



AL-HISAB: Jurnal Ekonomi Syariah
Vol. 1, No. 2 (Juni 2021): 37-44

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI KERIPIK MUSTIKA
KOTA LANGSA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

**MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF MUSTIKA KOTA LANGSA
CRACKER INDUSTRY REVIEWING FROM
ISLAMIC BUSINESS ETHICS**

¹Nurul A'dilla, ²Abdul hamid, ³Nurjannah, ⁴Tabrani

^{1,2,3,4}IAIN Langsa, Indonesia

Email: tabrani.muhammadamin@gmail.com

Url Artikel. <https://jurnal.sties-baktiya.ac.id/index.php/alhisab/article/view/73>

ABSTRACT

The Mustika chip industry in Langsa City is a food business that processes sweet potato raw materials into a typical snack in Langsa City which is much sought after to be used as souvenirs typical of Langsa City. . The problem in this study is how the marketing strategy applied by the Mustika chips industry in increasing revenue and how the obstacles faced by the Mustika chips industry. The purpose of this study is to find out how the marketing strategy applied by the Mustika chips industry and to find out the barriers to marketing strategies in increasing the income of the Mustika chips industry in Langsa City. This type of research is a field research that uses information obtained from further research targets or respondents through data collection instruments such as interviews, observations, and documents. The data analysis technique in this study uses data reduction, data presentation, verification (drawing conclusions). Based on the results of the analysis obtained from the results of the study, it was stated that after carrying out the 4P marketing strategy the income from the mustika chips industry increased, and what hindered the marketing strategy in increasing income consisted of business competition and the lack of basic ingredients.

Keywords: *Marketing, Income, Islamic Business Ethics*

ABSTRAK

Industri keripik Mustika Kota Langsa yaitu suatu usaha makanan yang mengolah bahan baku ubi menjadi jajanan khas di Kota Langsa yang banyak dicari untuk dijadikan oleh-oleh khas dari Kota Langsa, faktor yang mempengaruhi kesuksesan bisnis keripik Mustika ialah dikarenakan produk keripik yang berkualitas dan harga yang terjangkau. Masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh industri keripik Mustika dalam meningkatkan pendapatan dan bagaimana hambatan yang dihadapi oleh industri keripik Mustika. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh industri keripik Mustika dan untuk mengetahui hambatan strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan industri keripik Mustika Kota Langsa. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan yaitu menggunakan informasi yang di peroleh dari sasaran penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, verifikasi (penarikan kesimpulan). Berdasarkan dari hasil analisis yang diperoleh dari hasil penelitian menyatakan bahwa setelah melakukan strategi pemasaran 4P pendapatan dari industri keripik mustika meningkat, dan yang menghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan terdiri dari persaingan usaha dan kurangnya bahan pokok.

Kata kunci: Pemasaran, Pendapatan, Etika Bisnis Islam

Diterima	Revisi Akhir	Tersedia Online
04-06-2021	28-06-2021	30-06-2021

A. PENDAHULUAN

Seorang wirausaha harus mampu memproduksi barang dan jasa, dengan kualitas yang lebih baik, harga yang lebih murah dan penyerahan produk yang lebih cepat dari pesaing. Langkah pertama dalam strategi pemasaran adalah menentukan konsumen yang akan menjadi sasaran pemasaran produk atas usaha yang dijalankan. Dalam mencapai strategi pemasaran yang tepat dan terbaik untuk diterapkan, salah satunya perusahaan dapat melihat dari faktor bauran pemasaran. Karena bauran pemasaran merupakan salah satu pokok pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk. Jika perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan akan menghilangkan banyak kesempatan untuk

menjaring konsumen dan produk yang ditawarkan akan sia-sia. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang dapat memberikan pengaruh untuk menentukan berhasil atau tidaknya dalam memasarkan produknya. Apabila strategi pemasaran yang dilaksanakan perusahaan tersebut mampu memasarkan produknya dengan baik, hal ini akan berpengaruh terhadap tujuan perusahaan (<http://academia/2019>). Sehingga dalam memilih bisnis seseorang harus mempunyai pemikiran dan pemahaman tepat dan benar tentangnya. Ini penting, agar memiliki pedoman yang tidak terpecah. Sebab, komitmen dan pedoman yang benar adalah kunci keberhasilan bisnis. dimana bisnis tersebut menuntut seluruh energi jiwa raga. Berdasarkan ujian akan dilalui, termasuk pahit getir kegagalan (Muhammad ali haji hashim, 2005).

Tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk maka mereka semakin puas dan ini berarti strategi yang dijalankan sudah cukup berhasil. Sehingga dengan keberhasilan strategi yang dicapai maka memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan (laba) usaha. Pendapatan merupakan sesuatu yang sangat penting dalam setiap perusahaan. Tanpa ada pendapatan mustahillah didapat penghasilan. Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktifitas perusahaan yang biasa di kenal atau disebut penjualan, penghasilan jasa (*fee*), bunga, dividen, *royalty* dan sewa. Pendapatan merupakan unsur yang paling penting dalam sebuah perusahaan ataupun suatu lembaga keuangan karena pendapatan akan dapat menentukan maju mundurnya perusahaan (Umi sa'adah, 2017).

Salah satunya adalah industri kecil, industri tersebut perlu mendapat perhatian dikarenakan industri kecil tidak hanya memberikan penghasilan bagi sebagian angkatan kerja namun juga merupakan ujung tombak dalam upaya mengentaskan kemiskinan. Selain itu industri kecil juga dapat memberikan tambahan penghasilan bagi keluarga, juga berfungsi sebagai strategi dalam mempertahankan hidup ditengah krisis ekonomi masyarakat (Supristiwendi dkk, 2008). Industri kecil yang dimaksud disini merupakan industri keripik salah satu jenis usaha yang banyak peminatnya. Semakin banyak orang yang menjalankan usaha ini, sehingga dapat menghadirkan beragam pilihan untuk pelanggan. Namun tidak semua usaha yang menjalankan bisnis ini dapat

bertahan lama. Sehingga pengusaha yang bekerja keraslah yang dapat bertahan. Tidak hanya itu, kreatifitas, inovasi, dan lokasi juga diperlukan dalam meraih kesuksesan usaha ini, tanpa meninggalkan nilai-nilai islam. Dalam islam juga dikatakan, demi kemaslahatan semua kalangan, islam mengajarkan manusia agar tetap menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam segala aktivitas kehidupan (Muhammad Djakfar, 2008).

Salah satu usaha keripik yang dapat bertahan dan dapat bersaing dengan produk yang serupa adalah usaha keripik mustika kota langsa. Usaha keripik mustika kota langsa sudah familiar dikalangan masyarakat Kota Langsa dan sekitarnya. Berdasarkan hasil observasi peneliti, dapat disimpulkan bahwa peminat terhadap usaha keripik mustika kota langsa sangat tinggi, hal tersebut ditandai dengan banyaknya konsumen yang terus berdatangan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini penting untuk dilakukan, mengingat usaha keripik mustika kota langsa dapat bertahan dalam situasi banyaknya persaingan produk yang serupa. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan pembahasan lebih jauh tentang kesuksesan pada industri keripik Mustika di Kota Langsa. Untuk itu penulis mengambil judul “Analisis Strategi Pemasaran Industri Keripik Mustika Kota Langsa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini peneliti menggunakan penelitian lapangan (*Field research*). Yaitu penelitian dengan menggunakan informasi yang diperoleh dari sasaran penelitian (Suharsimi Arikunto, 2002). Adapun lokasi penelitian dilakukan pada industri keripik Mustika yang terletak di Dusun Utama Paya Bujok Tunong, Lorong C, Kota Langsa. Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah jenis penelitian kualitatif, yaitu suatu proses pencarian data untuk memahami masalah sosial yang didasari pada penelitian yang menyeluruh, dibentuk dari kata-kata dan diperoleh dari situasi ilmiah (sugiono, 2007). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui kegiatan Observasi, dan Wawancara, sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, verifikasi (penarikan kesimpulan).

C. PEMBAHASAN DAN HASIL

1. Strategi Pemasaran Industri Keripik Mustika Dalam Meningkatkan Pendapatan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Strategi pemasaran dalam sebuah usaha tidak dapat dilakukan hanya sekali proses saja, namun butuh proses panjang untuk membuat strategi pemasaran sesuai dengan perusahaan tersebut. hal ini penting karena diperlukan dalam strategi pemasaran yaitu bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat masyarakat/ calon konsumen agar mau berbelanja, agar dapat bertahan ataupun menambah jumlah pembeli atau konsumen di tempat tersebut. Sebagai usaha yang bergerak dalam bidang kewirausahaan industri keripik mustika, dalam memasarkan suatu produknya memang tidaklah mudah, apalagi produknya (keripik) tersebut belum dikenal oleh masyarakat umumnya.

Seiringnya berjalan waktu, industri keripik mustika sudah banyak dikenal oleh masyarakat umumnya sebagai makanan ringan dan salah satu oleh-oleh dari kota langsa. Namun semakin banyaknya usaha dalam bidang kewirausahaan ini, tentu saja menjadikan tantangan bagi pemilik usaha. Dan pemilik usaha tersebut selain harus mencari cara untuk hal tersebut pemilik usaha juga harus mencari minat konsumen, dan juga harus mampu menghadapi persaingan pasar pengusaha lainnya yang terlebih dahulu telah memasarkan produknya yang sama. Keadaan yang seperti ini maka menuntut agar pengusaha keripik mustika untuk mampu mengelola usaha dengan sebaik-baiknya dalam kondisi dan kemampuan yang ada.

Mengenai strategi yang dijalankan industri keripik mustika. Dalam memasarkan produk keripik mustika agar menarik minat konsumen dengan cara menitipkan dan menawarkan keripik ke warung- warung, toko, dan swalayan sebagai oleh-oleh disekitaran kota Langsa, dan diluar Kota Langsa yaitu seperti Aceh Timur, Aceh Tamiang. dengan sekitaran harga dan ukuran yang bervariasi, dan juga selalu menjaga kualitas produk agar konsumen tidak merasa kecewa dengan produk yang kami sediakan. Dari segi harga pihak Industri keripik Mustika juga menawarkan harga yang terjangkau di kalangan masyarakat.

2. Hambatan Strategi Pemasaran Yang Dihadapi Oleh Industri Keripik Mustika Dalam Meningkatkan Pendapatan

Hambatan yang terjadi pada usaha keripik sudah banyak sekali yang muncul, bahkan banyak sekali berbagai macam jenis-jenis keripik lainnya. Jadi hambatan yang sering terjadi yaitu pembeli menjadi sepi atau berkurangnya minat konsumen. Selain itu juga terdapat hambatan- hambatan lainnya seperti bahan baku yang sangat terbatas, pada musim-musim tertentu, terkadang pada musim itu tidak ada musim buah, seperti pisang dan ubi, memang ubi tersebut pemasoknya dari luar daerah akan tetapi jika tidak musim ubi, ubi yang dikirimkan tidak terlalu bagus seperti biasanya, sehingga ketika diolah menjadi keripik akan merusak citra rasa, warna dan lainnya, sehingga dapat menurunkan kualitas produk dan dapat berpengaruh terhadap minat konsumen dan dapat mengurangi tingkat pendapatan yang ada.

D. ANALISIS

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha keripik mustika memang sudah sesuai dengan ketentuan dalam strategi pemasaran islami. Dilihat dari harga, industri keripik mustika tidak terlalu tinggi dalam menerapkan harga terhadap produknya, hal ini sesuai dengan apa yang telah diajarkan didalam islam. Dari segi produksi industri keripik mustika juga sudah sesuai dengan ketentuan dalam strategi islami, yaitu tidak menjual barang yang haram, seperti mencampurkan sesuatu yang dilarang atau yang dapat membahayakan. Dari segi promosi, industri keripik mustika juga melakukan kegiatan dengan cara menitipkan produknya ke warung-warung atau mempromosikannya dengan cara yang jujur dan apa adanya, tidak dengan cara menipu.

Hambatan yang dihadapi oleh industri keripik mustika adalah banyak munculnya usaha keripik-keripik lainnya, sehingga sudah banyak sekali berbagai macam jenis-jenis keripik lainnya, maka yang terjadi adalah pembeli menjadi sepi atau berkurangnya minat konsumen, selain itu hambatan yang dihadapi yaitu bahan baku yang sangat terbatas, pada musim-musim tertentu, sehingga ketika bahan bakunya terbatas maka produksinya juga akan sedikit, karna ketika bahan bakunya yang dikirimkan oleh pemasok tidak terlalu bagus, maka setelah diolah menjadi keripik, akan merusak citra rasa, warna, dan lainnya, sehingga dapat menurunkan kualitas produk dan dapat

berpengaruh terhadap minat konsumen serta dapat mengurangi tingkat pendapatan yang ada.

Industri keripik mustika tentunya berupaya untuk memenuhi semua kebutuhan konsumen akan makanan khas kota langsa, sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan. Berbagai cara dan upaya dilakukan untuk meningkatkan pendapatan termasuk harus lebih berinovasi lagi agar usaha semakin maju dan berkembang agar dengan mudah meningkatkan pendapatan.

E. SIMPULAN

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha industry keripik mustika dalam meningkatkan pendapatan adalah dengan menerapkan *marketing mix* yaitu seperti produk, harga, distribusi, dan promosi. Dari perspektif strategi pemasaran islami, keripik mustika telah sesuai menetapkan teori dan konsep strategi islami yaitu: usaha keripik mustika juga sangat menjaga kualitas produknya, sehingga konsumen tidak merasa kecewa. Dan harga yang diterapkan juga sesuai dengan ukuran pengemasannya, semakin besar pengemasannya maka semakin tinggi pula harganya, yang harga tersebut tidak merugikan orang lain.

Hambatan strategi pemasaran yang terdapat pada usaha industry keripik mustika dalam meningkatkan pendapatan yakni lingkungan yang sudah banyak bermunculan bisnis yang serupa yaitu bisnis yang bergerak dibidang produksi keripik, sehingga sudah banyak sekali berbagai macam jenis-jenis keripik lainnya dan kurangnya bahan pokok juga merupakan hambatan bagi industry keripik mustika dalam meningkatkan pendapatan.

Referensi

- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Renika Cipta.
- Dharmawati, Made. (2017). *Kewirausahaan*, Depok: Rajawali Press.
- Djakfar, Muhammad. (2008). *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, Malang: UIN Malang Press.
- Hashim, Muhammad Ali Haji. (2005). *Bisnis Suatu Cabang Jihad*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

- Hermansyah, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*, Cet. 8, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Supristiwendi. dkk. (2018). *Analisis Break Even Point Usaha Keripik Pedas "MUSTIKA" Kecamatan Langsa Baro Kota Langsa*, Jurnal Penelitian Agrisamudra, Vol. 5 No. 1.
- Syafii, Antonio. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insane.
- Sangadah, Umi. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi UIN Raden Intan Lampung.