan konstruksi produk meliputi jenis dan kualitas bahan, yang terdiri dari produk, metode produksi, biaya-biaya dan waktu produksi yang diperlukan untuk setiap unit, kapasitas pabrik, ukuran dan warna alternatif, dan waktu yang dibutuhkan untuk berpindah dan pengembangan ke komersialisasi.

Keputusan yang ada di lapangan pengemasan meliputi bahan yang digunakan, fungsi yang dilakukan (seperti promosi dan penyimpanan), biaya-biaya, serta ukuran dan warna alternatif. Keputusan merek meliputi pilihan nama baru atau yang sudah ada, eksklusivitas, perlindungan merek dagang, serta pencarian gambar. Posisi produk melibatkan pemikiran segmen pasar dan posisi item baru terhadap pesaing dan tawaran perusahaan lain. Pusat pengujian sikap dan penggunaan ada pada persepsi dan kepuasan konsumen terhadap produk. Seperti apa yang diungkapkan Masruhan dalam wawancaranya yaitu, “setelah produk berhasil dari fungsional dan konsumen, langkah berikutnya yang dilakukan Industri Finaldo uji pemasaran, tahap produk, dan program pemasaran yang dikenalkan kepada keadaan pasar yang lebih realistis. Yang memberikan pengalaman bagi pemasaran dengan memasarkan produk sebelum terjun. Yaitu dengan strategi, pemosisian, iklan, distribusi, penetapan harga, penetapan merek, dan kemasan mengembangkan berdasarkan pengalaman dan intuisi tentang desain model-model produk sepatu yang kemungkinan sesuai dengan kebutuhan, kesenangan (selera) masyarakat”.³⁹

³⁹Masruhan, Selaku Bagian Pemasaran Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

g. Pengujian Pasar

Sesuai data lapangan yang ada kreativitas yang dilakukan agar produk sepatu dari industrinya masuk dan memiliki keunggulan bersaing di pasar yang mampu mencapai target (tujuan) bagi perusahaannya dengan melakukan analisis pasar. Adapun analisis pasar yang dilakukannya, yaitu mempelajari potensi pelanggan terhadap produk sepatu, mempelajari produk-produk sepatu dan tingkat harga jual di pasar, mempelajari kelemahan dan kekuatan produk-produk sepatu yang sekiranya menjadi pesaing bagi perusahaannya.

Dengan kata lain dalam kajian teori ia dituntut untuk berpikir keras dalam mengembangkan ide atau gagasan berkaitan dengan usahanya di bidang yang sedang digeluti agar dapat masuk dan merebut peluang pasar yang ada. Karena dalam Industri Sepatu Kulit Finaldo berharap sekiranya peluang pasar menuju segmentasi yang betul-betul para masyarakat itu benar-benar langsung prospek terhadap produk sepatu kulitnya. Ini disampaikan oleh seorang karyawan bagian pemasaran, bahwa “biasanya dalam menganalisis pasar yaitu dengan mempelajari potensi pelanggan terhadap produk sepatu, mempelajari produk-produk sepatu dan tingkat harga jual di pasar, mempelajari kelemahan dan kekuatan produk-produk sepatu yang sekitarnya menjadi pesaing bagi perusahaannya. Dengan kata lain dituntut untuk berpikir keras dalam mengembangkan ide atau gagasan berkaitan dengan usaha di bidang industri sepatu agar dapat masuk dan merebut peluang pasar dengan tingkat produktivitas yang efektif dan efisien”.

h. Komersialisasi

Menurut kajianteori setelah pengujian selesai dilakukan, perusahaan siap untuk memperkenalkan produk ke pasar target secara penuh. Ini adalah komersialisasi dan sesuai dengan langkah pengenalan

siklus hidup produk. Komersialisai melibatkan pelaksanaan rencana pemasaran secara total dan produksi secara penuh.

Di antara faktor-faktor yang harus untuk industri Finaldo ini dipertimbangkan dalam langkah komersialisasi, yaitu sesuai kecepatan penerimaan oleh konsumen dan anggota saluran, maka intensitas distribusi (berapa banyak outlet), kemampuan produksi, gabungan promosi, harga, persaingan, periode waktu sampai terjadi profitabilitas, dan biaya-biaya komersialisasi.

Hasil wawancara dengan pemilik industri Finaldo menyatakan bahwa, “ketika melakukan komersialisasi harus siap untuk menghadapi biaya yang sangat besar pada saat ini. Sebelum produk baru dipasarkan terhadap empat keputusan (kapan, dimana, kepada siapa, bagaimana) yang baru diambil . Jadi dari semua kegiatan dan tahapn-tahapan konsep tersebut dilakukan oleh Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati dengan benar-benar berfungsi supaya dapat melatih semua pihak kerja yang ada untuk mengerjakan pekerjaan yang lebih bertanggungjawab, dan menghasilkan hasil yang baik sehingga pengembangan tersebut dapat berjalan dan mampu menguasai pasar.⁴⁰

2. Analisis Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Produktivitas pada Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati

Untuk sebuah kajian teori dinyatakan bahwa produktivitas yaitu suatu kegiatan yang dikatakan meningkat apabila pengembangan program memberikan hasil tambahan sebagai produk sampingan.⁴¹ Hal itu tidak sesuai dengan apa yang terjadi di dalam industri Finaldo karena suatu organisai dikatakan produktif maka perlu dilakukan penerapan strategi pemasaran yang memadai untuk mempengaruhi

⁴⁰Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

⁴¹Teori dalam Wibowo, *Manajemen Kinerja*, Rajawali Pers, Jakarta, 2013, hlm. 109.

produksi secara menyeluruh sehingga prosentasi kapasitas berjalan dengan baik. Yang telah disampaikan Bapak Asmani mengatakan bahwa, “penerapan strategi semua itu syarat utama untuk memenuhi permintaan konsumen yang mana yang terbaik bagi konsumen agar konsumen merasa puas”.

Untuk ekspatriat beberapa manajer lokal tidak memahami gagasan produktivitas.⁴² Itu tidak benar karena kenyataan dalam industri sepatu kulit Finaldo diungkapkan oleh pemilik Industri Finaldo ini, walaupun lokal tetap memahami bagaimana suatu gagasan produktivitas bagi yang sudah menjalankan bahkan menghadapi kesulitan dalam mengkomunikasikan supervisor dan pekerja, tidak hanya dengan memandang produktivitas dalam pengertian produksi saja, tetapi juga bagaimana produktif dalam penjualan dan pemasaran yang menjadikan produktivitas tersebut meningkat.

Kajian teori menyatakan otak manusia merupakan sumber produktivitas untuk menciptakan suatu tata pemikiran yang secara berkelanjutan mencapai perbaikan yang bereaksi secara efektif.⁴³ Hal tersebut benar adanya di dalam industri sepatu kulit Finaldo karena melihat bagaimana orang-orang atau karyawan bekerja dengan upaya dapat memberikan kepuasan lebih kepada pelanggan dengan menuntut adanya karyawan yang kreatif dan inovatif. Sehingga terbentuk pola pemikiran yang luas dan terbentuk inovasi-inovasi terbaru dalam suatu pembuatan model atau jenis sepatu kulit tersebut. Yang diungkapkan salah satu karyawan toko yaitu, “Jika nilai hasil penjualan bisa meningkat setelah adanya pengembangan produk dengan melakukan ide kreatif dan inovatif. Dengan kreatif melihat mode-mode baru yang berkembang di masyarakat dan sekaligus inovatif”.

Selain kreatif dan inovatif yang disampaikan Bapak Asmani juga kriteria yang ditetapkan dalam industri sepatu kulit Finaldo untuk

⁴² Teori dalam *Ibid*(Wibowo), hlm. 115.

⁴³Teori dalam Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2003, hlm. 82.

karyawan baru harus benar-benar terampil, teliti, dan mampu karena tingkat kerumitan yang sangat sulit. Di industri sepatu kulit Finaldo merekrut karyawan yang benar-benar mau bekerja dengan memberikan pelatihan cukup lama masa training yaitu dengan pelatihan minimal selama 3 bulan untuk karyawan bagian pententukan dan minimal 1 tahun untuk karyawan bagian penjahit atau steek. Ini sesuai dengan kajian teori dalam penentu besar kecilnya produktivitas suatu instansi antara lain knowledge, skill, abilities, attitude, behavior. Yang berarti pengetahuan dan ketrampilan yang mendasari pencapaian produktivitas yang mampu menyelesaikan pekerjaan secara produktif. Dan semua perilaku itu akan menjadikan kebiasaan-kebiasaan yang baik yang dapat menjamin perilaku kerja yang baik pula.

Seperti paparan dalam kajian teori beberapa prinsip etika dalam suatu bisnis dari The Round antara lain : (a) dasar kebenaran dan kejujuran (b) hubungan saling percaya sesama rekan bisnis (c) adil dalam hubungan dengan pelanggan (d) etika tanggungjawab karyawan dalam melaksanakan pekerjaan (e) bertanggungjawab dalam menggunakan sumberdaya dan aset perusahaan (f) keamanan kualitas produk (g) keamanan dan kesehatan di tempat kerja (h) perilaku suap menyuap (i) pelestarian lingkungan (j) penghematan dalam penggunaan biaya dan pemborosan (k) promosi dan pemasaran pada umumnya.⁴⁴ Dengan hasil wawancara dari industri sepatu kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati juga menerapkan strategi berupa etika.

Industri sepatu kulit Finaldo dibalik pencapaian produktivitas yang efektif dan efisien selain pengembangan di dalam produk juga menanamkan strategi etika yang wajib diterapkan dan dijalankan setiap karyawan, ini disampaikan Bapak Asmani bahw, "Bahwa

⁴⁴Teori dalam Buchari Alma Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009, hlm. 200.

Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati mempunyai etika yang wajib dijalankan oleh setiap tenaga penjual atau sales, antara lain: kejujuran, tanggung jawab, dan kecerdasan, serta komunikatif'.⁴⁵

1) Jujur

Setiap karyawan Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati senantiasa menerapkan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran, salah satunya adalah kejujuran. Dimana dalam mengkomunikasikan sebuah produk kejujuran menjadi kunci keberhasilan karena arti kejujuran menurut saya (Bapak Asmani) adalah kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta dengan kejujuran tersebut akan memberi kepercayaan kepada pelanggan yang nantinya diharapkan dapat memberi kepuasan tersendiri yang akan menimbulkan loyalitas dan nantinya akan mengantarkan perusahaan pada profit yang semakin tinggi.

Kejujuran dalam komunikasi pemasaran tidak hanya semata-mata membawa keuntungan pada perusahaan akan tetapi juga sebagai rasa pertanggungjawaban diri kepada Tuhannya. Maka dari itu kepercayaan adalah hal yang sangat mendasar dalam bisnis.

Kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang yang beriman. Tanpa kejujuran kehidupan agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak akan berjalan dengan baik. Sesungguhnya cacat perdagangan adalah kebohongan, manipulasi, mencampurkan kebenaran dan kebatilan. Kejujuran merupakan faktor keberkahan bagi pedagang dan pembeli.

⁴⁵Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

2) Tanggungjawab

Berbicara tanggungjawab dalam komunikasi pemasaran hal ini sangat erat kaitannya dengan kejujuran, karena dengan jujur kita akan mampu mempertanggungjawabkan semuanya, baik kepada pimpinan kita diperusahaan atau dihadapan Allah.

Prinsip amanah yang menjunjung tinggi kejujuran tersebut harus disertai dengan profesionalisme. Profesionalisme adalah bagian yang penting dari prinsip amanah dan muamalah. Al-Qur'an mengajarkan dalam suatu kisah yang sangat menarik, ketika puteri Syu'aib memohon kepada ayahandanya agar berkenan mempekerjakan Sayyidina Musa sebagai sosok pemuda yang kuat dan profesional.

Begitu pentingnya sifat amanah dalam dunia bisnis karena Allah menyebutkan sifat orang yang beruntung adalah yang memelihara amanah yang diberikan kepadanya.

Pribadi muslim yang sebenarnya profesional dan berakhlak mulia itu akan menjadikan setiap tindakannya itu adalah pelayanan yang berkualitas sehingga orang yang berada di sekitarnya akan memahami peran dari komunikasi pemasaran yang dilakukan, hal ini berarti tugas utama sebuah perusahaan adalah untuk menciptakan pelanggan, akan tetapi sebelum menciptakan pelanggan, tentunya perusahaan menciptakan konsumen terlebih dahulu, karena nantinya konsumen tersebut akan menjadi pelanggan apabila tingkat keinginan dan harapannya terpenuhi.

3) Kecerdasan

Unsur kecerdasan dalam komunikasi pemasaran adalah kredibel, motivasi kerja yang tinggi yang akhirnya dapat menganalisa situasi persaingan sehingga dapat menyajikan keinginan konsumen terhadap sebuah produk. Kecerdasan disini terkait juga dengan kecerdasan spiritual, dimana kita

setiap kemampuan untuk memberi makna ibadah pada setiap perilaku dan kegiatan. Salah satu contoh bagaimana Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati mempunyai inovasi-inovasi baru dalam mengkomunikasikan produknya tanpa harus berbohong, hal inipun tidak lepas dari perwujudan nilai-nilaimoral yang diterapkan Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, yaitu kejujuran.

Kejujuran, keadilan, tanggungjawab, terpercaya (*amanah*) merupakan priorias awal dalam komunikasi pemasaran karena dengan seperti itu tidak ada yang dirugikan tapi kedua belah pihak sam-sama untung. Dengan itu diharapkan loyalitas pelanggan, namun luput dari itu kejujuran, keadilan, tanggungjawab, terpercaya (*amanah*) tidak semata-mata mencapai profit tapi juga pertanggungjawaban kepada Allah.

Implikasi ekonomi sifat *fathonah* adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalisasikan potensi akal dari yang ada untuk mencapai tujuan. Memiliki sifat jujur, benar dan bertanggungjawab saja tidak cukup dalam mengelola bisnis secara profesional. Para pelaku bisnis juga harus mempunyai sifat fathotah yaitu cerdas, cerdik, dan bijaksana agar usahanya bisa lebih efektif dan efisien dalam tingkat produktivitasnyaserta mampu menganalisa situasi persaingan dan perubahan di masa akan datang.

Kecerdasan (*fathonah*) adalah kecerdasan spiritual kemampuan untuk memberi nilai ibadah terhadap setiap perilaku, melihat langkah-langkah dan fitrah menuju manusia seutuhnya dan memiliki pola pemikiran tauhid, serta berprinsip hanya karena Allah. Sifat *fathanah* telah Nabi Yusuf a.s dan tiru ekonominya berhasil membangun Negeri Mesir.

4) Komunikatif

Komunikatif dalam komunikasi pemasaran adalah mampu menyampaikan dengan benar dengan tutur kata yang tepat sehingga konsumen mampu mencerna dengan baik pesan dari produk yang kita sampaikan. Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati harus mampu menyampaikan keunggulan produk dengan jujur karena hal itu juga akan dipertanggungjawabkan pada Allah SWT. Dunia bisnis harus terhindar dari perbuatan curang dan bohong karena kami yakin sifat komunikatif yang baik dan tepat merupakan *key succes factors* dalam mengelola bisnis dan semua akan diminta pertanggungjawabannya oleh Allah SWT.

Terkait dengan sifat komunikatif (tabligh) Al-Qur'an menyebutkan dengan istilah *qaulan sadidan* (pembicaraan yang benar dan berbobot).

Para pelaku bisnis muslim diharuskan berhati-hati agar jangan sampai melakukan tindakan yang merugikan dan membahayakan orang lain atau malah merugikan dirinya sendiri akibat tindakan-tindakannya dalam dunia bisnis.

Menghalalkan segala cara dalam bisnis karena persaingan yang kompetitif dan keinginan meraih keuntungan yang sangat besar adalah akan memberi keuntungan sementara karena tidak menjalankan etika dalam bisnis dapat mengantarkan pada pencapaian tujuan dan cita-cita sebuah perusahaan.

Karena budaya kerja Islam bertumpu pada akhlakul karimah, umat Islam akan menjadikan akhlak sebagai energi batin yang terus menyala dan mendorong setiap langkah kehidupannya dalam koridor jalan yang lurus.

Selain strategi etika yang diterapkan dan dijalankan diatas tersebut juga ada beberapa strategi yang diterapkan dalam Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati dengan harapan tercapainya visi dan misi perusahaan mengenai kapasitas produk secara keseluruhan dalam meningkatkan produktivitas. Disini yang digunakan adalah strategi bagaimana meraih kepuasan konsumen. Karena kepuasan konsumen tersebut yang nantinya dapat meningkatkan kepuasan pada penggunaan produk dan jasa serta menghasilkan konsumen yang loyal.

Dengan demikian Industri Sepatu Kulit Finaldo harus memiliki usaha yang jelas, sehingga yang menjalankan tahu apa yang ingin dicapai dan dapat melakukan perencanaan dan pengendalian. Perusahaan perlu menentukan strategi yang tepat untuk mencapai visi, misi atau tujuannya. Perusahaan perlu mengamati perubahan lingkungan yang begitu cepat untuk menjaga keunggulan bersaingnya. Arus informasi yang begitu pesat dengan teknologi modern mendukung perubahan yang terjadi. Berbagai usaha tersebut dilakukan perusahaan untuk membuat pelanggannya merasa istimewa. Selain untuk meningkatkan produktivitas juga untuk membangun loyalitas pelanggan.

Melihat dari adanya strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati dapat memberikan peningkatan produktivitas dalam pembuatan sepatu kulit Finaldo tersebut. Dengan konsep dan strategi yang dilakukan yang didasari dengan etika dan ketekunan.