

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum tentang Dodol Asli Kandangan**

Kabupaten Hulu Sungai Selatan mempunyai kuliner khas yang salah satunya dinamakan dengan Dodol Asli Kandangan. Kuliner lain yang ada di Kabupaten Hulu Sungai Selatan yang cukup terkenal seperti ketupat dan lamang kandangan. Pada dulunya dodol asli Kandangan disajikan ketika hari besar saja seperti lebaran, kelahiran dan perkawinan. Namun untuk saat ini dodol sudah banyak dijumpai dimana saja.

Sekilas dodol yang satu ini terlihat mirip dengan dodol-dodol lainnya. Akan tetapi sebenarnya dodol ini berbeda jika dilihat dari tekstur dan rasanya. Untuk rasa yang lebih manis dan mempunyai tekstur yang lembut karena hal tersebut didapat dari bahan alami yang digunakan yang merupakan ciri khas dodol asli Kandangan. Adapun bahan yang digunakan adalah santan kelapa, untuk buah kelapa tidak boleh terlalu tua supaya dapat santannya lebih banyak, tepung ketan, gula aren atau gula merah dan garam.

Dodol asli Kandangan ini terbuat dari tepung ketan yang tidak dicampur tepung lainnya, gula aren murni yang tidak dicampur dengan gula pasir. Itulah kenapa dinamakan dengan dodol asli Kandangan. Selain itu juga kata asli itu menunjukkan bahwa dodol tersebut berasal dari kota

Kandangan.

Selain bahan baku alami pembuatan dodol yang dijaga keasliannya proses pembuatan dodol ternyata juga membutuhkan waktu lama, ketekunan dan kesabaran karena proses panjang mulai dari pengolahan buah kelapa termasuk pamarutan, peremasan santan yang membutuhkan waktu cukup lama, proses memasak dodol yang membutuhkan waktu per kawah 4 jam hingga pengemasannya.

Perbedaan khas dodol Kandangan dengan dodol di daerah lain adalah gula aren yang digunakan, maka ketika masak dodol akan tetap basah serta untuk menjaga keaslian rasa dan kekhasannya yang dimasak atau diolah secara tradisional. Sebagai contoh dodol Garut hasil akhir olahannya kering karena menggunakan susu dan gula pasir sementara dodol Kandangan akan tetap basah dan memiliki rasa yang khas karena dari kelapa, gula aren atau gula merah kalau pola masak berubah tentu akan mempengaruhi kekhasan rasa dodol.

Pilihan rasanya pun beragam, mulai dari coklat, strawberry, kacang, durian dan lainnya dengan rasa yang manis dan kenyal. Tempat usaha dodol Kandangan ini yang berpusat di desa Telaga Bidadari Kecamatan Sungai Raya. Sementara dalam pengemasannya sudah mulai menarik, tidak hanya menggunakan plastik namun juga ada yang menggunakan kertas yang didesain khusus agar kemasan tersebut terlihat menarik.

Dodol ini sendiri banyak ditemui di sepanjang jalan. Papan nama

atau baliho sekaligus kios-kios dodol Kandangan dapat ditemui pula di sepanjang jalan Trans-Kalimantan, mulai dari kota Banjarmasin hingga Rantau. Kemudian dapat ditemui juga di jalan Trans-Kalimantan setelah Rantau, seperti Barabai, Tanjung hingga perbatasan antara Kalimantan Selatan dengan Kalimantan Timur. Sekarang ini tidak sulit lagi untuk menemukan dodol Kandangan karena sudah banyak dijual.

## 2. Data Hasil Wawancara

### a. Informan I

Nama : Alfiah Humaira

Umur : 31

Jenis kelamin : Perempuan

Alamat : Jl. Bina Warga Telaga Bidadari

Pekerjaan : Pengusaha

Ibu Alfiah Humaira ialah seorang pengusaha dodol asli Kandangan di Desa Telaga Bidadari. Usaha beliau dinamai dengan Dodol Mama Alfi. Usaha tersebut dijalankan sejak tahun 1970 oleh ibu beliau kemudian dilanjutkan oleh anak beliau. Beliau menjual dodol Kandangan ini karena faktor turun-temurun.

Menurut beliau omset yang didapat kurang lebih sekitar Rp 50.000.000,- per bulannya dengan jumlah tenaga kerja sekitar 50 orang. Untuk upah setiap harinya sekitar 1-1,5 juta dalam sekali produksi yang terdiri dari upah tukang kawah seharusnya sekitar Rp

60.000,- dan upah bungkus sekitar Rp 50.000,- Rp 60.000,- per kawahnya.

Sistem pengelolaan SDM adalah dengan memberikan pelatihan dan pengarahan dalam pembuatan proses produksi. Memberikan upah sesuai dengan kesepakatan kerja dan menerapkan hubungan kerja yang efektif. Dalam pelaksanaan produksi tidak diawasi karena beliau sudah percaya dan yakin dengan karyawannya.

Strategi promosi yang digunakan untuk memasarkan produk adalah dengan *personal selling* dan pemasaran langsung. Dodol tersebut dipasarkan ke daerah Banjarmasin, Martapura, Tanjung dan Kandungan sendiri yang merupakan tempat produksinya. Produk yang dihasilkan adalah dodol, kue bawang dan keripik singkong. Untuk dodol tersebut terdiri dari rasa original, kelapa, kacang, durian, wajik dan kasirat yang harganya untuk kemasan kecil mulai dari Rp 700,- sampai Rp 25.000,-. Untuk harga yang ditetapkan masih sama setiap tahunnya namun isinya saja yang sedikit. Dikarenakan naiknya bahan baku sehingga ukurannya lebih kecil.

Dalam inovasi masih proses perencanaan inovasi produk baru dan masih dalam tahap proses perencanaan. Beliau pernah mencoba membuat dodol yang menyerupai dodol Garut yang permukaannya kering dan *crunchy* karena dodol dengan tekstur

kering itu justru membuat dodol tersebut dapat bertahan lebih lama dibandingkan dengan dodol yang beliau buat biasanya. Namun banyak pelanggannya kurang suka bahkan ada yang menganggapnya rusak sehingga pelanggan lebih menyukai dodol yang biasa beliau buat.

Kemudian strategi distribusi yang digunakan adalah dengan menyalurkan atau menyampaikan barang-barang dan produk produsen ke pengecer. Atau dengan bekerja sama dengan toko oleh-oleh yang ada di tiap kota atau kabupaten dan bahkan sampai ke luar daerah seperti Kapuas. Metode distribusi awal yang digunakan adalah dari produsen-pengecer-konsumen. Jadi, pengecer atau penjual memenuhi pesanan konsumen sementara produsen melayani pembelian dalam jumlah besar kepada pengecer.

Berdasarkan penuturan dari pemilik usaha bahwa bahan baku mempengaruhi jumlah produk yang dihasilkan. Terjadinya kenaikan permintaan biasanya ketika *weekend* maupun hari libur nasional seperti libur tahun baru dan lebaran karena disaat itu biasanya konsumen mencari oleh-oleh buat dibawa pulang.

Strategi dalam mempertahankan usaha adalah mengutamakan rasa jadi untuk rasanya selalu diusahakan sama dari dulu hingga sekarang, pelayanan yang ramah, dianggap sebagai keluarga bahkan ada bonus buat pelanggan yang selalu membeli seperti

potongan harga atau diberikan tambahan produknya. Menurut beliau pembeda usahanya terletak pada rasa dan apabila produknya rusak maka bisa dikembalikan.

Kendala yang dihadapi biasanya seperti kenaikan harga bahan baku dan dari karyawan yang libur atau sakit sehingga kegiatan produksi terlambat. Kekuatan dari usaha beliau adalah kualitas produk yang selalu dipertahankan, tenaga kerja yang banyak, dan selalu berusaha tepat waktu dalam pengiriman barang. Sedangkan untuk kelemahan usaha adalah usaha tersebut bisa ditiru baik dari segi bahan, takaran maupun cara membuatnya, namun hal tersebut tergantung cara pembuatan dan lama proses pembuatannya.

Upaya yang dilakukan agar usaha semakin berkembang adalah menambah inovasi yang baru dalam setiap tahunnya baik segi rasa ataupun kemasan. Untuk varian rasa masih dalam proses perencanaan. Beliau mengharapkan usaha yang beliau jalankan saat ini adalah supaya lebih maju lagi dan lebih banyak yang menyukai produk (A. Humaira, komunikasi pribadi, 11 April 2023)

b. Informan II

Nama : Marwiah

Umur : 40 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Alamat : Telaga Bidadari

Pekerjaan : Pengusaha

Ibu Marwiah merupakan salah satu pengusaha dodol kandungan. Awalnya usaha tersebut dikelola oleh ibu beliau yang kemudian dilanjutkan oleh anaknya. Beliau memulai usahanya sejak tahun 1990 yang merupakan usaha keluarga turun temurun.

Menurut beliau omset usaha dalam sebulannya sekitar Rp 15.000.000,-. Untuk tenaga kerja ada sekitar 7 orang yang terdiri dari tukang aduk 2 orang, tukang bungkus 4 orang dan yang membuat bula-bula 1 orang. Untuk upah dalam satu kawah (kuali) sekitar Rp 70.000,- dan untuk upah bungkusnya Rp 50.000,- per 4 wadah.

Dalam sistem pengelolaan SDM dengan mempekerjakan karyawan yang berpengalaman maupun yang belum, apabila belum berpengalaman maka diberikan arahan dalam pembuatan proses produksi. Memberikan upah sesuai dengan kesepakatan kerja dan menerapkan hubungan kerja yang efektif. Dalam sistem produksi dilakukan pengawasan sekali-kali untuk memastikan proses produksi agar bahan-bahan ataupun proses pembuatannya dilakukan dengan benar.

Menurut beliau strategi promosi yang digunakan dalam memasarkan produk seperti personal selling (secara langsung) dan juga pemasaran online melalui instagram. Sedangkan produk

tersebut dipasarkan ke daerah Amuntai, Tanjung, Ampah dll. Produk yang dihasilkan seperti dodol, wajik, sale pisang, kacang-kacangan seperti kacang telur, kacang jeruk, kacang hijau dll. Untuk dodol terdiri dari varian rasa original, durian, kelapa muda, nangka, kacang, dan dodol rasa yang terdiri dari rasa susu, strawberry dan pandan. Untuk varian baru ada rasa madu kasirat yang terbuat dari inti kelapa.

Strategi harga yang ditetapkan sesuai harga yang berkembang di pasaran. Harga yang ditetapkan tidak berubah-ubah atau tetap. Harga per bungkusnya bervariasi tergantung ukuran, untuk ukuran kecil harganya mulai dari Rp 1.000,- dan sampai Rp 35.000,- per kg.

Proses distribusi dilakukan dengan cara langsung dan ada juga pengecer yang mengambil dalam jumlah banyak untuk dijual kembali. Yang membedakan usaha beliau dengan yang lainnya adalah dalam hal bahan baku yang mana mengutamakan kualitas seperti gula yang paling bagus. Harga bahan baku tidak mempengaruhi jumlah produk yang dihasilkan. Dalam mengatasi kenaikan harga bahan baku usaha beliau tidak sedikitpun mengurangi timbangan karena menurut beliau untung sedikit tidak masalah asal kualitas jangan dikurangi.

Kenaikan permintaan biasanya terjadi ketika mau memasuki lebaran atau libur lebaran dan natal serta tahun baru. Strategi yang

digunakan jika terjadi kenaikan harga bahan baku adalah dengan menurunkan sedikit keuntungan dan menerapkan sistem *bundling* (menggabungkan produk dalam satu paket). Strategi dalam mempertahankan usaha adalah dengan memasarkan secara online yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan menggunakan basis jaringan yang tidak terbatas.

Kendala yang dihadapi adalah ketika musim buah karena kurangnya permintaan dan konsumen lebih memilih beli buahnya langsung dibandingkan membeli produk. Keunggulan dalam usaha ini adalah dari segi kemasan yang bervariasi, seperti dalam kotak yang bermotif-motif atau dengan toples kecil. Kelemahan terletak pada bahan baku yang mana harganya tidak menentu. Upaya yang dilakukan agar usaha semakin berkembang adalah dengan mempertahankan kualitas, mengikuti perkembangan zaman seperti dalam hal kemasan yang dibuat lebih menarik untuk menarik minat konsumen. Harapan untuk kedepannya untuk usaha yang dijalankan adalah semakin berkembang maju dan banyak disukai orang (Marwiah, komunikasi pribadi, 11 April 2023).

c. Informan III

Nama : Mahdi

Umur : 42 Tahun

Jenis kelamin : Laki-laki

Alamat : Desa Telaga Bidadari RT 1

Pekerjaan : Pengusaha

Ibu Norhayati merupakan pengusaha dodol Kandangan yang usahanya sudah berjalan kurang lebih 4 generasi, untuk sekarang usaha dodol tersebut dijalankan oleh anak beliau karena beliau sudah tua dan tidak bisa lagi melanjutkan mengurus usaha tersebut. Menurut beliau pada awalnya hanya coba-coba saja dalam membuat dodol Kandangan.

Terkait omset usaha dalam 1 bulan tidak menentu sekitar Rp 20.000.000,- tergantung banyaknya penjualan. Jumlah tenaga kerja adalah 6 orang dengan upah bayaran untuk tukang aduk dodol sekitar Rp 60.000,- per kualii sedangkan untuk dodol warna yang terdiri rasa durian pandan dan strawberry adalah Rp 75.000,- per kualii.

Sistem pengelolaan usahanya langsung dikelola oleh anak beliau. Dalam proses produksinya diberikan arahan dalam pembuatan proses produksi apabila karyawan masih baru. Dalam setiap proses produksi tidak dilakukan pengawasan disebabkan beliau sudah percaya dan yakin kalau mereka bekerja dengan baik dan benar.

Dalam hal promosi, menurut beliau strategi yang digunakan adalah dengan pemasaran langsung. Terkait pemasarannya ke berbagai daerah di Kalimantan mulai dari Kandangan, Banjarmasin

sampai Samarinda. Produk yang dihasilkan dari usaha beliau adalah dodol seperti rasa original, kacang, kelapa, wajik, dodol warna terdiri dari rasa durian, pandan dan strawberry.

Strategi harga yang diterapkan dengan cara menghitung dari biaya modal ditambah dengan keuntungan. Dengan menetapkan harga yang terjangkau untuk menyesuaikan dengan pedagang lainnya dengan tujuan untuk menarik lebih banyak pelanggan dan menyesuaikan dengan kemampuan daya beli masyarakat. Harga yang ditetapkan setiap tahunnya sama saja namun dalam segi ukuran lebih kecil dan dikurangi timbangannya. Harga dodol per bungkusnya bervariasi mulai dari Rp 3.000,- per bungkus sampai Rp 30.000,- per kg.

Dalam hal inovasi produk masih dalam menciptakan suatu hal yang baru karena harus melibatkan kreativitas dan eksperimen untuk menghasilkan produk baru. Strategi pendistribusian yang digunakan agar sampai ke konsumen dengan media perantara toko-toko di pinggir jalan dan juga media pengantaran mobil. Perbedaan usaha beliau adalah lebih terkenal dan telah diliput oleh media sehingga dalam penjualannya lebih meningkat dan ketika berkunjung ke tempat pengolahan dodol tersebut boleh mencicipi atau membeli dodol yang baru atau dengan istilah dodol panas.

Bahan baku yang digunakan akan mempengaruhi jumlah produk yang dihasilkan. Terkait strategi dalam mengatasi harga

bahan baku adalah dengan meningkatkan volume penjualan. Terjadinya kenaikan permintaan biasanya di hari libur besar atau hari Minggu dan menjelang lebaran.

Strategi dalam mempertahankan usaha adalah dengan memperluas jangkauan usaha. Kendala dalam mempertahankan usaha untuk saat ini masih belum ada dan aman saja namun ketika musim hujan sering banjir maka pemasarannya sulit dilakukan. Terkait kekuatan atau keunggulan adalah dari segi rasa, harganya bersaing (murah) dan juga selalu menjaga komunikasi dengan konsumen agar menciptakan pelayanan yang baik. Sedangkan kelemahannya yaitu pada bahan baku, yang terkadang bahan baku yang kecil dari pemasok sehingga tidak dapat memenuhi kebutuhan dalam proses produksi dan mengharuskan mencari bahan baku di tempat lain.

Upaya yang dilakukan agar usaha semakin berkembang adalah dengan menciptakan produk yang berkualitas dan perluas jaringan bisnis. Harapan untuk kedepannya terhadap usaha yang dijalankan adalah permintaan terus-menerus meningkat, pelanggan tidak terbatas baik dari dalam maupun luar kota serta bisa terus berkembang (Mahdi, komunikasi pribadi, 11 April 2023).

## B. Analisis Data

### 1. Analisis Strategi Bersaing Pengusaha Dodol Asli Kandangan dalam Mempertahankan Usaha

Menurut David dan David, jenis-jenis strategi dibagi ke dalam 4 kelompok, yaitu kelompok Strategi Integrasi, Strategi Intensif, Strategi Diversifikasi, dan Strategi Defensif (David & David, 2016) Namun, strategi yang digunakan oleh pengusaha dodol asli Kandangan dalam mempertahankan usahanya adalah sebagai berikut:

#### a. Strategi Integrasi

Strategi ini dijalankan perusahaan dalam rangka mengejar pertumbuhan sebuah perusahaan, yang dapat berupa kenaikan penjualan, profit, ekspansi usaha dan sebagainya. Dalam hal ini pengusaha dodol melakukan strategi integrasi ke depan, strategi tersebut dilakukan untuk meningkatkan pengendalian terhadap sistem distribusi/jalur distribusi dan pengecer.

#### b. Strategi Intensif

Strategi intensif adalah strategi yang terdiri dari potensi pasar, perluasan pasar dan perkembangan produk. Strategi yang digunakan pengusaha dodol asli Kandangan adalah strategi potensi pasar dan perkembangan produk.

Strategi potensi pasar, yang bertujuan untuk meningkatkan *marketshare* yang lebih besar bagi suatu produk. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan pemasaran yang lebih aktif. Pengusaha

dodol asli Kandangan melakukan pemasaran melalui promosi. Promosi yaitu kegiatan yang dilakukan untuk menarik konsumen supaya membelinya. Dengan promosi tersebut diharapkan mampu menaikkan jumlah penjualan. Kegiatan promosi juga memberikan kemudahan dalam sebuah usaha, yang mana promosi tersebut dapat membuat usaha lebih terkenal. Tujuan dari promosi untuk mengetahui tentang produk dan kemudian konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Strategi Perkembangan produk, strategi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan cara memperbaiki produk yang sudah ada atau mengembangkan produk yang baru. Strategi yang dilakukan oleh pengusaha adalah dengan meningkatkan produk yang sudah ada dan meningkatkan kualitas produk sehingga dapat menarik minat konsumen.

c. Strategi Defensif

Strategi defensif adalah jenis strategi dimana kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Menurut David (2002:17), strategi defensif yaitu strategi pengurangan kemungkinan beralihnya pelanggan ke pihak lain dengan langkah memperbaiki produk dan melindungi pangsa pasar dari para pesaing. Strategi ini dibagi lagi menjadi strategi pembentukan rintangan

pengalihan dan strategi kepuasan pelanggan.

Dalam hal ini, strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha dodol asli Kandangan adalah dengan strategi kepuasan pelanggan. Dalam memuaskan pelanggan, ada beberapa hal yang dilakukan oleh pengusaha dodol asli Kandangan seperti jujur dalam menimbang dan harus jelas, menjual produk yang mutunya bagus, menjauhi sumpah dalam jual beli, berusaha menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan dan membangun hubungan yang baik.

Selain itu dalam memuaskan konsumen bisa melakukan hak khiyar (meneruskan atau batal transaksi) namun hal itu dilakukan apabila terbukti adanya penipuan ataupun konsumen merasa dirugikan. Dengan adanya prinsip tersebut dapat menghindari adanya pihak yang dirugikan.

Strategi bersaing merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh pengusaha dalam mempertahankan usahanya untuk mencapai tujuan agar mampu bersaing dengan pengusaha lain. Setiap usaha memiliki keistimewaan tersendiri dalam menunjang perkembangan sebuah usahanya. Oleh karena itu, strategi sangat penting dalam kelangsungan sebuah usaha.

Adapun strategi yang dilakukan oleh pemilik usaha dodol asli Kandangan dalam mempertahankan usahanya adalah sebagai berikut:

- a. Memperkuat kualitas produk dengan mempertahankan keunikan rasa dodol asli Kandangan dengan menyajikan rasa yang khas.

- b. Melakukann promosi lebih aktif, baik itu secara online ataupun promosi dari mulut ke mulut.
- c. Memperbarui kemasan produk supaya tampil beda dan lebih menarik minat konsumen, yaitu kemasan dalam bentuk kotak, tas jinjing, kemasan toples dan ada juga yang berbentuk ketupat yang menandakan bahwa dodol tersebut khas dari kota Kandangan yang bertuliskan merek produk.
- d. Pemasangan papan nama yang besar yang bertuliskan nama usaha dodol tersebut.
- e. Selalu memberikan pelayanan yang terbaik.
- f. Selalu memberikan bermacam bonus disetiap pembelian besar.
- g. Mengikuti kegiatan pameran atau bazar.

Memperhatikan strategi bersaing yang berkaitan dengan peningkatan daya saing, dapat dikategorikan dalam beberapa kategori, yaitu :

- a. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dihasilkan dan bermanfaat yang bisa memenuhi keinginan ataupun kebutuhan seseorang. Dalam sebuah usaha, persaingan dalam hal produk merupakan sebuah hal yang biasa terjadi. Dalam persaingan produk baik barang atau jasa merupakan yang halal.

Usaha dodol asli kandangan adalah usaha yang memproduksi dodol dan makanan ringan lainnya yang kemudian menjualnya kepada

pengecer atau juga ke konsumen. Meskipun produk utamanya adalah dodol, usaha ini juga memproduksi makanan ringan yang lain seperti keripik, kacang-kacangan, kue kering dan sebagainya. Hal-hal umum terkait dengan produk seperti:

Kualitas, dalam segi kualitas yang merupakan tingkat baik atau buruknya produk tersebut. Kualitas disini bukan hanya saat produk selesai dan dikirim ke pelanggan melainkan juga saat proses pembuatan sampai selesai yang kemudian menghasilkan sebuah produk. Berdasarkan hasil wawancara bahwa kualitas sangat diperhatikan oleh pemilik usaha, mulai dari segi bahan kemudian proses pembuatan hingga produk tersebut sampai ke tangan pembeli. Kualitas tersebut benar-benar dijaga dan diperhatikan karena merupakan suatu hal yang penting yang akan berpengaruh terhadap hasil produknya serta berpengaruh buat kedepannya terhadap usaha tersebut.

Kemasan, merupakan salah satu yang tampak berpengaruh dalam menarik perhatian konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa pemilik usaha, memperhatikan dari segi kemasan yang disebut juga dengan istilah merek. Dengan kemasan tersebut menjadikan produk steril, mencegah atau mengurangi tingkat kerusakan pada produk, memperpanjang usia produk, merek dan label (segala informasi penting). Selain agar lebih menarik, dengan kemasan juga membuat tampilan beda dan nantinya akan mudah

diingat oleh konsumen. Dalam segi bentuk juga mulai bervariasi, tidak hanya berbentuk giling dan persegi melainkan ada yang berbentuk kerucut. Sekarang ini inovasi kemasan bermacam-macam dan lebih modern, mulai dari kemasan pakai box, toples kecil, tas dan bentuk ketupat yang menandakan bahwa dodol tersebut khas dari Kandangan.

Varian, varian merupakan ragam pilihan rasa yang ditawarkan kepada konsumen. Hal tersebut merupakan salah satu penentu dalam persaingan. Setiap produk memiliki varian rasa yang bermacam-macam. Dodol sendiri memiliki rasa seperti original, wajik, kacang, durian, kelapa, pandan, strawberry, susu, coklat dan juga ada yang baru yaitu kasirat (dodol dengan campuran kelapa yang disangrai kering).

#### b. Harga

Dalam memenangkan persaingan harga produk harus kompetitif. Harga tersendiri dapat menjadi faktor utama dalam dalam pertimbangan oleh konsumen. Karena pada dasarnya harga yang terjangkau atau murah dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Harga yang ditawarkan sangatlah terjangkau, sehingga dapat menyesuaikan dengan daya beli konsumen.

Berdasarkan wawancara dengan informan, harga yang ditawarkan kurang lebih sama saja dengan pengusaha dodol lainnya. Karena kalau dijual lebih mahal maka konsumen tidak akan membeli

lagi untuk kedua kalinya. Apabila dijual terlalu murah juga, maka nantinya akan menjadi rugi. Jadi untuk harga disesuaikan antara modal dengan biaya produksi.

Dalam pembelian dengan jumlah banyak biasanya selalu memberikan harga bonus. Hal itu dilakukan agar pelanggan kembali lagi untuk membeli produk tersebut. Dengan begitu memberikan daya tarik tersendiri bagi sebuah perusahaan.

#### c. Pelayanan

Dalam memberikan pelayanan harus dengan ramah, melayani konsumen dengan perkataan yang baik dan sopan. Ketika memberikan pelayanan yang terbaik maka konsumen akan merasa puas. Berdasarkan wawancara pengusaha dodol, pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah cukup baik. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik tersebut maka konsumen akan banyak yang membeli. Sebaliknya, jika memberikan pelayanan dengan tidak baik, misalnya berkata dengan kasar, maka konsumen tidak akan lagi bertransaksi untuk kedua kalinya.

Keberhasilan dalam memasarkan suatu produk yang dilakukan sebagian besar ditentukan oleh baik tidaknya layanan yang diberikan. Dalam pemasaran produk, pelayanan yang diberikan meliputi pelayanan produk, layanan dalam pembelian, layanan selama pengiriman barang yang dijual, yang mencakup layanan transportasi yang dijamin penjual dan termasuk jaminan untuk kerusakan produk

dalam jangka waktu tertentu.

d. Promosi

Adapun strategi promosi yang digunakan oleh pengusaha dodol dengan cara kontak langsung dari mulut ke mulut kepada calon pelanggannya atau disebut juga *personal selling* yang dilakukan oleh pemilik usaha atau karyawannya. Sehingga, dengan begitu pembeli akan lebih akrab dengan dengan penjual. Dari tiga informan tersebut ada satu yang media promosinya menggunakan media sosial, yang mana melalui Instagram. Dengan begitu, memudahkan konsumen yang ingin membeli produk tanpa harus datang ke tempat dan juga bagi yang diluar daerah bisa langsung memesan.

Dalam memasarkan produknya, tidak melebih-lebihkan dan sesuai kenyataan barang tersebut. Apabila ada kerusakan barang saat pembelian maka barang tersebut dapat dikembalikan atau di retur.

2. Analisis Strategi Bersaing Pengusaha Dodol Asli Kandangan dalam Pandangan Ekonomi Syariah

Ekonomi Islam mengatur mengenai perilaku manusia yang berhubungan dengan aktivitas ekonomi. Dalam Islam diperintahkan agar setiap umatnya untuk berusaha dan bekerja dengan cara yang halal dan diperbolehkan dengan berbagai cara dalam menarik minat konsumen asal cara tersebut sesuai dengan aturan agama. Kegiatan bisnis ataupun penjualan dapat dikategorikan sebagai suatu ibadah, apalagi jika diniatkan

sebagai suatu cara dalam mendapatkan ridha Allah Swt., serta menjunjung tinggi nilai religius.

Salah satu faktor kesuksesan dalam berbisnis Rasulullah adalah kepercayaan. Tanpa adanya rasa saling percaya antara penjual dan pembeli, maka transaksi tidak dapat terlaksana. Namun, dalam dunia usaha dilarang juga untuk terlalu cepat percaya dan harus jelas kepada orang lain, sebab situasi ini rawan terkait dengan penipuan. Jadi, luangkan waktu sejenak untuk meninjau latar belakang usaha perusahaan sebelumnya.

Dalam persaingan usaha, Islam memberikan pemahaman kepada umatnya mengenai bagaimana cara berbisnis yang baik dan benar sehingga dapat menjadi panduan dalam menjalankan sebuah usaha. Dalam persaingan sebuah usaha berbagai prinsip yang telah ditetapkan dalam berbisnis juga harus ditetapkan. Sebagaimana dengan prinsip-prinsip dalam bersaing yang dilakukan oleh Rasulullah seperti dibawah ini:

a. Melakukan Persaingan yang Sehat

Persaingan sehat dilakukan dengan cara-cara yang sehat tanpa adanya tindakan kecurangan. Dalam melakukan persaingan sehat, tidak diperbolehkan membeli barang dari desa yang belum tau harga pasar, tidak dibolehkan pura-pura menawar barang dengan harga tinggi dengan tujuan menarik pembeli lain dan mengambil keuntungan lebih. Hal tersebut berdasarkan firman Allah Swt dalam Q.S. Al-Baqarah:188 sebagai berikut

:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ

## لَتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : *“Dan janganlah kamu memakan sebagian harta diantara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan tujuan agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.*

Berdasarkan hasil wawancara bahwa banyaknya pengusaha yang sejenis namun tidak saling menjatuhkan atau menghancurkan usaha antara satu sama lainnya. Masing-masing fokus pada usaha sendiri terlepas dari usahanya saling berdekatan dan menghasilkan produk yang sama.

### b. Kejujuran

Jujur atau Sidiq yang berarti benar, tidak berdusta dalam hal apapun jenis transaksi yang dilakukan. Jujur dalam ucapan maupun perbuatan. Rasulullah melarang umatnya melakukan hal yang tidak benar seperti melakukan penipuan, kecurangan, mengurangi takaran timbangan bahkan mempermainkan kualitas produk. Hal tersebut dapat mengakibatkan kerugian yang sebenarnya, baik di dunia maupun di akhirat nanti.

Dalam hal ini usaha dodol Kandangan selalu menerapkan hal-hal yang terkait dengan kejujuran, termasuk dalam hal pengolahan produk maupun dalam hal penetapan harga. Hal ini tergambar pada strategi yang dilakukan oleh usaha dodol Kandangan, dimana harga yang ditawarkan sesuai dengan jasa yang ditawarkan.

Islam menganjurkan umatnya dalam memasarkan suatu produk dan menetapkan harga harus dengan jujur atau tidak berbohong. Kebenaran merupakan salah satu sifat yang paling penting dan di ridhoi oleh Allah

SwT. Hal tersebut yang dilakukan oleh usaha dodol Kandangan yang selalu menerapkan kejujuran, termasuk dalam pengolahan produk dan penetapan harga.

Hal ini sebagaimana dalam firman Allah Swt dalam Q.S At-Taubah:119 untuk berlaku jujur sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar” (QS. At Taubah/9:119).*

Berdasarkan ayat diatas bahwa ketika melakukan usaha harus jujur, baik dalam ucapan maupun perbuatan. Jujur disini seperti tidak melakukan penipuan, kecurangan, mengambil hak orang lain dan sebagainya. Dengan memiliki sifat jujur, maka orang lain akan mudah menaruh kepercayaan dan tidak takut kalau mau bekerja sama. Keberhasilan dalam dunia usaha salah satunya karena dengan sifat jujur.

#### c. Kesatuan (tauhid)

Tauhid merupakan prinsip utama yang didalamnya terkandung keseluruhan aspek-aspek kehidupan umat manusia. Para pengusaha dodol asli Kandangan mengartikan prinsip ketauhidan sebagai semua kegiatan yang dilakukan dalam menjalankan sebuah usaha semata-mata karena Allah SWT. dalam menjalankan usaha tidak begitu mengejar untung, hal tersebut dilakukan agar pelanggan tetap bertahan dan usaha tersebut dapat berjalan dengan lancar.

Hal ini sebagaimana berdasarkan firman Allah SWT yang tercantum

dalam Q.S At-Taubah/09:105

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ

وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “dan katakanlah: “bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasulnya serta umatnya akan melihat apa yang kamu lakukan, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui apa yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.

Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa segala sesuatu yang dikerjakan umatnya dapat diketahui oleh Allah. Persaingan bisnis pada usaha dodol asli Kandangan sudah sejalan dengan prinsip ketauhidan seperti adanya pendatang baru yang masuk. Hal tersebut, dapat dilihat bahwa banyaknya pendatang baru yang masuk namun para pengusaha tidak menghalangi masuknya pengusaha yang baru. Sebab para pengusaha mengetahui bahwa hal tersebut dilarang oleh Allah Swt.

#### d. Keadilan

Keadilan dalam segala bentuk kegiatan bisnisnya. Misalkan adil dalam menetapkan harga, tidak terlalu banyak mengambil keuntungan tetapi harus dapat menyesuaikan dengan modal yang dikeluarkan untuk proses produksi.

Dalam menetapkan harga, yang dilakukan pengusaha dodol Kandangan dengan menawarkan harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Sehingga tidak mengambil terlalu banyak keuntungan dari konsumen atau pelanggannya. Apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai

kemungkinan besar pelanggan akan berkurang bahkan bisa beralih ke penjual yang lain.

Ketika menjalankan usaha, tidak boleh menjual barang yang cacat dan harga yang tidak wajar. Karena pemasaran yang baik adalah pada informasi produk dan harga yang sesuai. Dalam Islam harga adalah kesepakatan dalam transaksi antara penjualan atau pembelian mengenai jual beli barang dan jasa. Harga tersebut merupakan kerelaan bagi kedua belah pihak.

Dalam Islam tidak dianjurkan dalam menjual barang dagangan ataupun jasa lebih rendah dari harga pasar, sebab dengan hal itu bisa merusak stabilitas harga di pasar dan merugikan yang lainnya. Namun sebaiknya, apabila menawarkan harga lebih tinggi dari pedagang lainnya juga tidak dianjurkan sebab bisa membuat konsumen merasa dirugikan atau tertipu dengan harga tersebut. Perdagangan yang dilarang dalam Islam seperti mengandung unsur penipuan, seperti hadits Nabi Muhammad saw, sebagai berikut :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحِصَاةِ

وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ (رواه مسلم)

Artinya: “Dari Abu Hurairah r.a., berkata bahwasanya Rasulullah Saw melarang jual beli dengan hashah (jual beli dengan cara melempar batu) dan jual beli yang terdapat penipuan didalamnya”. (HR. Muslim).

Selain itu, perwujudan keadilan misalnya dengan menjaga

hubungan baik antara pengusaha lainnya maupun dengan warga sekitar agar tidak menimbulkan pertikaian atau perkelahian.

e. Pertanggungjawaban

Setiap manusia harus bertanggung jawab atas semua perilaku yang telah dilakukan. Pertanggungjawaban diartikan sebagai semua aktivitas yang dilakukan baik itu dari transaksi, produksi, penjualan produk, transaksi jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut sesuai dalam Q.S. Al-Muddatsir/74: 38 :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya : *“Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”*

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa tanggung jawab perbuatan-perbuatan yang baik maupun buruk. Bahwasanya setiap manusia memiliki rasa tanggung jawab atas segala apapun yang dikerjakan.

Para pengusaha dodol asli Kandangan mengartikan pertanggungjawaban sebagai semua aktivitas seperti transaksi dalam kegiatan sehari-hari yang dapat dipertanggung jawabkan. Terkait itu seperti harga yang ditawarkan pastinya sesuai dengan kualitas dan biaya produksinya. Apabila harga tersebut murah dikarenakan biaya dalam produksi juga lebih murah. Sebab, tidak boleh mematok harga tinggi namun justru rasanya tidak sesuai, hal tersebut nantinya akan mempengaruhi konsumen dalam membeli.