

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum CV. Mubarokfood Cipta Delicia

1. Sejarah Berdirinya CV. Mubarokfood

Jenang adalah sebuah makanan tradisional dari Kota Kudus, dan CV. Mubarokfood Cipta Delicia merupakan salah satu perusahaan makanan yang memproduksi jenang kudus, dan sampai saat ini produk tersebut berkembang pesat diantara produk-produk olahan UKM yang lain. CV. Mubarokfood Cipta Delicia yang kini dikenal sebagai produsen makanan tradisional jenang Kudus telah melewati beberapa tahapan sejarah yang sangat panjang, bukti perjuangan dan buah dari kegigihan, keuletan akan dikenal sebagai kisah sukses anak bangsa. Pada awal kelahirannya jenang merupakan makanan camilan yang belum diperdagangkan.

Sejarah berdirinya Jenang Kudus Mubarok dirintis oleh Ibu Hj. Alawiyah yang kemudian dikenal sebagai generasi pertama dari produsen jenang Kudus Mubarok. Lokasi penjualan terletak di Pasar Kudus, area yang sekarang dikenal sebagai tempat parkir para ojek wisata peziarah makam Sunan Kudus di kawasan Masjid Menara “Al-Aqsho”.¹ Domisili Ibu Hj. Alawiyah berada di Desa Kaliputu, merupakan daerah yang hingga saat ini dikenal sebagi daerah penghasil jenang. Ibu Hj. Alawiyah menikah dengan H. Mabruri penduduk asli Desa Glantengan Kudus, yang dalam kesehariannya bekerja sebagai pande besi. Seiring dengan berkembangnya penjualan jenang, H. Mabruri pun ikut bersama-sama mengelola usaha jenang.

Hj. Alawiyah meninggal dunia usaha dan usaha jenang dilanjutkan oleh putranya yang bernama H. Achmad Shochib, dengan demikian H. Achmad Shochib merupakan generasi kedua, adapun perusahaannya dikenal sebagai Perusahaan Jenang Sinar Tiga Tiga (PJ. Tiga Tiga). Di tangan beliau perusahaan sudah mulai berkembang dan diproduksi secara masal, disamping itu

¹ Data dokumentasi sejarah Jenang Mubarok.

sudah mulai diperkenalkannya merk Sinar Tiga Tiga sebagai identitas produk. Disamping itu untuk mengantisipasi banyaknya pesaing yang mulai bermunculan maka pada Tahun 1975 perusahaan meluncurkan tiga merk baru, yaitu: Mubarak, Mabrur, dan Viva. Merk-merk baru tersebut terbukti mampu menjadi *trend setter* di industri jenang terbukti banyaknya pesaing yang meniru dari merk-merk baru tersebut, utamanya merk Mubarak.²

Pada tahun 1992, H. Achmad Shochib yang telah sepuh, menyerahkan tampuk kepemimpinan sebagai Direktur Utama kepada putranya H. Muhammad Hilmy, SE seorang sarjana lulusan fakultas Ekonomi UII Yogyakarta dan juga alumni Pondok Modern Gontor Ponorogo. H. Muhammad Hilmy, SE inilah yang kemudian mendirikan perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia (MCD) sebagai pengembangan dari (PJ. Tiga Tiga).

Mubarakfood Cipta Delicia di bawah kepemimpinan H. Muhammad Hilmy, SE yang merupakan generasi ketiga produsen jenang Kudus, mulai menerapkan berbagai sistem manajemen modern sebagaimana layaknya perusahaan-perusahaan besar lainnya. Sebagai generasi ketiga, H. Muhammad Hilmy, SE mempunyai cita-cita dan harapan yang mulia terhadap keberadaan makanan tradisional, khususnya jenang Kudus, bahwasanya beliau selalu berupaya untuk terus menerus memacu dan memperjuangkan makanan khas tradisional menjadi icon makanan khas daerah, dan dapat menjadi branding Kota Kudus selain Kudus yang dikenal sebagai Kota Kretek.

Di bawah kepemimpinan H. Muhammad Hilmy, SE tidak hanya terjadi peningkatan dari sisi penjualan dan peningkatan *asset* perusahaan, tetapi juga adanya pengakuan dari pihak-pihak luar dengan diperolehnya berbagai penghargaan, diantaranya UPAKARTI 2007 Kategori IKM Modern dari Presiden RI, UKM Pangan Award 2008 dari Menteri Perdagangan RI, penghargaan nasional PARAMAKARYA dari Presiden RI, penghargaan

²Data dokumentasi sejarah Jenang Mubarak.

nasional UKM PANGAN AWARD 2008 dari Menteri Perdagangan RI dan juga perolehan penghargaan Top 250 Indonesia Original Brand 2009 dari Majalah Bisnis Nasional SWA (edisi Mei 2009). Selain itu Mubarokfood juga telah memperoleh Sertifikat Sistem Manajemen Mutu Internasional ISO 9001 : 2000 dan Sertifikat Halal dari LPPOM MUI. Mubarokfood juga selalu rajin mengikuti pameran-pameran baik di dalam maupun luar negeri (Jepang, Abu Dhabi, Malaysia, Singapura, Jeddah, Filipina, dll).³

2. Perkembangan Organisasi dan Manajemen Perusahaan

Pada saat generasi pertama, proses pengolahan atau produksi jenang masih dilakukan secara manual dan sederhana, usaha yang dijalankannya merupakan usaha rumahan (*home industry*) yang mana pada waktu itu tenaga kerja yang terlibat masih bersifat kerabat, saudara dekat dan tetangga sekitar. Awalnya produk jenang ini dijual tanpa merk dan kemasan, namun pada tahun 1936 produk jenang ini diberi merk “HMR” yang mengandung arti Haji Mabruri. Pengelolaan usaha yang masih bersifat rumahan ini belum terdapat pengorganisasian yang spesifik dan struktural.⁴

Pada saat H. Mabruri wafat, dan kemudian usaha jenang ini dilanjutkan oleh puteranya H. Achmad Shochib, oleh generasi kedua usaha jenang ini dikembangkan dengan didirikannya perusahaan jenang dengan nama Perusahaan Jenang Sinar Tiga Tiga (PJ. Sinar Tiga Tiga).

Hal yang menarik dan menjadi catatan penting dalam perkembangan industri jenang adalah generasi kedua telah mempunyai pandangan yang visioner atas produk yang dihasilkannya dan adanya kesadaran dan upaya untuk melindungi merk, padahal pemikiran tersebut bisa dipastikan jarang dimiliki oleh orang yang bergerak di bidang usaha makanan terlebih untuk jenis olahan makanan tradisional. Tahun 1942 beliau mengajukan merk “Sinar Tiga Tiga” dan dikabulkan oleh Dirjen Merk dan

³Data dokumentasi sejarah Jenang Mubarok.

⁴Data dokumentasi sejarah Jenang Mubarok.

Paten Departemen Kehakiman dengan dikeluarkannya surat izin nomor: 188.4/1651/1946 tertanggal 9 September 1946, sampai sekarang ini terus dilakukan perpanjangan, untuk saat ini merk “Sinar Tiga Tiga” masih terdaftar di Departemen Kehakiman Republik Indonesia Direktorat Jendral Hak Cipta, Paten dan Merk dengan nomor: D98-11702-424552.

3. Perjalanan Perusahaan dari Masa ke Masa

Langkah atau tahapan kearah modernisasi telah mulai dilakukan sejak generasi kedua. Generasi kedua pada saat kepemimpinan H. Ahmad Shochib, jenang kudus yang semula dikemas dengan anyaman daun pandan dan ditempli kertas bertuliskan “Sinar Tiga Tiga” di bagian luar dan juga bagian dalam dari *tebok* (Tampah kecil berdiameter \pm 20cm), pada perkembangan selanjutnya yaitu pada tahun 1960 Jenang Sinar Tiga Tiga dikemas dalam plastik dan bagian luarnya kertas putih dengan desain gambar sinar dan angka 33 berwarna coklat tua yang diambil dari nomor rumah tinggal yang beralamatkan di Jln. Sunan Muria nomor 33 Kudus. Jenang ini dikemas dengan berat 250 gram. Oleh sebab itu jenang ini kemudian dikenal dengan istilah “Jenang Prapatan”.⁵

Dengan terkenalnya jenang dengan merk Sinar Tiga Tiga kemudian dipasaran muncul beraneka jenang lain yang mempunyai desain kemasan yang menyerupai Sinar Tiga Tiga yang asli. Hal inilah yang mendasari Bapak H. Achmad Shochib untuk melakukan inovasi dan modifikasi komposisi bahan baku dan sistem pengemasannya. Pada tahun 1975 dikeluarkan jenang hasil inovasi dan modifikasi tersebut dengan merk “Sinar Tiga Tiga Aroma Coklat” dan “Sinar Tiga Tiga Aroma Melon”. Jenang ini dikemas dalam kardus yang berwarna-warni dengan diisi beberapa butir jenang yang diiris kecil-kecil seberat \pm 20 gram.

Generasi kedua ini yang melakukan diversifikasi merk , yaitu pada tahun 1978 sampai tahun 1980 diluncurkan produk dengan merk baru, yaitu merk Viva

⁵Data dokumentasi sejarah Jenang Mubarak.

dengan aroma durian, Mabrur dengan aroma nangka dan Mubarak dengan aroma mocca. Semua merk tersebut telah didaftarkan secara resmi di Departemen Kesehatan dan Direktorat Jendral Hak Cipta Paten dan Merk Departemen Kehakiman Jakarta yang sekarang berubah nama menjadi Dirjen HKI.

Setelah generasi kedua menyerahkan kepemimpinan kepada generasi ketiga, H. Muhammad Hilmy, SE semakin mengembangkan produk mubarak dengan inovasi-inovasi dalam rasa dan kemasan dan mulai pada generasi ketiga ini mulai dikembangkan cara mengolah jenang dengan menggunakan mesin, hal ini dilakukan pengujian dan percobaan untuk mesin pengolahan jenang. Pembinaan dan peningkatan sarana produksi yang sejalan dengan modernisasi dilakukan pada tahun 1996 berupa mekanisasi pembuatan tepung beras ketan, pembuatan santan kelapa serta cara pengadukan (*mixing*) adonan jenang.

4. Visi, Misi, Motto dan Tujuan CV. Mubarakfood Cipta Delicia

a. Visi

Visi CV. Mubarakfood Cipta Delicia adalah Menjadikan Jenang Kudus Produksi Mubarakfood sebagai Produk Makanan Khas Indonesia Berkelas Dunia.

b. Misi

- 1) Memproduksi jenang kudu secara higienis, berkualitas baik dan memenuhi standart proses produksi nasional dan internasional.
- 2) Mengembangkan Sumber Daya Manusia dan Manajemen yang kreatif, inovatif, amanah dan profesional.
- 3) Berupaya terus menerus mengembangkan jaringan pemasaran dengan mengedepankan pelayanan prima dan kepuasan pelanggan.

c. Motto

Motto yang saat ini mengilhami perjalanan sejarah dan perjuangan yang terus menerus dari generasi ketiga untuk semakin mengembangkan makanan tradisional, jenang kudu adalah Membangun

Sinergi mewujudkan Visi, motto diluncurkan bersamaan dengan dilaunchingnya logo baru dari CV. Mubarakfood Cipta Delicia, pada tanggal 29 April 2006 yang bertempat di Gedung Java Design Centre (JDC) Semarang. Sejalan dengan motto baru yang bertujuan penambah semangat, peluncuran logo baru CV. Mubarakfood Cipta Delicia ini juga dengan tujuan memperlihatkan langkah yang besar yang akan diambil oleh CV. Mubarakfood Cipta Delicia. Aspirasi, mimpi, atau bahkan obsesi untuk masa depan yang lebih positif dan dinamis. Masa depan yang penuh dengan energi.

d. Tujuan

Mengembangkan Mubarakfood menjadi industri multi produk terkemuka yang berwawasan lingkungan, bernilai ekonomis dan sosial.

5. Letak CV. Mubarakfood Cipta Delicia

Perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia terletak di Jl. Sunan Muria No. 33 Kode Pos 59313 Desa Glantengan Kecamatan Kota Kabupaten Kudus Jawa Tengah.

6. Data Jumlah Karyawan dan Data Produk Yang Dihasilkan Oleh CV. Mubarakfood Cipta Delicia

Data jumlah karyawan CV. Mubarakfood Cipta Delicia dapat dilihat pada tabel berikut:⁶

Tabel 4.1

No.	Karyawan	Jumlah
1.	Pria	58
2.	Wanita	52
	Jumlah	110

Berikut ini adalah daftar produk yang dihasilkan oleh perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia:⁷

⁶Data jumlah karyawan CV. Mubarakfood Cipta Delicia.

⁷Data produk CV. Mubarakfood Cipta Delicia.

Tabel 4.2

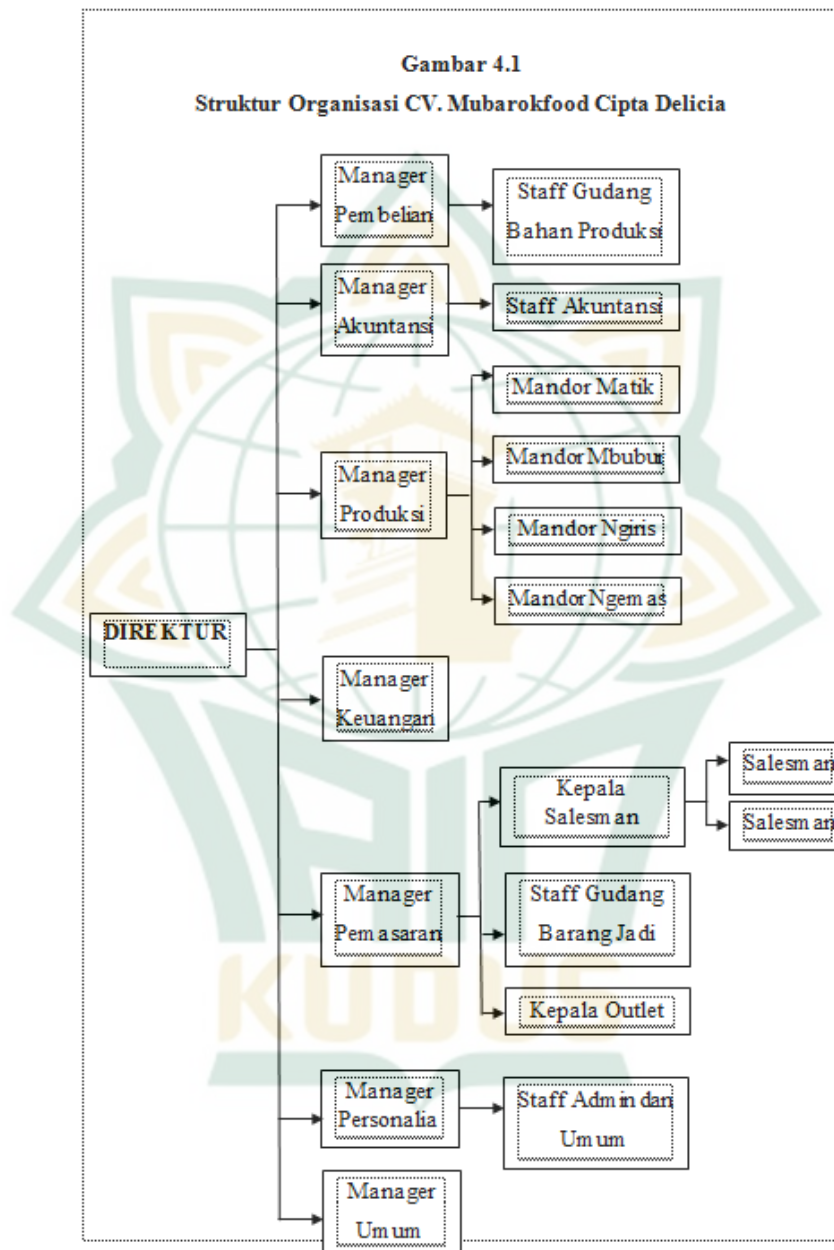
No.	Nama Produk	Spesifikasi
1.	Dodol Sinar Mutiara Rasa Stroberi,Nanas,Melon	15 pcs @20 gram
2.	Dodol Pelangi Rasa Stroberi,Nanas,Melon	15 pcs dan 10 pcs @20 gram
3.	Jenang Java Pantura Rasa Original	15 pcs @20 gram
4.	Dodol Jahe Walisongo Jahe Wangi	10 pcs @20 gram
5.	Jenang Baginda Coklat Susu	50 pcs @20 gram
6.	Jenang Baginda Toples	40 pcs @20 gram
7.	Jenang Baginda Coklat Susu	25 pcs @20 gram
8.	Jenang Jawa Rasa Mocca+Cappucino	50 pcs @20 gram
9.	Jenang Semesta Durian	25 pcs @20 gram
10.	Jenang Semesta Durian	50 pcs @20 gram
11.	Dodol Tape Rasa Sirsat	50 pcs @20 gram
12.	Dodol Tape Rasa Nanas	25 pcs @20 gram
13.	Dodol Tape Rasa Melon	25 pcs @20 gram
14.	Dodol Tape Rasa Stroberi	50 pcs @20 gram
15.	VIVA Kombinasi	50 pcs @20 gram
16.	VIVA Kombinasi	25 pcs @20 gram
17.	VIVA Rasa Sirsat	50 pcs @20 gram
18.	VIVA Rasa Kelapa Muda	25 pcs @20 gram
19.	Aulia Kombinasi	25 pcs @20 gram
20.	Aulia Kombinasi	50 pcs @20 gram
21.	Dodol Durian Citra Persada	12 pcs @20 gram
22.	Dodol Coklat Susu Citra Persada	10 pcs @20 gram
23.	Dodol Jahe Susu Citra Persada	10 pcs @20 gram
24.	Dodol Kismis Citra Persada	10 pcs @20 gram
25.	Dodol Original Citra Persada	12 pcs @20 gram
26.	Dodol Rumput Laut Citra Persada	10 pcs @20 gram
27.	Asia Pacific Original	10 pcs @20 gram
28.	Asia Pacific Original	250 gram
29.	Jenang Kombinasi	10 pak @3pcs
30.	Jenang Mubarak Mocca	12 pcs @20 gram
31.	Jenang Mubarak Deluxe Kecil	5 pak @4 pcs
32.	Jenang Mubarak Deluxe Besar	10 pak @4 pcs

33.	Jenang Mubarak Durian	12 pcs @20 gram
34.	Jenang Mubarak Susu	24 pcs @20 gram
35.	Jenang Mubarak Cappucino	24 pcs @20 gram
36.	Jenang Mubarak Anggur	12 pcs @20 gram
37.	Jenang Mubarak Tas	5 Dos
38.	Jenang Mubarak Stroberi	12 pcs @20 gram
39.	Jenang Mubarak Sachet	1 biji
40.	Jenang Mubarak Rasa Anggur+Susu	10 pcs @20 gram
41.	Jenang Mubarak Rasa Melon+Susu	10 pcs @20 gram
42.	Jenang Mubarak Rasa Strawberi+Susu	10 pcs @20 gram
43.	Jenang Mubarak Rasa Nanas+Susu	10 pcs @20 gram
44.	Jenang Mubarak Rasa Durian+Susu	10 pcs @20 gram
45.	Jenang Sinar Tiga-Tiga Coklat	15 pcs @20 gram
46.	Jenang Sinar Tiga-Tiga Kombinasi	30 pcs @20 gram
47.	Jenang Sinar Tiga-Tiga Original	250 gram
48.	Dodol Bali Durian	12 pcs @20 gram
49.	Dodol Semesta Bali Rasa Durian	25 pcs @20 gram
50.	Dodol Bali Kaleng Aneka Rasa	15 pcs @20 gram
51.	Dodol Bali Cappucino	10 pcs @20 gram
52.	Dodol Bali Pelangi	15 pcs @20 gram
53.	Baginda Bali	25 pcs @20 gram
54.	Chocodol Claszeto chocolate	12 pcs @20 gram
55.	Claszeto Love Chocolate	6 pcs @20 gram
56.	Chocodol Claszeto Bar	3 pcs @20 gram
57.	Chocodol Claszeto Sachet	1 pcs 20 gram
58.	Chocodol Claszeto	4 pcs @20 gram
59.	Almadina Kurma Coklat	12 pcs @20 gram
60.	Almadina Chocolate Dates	9 pcs @20 gram
61.	Almadina Chocolate Dates	6 pcs @20 gram

7. Struktur Organisasi CV. Mubarakfood Cipta Delicia

Berikut adalah bagan struktur organisasi CV. Mubarakfood Cipta Delicia:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi CV. Mubarakfood Cipta Delicia



B. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat pada bab I, terdapat 2 (dua) deskripsi dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

1. Deskripsi mengenai implementasi prinsip amanah yang dilaksanakan pada CV. Mubarakfood Cipta Delicia

2. Deskripsi tentang bagaimana implementasi prinsip amanah dalam persaingan usaha pada CV. Mubarokfood Cipta Delicia

1. Implementasi prinsip amanah yang dilaksanakan pada CV. Mubarokfood Cipta Delicia

Perusahaan CV. Mubarokfood Cipta Delicia dalam aktivitas operasionalnya sehari-hari telah menerapkan amanah, yaitu dengan mengimplementasikan misinya yang menjadikan karyawan dengan manajemen kreatif, inovatif, amanah dan profesional sehingga dalam setiap aktivitasnya selalu berpegang pada empat prinsip yang digunakan dalam misi tersebut. Hal ini sesuai apa yang disampaikan Bapak Kirom selaku *marketing manager*.

Bapak kirom menjelaskan bahwa yang disebut amanah adalah dapat dipercaya, menjalankan segala sesuatu yang menjadi tanggung jawabnya secara bertanggung jawab, jujur dan seoptimal mungkin. Artinya menjalankan amanah itu adalah dengan memperjuangkan secara maksimal dalam menjalankan amanahnya. Seperti salah satu Misi di perusahaan CV. Mubarokfood Cipta Delicia yang merupakan sumber daya manusia dan manajemen yang kreatif, inovatif, amanah dan profesional harus dimiliki oleh setiap karyawan, bahwa setiap seorang karyawandalam kondisi apapun harus menerapkan empat karakter ini, sehingga dapat dikatakan karyawan tersebut telah menjalankan amanah. Dengan demikian, kondisi saat ini mencari karyawan yang mempunyai sifat amanah lebih sulit dibanding mencari karyawan yang pandai dan pintar.⁸

Mengenai hal tersebut, dapat memberikan manfaat dalam penerapan amanah dalam bagian personalia perusahaan inibahwa setiap karyawan dapat terbentuk sifat amanah dan tanggung jawab dalam setiap kegiatan operasionalnya sehingga produk yang

⁸Hasil Wawancara dengan Bapak Kirom pada tanggal 18 April 2019 pukul 09.20 WIB.

dihasilkan dapat sesuai kualitas yang diharapkan oleh perusahaan, sehingga dalam hasil pengelolaan sumberdaya manusianya benar-benar tercipta karyawan yang berkualitas. Hal kondisi saat ini mencari karyawan yang mempunyai sifat amanah lebih sulit dibanding mencari karyawan yang pandai dan pintar.⁹

Perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia memiliki prinsip manajemen *spiritual*, jadi dalam bekerja tidak semata-mata untuk mencari nafkah, artinya menjadi sebuah bentuk ibadah kepada-Nya yang bagaimanapun semua aktifitas pekerjaan itu diniati sebagai bentuk ibadah. Dalam perusahaan ini memiliki slogan yang berbunyi “Bekerja itu ibadah, berprestasi itu indah”. Slogan tersebut sebagai bentuk dorongan bagi karyawan agar dalam setiap pekerjaan yang dijalankan selalu menjadi jalan untuk beribadah kepada Allah SWT dan mendorong karyawan untuk selalu berusaha meraih prestasi dalam pekerjaannya.

Untuk membentuk manajemen *spiritual* pada perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia diadakan kegiatan pembacaan ayat suci Al-Quran setiap pagi, sholat dhuha, sholat dzuhur berjamaah dan sholat ashar berjamaah, selain itu juga diadakan pengajian rutin bersama seluruh karyawan guna meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT dan sebagai bekal atau motivasi untuk selalu menerapkan prinsip amanah dalam setiap pekerjaannya. Dalam sisi penerimaan calon karyawan baru pada bagian personalia juga diterapkan manajemen spiritual, yaitu dengan memasukkan kriteria khusus pada proses perekrutannya, antara lain: berperilaku sopan, rapi dalam berpakaian dan berhijab (bagi perempuan).

2. Implementasi prinsip amanah dalam persaingan usaha pada CV. Mubarakfood Cipta Delicia

Berdasarkan paparan dari Bapak Kirom selaku *manager marketing* pada CV. Mubarakfood Cipta

⁹Hasil Wawancara dengan Bapak Kirom pada tanggal 18 April 2019 pukul 09.20 WIB.

Delicia, ia menjelaskan bahwa implementasi prinsip amanah dalam persaingan usaha adalah bagaimana perusahaan bersaing secara sehat dengan mengutamakan keunggulan dan kelebihan agar menjadi bagian dari usaha perusahaan.¹⁰

Dalam hal ini perusahaan CV. Mubarokfood Cipta Delicia lebih fokus dalam segi peningkatan kualitas. Peningkatan inovasi produk perusahaan ini tanpa harus mengorbankan kompetitor, karena jika arti kompetitor dikaji lebih lanjut maka akan dapat diartikan bahwa kompetitor itu sebenarnya menjadi goal terbaik bagi perusahaan. Goal terbaik itu artinya dengan adanya kompetitor, perusahaan akan semakin terpacu dan termotivasi untuk lebih berinovasi meningkatkan kualitas. Karena jika tanpa kompetitor perusahaan tersebut tidak mempunyai barometer dan jadinya perusahaan akan stagnan, tidak mempunyai pembandingan seberapa potensi produk, dan tidak mengetahui bagaimana produknya dapat diterima pasar dan pesaing.

Masalah-masalah krusial yang sering terjadi dalam dunia persaingan usaha adalah adanya serangan dari luar atau kompetitor yang biasanya berupa plagiasi kemasan yang sangat mirip menyerupai produk asli dari CV. Mubarokfood Cipta Delicia, dan juga adanya plagiasi merk yang sangat menyerupai produk asli, hal ini menjadi contoh dari sebuah perusahaan yang tidak menerapkan prinsip amanah dalam persaingannya, mereka menghalalkan segala cara demi mendapatkan laba yang lebih besar.

Namun, permasalahan seperti ini tetap direspon secara positif oleh perusahaan CV. Mubarokfood Cipta Delicia bahwa masih ada pembenahan yang harus dilakukan dalam setiap bagiannya, misalnya harus ada pembenahan dalam segi kemasan, pembenahan dalam segi pemberian edukasi kepada

¹⁰Hasil Wawancara dengan Bapak Kirom selaku *marketing manager* CV. Mubarokfood Cipta Delicia pada tanggal 18 April 2019 pukul 09.34 WIB.

calon konsumen agar selalu waspada dan berhati-hati sebelum melakukan transaksi pembelian produk Jenang Mubarak di luar outlet resmi CV. Mubarakfood Cipta Delicia.

Implementasi prinsip amanah dalam sisi periklanan dalam perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia adalah dengan adanya penyampaian informasi produk yang sesuai dengan spesifikasi yang dikandungnya, memastikan bahwa produk tersebut selalu tersedia di outlet agar calon konsumen yang akan membelinya tidak kecewa bahwa produk yang diinginkan tidak tersedia, dan selalu melakukan kroscek terhadap produk-produk yang terlalu lama ada di outlet untuk diganti dengan produk yang lebih baru agar terhindar dari terjualnya produk yang sudah kadaluarsa, karena hal tersebut dapat menghilangkan kepercayaan konsumen dan dapat merusak citra merk dan perusahaan.

C. Analisis Data Penelitian

1. Implementasi prinsip amanah yang dilaksanakan pada CV. Mubarakfood Cipta Delicia

Penjelasan dari Bapak Kirom selaku *marketing manager* yang menerangkan bahwa arti amanah adalah dapat dipercaya, menjalankan segala sesuatu yang menjadi tanggung jawabnya secara bertanggung jawab, jujur dan seoptimal mungkin ini sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Hamzah Ya'qub dalam bukunya yang menyebutkan bahwa amanah menurut arti bahasa adalah kesetiaan, ketulusan hati, kepercayaan (*tsiqah*) atau kejujuran.¹¹ Penerapan prinsip amanah dalam perusahaan ini juga sesuai dengan arti amanah yang merupakan segala hal yang dipertanggungjawabkan kepada orang lain berupa benda, pekerjaan, perkataan, ataupun kepercayaan hati. Jadi, dalam aktivitas operasionalnya perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia ini sangat

¹¹Hamzah Ya'qub, *Etika Islam: Pembinaan Akhlaqul Karimah* (Bandung, CV. Diponegoro, 1996), 98.

menjadikan amanah sebagai pedoman untuk mewujudkan misinya yang menjadikan sumber daya manusia dan manajemen yang kreatif, inovatif, amanah dan profesional.

Amanah bukan merupakan hal yang mudah untuk dilakukan, amanah bisa dikatakan telah menjadi barang yang langka, sama seperti kejujuran, terkadang untuk mendapatkannya perlu mengeluarkan pengorbanan. Hal ini senada dengan penjelasan dari Bapak Kirom yang mengungkapkan bahwa kondisi saat ini mencari karyawan yang mempunyai sifat amanah lebih sulit dibanding mencari karyawan yang pandai dan pintar.¹²

Manfaat dalam penerapan amanah dalam bagian personalia perusahaan ini adalah bahwa setiap karyawan dapat terbentuk sifat amanah dan tanggung jawab dalam setiap kegiatan operasionalnya sehingga produk yang dihasilkan dapat sesuai kualitas yang diharapkan oleh perusahaan, kondisi seperti ini dalam hal aktivitasnya perpedoman pada SOP (*standart operational procedure*) yakni menjalankan aktivitas sesuai prosedur dari perusahaan, dalam Q.S Al-Mu'minun ayat 8 disebutkan sebagai berikut:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

Artinya: "Dan sungguh beruntung orang yang memelihara amanat-amanat dan janji-janjinya."¹³

Ayat tersebut mempunyai keterkaitan yang erat dengan teori diatas bahwa karyawan dalam menjalankan setiap pekerjaannya selalu berpegang teguh dengan peraturan yang dijalankan oleh perusahaan, ini merupakan salah satu dari fungsi penerapan prinsip amanah dalam sebuah perusahaan.

¹²Hasil Wawancara dengan Bapak Kirom pada tanggal 18 April 2019 pukul 09.20 WIB.

¹³Alquran, al-Mu'minun ayat 8, *Alquran Tajwid dan Terjemahnya* (Bandung: Kementerian Agama RI, Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir Alquran, 2007), 342.

Salah satu karyawan bernama Eva yang bekerja sebagai staff outlet bagian kasir mengatakan bahwa setiap pekerjaan yang dijalankan oleh semua karyawan harus sesuai dengan pedoman atau prosedur yang ditentukan oleh perusahaan CV. Mubarokfood Cipta Delicia, ia juga menjelaskan bahwa ketika semua pekerjaan yang dijalankan sesuai SOP, maka pekerjaan lainnya akan mudah dikoordinir dan mudah untuk diadakan kontrol dan pengawasan.¹⁴

Adanya penerapan prinsip amanah berawal dari sebuah kebiasaan yang baik yang dilakukan secara berkesinambungan dengan berbekal pada manajemen *spiritual*, pada perusahaan CV. Mubarokfood Cipta Delicia diadakan kegiatan pembacaan ayat suci Al-Quran setiap pagi, sholat dhuha, sholat dzuhur berjamaah dan sholat ashar berjamaah, selain itu juga diadakan pengajian rutin bersama seluruh karyawan guna meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT, dengan diterapkannya manajemen *spiritual* diharapkan para karyawan dapat menumbuhkan semangat *spiritual* dalam diri sendiri, sehingga setiap produk yang dihasilkan sesuai dengan apa yang diharapkan perusahaan.

2. Implementasi prinsip amanah dalam persaingan usaha pada CV. Mubarokfood Cipta Delicia

Sebuah perusahaan atau bisnis ketika telah masuk pada pasar sudah dipastikan akan menemui berbagai kondisi yang akan berpengaruh pada jalannya bisnis salah satunya adalah persaingan pasar. Perusahaan dalam menjalankan persaingan bisnis tidak akan menjadi unggul jika tanpa usaha dan kerjasama dari seluruh pihak yang terkait. Adanya kerjasama yang baik sudah menjadi sebuah impian bagi segenap perusahaan. Jalinan kerjasama yang baik terbentuk karena adanya sebuah komitmen dan kepercayaan antar karyawan.

¹⁴Hasil Wawancara dengan karyawan yang bernama Eva, pada tanggal 26 April 2019 pukul 11.20 WIB.

Bapak kirom menjelaskan bahwa kalau kita mau terjun dalam sebuah bisnis dalam segala bentuk posisi sebagai pelaku usaha harus memperbaiki diri dulu, artinya sifat amanah itu sangat penting sekali sebelum kita melakukan persaingan usaha. Karena dalam bisnis itu tidak hanya terpaku pada untung dan rugi, tetapi juga memperhatikan segi dunia dan akhirat. Memang di era saat ini sudah semakin langka bisnis dengan sisi amanah, padahal amanah itulah sebagai point sangat penting dan sangat vital bagaimana menjalin sebuah *trust* atau kepercayaan dalam bermitra, jadi justru disinilah titik letak kesuksesan dan konsistensi sebuah kemitraan titik letaknya di amanah tadi. Sebegitu *urgentnya* arti amanah dalam hubungan sebuah kemitraan.¹⁵

Kepercayaan tidak akan muncul begitu saja, namun perlu melewati berbagai langkah, antara lain sebagai berikut:

1) Tanggung Jawab

Rasa tanggung jawab adalah suatu pengertian dasar untuk memahami manusia sebagai makhluk sosial dan tinggi rendahnya akhlak yang dimilikinya.¹⁶Tanggung jawab juga dapat diartikan sebagai sikap dan tindakan seseorang di dalam menerima sesuatu sebagai amanah dengan penuh rasa cinta menunaikannya dalam bentuk amal-amal saleh. Tanggung jawab arti-nya setiap keputusan dan tindakan harus diperhitungkan secara cermat implikasi-implikasinya yang timbul bagi kehidupan manusia dengan memaksimalkan kesejahteraan dan meminimalkan *madharat*.¹⁷

2) Tepat Janji

¹⁵Hasil Wawancara dengan Bapak Kirom pada tanggal 18 April 2019 pukul 09.20 WIB.

¹⁶“Wikipedia”, Pengertian Tanggung Jawab, diakses pada 26 Februari 2019, https://id.wikipedia.org/wiki/Rasa_tanggung_jawab.

¹⁷Herianingrum, dkk., “Implementasi Nilai-nilai Amanah pada Karyawan Hotel Darussalam Pondok Pesantren Gontor di Ponorogo”, Vol. 1, No. 1 (2015), 62.

Tepat Janji merupakan salah satu *Key Performance Indicator* dalam amanah. Sikap amanah dan tepat janji, adalah dua sifat yang saling berkaitan, apabila ada amanah pasti ada sikap menepati janji, jika satu sifat hilang maka hilang pula yang lain, seseorang dikatakan amanah apabila ia mampu menepati janji dan ucapannya di hadapan orang lain, sebaliknya seseorang dikatakan menepati janji jika ia memiliki karakter amanah dalam dirinya. Tepat janji seringkali berhubungan dengan lisan, maka apabila seseorang berucap janji sebaiknya menepati sehingga orang tersebut selain sudah menepati janji mereka juga termasuk orang yang menjaga amanah. Apabila amanah telah tersebar dalam masyarakat, maka jalinan antar mereka akan menjadi agung, pertaliannya akan menjadi kokoh serta kebaikan dan berkah akan meliputinya.

3) Transparan

Transparan dapat juga diartikan terbuka, maksudnya terbuka disini adalah melaporkan segala kegiatan baik kepada publik maupun kepada atasan. Tidak pernah mengkomersilkan jabatan atau memanipulasi dan memanfaatkan juga merupakan pedoman bersikap dan bertingkah laku berdasarkan amanah. Dengan memiliki sikap mental yang amanah akan terjalin sikap saling percaya, *positif thinking*, jujur dan transparan dalam seluruh aktifitas kehidupan yang pada akhirnya akan terbentuk model masyarakat yang ideal yaitu masyarakat aman, damai dan sejahtera. Sehingga menjadikan transparan juga bagian dari sifat amanah. Transparansi perlu dilakukan oleh setiap orang agar tidak menimbulkan kecurigaan satu sama lain sehingga menimbulkan rasa *suudzon* antar sesama manusia. Transparansi yang dilakukan oleh karyawan untuk menghasilkan rasa nyaman antar sesama dan dalam penelitian ini sikap transparansi diharapkan dapat tercapai antara

para tamu, para karyawan serta antar karyawan divisi kajian dan diklat lainnya.¹⁸

Apabila seluruh karyawan sudah menerapkan langkah tersebut, maka jalinan kerjasama semakin solid dan dapat tercapai tujuan bersama untuk meraih keunggulan kompetitif dalam bersaing. Persaingan yang dijalankan oleh CV. Mubarakfood Cipta Delicia merupakan persaingan sehat, dimana perusahaan ini menjadikan keunggulan inovasi produk dan destinasi sebagai bekal dalam menjalan persaingannya.

Bapak kirom selaku *marketing manager* menjelaskan bahwa perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia dalam hal persaingan usaha ini kita lebih fokus dalam segi meningkatkan kualitas, meningkatkan inovasi produk kita tanpa harus mengorbankan kompetitor, karna kalau kita mendalami kompetitor itu sebenarnya menjadi goal terbaik bagi kita. Goal terbaik itu artinya dengan adanya kompetitor, perusahaan akan semakin terpacu dan termotivasi untuk lebih berinovasi meningkatkan kualitas. Karena jika tanpa kompetitor perusahaan tidak punya barometer dan jadinya perusahaan tersebut akan stagnan, tidak punya pembanding seberapa potensi produknya, serta bagaimana produknya dapat diterima pasar dan pesaing itu merupakan fungsi bagian dari kompetitor juga.

Masalah-masalah krusial yang sering terjadi dalam dunia persaingan usaha adalah adanya serangan dari luar atau kompetitor yang biasanya berupa plagiasi kemasan yang sangat mirip menyerupai produk asli dari CV. Mubarakfood Cipta Delicia, dan juga adanya plagiasi merk yang sangat menyerupai produk asli, hal ini menjadi contoh dari sebuah perusahaan yang tidak menerapkan prinsip amanah dalam persaingannya, mereka menghalalkan segala cara demi mendapatkan laba yang lebih besar.

¹⁸Herianingrum, dkk., "Implementasi Nilai-nilai Amanah pada Karyawan Hotel Darussalam Pondok Pesantren Gontor di Ponorogo", Vol. 1, No. 1 (2015), 64.

Namun mengenai hal tersebut, pihak CV. Mubarakfood Cipta Delicia menanggapi dengan *positif thinking*, yang dimaksud ialah bersikap toleran atau murah hati sewaktu menghadapinya, dan melakukan pembenahan yang harus dilakukan dalam setiap bagiannya, misalnya harus ada pembenahan dalam segi kemasan, pembenahan dalam segi pemberian edukasi kepada calon konsumen agar selalu waspada dan berhati-hati sebelum melakukan transaksi pembelian produk Jenang Mubarak di luar outlet resmi CV. Mubarakfood Cipta Delicia.

Perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia dalam menyikapi permasalahan tersebut selalu memperhatikan prinsip etika dalam berbisnis dan bersaing, dalam buku Etika Bisnis Perspektif Islam karangan Abdul Aziz disebutkan tentang prinsip etika bisnis adalah sebagai berikut:

1) Prinsip Otonomi

Yaitu kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keselarasan tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas keputusan yang diambil.

2) Prinsip Kejujuran

Dalam hal ini, kejujuran adalah merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan kontrol terhadap konsumen dalam hubungan kerja dan sebagainya.

3) Prinsip keadilan

Bahwa setiap orang dalam berbisnis diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak ada yang boleh dirugikan.

4) Prinsip saling menguntungkan

Yaitu harus saling menguntungkan dalam berbisnis yang kompetitif.

5) Prinsip integritas moral

Prinsip ini merupakan dasar dalam berbisnis, harus menjaga nama baik perusahaan tetap dipercaya dan merupakan perusahaan terbaik.¹⁹

Perusahaan CV. Mubarokfood Cipta Delicia dalam hal periklanan mengimplementasikan amanah dengan menyampaikan dan menawarkan produknya sesuai dengan apa yang dipasarkan, dan memastikan produk yang disampaikan tersebut tersedia di outlet, sehingga calon konsumen yang akan membelinya tidak kecewa dan merasa puas dengan perusahaan. Fajri Futuh dalam jurnalnya menyebutkan bahwa amanah merupakan segala hal yang dipertanggungjawabkan kepada orang lain berupa benda, pekerjaan, perkataan, ataupun kepercayaan hati. Dalam berbisnis, tentu menjaga kepercayaan konsumen menjadi suatu hal yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan bisnis yang sedang dijalani.²⁰ Dari hal ini perusahaan CV. Mubarokfood Cipta Delicia mendapat kepercayaan dari konsumen.

Dalam periklanannya, CV. Mubarokfood Cipta Delicia menggunakan kata-kata yang simpel dan menggunakan kata-kata yang mudah difahami, dan menggunakan desain khas dan menarik. Deskripsi utuh atau penjelasan lebih lanjut mengenai produk tersebut ditulis secara jelas dalam kemasannya, sehingga konsumen secara langsung mendapatkan edukasi yang menarik dari perusahaan CV. Mubarokfood Cipta Delicia. Penerapan prinsip amanah dalam periklanannya juga dapat dilihat dari harga yang ditawarkan yang sesuai dengan *taste* atau rasa yang disajikan dalam produknya.

Moh Syafiul Umam, salah satu konsumen Jenang Mubarok asal Jepara mengatakan bahwa cita rasa yang disajikan oleh perusahaan ini membuktikan

¹⁹Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 37.

²⁰Fajri Futuh, dkk., *Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Fashion Busana Muslim di Pasar Baru Trade Center*, Volume 4, No.1 (2018), 41.

bahwa perusahaan ini benar-benar menerapkan prinsip amanah, cita rasa yang disajikan sesuai dengan salah satu slogan yang ada di jenang Mubarak, yaitu “Menciptakan Olahan Tradisional Berkelas Dunia” ia menjelaskan bahwa indikator amanah di perusahaan ini dapat dilihat dari kebenaran antara apa yang di informasikan kepada konsumen sesuai dengan apa yang disajikan dan konsistensi menjaga cita rasa yang khas.²¹

Pendapat Moh Syafiul Umam yang mengatakan bahwa perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia telah menjaga konsistensi cita rasa yang khas ini sesuai dengan apa yang dikatakan Bapak Kirom selaku *marketing manager* di perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia, beliau mengatakan bahwa salah satu kunci kesuksesan sebuah perusahaan adalah dengan menjalankan amanah sebaik-baiknya dan menjaga konsistensi agar dapat mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Hal ini sesuai dengan apa yang disebutkan oleh Buchairi Alma dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Bisnis Syariah* disebutkan bahwa nilai dasar dari amanah adalah terpercaya, bisa memegang amanah, tidak mau menyeleweng, selalu mempertahankan prinsip berdiri diatas kebenaran. Nilai bisnisnya adalah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, tepat waktu dan memberikan yang terbaik.²²

Jika sebuah perusahaan telah menerapkan prinsip amanah dengan baik, maka kepercayaan dari konsumen akan dapat diraih, konsumen yang telah menilai perusahaan telah menerapkan prinsip amanah maka konsumen tersebut akan merekomendasikan kepada orang-orang disekitarnya, dan dengan rekomendasi tersebut situasi pasar perusahaan semakin berkembang dan semakin banyak calon konsumen

²¹Hasil Wawancara dengan Moh Syafiul Umam, pada tanggal 26 April 2019 pukul 12.14 WIB.

²²Buchairi Alma, *Manajemen bisnis Syariah* (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), 55.

yang mendatangnya. Sebagai contohnya adalah kedatangannya Bapak H. Ahmad seorang konsumen asal Jakarta yang datang ke CV. Mubarokfood Cipta Delicia atas dasar rekomendasi dari saudaranya yang menyarankan ia untuk datang dan membeli produk jenang mubarok.²³

Kenyataan yang dihadapi oleh Bapak H. Ahmad sesuai dengan apa yang direkomendasikan oleh saudaranya dan sesuai dengan informasi yang dibaca dari media. Lain lagi dengan salah satu konsumen asal Kudus sendiri yang bernama Bapak Heri, ia mengaku baru sekali datang ke outlet jenang mubarok yang baru, untuk outlet yang lama yang terletak tidak jauh dari outlet baru ia sudah pernah mengunjungi. Bapak heri berkunjung ke jenang mubarok untuk membeli oleh-oleh untuk dibawa ke luar kota. Situasi yang dialami oleh bapak heri dapat menggambarkan bahwa perusahaan CV. Mubarokfood Cipta Delicia berhasil mendapatkan tempat yang baik di kalangan konsumen dan produknya berhasil menjadi icon oleh-oleh khas Kabupaten Kudus.

Dalam lingkup organisasi dan manajemen, perusahaan CV. Mubarokfood Cipta Delicia telah dilengkapi dengan struktur organisasi yang modern, sebagaimana layaknya perusahaan besar lainnya. Struktur organisasi perusahaan ini dibuat mengikuti dinamika dan perkembangan zaman. Dalam struktur terlihat bahwa pimpinan tertinggi adalah Direktur sebagai pengambil keputusan. Meski demikian, terdapat komunikasi dua arah yang aktif antara *owner*, komisaris dan Direktur. Untuk pelaksanaan tugas sehari-hari, direktur dibantu oleh manager operasional. Langkah yang ditempuh direktur untuk memajukan, mengembangkan sekaligus sebagai kontrol dan pemberi pertimbangan.

Sejak kepemimpinan perusahaan beralih dari H. Achmad Shochib kepada puteranya H. Muhammad

²³Hasil Wawancara dengan H. Ahmad, pada tanggal 26 April 2019 pukul 12.30 WIB.

Hilmy, SE sebagai generasi ketiga, di bawah payung CV. Mubarakfood Cipta Delicia perhatian utama dari generasi ini adalah di bidang Sumber Daya Manusia (SDM), “Pengembangan dan Penataan Sumber Daya Manusia” hal tersebut berawal dari sebuah pemikiran bahwa berhasilnya suatu perusahaan didasari oleh Sumber Daya Manusia yang memadai berdasarkan pengalaman dan sesuai dengan kapasitas dan bidangnya. Dalam misi perusahaan terdapat keinginan untuk mengembangkan SDM dan manajemen yang kreatif, inovatif, amanah dan profesional.

H. Muhammad Hilmy, SE sebagai generasi ketiga berupaya untuk terus memajukan perusahaan dengan penerapan manajemen yang sehat, kesehatan ini meliputi produksi, keuangan, personalia, pemasaran dan senantiasa menciptakan kemitraan. Bukti keseriusan perusahaan ini untuk penataan dan pengembangan SDM dibuktikan dengan diperolehnya sertifikat Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2000 dari lembaga sertifikasi yang paling bergengsi di Indonesia CV. Sucofindo International Certification Services Jakarta di tahun 2002, ISO 9001:2000 merupakan suatu sistem manajemen mutu yang bertujuan untuk memberikan jaminan konsistensi mutu, baik mutu di bidang produksi, bidang pemasaran, bidang kepegawaian maupun di bidang pengadaan barang. Pengakuan dan apresiasi lain yang diterima oleh perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia atas penilaian perusahaan berbasis tradisional yang berdiri dan bertahan sampai dengan 1 abad, tetap solid dalam perkembangannya adalah dari majalah SWA di tahun 2006, perusahaan CV. Mubarakfood Cipta Delicia ditetapkan sebagai “*The Most Established Company*” sebagaimana layaknya perusahaan besar lainnya, dan adanya keinginan untuk menciptakan manajemen yang profesional, secara rutin di setiap akhir tahun perusahaan oleh masing-masing bagian membuat realisasi anggaran tahun sebelumnya, untuk kemudian

dibuat RKAP (Rencana Kerja Anggaran Perusahaan) untuk tahun yang akan datang.²⁴

Untuk pengujian mutu bahan baku dan produk jadi, pada tahun 2000 telah dibangun sebuah Laboratorium Kimia dan Fisika. Laboratorium ini berfungsi sebagai sarana pendukung program penelitian dan pengembangan produk (R&D). Langkah pembangunan laboratorium ini merupakan langkah maju untuk ukuran perusahaan skala menengah kecil. Fungsi yang lain dari laboratorium ini adalah untuk melakukan pengawasan mutu, baik mutu bahan baku dan mutu produk yang dihasilkan. Selain itu fungsi *quality control* juga memegang peranan yang penting dalam menentukan baik buruknya sebuah mutu produk mulai dari proses produksi sampai produk siap dijual. Jadi dengan adanya laboratorium ini maka produk jenang mubarak dijamin bermutu tinggi serta aman dikonsumsi.

Proses produksi jenang ini diolah secara higienis dan mengacu pada prinsip-prinsip *Good Manufacturing Practices* (GMP) serta *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP). Pengakuan proses produksi ini telah terjamin dengan diperolehnya sertifikat jaminan mutu dari ABIQA (*Agro Based Industry Quality Assurance*) proses produksi ini dimulai dengan adanya standarisasi kualitas bahan baku. Pada era kepemimpinan H. Muhammad Hilmy, SE ini, CV.²⁵ Mubarakfood Cipta Delicia kembali berinovasi dan melakukan diversifikasi produk. beberapa produk yang muncul adalah aneka varian jenang dengan merk Jawa Rasa, Baginda Radja, Semesta dan Viva dengan kemasan mika yang ditawarkan dengan harga yang lebih ekonomis. Ada juga varian dodol dengan merk Citra Persada dan Asia Pacific. Dodol Citra Persada terdiri dari 6 varian rasa yaitu: original, rumput laut, kismis, durian, jahe susu dan chocolate with dodol. Sedangkan dodol Asia

²⁴ Data arsip perkembangan CV. Mubarakfood Cipta Delicia.

²⁵ Data arsip perkembangan CV. Mubarakfood Cipta Delicia.

Pacific terdiri dari 5 varian rasa yaitu: original, blueberry, white coffe, strawberry dan kombinasi.²⁶

Selain itu juga diperkenalkan produk baru berupa coklat yang berisi jenang dengan merk Claszeto dengan berbentuk hati dan miniatur Menara Kudus dengan maksud untuk memperkenalkan icon Kabupaten Kudus dan produk kurma lapis coklat dengan merk Al Madina. Produk yang lain yaitu brownies dengan merk Amazing Brownies yang mempunyai berbagai varian rasa diantaranya adalah: jenang, dodol, kurma, original, lava keju, lava coklat, cocktail, tiramisu, wijen, pandan dan blueberry. Ada pula produk dengan merk Bakpia Jenang yang terdiri dari 3 varian rasa yaitu: original, kacang hijau dan keju. Sedangkan produk baru yang paling baru yaitu Jenkies (Jenang Cookies). Salah satu inovasi dari produk CV. Mubarokfood Cipta sebagai *trendsetter* Jenang Kudus yang mengkreasikan jenang menjadi makanan yang dapat diterima berbagai kalangan karena tekstur cookies yang garing, renyah dan lembut dipadu dengan jenang yang manis. CV. Mubarokfood melakukan inovasi dan diversifikasi berbagai produk merupakan bentuk perhatian dan penyesuaian perusahaan dengan minat pasar secara lebih luas.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan, kepuasan konsumen merupakan hal penting dan juga menjadi perhatian dari generasi ketiga ini. Sebagaimana misi perusahaan ini di bidang pemasaran yakni senantiasa berupaya terus menerus untuk mengembangkan jaringan pemasaran dengan mengedepankan pelayanan prima dan kepuasan pelanggan. Dalam hal pemasaran produk, CV. Mubarokfood Cipta Delicia juga selalu melakukan kegiatan promosi produk. promosi merupakan hal yang sangat penting, karena apabila konsumen membeli

²⁶ Data produk CV. Mubarokfood Cipta Delicia.

produk tersebut menjadi puas dan dapat menjadi pembeli potensial.²⁷

Selain itu, titik perhatian utama dari generasi ketiga juga penataan dan pengembangan sumber daya manusia. Sebagaimana telah dinyatakan dalam misi perusahaan untuk mengembangkan sumber daya manusia dan manajemen kreatif, inovatif, amanah dan profesional. Untuk mewujudkannya diciptakan pola dan sistem rekrutmen karyawan pada khususnya karyawan yang menempati posisi bidang yang strategis serta upaya untuk penempatan sumber daya manusia yang sesuai dengan kapasitas dan bidangnya agar sesuai dengan prinsip kapasitasnya, "*the right man and the right place*". Bahwasanya dengan pola rekrutmen yang dilakukan oleh perusahaan ini sampai dengan saat ini telah menyeleksi karyawan di level kepala bagian sesuai dengan porsinya, berdasarkan *background* pengalaman, disiplin ilmu yang sesuai dan mempunyai kapabilitas di bidangnya.

Dengan karyawan yang berjumlah 110 orang dengan latar belakang pendidikan yang beraneka ragam merupakan tantangan tersendiri dalam pengembangan sumber daya manusia di perusahaan ini. Pengembangan sumber daya manusia didasari dengan keinginan untuk menciptakan budaya perusahaan, budaya kreatif inovatif, akhlak yang amanah dan pribadi yang profesional, yang sejalan dengan modernisasi "membangun sinergi mewujudkan visi".

²⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Kirom pada tanggal 18 April 2019 pukul 09.20 WIB.