

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASANA

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Rangkasbitung Timur adalah sebuah desa di wilayah Kecamatan Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten, Indonesia. Kampung Cijoro Bendungan adalah salah satu kampung yang dikelilingi oleh sungai ciujung yang mengalir ke arah utara, merupakan sungai terpanjang di Banten. Serta pepohonan yang menjulang tinggi dan memiliki tanjakan yang cukup curam dan ruas jalan yang terbilang sedikit rusak juga berbatu. Mayoritas masyarakat disana bekerja sebagai pedagang, buruh harian, dan ada pula sebagian masyarakat yang bergantung untuk menghidupi keluarganya dari berkebun.

Desa Rangkasbitung Timur, Kampung Cijoro Bendungan memiliki kondisi alam yang subur, maka dari itu sebagian masyarakatnya memilih untuk berkebun untuk memenuhi segala kebutuhannya. Komoditi utama dari Desa Rangkasbitung Timur adalah kelapa sawit, pisang, kelapa, dan umbi-umbian. Desa Rangkasbitung Timur sendiri memiliki kepadatan penduduk sekitar 6.800 penduduk. Dan mayoritas penduduknya menganut agama islam. Serta terdapat sebuah pondok pesantren yang berlokasi di Kampung Cijoro Bendungan yang diberi nama Miftahul Hidayah yang didirikan oleh KH. Arsyd Baharudin. Yang keberadaannya tidak jauh dari pemukiman warga serta tempat yang strategis karena berada di pinggiran jalan yang biasa dilalui oleh banyak kendaraan yang lalu lalang.

a. Visi dan Misi Pondok Pesantren Miftahul Hidayah Sbagai Tempat Produksi Tempe

VISI

mewujudkan tempe yang berkualitas baik dan memperkenalkan tempe di berbagai pondok pesantren di Rangkasbitung dari hasil tangan para santri pondok pesantren Miftahul Hidayah.

MISI

1. Menyediakan kedelai yang berkualitas
2. Pembuatan tempe dengan bahan alami
3. Dapat membantu kebutuhan para santri
4. Menyediakan tempat kreativitas para santri yang nyaman
5. Menempatkan pelanggan sebagai prioritas
6. Memberikan pelayanan yang prima dan unggul dalam penyajian.

b. Berdirinya Usaha Tempe

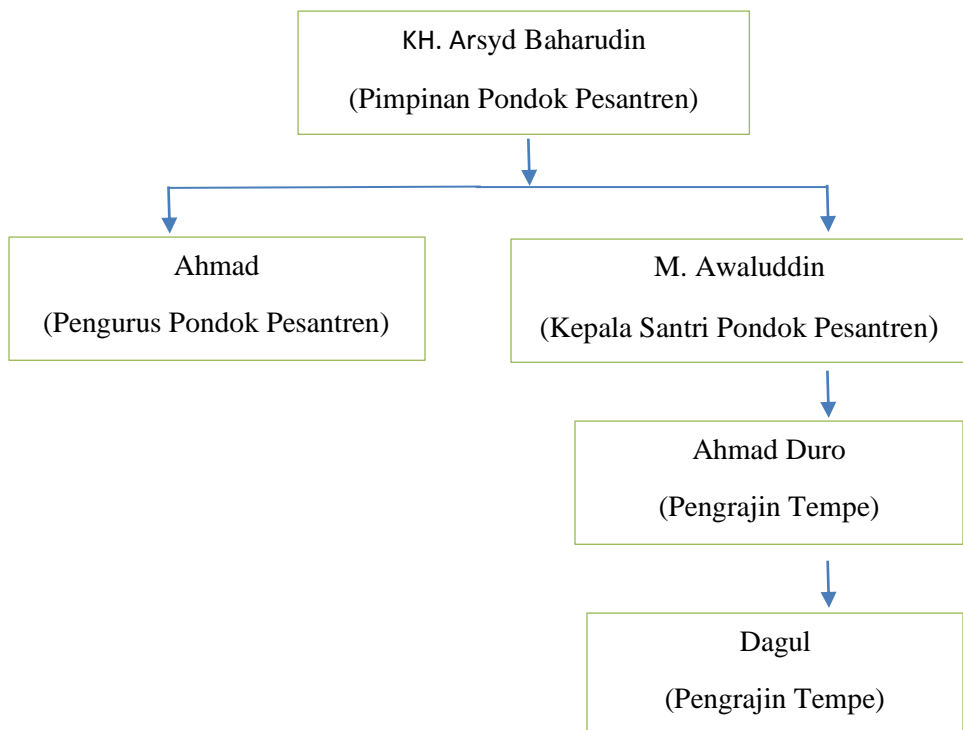
KH. Arsyd Baharudin adalah seorang pimpinan pondok pesantren Miftahul Hidayah di Kampung Cijoro Bendungan. Beliau mulai mendirikan sebuah pondok pesantren sekitar tahun 2006, lalu di tahun 2008 baru lah beliau mulai membangun sebuah usaha pembuatan tempe. Yang mulanya hanya coba-coba dan hanya untuk di konsumsi pribadi saja, tetapi dengan berjalannya waktu pondok pesantren pun semakin meningkat jumlah santrinya, barulah tercetuskan sebuah ide untuk membuat sebuah usaha produk ulahan tempe untuk di perjual belikan.

Pada tahun 2008 KH. Arsyd Baharudin mulai mendirikan usaha produksi tempe tersebut dengan bantuan para santrinya. Tempe yang mulanya dari kacang kedelai lalu di olah dan menjadi makanan yang dapat di konsumsi dan menjadi makanan yang sehat bagi tubuh untuk dapat di konsumsi. Pembuatan tempe pun tidaklah sulit karena bahan-bahan yang mudah di dapat hanya saja untuk dapat di konsumsi membutuhkan waktu cukup lama yaitu dua malam untuk proses fermentasi yang dilalui terlebih dahulu. Dan juga sebagai peluang untuk para

santri untuk menambah kreativitas mereka di waktu senggangnya mengaji, serta dapat membantu untuk memenuhi kebutuhan para santri yang rasa belum cukup.

Proses pembuatan yang sederhana hanya dengan menggunakan alat-alat perlengkapan dapur yang dimiliki lalu proses pembuatan tempe pun dilakukan dan mulai menjualkannya di sebuah yayasan milik JB dan RS Umum Rangkasbitung. Dengan seiring berjalannya waktu dari hasil penjualan tempe tersebut dapat membantu memenuhi kebutuhan para santrinya sehari-hari dan juga dapat menambah pondok pesantren baru untuk para santriawan dan santriawati. Dengan berjalannya waktu ke waktu produksi tempe pun semakin meningkat sehingga mulailah untuk diujakan ke berbagai pondok pesantren di Rangkasbitung seperti pondok pesantren Mannah Yusaddad dan pondok pesantren pesantren Al-Azhar Rangkasbitung.

Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren Miftahul Hidayah



c. Tempat dan Proses Produksi

Berdirinya sebuah usaha tersebut pada tahun 2008 lalu mulai produksi sendiri hanya dengan memanfaatkan alat-alat dapur seadanya seperti ember, panci dan nampan. Tempat produksinya pun hanya memanfaatkan tempat seadanya di dapur. Produksi tempe yang masih alami dan tidak menggunakan bahan pengawet lainnya ataupun menggunakan mesin penggiling tetapi hanya menggunakan bahan alami dan peralatan seadanya saja. Karena proses pembuatan tempe yang tidak cukup sulit dan rumit untuk dilakukan.

Kedelai yang digunakan dalam proses pembuatan tempe di pondok pesantren Miftahul Hidayah biasa dibeli dari pasar Rangkabitung, dan bukan kedelai yang di ekspor dari luar negeri tetapi hanya menggunakan kedelai lokal yang tersedia maka dapat dengan mudah untuk di dapatkan karena terdapat di pasaran dan diperjual belikan secara bebas, sehingga memudahkan para pengrajin untuk dengan mudah mendapatkannya.¹

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam penelitian yang telah dilakukan peneliti memaparkan hasil penelitian dengan fokus pada suatu masalah yaitu Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Mempertahankan Pasar, faktor penghambat dan faktor pendukung dalam pemasaran produk olahan tempe. Hasil penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini peneliti memaparkan dan mendeskripsikan hasil dari observasi lapangan maupun hasil wawancara yang diperoleh dari informan. Diantaranya terdapat empat informan yang telah peneliti wawancara yaitu M. Duro, saiful, dan awal sebagai pengrajin tempe, KH. Arsyd selaku pemilik usaha dan pimpinan pondok pesantren Miftahul Hidayah. Berikut merupakan

¹ KH. Arsyd Baharudin, Pemilik Usaha Tempe dan Pimpinan Pondok Pesantren Miftahul Hidayah, wawancara 15 Maret 2022.

penjelasan dari KH. Arsyd selaku pemilik usaha dan pimpinan pondok terkait strategi komunikasi pemasaran yang digunakan.

strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan hanya dengan menjaga tali silaturahmi dengan orang-orang sekitar serta tidak putusya komunikasi dikalangan para ustad dan kiai sebagai penghubung komunikasi agar tetap terjalin baik terus kedepannya. Serta strategi produksi yang cukup balik, dan harga yang relatif murah sehingga dapat dengan mudah dijangkau. Melalui pertemuan-pertemuan membuka pembicaraan tentang seputar produksi tempe yang saya lakukan, sehingga membuat mereka tertarik untuk berlangganan tempe di pondok pesantren miftahul hidayah. Kita menekankan pada kealamian tempe sendiri tidak menggunakan mesin penggiling tempe serta melakukan perebusan secara manual dan tidak menggunakan bahan lainnya seperti pengawet dll.²

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan maka dapat dikatakan bahwa Pondok Pesantren Miftahul Hidayah memiliki strategi pemasaran dalam hal cara produksi yang baik dan alami, memiliki harga yang relatif murah agar dapat dijangkau oleh sasaran pasar, serta selalu menjaga tali silaturahmi dan komunikasi yang baik pula.

- **Strategi Komunikasi**

1. Mengenal khalayak

Faktor pertama dalam merumuskan strategi komunikasi adalah mengenal khalayak terlebih dahulu atau komunikasi. Sebagai pemilik usaha produksi tempe, KH. Arsyd tentunya sudah mengenal terlebih dahulu para pelangganya dari yang di adakan beberapa pertemuan dengan para ulama dan sahabat-sahabat di beberapa pondok pesantren tentunya.

2. Menyusun pesan

Pada kenyataannya, dalam waktu yang bersamaan sebenarnya komunikasi menerima beragam pesan dari berbagai sumber. Maka dari itu pesan yang dikeluarkan maupun yang diterima dari pelanggan menjadi bahan acuan untuk menjadi lebih baik. Pondok Pesantren Miftahul Hidayah jika

² KH. Arsyd Baharudin, Pemilik Usaha Tempe dan Pimpinan Pondok Pesantren Miftahul Hidayah, tanggal 15 Maret 2022.

berhadapan dengan pelanggan selalu menggunakan bahasa yang baik agar pesan yang disampaikan pun menjadi makna yang baik agar para pelanggan pun menjadi tertarik dan antusias. Dalam penyusunan pesan harus memiliki strategi yang baik agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan mengerti dengan baik oleh khalayak.

3. Pemasaran Langsung

Pondok Pesantren Miftahul hidayah memilih untuk menjajakan produknya yaitu dengan cara mengngirimkannya secara langsung kepada para pelanggan oleh para santri dan tidak menggunakan sosial media lainnya dalam proses pemesanan. Karena Pondok Pesantren Miftahul Hidayah dalam proses penjualannya tidak menggunakan media sosial dalam hal promosi.

4. Target Pasar

Untuk dapat mencapai sasarannya adalah dengan cara melakukan pemasaran sesuai dengan apa yang biasa dilakukan yaitu kepada khalayak, dalam penelitian ini penulis mengungkapkan jika target pasar yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kepada para ulama Pondok Pesantren dan Rumah Sakit.

5. Penetapan media

Media merupakan alat yang digunakan untuk menyebarkan informasi atau pesan dari sumber kepada khalayak. Dalam memasarkan produknya tersebut Pondok Pesantren Miftahul Hidayah tidak menggunakan media seperti Facebook atau Instagram. Tetapi dengan cara saling menjaga tali silaturahmi dan komunikasi yang baik dengan para ulama serta mengikuti beberapa kegiatan yang di adakan di kalangan para ulama. Hanya dari mulut ke mulut saja proses pengenalan produk atau promosi yang digunakan oleh Pondok Pesantren Miftahul Hidayah.

A. Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah Rangkasbitung Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Mempertahankan Pasar

Pondok Pesantren Miftahul Hidayah telah merumuskan strategi khusus yang akan diterapkan dalam menarik perhatian sasaran pasar, maka membangun komunikasi yang baik dengan cara terus menjaga tali silaturahmi berkelanjutan kepada para pelanggan merupakan salah satu langkah yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Miftahul Hidayah ini. Mengenai strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan kualitas produk serta dalam mempertahankan pasar adalah dengan cara diantaranya strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, strategi promosi.

1. Strategi Produk

Produk memiliki arti penting bagi pemilik setiap usaha dan sangat mempengaruhi keberhasilan setiap usaha yang dilakukan. Dengan produk maka produsen dapat memanjakan konsumen, karena dari produk kita dapat mengetahui seberapa besar kepuasan yang dirasakan oleh setiap konsumen.

KH. Arsyd mengatakan bahwa untuk menjadikan tempe sebagai produk yang unggul maka pemilik harus lebih mengetahui mana produk yang unggul dan memiliki kualitas agar dapat dipasarkan dan dapat bersaing dipasaran. Walaupun hanya menggunakan alat seadanya dan memakai bahan alami serta tidak menggunakan mesin penggiling tempe tetapi tempe yang dihasilkan jauh lebih baik dan juga berkualitas serta memiliki kandungan yang baik bagi tubuh.³

2. Strategi Harga

Harga adalah jumlah uang yang ditetapkan untuk suatu produk atau jasa. Harga sendiri memiliki pengaruh yang signifikan pada keberhasilan suatu usaha, harga juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Harga yang murah atau/rendah dapat mengubah suatu pandangan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Meskipun memiliki harga yang relatif murah tetapi

³ KH. Arsyd Baharudin, Pemilik Usaha Tempe dan Pimpinan Pondok Pesantren Miftahul Hidayah, tanggal 15 Maret 2022.

tidak memberikan kesan yang murahan dan juga memiliki cara pengemasan yang baik dan produksi yang baik pula.⁴

Bahwa untuk melakukan pemasaran tempe, harga lebih mengacu pada harga kedelai yang sewaktu-waktu jika mengalami kenaikan maka harga tempe pun akan mengalami kenaikan begitupun jika harga kedelai turun maka harga tempe pun akan ikut turun juga tuturnya.⁵ Dalam segi harga yang dikeluarkan sudah sangat relatif murah untuk diperjual belikan di pondok pesantren dan RS Umum. Untuk harga tempe sendiri diberi harga sekisar Rp.3.500/potong tempe. Meskipun harga yang ditawarkan relatif murah dan terjangkau tetapi kualitas tempe sangatlah baik dan bergizi tinggi untuk dapat di konsumsi oleh manusia.

3. Strategi Distribusi

Dalam strategi yang dilakukan maka perlu di perhatikan dalam segi pengiriman agar usaha dapat berjalan dengan lancar dan pelanggan pun akan merasa puas. Pengiriman adalah suatu kegiatan yang dilakukan agar produk yang dipesan bisa sampai ke tempat tujuan yang diinginkan oleh konsumen dengan memperhatikan tempat yang dituju dan produk yang akan dikirimkan pun dalam keadaan baik agar tidak membuat kecewa pelanggan. Strategi pengiriman yang dilakukan oleh usaha tempe KH. Arsyd yaitu dengan cara mengantarkannya langsung tempe kepada konsumen.

4. Strategi Promosi

Dalam melakukan sebuah promosi dalam menjalankan sebuah usaha maka perlu di perhatikan pula dari segi pelayannya terhadap para pelanggan demi kenyamanan para konsumen dan usaha pun dapat berjalan dengan lancar. Karena promosi yang baik dapat mendatangkan minat para konsumen dan akan memberikan rasa puas terhadap konsumen karena pelayanan yang baik pula, dan dapat pula mendatangkan keuntungan antara produsen dan konsumen.

⁴ Rizka Amalia, *strategi Pemasaran warung Coto Makassar Dalam Meningkatkan Pendapatan* (studi kasus di Kelurahan Batupasi Kecamatan wara Utara Kota Palopo),hal.57

⁵ KH. Arsyd Baharudin, *Pemilik Usaha Tempe dan Pimpinan Pondok Pesantren Miftahul Hidayah*, tanggal 18 Maret 2022.

KH. Arsyd menjelaskann bahwa dalam melakukan promosi yang dilakukan adalah dengan melakukan pendekatan secara langsung dan mengkomunikasikannya secara baik dari mulut ke mulut mereka juga tidak menggunakan media sosial dalam melakukan promosi. Maka pemilik usaha tempe harus memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan mengenai tempe yang ditawarkan, mulai dari kualitas kedelai yang digunakan dalam pembuatan tempe dan kualitas kebersihan dari tempat produksi maupun tempe itu sendiri.

Meskipun dalam segi promosi Pondok Pesantren Miftahul Hidayah dalam memasarkan produknya tidak menggunakan media sosial tetapi mereka mampu meningkatkan pendapatannya dan juga dapat kepercayaan dari para konsumen. Dengan adanya komunikasi yang baik menjaga tali silaturahmi yang baik pula maka prmosi pun dapat berjalan dengan lancar dan sesuai yang diinginkan serta telah berhasil dalam mempertahankan pasar sasarnya.

KH. Arsyd menjelaskan bahwa dengan adanya strategi pemasaran yang baik kini pendapatan pun semakin meningkat yang dulunya kedelai yang digunakan dalam membuat tempe hanya berkisaran 10 kg saja kini mencapai 30-40 kg kedelai dalam 1 kali pembuatan. Omset yang diperoleh setiap kali penjualan dalam 1 bulan bisa mencapai Rp. 5.500.000.

B. Penerapan Konsep Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Nilai Keislaman di Pondok Pesantren Miftahul Hidayah Rangkasbitung

Beberapa nilai keislaman berdasarkan keteladanan sifat Rasulullah SAW, yaitu Shiddiq, Amanah, Fatanah, Tabligh, dan Istiqamah.

1. Ketuhanan

Pondok Pesantren Miftahul Hidayah menanamkan nilai ketuhan pada setiap santrinya dalam melancarkan usahanya untuk dapat meraih rezeki serta keberkahan dari Allah SWT. Salah satunya dengan menjalankan ibadah solat 5 waktu tepat waktu yang merupakan kewajiban bagi setiap umat muslim. Terdapat majlis yang sederhana di Pondok Pesantren

Miftahul Hidayah untuk digunakan sebagai kegiatan para santriawan dan santriawati dalam hal mengaji dan beribadah.

Hal ini pun sejalan dengan QS. Al-Baqarah : 43

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاٰكِعِيْنَ

Artinya: “Dan laksanakanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang yang rukuk”.⁶

Berikut hasil wawancara dengan M. Awaluddin selaku kepala santri Pondok Pesantren Miftahul Hidayah terkait ketuhanan :

“Kami menyediakan majlis secara terbuka apabila ada seseorang umat muslim yang mampir untuk beribadah silahkan sholat apabila sudah waktunya adzan. Atau memang tidak mau, ada masjid yang dekat dengan pondok pesantren Miftahul Hidayah karena bagi umat muslim adalah sebuah keharusan dan kewajiban untuk dilaksanakan.”⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Pondok Pesantren Miftahul Hidayah tidak melarang orang lain untuk beribadah menggunakan majlis yang terdapat di pondok pesantren tersebut. pondok pesantren Miftahul Hidayah mempersilahkan siapa saja untuk melaksanakan sholat di Majlis Miftahul Hidayah karena sebagai kewajiban setiap umat muslim, sholat juga sebagai jalan keluar permasalahan dalam hidup dan juga mengisi ketenangan dalam diri.

2. Sidiq (Jujur)

Beberapa sifat sidiq atau jujur yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Miftahul Hidayah yaitu ketika para santri yang bertugas untuk mengirimkan produk secara langsung kepada pelanggan, mereka tidak menutup-nutupi kekurangan maupun kelebihan terhadap suatu produk

⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya* (Bandung: Sygma Exagrafika:2010)h.7

⁷ M. Awaluddin, Kepala Santri Miftahul Hidayah, wawancara dengan penulis tanggal 19 Maret 2022.

yang ditawarkan dan berusaha tenang dalam melayani keinginan para pelanggan terhadap keluhan yang dirasakan oleh para pelanggan. Sesama pengrajin (para santri) dan pemilik usaha pun saling terbuka dan percaya apabila terdapat kendala saat sedang bekerja di hari itu. Karena sesama pengrajin berusaha untuk saling menghormati dan menghargai maka akan timbul rasa kenyamanan dan kekeluargaan yang akan terjalin.

“Disini kami para santri berusaha untuk selalu menerapkan sifat jujur kepada semuanya. Contohnya seperti mengatakan yang sebenarnya tentang kondisi produk tempe yang kami jual. Tidak melebih-lebihkan maupun tidak mengurang-ngurangi hanya demi membohongi pelanggan. Karena kenyamanan dan kepercayaan pelanggan adalah nomor satu bagi kami. Kalau sudah saling percaya dan pelanggan pun merasa nyaman, maka InsyaAllah pelanggan pun akan berdatangan dengan sendirinya. Dan apabila ada pelanggan yang merasa tidak puas dengan produk kami, maka kami pun akan siap menerima complain untuk itu.”⁸

Berdasarkan wawancara tersebut, perilaku jujur akan selalu diterapkan di Pondok Pesantren Miftahul Hidayah ini. Misalnya ada uang pelanggan yang kelebihan membayarnya maka para santri pun akan siap mengembalikan uang tersebut kepada pelanggan. Para pengrajin/santri pun dengan senang hati menerima keluhan atau complain dari para pelanggan sehingga yang diutamakan adalah kepentingan dan kepuasan bersama. Sehingga dari perilaku jujur dan bersifat terbuka yang diterapkan disana akan meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap Pondok Pesantren Miftahul Hidayah.

⁸ Ahmad Duro, Pengrajin Tempe (Santri Pondok Pesantren Miftahul Hidayah), wawancara dengan penulis tanggal 19 Maret 2022.

3. Fatanah

Pada dasarnya sifat fatanah atau cerdas yang dalam hal ini cerdas dalam mengelola bisnis sesuai dengan syariat Islam yang harus dimiliki oleh setiap santri Pondok Pesantren Miftahul Hidayah. Cerdas dalam melakukan perencanaan, mengorganisir, menerapkan strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan strategi bisnis yang cerdas dalam semua hal yang dikerjakan. Dari segi keilmuan, pembuatan tempe yang dilakukan di Pondok Pesantren Miftahul Hidayah telah melalui proses yang panjang dalam segi pembuatannya dengan melakukan pembersihan beberapa kali dan melalui proses fermentasi yang memakan waktu hampir 48 jam kurang lebih maka akan menimbulkan cita rasa yang maksimal. Maka, dengan memiliki sifat fatanah, seluruh santri akan menjadi seseorang yang profesional dalam menjalankan pekerjaan yang digelutinya.

Berikut hasil wawancara dengan Dagul sebagai pengrajin tempe sekaligus santri Pondok Pesantren Miftahul Hidayah terkait sifat fatanah:

“Menurut saya Pak Qiai itu cerdas dalam menjalankan usaha tempe ini, beliau tekut dan rajin sehingga dapat menularkan semangat yang positif kepada para santri lainnya. Pak Qiai selalu mengajarkan dan memberi arahan kepada kami tentang kinerja yang baik serta dapat membagi waktu mengaji dan membuat tempe. Beliau selalu bilang jika sudah waktunya mengaji dan ibadah maka tinggalkan pekerjaan apapun itu yang sedang kita lakukan. Beliau selalu memberikan contoh yang baik untuk kami.”⁹

⁹ Dagul, Pengrajin Tempe (Santri Pondok Pesantren Miftahul Hidayah), wawancara dengan penulis tanggal 19 Maret 2022.

Berdasarkan penuturan diatas, maka setiap santri dapat melakukan pekerjaannya dengan baik secara professional dan dapat membagi waktu dengan baik antara membuat tempe dengan mengaji.

4. Tabligh

Dalam hal ini, sifat tabligh yang diterapkan pada Pondok Pesantren Miftahul Hidayah adalah menyampaikan dan memberikan informasi secara komprehensif kepada setiap pelanggan melalui bertatap muka secara langsung. Berikut hasil wawancara dengan Ahmad sebagai perwakilan pengurus Pondok Pesantren Miftahul Hidayah terkait dengan sifat tabligh :

“kalau disini kami semua berusaha untuk membangun komunikasi yang baik dengan semua santri maupun para pelanggan. Dan kami semua disini sama-sama lagi belajar mencari ilmu juga jadi, jika ada seorang pelanggan yang tidak puas dengan pelayanan kami, maka kami akan berlapang dada untuk menerima kritikan tersebut. jadi, setiap informasi yang ada harus seluruhnya tersampaikan kepada masyarakat. Selain itu, untuk relasi yang baik, kami gamau sampai *lost contact* sama mereka (pelangga), kami akan terus upayakan untuk selalu menjaga komunikasi dan talisilahturami yang baik dengan semua.”¹⁰

Berusaha untu selalu menjaga komunika yang baik dengan setiap pelanggan dan membangun komunikasi yang bersifat kontinu kepada pelanggan dalam hal promosi maupun ajakan langsung untuk berkunjung ke Pondok Pesantren Miftahul Hidayah. Informasi yang diberikan pun tidak ada yang dilebih lebihkan ataupun dikurangi. Para santri selalu melayani dengan sepenuh hati, sabar, dan hati-hati sesuai dengan tugasnya sehingga akan tercipta sebuah kenyamanan terhadap diri setiap pelanggan.

¹⁰ Ahmad, Perwakilan Pengurus Santri Pondok Pesantren Miftahul Hidayah, wawancara dengan penulis tanggal 19 Maret 2022.

5. Amanah

Sifat amanah yang diterapkan di Pondok Pesantren Miftahul Hidayahh yaitu selalu memegang teguh prinsip amanah dan kepercayaan serta bertanggung jawab dalam setiap tugasnya masing-masing. Berikut hasil wawancara dengan KH Arsyd Baharudin selaku pemilik usaha tempe dan pimpinan pondok pesantren Miftahul Hidayah terkait sifat amanah :

“Saya menerapkan sifat amanah kepada setiap santri saya untuk selalu amanah kepada sesama. Dan juga agar dapat melayani para pelanggan maka harus amanah. Seperti mengantarkan pesanan haruslah sesuai dengan keinginan mereka. Tidak pernah kami memaksa atau menekan pelanggan agar membeli secara paksa. Sebisa mungkin kita meningkatkan rasa kepercayaan dari mereka yang sudah memercayakan untuk berlangganan kepada kami. Kalau memang itu hak pelanggan, kita berikan. Dan untuk para santri juga tidak pernah mengurangi apa yang sudah menjadi hak mereka masing-masing. “¹¹

Nilai amanah yang diimplementasikan adalah sosok yang jujur dan dapat dipercaya yang akan membawa keuntungan dan keberkahan dalam hidup. Para santri tidak di ajarkan untuk berbohong terhadap suatu produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Dengan begitu, Pondok Pesantren Miftahul Hidayah akan mendapat citra yang positif dan akan terus dipandang baik oleh masyarakat maupun pelanggan karena memiliki sifat yang amanah yang diterapkan oleh para santri. Sehingga banyak pelanggan yang terpikat untuk terus berlangganan karena strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh para santri yang amanah. Selain itu, dalam aspek yang lain pula amanah diterapkan dalam memelihara hak milik pelanggan yang bersifat materil maupun immaterial. Seperti tidak mengambil hak milik pelanggan yang tentu saja

¹¹ KH. Arsyd Baharudin, Pemilik Usaha Tempe dan Pimpinan Pondok Pesantren Miftahul Hidayah, tanggal 18 Maret 2022.

bukan miliknya. Menawarkan produk kepada pelanggan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Disisi lain, KH. Arsyd selaku pimpinan pondok pesantren dan pemilik usaha tempe pun telah mencukupi kebutuhan para santri yang dirasa belum cukup dan uang saku yang sudah menjadi hak milik para santri.

C. Faktor Penghambat Pemasaran Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah dalam Mempertahankan Pasar

Dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran oleh Pondok Pesantren Miftahul Hidayah dalam mempertahankan pasar tidak terlepas dari adanya sebuah hambatan atau kendala dan juga pasti terdapat faktor pendukung dibalik itu. Namun, hambatan tersebut tidak begitu berarti dikarenakan Pondok Pesantren Miftahul Hidayah sudah memiliki pelanggan tetap setiap harinya. Faktor penghambat tersebut diantaranya adalah :

1. Gagalnya Produksi

Dalam menjalankan sebuah usaha pasti selalu ada kegagalan didalamnya, maka dari tersebut harus bisa bangkit dan menjadi lebih baik lagi. Dalam pembuatan produksi tempe sering kali mengalami kegagalan dalam memproduksi tempe. Dikarenakan jamur yang terdapat di dalam kandungan kedelai tidak menyebar dengan baik dan membuat produksi pun sering mengalami kegagalan dan tidak jadi tempe yang dapat dikonsumsi oleh manusia. Tidak hanya jamur yang tidak menyebar dengan baik pada permukaan kedelai saja, tetapi dalam pencucian dan perebusan yang tidak sesuai pun dapat menyebabkan kegagalan dalam produksi dapat membuat kedelai cepat busuk dan tidak menjadi tempe.

“dalam pembuatan tempe sendiri pun dibilang mudah ya mudah tetapi dibilang rumit ya rumit karena memakan waktu yang cukup lama untuk dapat di konsumsi. Sering terjadi kegagalan dalam memproduksi tempe dikarenakan jamur yang tidak menyebar dengan baik pada keseluruhan permukaan

kedelai maupun pencucian dan perebutan yang tidak sesuai dan tidak memberikan lubang udara pada saat pembungkusan kedelai untuk melalui fermentasi.”¹²

Oleh karena itu banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi kegagalan dalam memproduksi tempe. Pembuatan yang dilakukan oleh para santri pun tidak asal-asalan dan harus memperhatikan dan tatacara pembuatan yang sesuai agar dapat di konsumsi dengan baik.

2. Keterbatasan Modal Usaha

Dalam menjalankan sebuah usaha memerlukan modal yang cukup untuk dapat berkembang dengan baik usaha tersebut. Keterbatasan jumlah modal usaha yang dimiliki menjadi kendala utama dalam menjalankan sebuah usaha tempe ini. Dan akan menjadi hambatan dalam menjalankan usaha tersebut. berikut keterangan dari KH. Arsyd Baharudin terkait faktor penghambat pemasaran Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah dalam mempertahankan pasar :

“Dari faktor internal (modal) yang dapat mempengaruhi faktor penghambat yang lain. Misalnya banyak kedelai yang tidak jadi tempe atau tempe menjadi cepat busuk membuat modal yang keluar menjadi bertambah dan tempe pun gagal untuk di perjual belikan kepada pelanggan.”¹³

Oleh karena itu, dengan gagalnya produksi dan tempe pun tidak dapat di pasarkan menjadikan usaha tersebut mengalami kerugian dan modal yang dikeluarkan pun menjadi bertambah karena mengalami kerugian. Karena sudah menjadi resiko untuk pemilik usaha bila terjadi kerugian dalam proses penjualan.

¹² Ahmad, Perwakilan Pengurus Santri Pondok Pesantren Miftahul Hidayah, wawancara dengan penulis tanggal 19 Maret 2022.

¹³ KH. Arsyd Baharudin, Pemilik Usaha Tempe dan Pimpinan Pondok Pesantren Miftahul Hidayah, tanggal 18 Maret 2022.

3. Pasokan Kedelai Kosong/Harga Naik

Pada sebuah kepemilikan usaha produksi tempe kerap kali mengalami kenaikan harga kedelai atau pun mengalami kekosongan bahan kedelai dipasaran. Itu menjadi sebuah hambatan dalam proses produksi tempe. Berikut keterangan dari KH. Arsyd Baharudin terkait faktor penghambat pemasaran Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah dalam mempertahankan pasar :

“ jika terjadi kenaikan harga kedelai maka tempe yang diproduksi pun menjadi sedikit berkurangnya pembuatannya. Dikarenakan jika harga kedelai naik di pasaran otomatis harga tempe per potong pun mengalami kenaikan untuk di perjual belikan kepada pelanggan. Untuk dapat mempertahankan pasar jika mengalami kenaikan harga kedelai maka tempe yang di produksi pun ikut mengalami kenaikan dan harga menyesuaikan dengan kemampuan pelanggan. Untuk dapat mempertahankan sebuah usaha dan dapat berkembang baik maka harus memiliki modal usaha yang cukup jika sewaktu waktu mengalami kenaikan kembali.”¹⁴

Maka dari itu setiap pemilik usaha pasti memiliki rintangan tersendiri pada usahanya, memiliki hambatan-hambatan disetiap prosesnya. Dengan adanya hambatan tersebut membuat pemasaran tempe mengalami penurunan. Akan tetapi bagi pelanggan yang sudah berlangganan disana tetap membeli tempe di Pondok Pesantren Miftahul Hidayah karena mereka sudah merasakan kenyamanan untuk berlangganan disana dan tempennya memiliki ciri khas tersendiri.

¹⁴ KH. Arsyd Baharudin, Pemilik Usaha Tempe dan Pimpinan Pondok Pesantren Miftahul Hidayah, tanggal 18 Maret 2022.

D. Faktor Pendukung Pemasaran Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah dalam Mempertahankan Pasar

Dalam proses pemasaran Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah, dalam setiap pembuatannya sendiri dengan melalui tangan-tangan santri yang cekatan usaha tersebut pun dapat berkembang dan dapat dikenal luas di berbagai Pondok Pesantren di Rangkasbitung. Serta memiliki ciri khas tersendiri yaitu pembuatannya hanya dengan alat seadanya atau manual dan tidak menggunakan tenaga mesin seperti pabrik-pabrik pengrajin produk tempe lainnya. Faktor pendukung bisa melancarkan serta meningkatkan nilai penjualan yang biasa berasal dari internal maupun pengaruh eksternal.

1. Faktor Internal

- **Pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan**

Seperti yang dijelaskan oleh Ahmad selaku pengurus kedua santri Pondok Pesantren Miftahul Hidayah terkait Faktor Pendukung Pemasaran Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah dalam Mempertahankan Pasar :

“Untuk faktor pendukung kita tekankan pada pelayanan yang ramah dan rasa yang alami tanpa bahan pengawet lainnya, tidak mendiamkan pelanggan. Untuk pengiriman pun dengan kehati-hatian dan dengan sapaan yang hangat serta akrab. Mementingkan kepuasan pelanggan adalah nomer satu bagi kami, jika pelanggan kurang puas dengan pengiriman kami maka kami apun disini menerima kritikan dalam bentuk apapun itu dengan lapang dada. Jangan sampai pelanggan kita kabur ke tempat lain karena pelayanan yang buruk dan cara pengiriman yang asal-asalan.”¹⁵

¹⁵ Ahmad, Perwakilan Pengurus Santri Pondok Pesantren Miftahul Hidayah, wawancara dengan penulis tanggal 25 Maret 2022.

Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah ini sangat memperhatikan pada pelayanan yang mengutamakan dengan kepuasan pelanggan. Para santri yang mengantar pesanan tempe pun melayani dengan senyuman dan keramahan kepada pelanggan. Hal ini dilakukan untuk membuat kesan dan citra yang baik di mata pelanggan. Tidak hanya itu, jika ada pelanggan yang datang pun akan disambut hangat oleh para santri. Selain itu, melayani pelanggan pun dengan cara cepat dan cekatan, tidak ingin membuat pelanggan menunggu lama karena pengiriman dimulai dari pukul 05.30 pagi, serta menjaga kualitas rasa tempe sendiri walaupun pembuatannya hanya menggunakan bahan alami dan manual tidak menggunakan mesin penggiling ataupun pemanas ruangan.

Produksi Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah akan memperlakukan pelanggan dengan sebaik mungkin dan menjaga hubungan yang baik dengan cara terus menjaga tali silaturahmi dan komunikasi yang baik. Hubungan baik yang terjalin akan menciptakan citra yang baik pula. Sejalan dengan itu, cita rasa pun harus diutamakan agar memiliki ciri khas tersendiri ditengah ketatnya persaingan produksi tempe yang sudah ada.

Cara yang dilakukan oleh pelayanan para santri dan pemilik usaha Produksi Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah juga sejak dahulu sudah dilakukan sejak Nabi Muhammad SAW. Berdagang. Rasulullah SAW. Selalu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya dengan sikap yang ramah tamah dan menghormati para pelanggannya. Bahkan Rasulullah SAW. Mendahulukan kepentingan pelanggannya atas dirinya sendirinya.

2. Faktor Eksternal

- **Peluang Pasar**

Keberadaan Produksi Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah Rangkasbitung sudah dikenal luas dikalangan para ulama dan Pondok Pesantren di Rangkasbitung. Karena berdirinya yang sudah cukup lama maka mampu memperkenalkan tempe dikalangan ulama-ulama dan Pondok Pesantren. KH. Arsyd Baharudin

sebagai pemilik usaha tempe dan pendiri Pondok Pesantren Miftahul Hidayah Rangkasbitung terkait Faktor Pendukung Pemasaran Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah dalam Mempertahankan Pasar:

“Produksi tempe dari hasil para tangan santri di Pondok Pesantren Miftahul Hidayah ini sudah di kenal lama oleh orang-orang sekitar maupun ulama-ulama di Rangkasbitung. Membuat peluang besar karena tempe dari sini hanya di pasarkan di Pondok-Pondok Pesantren dan Rumah sakit aja tidak di perjual belikan di pasaran atau warung-warung sekitar. Jadi kami memiliki pasar sendiri untuk menjual tempe tersebut tidak menjual di warung-warung ataupun pasar.”¹⁶

Dengan pelayanan yang ramah dan produksi yang baik maka mampu memikat hati para pelanggan untuk terus berlangganan tempe di Pondok Pesantren Miftahul Hidayah Rangkasbitung. Dengan menjaga tali silaturahmi dan komunikasi yang baik antar ulama dan pelanggan maka akan terjalin hubungan baik pula antara pemilik usaha dengan setiap pelangganya.

¹⁶ KH. Arsyd Baharudin, Pemilik Usaha Tempe dan Pimpinan Pondok Pesantren Miftahul Hidayah, tanggal 18 Maret 2022.