

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian dan Gambaran Umum Roti Irvan Bakery**

##### **4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Pabrik Roti Irvan Bakery adalah salah satu pabrik Roti yang cukup terkenal dikota kendari, industri Roti ini salah satu katagori Usaha Mikro Kecil dan Menegah (UMKM). Industri ini berdiri sejak tahun 2008. Yang didirikan Oleh Bapak Mahfud Akbar itu sendiri sewaktu masih muda. Awal mulanya semua masih kontrak dan alat-alatnya semua masih manual, dan juga usaha awal sebelum dia memproduksi roti yaitu memproduksi kerupuk.

Pabrik Roti Irvan Bakery adalah usaha yang dimiliki yaitu badan usaha perusahaan milik sendiri atau perseorangan. Dalam menjalankan aktivitas usaha, pemilik telah mendapatkan izin dari pemerintah, yaitu telah memiliki surat izin dari Walikota Kendari.

Surat izin Walikota Kendari Nomor: 02/SIUP-K/III/2015/097, dikeluarkan di Kendari tanggal 23Maret 2015 oleh: An. Walikota Kendari Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu dan Penanaman Modal DaerahYAN BELA SE., Pembina Utama Muda Gol.IV/C.

Awal mulanya semua masih kontrak dan alat-alatnya semua masih manual, dan juga usaha awal sebelum dia memproduksi roti yaitu memproduksi kerupuk. Tetapi menurutnya untuk pemasaran industri lebih bagus di roti walaupun setiap harinya bahan naik terus sedangkan penjualanya belum bisa dinaikan. Bisa dinaikan kalo adanya kerja sama dan kekompakan antar pelaku usaha roti, tetapi kalo masing-masing perusahaan individu seperti ini tidak

bisa, solusinya hanya memperkecil volume roti untuk mengimbangi kenaikan Bahan. Di dalam pabrik Roti tersebut proses produksi roti berlangsung secara konstan. Di dalamnya terdapat 5 pekerja dengan pembagian tugas masing-masing ada yang bertugas di mesin mengadon, mengiling, membuat bentuk Roti/mencetak dan ada yang mengoven/memanggang roti. Dan bagian yang membungkus roti terdapat 4 orang pekerja tapi dalam membungkus roti menggunakan mesin pres hanya dalam pembungkusannya masih secara manual. Di dalam ruangan tersebut peralatan yang digunakan cukup lengkap dan ada beberapa mesin.

Tampilan bangunan Pabrik Roti Irvan Bakery seperti pabrik biasa pada umumnya tetapi hal yang membedakan bahwasanya selain menjadi tempat memproduksi berbagai macam jenis dan varian rasa Roti tempat ini juga biasanya didatangi oleh warga sekitar pabrik untuk membeli langsung di pabrik itu sendiri dikarenakan lokasi ini berada di tengah-tengah kawasan penduduk yang terletak di Kecamatan Wua-wua dekat kantor PLN Wua-wua yang mana telah beroperasi selama 16 tahun. Tak heran jika banyak mahasiswa yang magang di toko roti ini yang memiliki pengalaman membantu pembuatan roti tersebut karena pabrik ini sering mengajak mahasiswanya untuk magang. Pemilik pabrik yang sangat ramah dan karismatik berkontribusi pada reputasi pabrik roti Irvan Bakery yang luar biasa dan luar biasa di antara para pesaing.

Pabrik Roti Irvan Bakery memang berbeda dari pabrik bakery lainnya dimana pabrik ini sederhana dan bertempat di bagian perumahan dan pabrik-

pabrik roti lainya tetapi hal yang unik dari pabrik roti dimana walaupun bisnis ini tidak bertempat di sebuah ruko melainkan disebuah pabrik pada umumnya tetapi omset yang didapatkan sangat besar dalam pertahunya, hal ini dalam menjalankan bisnisnya pabrik ini cukup cemerlang dalam mengatasi persaingan industri bakery dimana minat konsumen bakery ini cukup sangat menjanjikan dimana sebagian penjualan yang dilakukan oleh pabrik yaitu dengan mengekspor ke luar kota kendari seperti daerah Konawe, Konawe Selatan, Konawe Utara dikarenakan Irvan Bakery ini dikenal di daerah-daerah tersebut sehingga citra perusahaan pabrik ini sangat direspon baik kepada konsumen maupun pasar.

Sarana pada usaha ini adalah peralatan dan perlengkapan yang secara langsung dipergunakan dan menunjang kegiatan usaha tersebut seperti mesin-mesin untuk penunjang pembuatan Roti,meja untuk pembuatan adonan, alat panggang/ oven dan alat-alat masak lainnya. Adapun yang di maksud prasarana pada usaha ini adalah fasilitas yang secara tidak langsung menunjang kegiatan usaha, seperti halaman tempat parkir, ruangan yang besar untuk mengemas, musollah dan penginapan tempat istirahat untuk para pekerja Sebagaimana yang telah dituliskan diatas faktor sarana dan prasarana pada usaha ini adalah ketersediaan konsumen yang memadai sehingga mamungkinkan untuk pengadaan dan pemanfaatan sarana dan prasarana yang optimal. Selain itu dana juga menjadi faktor pendukung dalam pengadaan prasarana tersebut.

## **4.2. Hasil Penelitian**

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan metode pengumpulan pengamatan terlibat ( Participating Observer ), wawancara mendalam (In-Depth Interview), dan dokumentasi. Maka peneliti mencoba menganalisis menggunakan teknik analisis data dengan cara direduksikan, disajikan, diklasifikasi, dan diverifikasi.

### **4.2.1. Proses Pembentukan Corporate Image dalam Menciptakan**

#### **Keunggulan bersaing di Roti Irvan Bakery**

Pabrik Irvan Bakery merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industry bakery atau Roti yang berada di kota kendari. Roti merupakan roti produk yang diperoleh dari adonan tepung terigu yang diragikan dengan ragi roti dan dipanggang, dengan atau tanpa penambahan bahan makanan lain dan bahan tambahan makanan yang diizinkan. Tidak hanya disajikan untuk sarapan dipagi hari, Roti juga dihidangkan pada saat acara-acara formal maupun nonformal, serta adapula yang dijajakan di pasar di warung-warung, toko untuk dijual.

Saat ini banyak perusahaan roti utamanya di kota Kendari sendiri berlomba-lomba membuat usaha roti ini karena bisa bisnis ini menjanjikan dengan memperbaiki kualitas dan menginovasi produk dengan mengikuti perkembangan zaman, tentu hal ini bukan hal yang muda untuk Irvan Bakery untuk bersaing mendapatkan pelanggan dikarenakan banyaknya pesaing diindustri yang sama, jadi Irvan Bakery memerlukan strategi yang baik agar mampu bersaing dan menarik perhatian pelanggan.

Hasil penelitian yang peneliti telah dilakukan, menunjukkan bahwa hampir semua parameter penting, dalam strategi corporate image dilakukan dengan baik oleh Irvan Bakery. Adapun hasil penelitian strategi corporate image dalam pemasaran upaya menciptakan keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Irvan Bakery sebagai berikut.

**a Inovasi Rasa**

Selama ini banyak sekali perusahaan-perusahaan yang bergerak di industri yang sama dan produk-produknya pun dibuat berbagai macam bentuk dan rasa, dan sampai saat ini masih tumbuh dan berkembang seperti yang diungkapkan oleh bapak Mahfudz Akbar selaku Pemilik Pabrik Roti Irvan Bakery :

“persaingan untuk saat ini di Roti tentu setiap tahun pasti meningkat ntah dari respon pasar, bahan baku, kendala faktor rusak seperti dimana roti pada waktu saat disimpan di warung adakalahnya pasti akan berjamur sehingga akan dikembalikan produsen jadi biasa hal ini tidak stabil dimana pengeluaran lebih besar daripada pemasukan, dan juga persaingan pabrik roti lainya tidak kompak menjadi kendala utama dalam persaingan ini tempat saya ini tentu dekat dengan pabrik roti lainya seperti annisa bakery, gersamata, sari rama tentu persaingan tidak mudah dan kita perlu membangun strategi untuk mampu menarik minat konsumen.”(Bapak Mahfudz Akbar, Wawancara, 25 Februari 2023)

Pada hasil wawancara yang dilakukan penulis diatas menunjukkan bahwa persaingan di Roti sangat signifikan didalam dunia usaha sudah pasti ada persaingan dipasaran untuk bertujuan mendapatkan keuntungan, untuk itu faktor yang dihadapi oleh Irvan Bakery adalah pesaing yang mengikuti jenis roti Dalam menciptakan suatu produk dalam bidang makanan, rasa adalah kesan pertama yang ingin dicari oleh konsumen, rasa yang berbeda dengan lainya membuat konsumen jadi penasaran dan ingin mencobanya.

Dalam membangun strategi tentu perlu adanya timbali balik apakah

strategi yang kita gunakan sangat membantu dalam usaha yang kita jalankan untuk Irvan Bakery sendiri dalam menentukan strateginya sebagai berikut :

“kalo ditanya mengenai strategi tentunya pasti ada dan setiap perusahaan pasti mempunyai strategi masing-masing dan untuk pabrik saya tidak terlalu yang penting strategi yang membuat perusahaan yang memiliki citra yang positif dinilai baik oleh para khalayak umum, mampu memenuhi harapan pelanggan(memuaskan pelanggan).”( Bapak Mahfudz Ahmad Wawancara, 25 Februari 2023).

Dalam menciptakan suatu produk dalam bidang makanan rasa adalah kesan pertama yang ingin dicari dan juga citra perusahaan dimana dipandang baik dan positif oleh para konsumen, selaku karyawan produksi mengungkapkan :

“ kalo Roti pasti untuk rasa pasti ada yang sama dengan pabrik lainya namun untuk rasa dan kualitas dipabrik ini sejak dulu tidak berubah 16 tahun yang lalu, banyak varian rasa dan pembeli yang ada disekitar pabrik kalo pagi pasti datang untuk membeli langsung daripada beli di warung-warung lagi.”(bu Dwi Wawancara, 25 Februari 2023).

Hal yang sama juga diungkapkan hal yang sama terkait perbedaan pabrik Irvan Bakery dengan pabrik roti lainya yang diungkapkan oleh pemilik langsung sebagai berikut :

“ ada pasti perbedaan roti saya dan pabrik roti lainya namun dalam segi rasanya bervariasi dari coklat, pandan, cream strobery dan masih banyak lagi. Selain itu dalam omset penjualan dimana lebih besar di diluar kota kendari tentu perbedaan perusahaan minat konsumen yang besar memicu banyaknya persaingan yang ada dalam kota.”(Bapak Mahfudz Ahmad Wawancara. 24 Februari 2023).

Dalam hal penciptaan strategi tentu rasa adalah hal utama dalam membangun produk guna mendapatkan image di mata konsumen dengan akan timbul statement di para penikmat roti, berikut roti yang ditawarkan Irvan Bakery :

**Gambar 4.1**  
**Salah Satu Produk Roti Irvan Bakery**



Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ani salah satu karyawan mengenai Produk Irvan yakni roti dalam pengemasan diproduksi juga oleh pabrik ini :

“untuk pengemasan sendiri pun ada yang masih manual dan penggunaan mesin tapi lebih sering pakai mesin kalo manual kita lakukan hanya lagi posisi seperti mati lampu, kita akali dengan pengemasan secara manual .”(Ani Wawancara. 25 Februari 2023)

**Gambar 4.2**  
**Salah Satu Karyawan Sedang mengemas Produk Roti Irvan Bakery**



Adapun untuk meningkatkan penjualan di pasaran, Irvan Bakery tidak hanya mempunyai satu merek dagang Roti tetapi Kerupuk dan jipang juga walaupun memang lebih besar omsetnya Di Roti, dalam Strategi yang digunakan yang ada dipabrik ini seperti yang diterangkan oleh Bapak Mafudz

Ahmad sebagai berikut :

“strategi yang kami gunakan untuk bersaing dipasaran dimana industri ini dalam segi persaingan sangat signifikan jadi hal yang kami lakukan bermain harga, memberikan harga terjangkau dengan kualitas yang sebanding, selain itu inovasi yang terus-menerus kami kembangkan mengenai Rasa, dan Citra Perusahaan yang sangat dipandang positif menambah Reputasi perusahaan terbentuk hal ini memperkuat prespektif konsumen terhadap kualitas produk yang dihasilkan kami sebagai produsen, dan bukan hanya itu juga menghindari pesaingan yang berat di industri bakery kami melakukan penjualan lebih besar diluar kota kendari seperi Kolaka, konut Asera, Unnaha, Bombana dan Konsel menggunakan beberapa sales untuk pengantaran dan sebagian penjualan besar juga ada dikendari.”(Bapak Mahfudz Ahmad Wawancara. 24 Februari 2023)

Di zaman pada saat ini, jika suatu perusahaan ingin dipercaya konsumennya berarti harus ada beberapa aktivitas yang harus diusahakan sebagai manifestasi untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Kepercayaan bukanlah sesuatu yang ada dengan sendirinya dan akan hilang dengan sendirinya. Akan tetapi kepercayaan adalah salah satu simpul dari ikatan beberapa tali yang saling berkaitan. Begitu juga dengan adanya penerapan strategi dalam membangun citra perusahaan yang diterapkan oleh Pabrik Roti Irvan Bakery. untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan, maka perusahaan harus mempunyai strategi tertentu salah satunya melalui citra perusahaan

#### **b Bauran Pemasaran**

Sistem manajemen produksi dimulai dari persiapan bahan baku dari supplier hingga produk sampai kepada pelanggan harus dijaga kebersihan, rasa sampai dengan harus dijaga kehalalannya dibawah ini akan dijelaskan proses perolehan bahan baku, proses produksi, output yang dihasilkan atau produknya hingga tenaga kerja dari Irvan Bakery

Bauran Pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran konsumen yaitu product (produk), price (harga), place (tempat), dan promotion (promosi).

#### 1. Produk

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi guna memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Adapun produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan roti “Irvan Bakery” adalah sebagai berikut :

No	Jenis produk
1	Roti isi Coklat
2	Roti isi kacang Coklat Panjang
3	Roti cream Strobery
4	Roti cream Pandan
5	Roti cream Coklat
6	Roti cream Nanas
7	Roti bunga matahari
8	Roti Tawar
9	Roti iris
10	Jipang

Sumber : Pabrik Irvan Bakery

#### 1. Bahan Baku

Dalam pembuatan suatu produk, bahan adalah hal yang utama yang harus dipersiapkan. Adanya suatu produk pokok dasar yang dipersiapkan adalah

kesediaan bahan-bahannya. Berikut adalah bahan yang digunakan dalam pembuatan produk bakery oleh Irvan Bakery :

Tabel 4.1

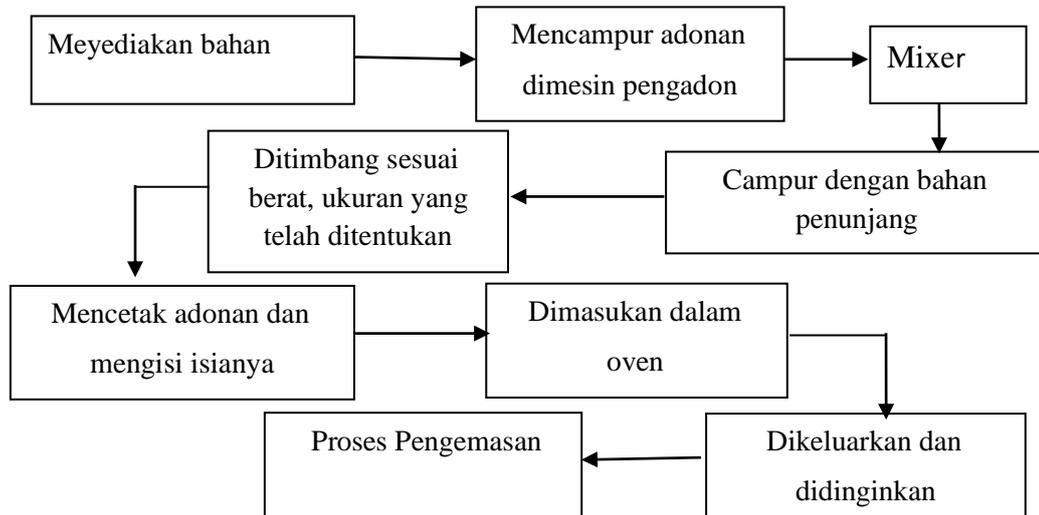
<b>Produk</b>	<b>Bahan Baku</b>	<b>Standar Bahan Baku</b>
Irvan Bakery	Tepung, Batter, Gula, Ragi, Telur, Eseeence, Mentega, Susu Bubuk, Pewarna Makanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan baku dan pengelolahanya bertandard dan bersertifikasi halal.</li> <li>• Bebas dari bahan, pengawet.</li> <li>• Bahan baku yang digunakan memiliki kualitas terbaik.</li> </ul>

Data Primer, 2023

Cara pengendalian persediaan bahan baku Irvan Bakery tidak hanya terbatas pada penentuan jumlah persediaan bahan baku yang optimal saja, tetapi meliputi kegiatan perencanaan untuk persediaan, penyimpanan persediaan, dan penjadwaian untuk pemesanan bahan baku kepada pemasok. Dengan melakukan kegiatan pengendalian persediaan bahan baku, dapat membantu perusahaan untuk mengurangi resiko kekurangan bahan baku pada saat menjalankan kegiatan produksi.

Dalam pengadaan bahan suatu industri bakery biasanya langsung dari supplier, Irvan Bakery biasanya menyetok beberapa minggu sekali ataupun dalam hitungan bulan. Pengadaan bahan juga dilakukan oleh supplier, namun tidak semua bahan. Bahan yang datang dari supplier biasanya bahan kering yang memilik daya simpan yang lama, contohnya bahan untuk produksi cake dan bakery seperti tepung terigu, tepung instant, gula, susu bubuk, baking powder, susu cair dan lain-lain. Untuk penyimpanan bahan tersebut diletakkan

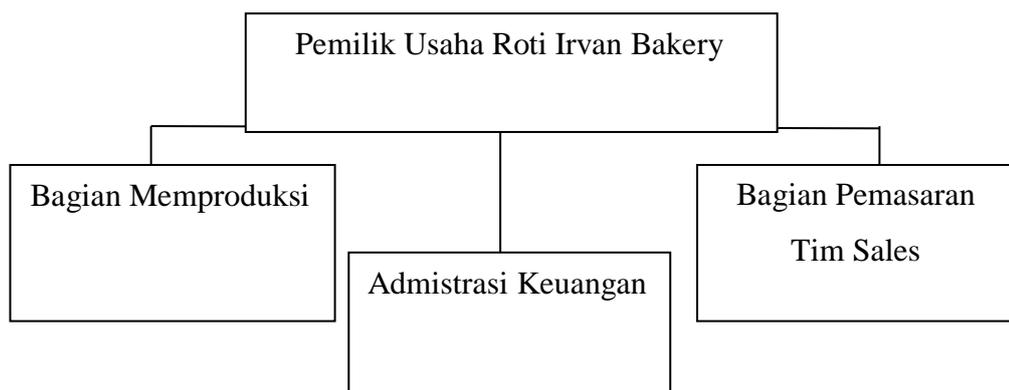
di gudang penyimpanan yang telah ada yang letaknya berdekatan dengan dapur proses produksi agar mudah dalam penggunaannya. Seperti yang dikatakan oleh wahyu selaku Kepala produksi Irvan Bakery sebagai berikut :



**Gambar 4.3 Alur Produksi Roti Irvan Bakery**

Dalam sebuah perusahaan tentunya menginginkan perusahaannya tetap berkembang dengan baik. Untuk itu setiap perusahaan harus memiliki struktur organisasi yang baik. adapun struktur organisasi di Irvan Bakery sebagai berikut:

#### **Struktur Organisasi Pabrik Irvan Bakery**



**Gambar 4.4 Struktur Organisasi Irvan Bakery**

Adapun struktur dari Irvan Bakery dimana Pemilik bertugas untuk membeli kedelai, mengawasi jalannya proses produksi dan ikut kerja dan melayani pembeli, istri pemilik juga ikut membantu dalam keuangan. Pemilik

memiliki 12 karyawan, enam orang karyawan bertugas memproduksi Roti tersebut, yaitu satu orang membuat atau meracik bahan adonan Roti, satu orang menggiling adonan Roti, tiga orang membuat adonan Roti menjadi bentuk Roti sesuai yang ingin dibuat dan mereka yang memberikan isian pada Roti-roti tersebut, dan 1 orang yang dibagian mengoven/ memanggang Roti yang telah dibuat. selanjutnya terdapat tiga orang yang bertugas mengemas/ mempacking, mereka membungkus semua Roti yang sudah di produksi, dan yang terakhir sales yaitu bertugas memasarkan produksi Roti tersebut kepada konsumen, Adapun struktur organisasi Irvan Bakery sebagai berikut

## 2. Harga

Harga adalah sejumlah uang dan atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang lain yang disertai dengan pemberian jasa. untuk harga Roti Irvan Bakery berkisar 1 Pak Roti isi 10 bungkus seharga Rp. 8.000. Penentuan tingkat harga sangat menentukan keberhasilan sebuah bisnis. Harga yang ditetapkan sesuai dengan harga pasar yang berlaku apabila harga pasar naik maka harga produk nya juga naik, tetapi harga yang ditetapkan di Industri Roti Irvan Bakery ini tidak jauh tinggi dari harga bahan Produkasinya, Berikut gambaran Biaya Produksi Roti Irvan Bakery dari hasil wawancara peneliti ke pemilik sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Biaya Produksi Pabrik Irvan Bakery**

• Biaya tidak tetap			
Tepung Terigu	Rp 72.000.000		
Gula	Rp 108.000.000		
Mentega	Rp 48.600.000		
Pengembang/Pelembut	Rp 15.660.000		
Roti	Rp 20.400.000		
Listrik	Rp 5.400.000		
Gas	Rp 80.000.000		
Pelastik Pembungkus	Rp 3.000.000		
Biaya lainnya			
<b>Total biaya tidak tetap</b>		Rp 352.460.000	
Biaya tetap			
Mesin Adonan (2 buah)	Rp 15.000.000		
Mesin Pencampur Selai	Rp 5.000.000		
Mesin Oven	Rp 35.000.000		
Mesin Roling	Rp 15.000.000		
Mesin Pres	Rp 7.000.000		
Mesin Pemotong Roti	Rp 9.000.000		
<b>Total biaya tetap</b>		Rp 86.000.000	
<b>Prive(pengambalian pribadi)</b>			Rp 10.000.000(+ )
<b>Total biaya</b>			<b>Rp 438.460.000</b>

Sumber Data Primer 2022

Jadi, dari hasil perhitungan diatas untuk jumlah biaya produksi usaha ini adalah **Rp438.460.000** per satu tahun, dan untuk Harga pokok produksi yaitu untuk 1 Pak Roti isi 10 bungkus seharga Rp. 8.000.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Irvan Bakery itu belum sepenuhnya signifikanterkait dengan keuangannya karena terkendala waktu menganalis dan pemberian data yang tidak termenejemenkan dengan baik oleh pemilik usaha.ini merupakan salah satu penghmbat dindustri ini memanjemenkan keuangan. Dari hasil analisis peneliti mengenai pendapatan arus kas untuk 1(satu) tahun,dan jumlah pengeluaran total biaya produksi sehinggah menghasilkan labar bersih Industri Roti Irvan Bakery yaitu :

**Tabel 4.3**

<b>Penerimaan Kas Irvan Bakery</b>	
<b>Keterangan</b>	<b>Rp (Rupiah)</b>
Penjualan Roti per 1 Tahun	Rp. 424.000.000
Penjualan Olahan Limbah Roti	Rp. 45.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>Rp. 469.000.000</b>
Pengeluaran kas sebulan	Rp. 120.000.000
Pengeluaran satu hari	Rp. 4.500.000
Pengeluaran kas 1 Tahun	Rp. 100.320.000
Total Biaya Tidak Tetap	Rp. 281.900.000
Total Biaya Tetap	Rp. 86.000.000
Jumlah total biaya produksi	Rp. 367. 900.000
<b>Laba Bersih</b>	<b>Rp. 101.100.000</b>

Data Primer 2021

Jadi hasil perhitungan yang diperoleh dalam biaya produksi dari laba rugi mendapatkan laba bersih pada tahun 2021 mendapatkan keuntungan sekitar **Rp.101,100.000.**

**Tabel 4.4**

<b>Penerimaan Kas Irvan Bakery</b>	
<b>Keterangan</b>	<b>Rp (Rupiah)</b>
Penjualan Roti per 1 Tahun	Rp. 550.000.000
Penjualan Olahan Limbah Roti	Rp. 50.000.000
<b>TOTAL</b>	Rp. 600.000.000
Pengeluaran kas sebulan	Rp. 150.000.000
Pengeluaran satu hari	Rp. 5.000.000
Pengeluaran kas 1 Tahun	Rp. 385.720.000
Total Biaya Tidak Tetap	Rp. 352.460.000
Total Biaya Tetap	Rp. 86.000.000
Jumlah total biaya produksi	Rp. 438. 460.000
<b>Laba Bersih</b>	Rp. 161.540.000

Data Primer 2022

Jadi, dari hasil laba rugi diatas pemilik usaha Roti ini mendapatkan laba bersih sebesar Rp. **161.540.000**per satu tahunnya.Menurut peneliti dengan keuntungan yang sudah diterangkan lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga Bapak Mahfudz.

### 3. Place (Tempat)

*Place*/tempat mengacu pada lokasi dimana konsumen dapat menemukan, menggunakan, mengakses atau membeli produk yang disediakan. Tempat konsumen dapat membeli produk roti ini yaitu dapat langsung di beli di pabrik

yaitu di Industri Roti Irvan Bakery yang alamatnya di Jalan Chairil Anwar lorong. Hj. Lamarundu, Desa Mataiwoi, Wua-Wua, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. (Samping Kantor Lurah Mataiwoi). Dapat juga di beli di warung-warung di sekitar kendari, Unaaha sekitarnya, Konsel, konut, kolaka.

#### 4. Promotion (promosi)

Pendistribusian merupakan kegiatan pemasaran untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Adapun distribusi yang dilakukan oleh perusahaan roti “Irvan Bakery” adalah sebagai berikut :

##### ***Perusahaan Roti Irvan Bakery - Sales - Toko pegecer – Konsumen***

Untuk saluran distribusi Irvan Bakery melakukan penjualan lebih besar diluar kota kendari seperi Kolaka, konut Asera, Unnaha, Bombana dan Konsel menggunakan beberapa sales untuk pengantaran dan sebagian penjualan besar juga ada dikendari, Promosi yang dilakukan yaitu door to door yaitu dengan cara menawarkan produk langsung ke toko-toko dan warung-warung yang dilakukan oleh sales. Tetapi ada juga yang langsung datanag ke pabrik langsung untk membeinya. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar dapat lebih mengenal reaksi pelanggan sehingga perusahaan dapat menentukan pelanggan yang akan dituju.

Dalam hal ini pula dalam melakukan promosi untuk mengetahui sejauh mana promosi dari irvan bakery. peneliti meminta beberapa responden dalam menelitian berjumlah sebanyak 11 orang, dengan klasifikasi manajer 1 orang,

karyawan 5 orang, dan konsumen sebanyak 5 orang. Data dikumpulkan dengan wawancara dan observasi.

**Tabel 4.4**  
**Profil Responden**

<b>karakteristik Responden</b>		<b>JumlahPer(Orang)</b>	<b>Presentase</b>
Status	Owner	1	9%
	Karyawan	5	45%
	Konsumen	5	45%
kelompok Umur	17-24	3	27%
	25-30	4	36%
	33-41	3	27%
	>41	1	9%
Jenis Kelamin	laki-laki	5	45%
	Perempuan	6	55%

Sumber Data Primer 2023

Berdasarkan Profil tersebut mayoritas responden menjadi pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tetap loyal terhadap Irvan Bakery. Mengingat saat ini banyak sekali bermunculan usaha sejenis. Untuk lebih mendapat gambaran alasan konsumen tersebut membeli produk Roti Irvan Bakery adalah sebagai berikut : Rekapitulasi jumlah konsumen tentang alasan memilih produk Irvan Bakery

<b>Alasan</b>	<b>Jumlah</b>
Rasa Enak	11
Harga Terjangkau	8
Dekat	4
Pelayanan Ramah	11

Sumber Data Primer 2023

Adapun sistem distribusi dan pemasaran pada Irvan Bakery ini dimana Setelah melakukan proses produksi dan menghasilkan produk Roti Irvan, kegiatan selanjutnya adalah pemasaran. Tujuannya agar memasarkan produk

untuk dikonsumsi oleh konsumen sehingga kelangsungan dan kelancaran perusahaan dalam melakukan kegiatannya dapat berlangsung terus – menerus.

Pemasaran sangat penting bagi suatu perusahaan, sebab berhasil tidaknya pemasaran akan menentukan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Dalam melakukan aktifitas pemasaran pabrik Irvan Bakery dilakukan dengan cara langsung dan tidak langsung, yaitu dengan langsung menawarkan produknya kepada konsumen melalui display produk yang ada langsung dari pabrik Irvan Bakery dan memasarkan produk dilakukan oleh pihak kedua yaitu agen sales, yaitu dengan menjalin kerja sama dengan outlet toko-toko dan warung-warung sekitar daerah kendari sebagian kecil dan sebagian besar berada diluar kendari seperti konut, unaaha, konawe selatan, kolaka dan paling jauh di sulawesi Tengah.

Citra ada kalanya bernilai positif namun juga ada kalanya bernilai negatif, hal tersebut tergantung oleh respon masyarakat terhadap rangsangan yang diberikan oleh perusahaan. Menurut Bapak Mahfudz Akbar mengungkapkan bahwa :

“untuk pandangan konsumen di perusahaan saya untuk wilayah kami cukup baik, karena lokasi yang berdekatan dengan pemukiman warga yah tapi kembali lagi tergantung bagaimana konsumen menilainya pasti ada merasa positif dengan adanya pabrik kami disini maupun dari sisi negatif.”(Bapak Mahfudz Akbar. Wawancara 24 Februari 2023)

Karyawan Irvan Bakery bernama Kevin Selaku Sales mengungkapkan mengenai Citra Perusahaan di Pabrik Irvan Bakery :

“untuk Citra dipabrik tempat ini sudah baik,karena pemasaran Roti ini sampai diluar kota kendari seperti Asera bahkan paling jauh di Sulawesi Tengah.”(Kevin. Wawancara 25 Februari 2023)

Selain kevin karyawan Irvan Bakery kak wahyu mengenai Citra

perusahaan mengungkapkan bahwa :

“saya rasa sudah baik sekali, karena pabrik Irvan ini sudah berjalan 16 tahun lebih dimana saat itu awalnya kerupuk dan jipang, dan tahun 2014 saya yang dipercaya oleh bapak Mahfudz untuk membantu produksi rotinya pertama kali bisa dibilang saya ini chefnya dari pabrik ini masih berada di THR industri kecil rumahan sampe pindah di Wua-wua menjadi pabrik yang omset penjualanya besar yah, jadi saya rasa tidak diragukan lagi mengenai pandangan masyarakat mengenai pabrik (perusahaan) ini, karena selain rasanya enak kebanyakan distributor meminta untuk memesan Roti-roti kami dan kebanyakan masyarakat daerah sini pasti belinya langsung dipabrik kami, selain itu juga pasti pelayanan disini sangat ramah sekali.”(Wahyu. Wawancara 25 Februari 2023)

Pabrik Irvan Bakery selain produk membangun citra perusahaan dengan melibatkan pelanggan, karena dari persepsi pelangganlah yang nantinya akan menjadi evaluasi perusahaan supaya akan diperbaiki lagi dan mempertahankan citra perusahaan yang sudah ada Pabrik Irvan Bakery sudah menyerahkan sepenuhnya citra perusahaan kepada masyarakat, karena masyarakatlah yang dapat menilai bagaimana persepsi atau gambaran Irvan Bakery serta diimbangi dengan usaha dari perusahaan untuk membangun citranya kearah lebih baik. Banyak perusahaan yang sukses menjual produknya karena memiliki citra yang baik sehingga menarik pelanggan untuk membeli produknya. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Lestari selaku konsumen yang saya temui pada saat membeli langsung Roti di irvan Bakery menerangkan bahwa :

“untuk citra atau padangan saya yah mengenai industri Roti yang sudah bertahun-tahun mengomsumsi Roti yang ada didaerah sini sudah baik dalam produksinya karena rasanya enak.”(Ibu Lestari. Wawancara 25 Februari 2023)

Dalam menciptakan keunggulan kompetitif melalui Corporate Image (Citra Perusahaan) akan timbul dari perspepsi seseorang ketika mengalami suatu perasaan merasa puas dalam diri seseorang tersebut, biasanya akan

menimbulkan pada tahapan kesan yang dilakukan pada saat pertama, pengalaman perusahaan yang bergerak dibidang makanan sangat tergantung pada kualitas produk yang diberikan oleh setiap perusahaan itu sendiri, selama ini pemberian pelayanan dibidang perusahaan makanan masing-masing mempertahankan citranya dengan cara melakukan manajemen secara menyeluruh pada pihak intern perusahaan, serta melakukan peluncuran inovasi produk yang menarik perhatian setiap masyarakat sesuai kebutuhan.

**c Factory visit untuk kalangan pelajar dan Mahasiswa untuk pembuatan Roti**

Mengadakan vactory visit ke pabriknya agar anak-anak bisa belajar bagaimana membuat Roti dimana roti merupakan salah makanan yang cocok sebagai cemilan itu sendiri. Hal ini dilakukan pemilik agar anak-anak mengetahui bagaimana melihat proses pembuatan roti dengan berbagai bentuk roti sesuai yang diinginkan hal ini dapat menambah kreatifitas pelajar dalam membangun kreatifitas melalui makanan yakni roti dan harapanya adalah anak-anak bisa belajar berbisnis dimulai sejak dini. Hal ini telah diungkapkan oleh Pak Mahfudz Akbar yaitu:

“Upaya perusahaan dalam membangun citra yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah bagi pembeli, memberikan bonus bagi pembeli yang sudah berlangganan sejak lama, membuka pembelajaran pembuatan jenang bagi para pelajar dan mahasiswa untuk berkunjung atau factory visit di pabrik kami dalam pembuatan Roti ini sendiri dek.”(Mahfudz Akbar Wawancaea, 25 Februari)

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi persaingan bisnis diperlukan suatu strategi. Dalam sebuah persaingan, strategi kemenangan adalah segalanya. Namun perlu didasarkan pada suatu pemikiran

bahwa suatu strategi perlu terdapat konsep, kerangka kerja, dan teknik yang dapat digunakan untuk menyusun dan menjalankan strategi secara efektif. Keunggulan kompetitif dapat diciptakan melalui strategi Corporate Image pada perusahaan. Pembentukan strategi corporate image di Irvan Bakery dengan menerapkan inovasi rasa, penerapan bauran pemasaran untuk mengetahui keadaan pasar, dan mengadakan vactory visit.

#### **4.2.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Corporate Image dalam Pemasaran upaya menciptakan keunggulan bersaing**

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik perusahaan, karyawan, dan beberapa konsumen peneliti mendapatkan keterangan mengenai apa saja faktor-faktor pendukung strategi corporate image dalam menciptakan keunggulan bersaing sebagai berikut :

##### **1). Faktor Pendukung**

Ada beberapa faktor pendukung strategi corporate image atau citra perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing yang ada dipabrik Irvan Bakery yang peneliti dapatkan berikut pemaparannya :

##### **1. konsisten dalam memberikan pelayanan terbaik**

Persaingan bisnis yang semakin ketat dibidang industri makanan tentu membuat pabrik irvan bakery tidak getar dengan konsintensi memenangkan persaingan dengan memberikan kepuasan dan pelayanan terbaik melalui citra perusahaan dan kualitas produk yang baik dan harga terjangkau, sumber daya yang kompeten, dan tampilan fisik yang memberikan kenyamanan bagi para konsumen, dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan diharapkan konsumen akan melakukan pembelian secara berulang-ulang sehinggat omset

penjualan perusahaan semakin meningkat, Roti Irvan Bakery juga harus mempertahankan kualitas pelayanannya yang memuaskan karena pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting, konsumen yang dilayani dengan hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh pemiliknya langsung :

“cara mempertahankan kualitas produk atau citra perusahaan dipabrik saya (Irvan Bakery) dengan menjaga kualitas roti-roti yang sejak dulu tidak berubah dan sedikit perubahan rasa saja karena mengikuti era modern ini tanpa menghilangkan rasa yang sudah itu aja”.(Bapak Mahfudz Akbar. Wawancara, 24 Februari 2023)

Selain itu Bapak Hartono selaku konsumen juga mengungkapkan bagaimana Irvan Bakery membelikan pelayanan terbaik :

“ya, pelayanan sudah baik dan ramah dari pemilik dan karyawan terbukti banyak konsumen yang membeli Roti disini.”(Hartono, Wawancara 25 Februari 2023).

## 2. Mengembangkan Inovasi Produk dan Rasa

Menghadapi persaingan yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk mencari solusi baru dalam strategi perusahaan demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, khususnya dalam hal pengembangan produk inovasi perlu dikembangkan dan dilakukan, tanpa inovasi perusahaan akan mati sebaliknya perusahaan yang melakukan inovasi secara terus-menerus akan dapat mendominasi pasar, dengan kreatifitas, model dan penampilan produk yang baru. Strategi inovasi ini sangat ditentukan oleh kebutuhan konsumen dan trend masa sekarang, sehingga konsumen tidak bosan akan produk yang dihasilkan.

Produk pada Roti Irvan Bakery berbeda dengan toko roti yang lainnya karena menekankan pada mutu kualitas dan pengembangan produknya dari segi desain, rasa dan variasinya agar tetap menjadi ciri khas dari produk yang

dihasilkan sehingga mampu menarik minat konsumen dan mempertahankan pelanggannya. Itulah yang membuat Roti Irvan masih dapat menjaga keberlangsungan hidup usahanya hingga saat ini akan tetapi inovasi disini tidak lepas dari cita rasa yang sudah dibuat oleh pabrik ini dari tahun ke tahun dengan mengatasi rasa kebosanan roti pada versi rasa yang itu-itu saja seperti yang diungkapkan oleh bapak Mahfudz selaku pemilik berikut :

“keistimewaan rasa dari produk yang dipabrik saya ini adalah rata-rata yang beli disini itu bilang enak karena tekstur yang lembut berbagai varian rasa cukup memuaskan dan komposisi dari tahun ke tahun saya jaga Cuma sedikit perbedaan, maka rasanya yah enak menurut konsumen.”(Bapak Mahfudz Akbar, 24 Februari 2023).

### 3. Sumber daya manusia Terampil

Irvan Bakery mempunyai sumber daya manusia yang terampil hal ini dikarenakan karyawan tidak hanya mendiami satu tempat saat saja sesuai bidangnya tetapi karyawan disini diunjuk tau semua bagaimana cara memproduksinya, membuat, dan mengemas berbagai jenis Roti dari Roti kecil seribuan dan Roti-Roti besar, dan Irvan Bakery melihat dan menilai bagaimana karyawan berinteraksi dengan konsumen, mengetahui nama-nama alat, memiliki karyawan yang terampil disetiap bidangnya dan mampu melayani konsumen dengan baik.hal ini terbukti dengan lamanya bekerja seorang karyawan Irvan Bakery yaitu :

“saya sudah bekerja di Irvan Bakery disini dari 2014 kurang lebih 10 tahun dimana saya mengikuti bapak dari pabrik perusahaan ini masih kecil sampe omset penjualanya cukup besar.”(Wahyu Wawancara 25 Februari 2023)

### 4. Keunggulan produk

Keunggulan dari pemasaran Irvan Bakery yaitu produk roti yang dimana pembuatanya sangat higienis dan bersih dengan bukti pabrik Irvan Bakery

mempunyai sertifikat laik penyehatan dari dinas kesehatan kota kendari dan dinyatakan bahwa industri dinyatakan laik sehat dan juga bahanya tidak mengandung bahan kimia, yang digunakan hanyalah bahan-bahan alami, itulah konsumen dari luar, dan masyarakat sekitar pabrik Irvan Bakery. Dan Irvan Bakery ini juga memberikan harga yang lebih murah, keunggulan disini juga memberikan kesempatan bagi masyarakat yang ada disekitar pabrik yang tidak mempunyai pekerjaan seperti Ibu rumah tangga bisa ikut bergabung ikut serta dalam memproduksi sehingga mendapatkan gaji juga inilah salah satu keunggulan meningkatkan sumber daya manusia yang ada di sekitar Irvan Bakery. hal ini diungkapkan ibu Ani selaku karyawan sebagai berikut :

“rumah saya tepat dibelakang pabrik ini ketika saya mendapat info kalo pabrik ini membutuhkan saya langsung ikut mau kerja karena dirumah juga nda ada dibikin daripada menggosip sama tetangga mending disini kerja tidak terlalu berat dan bisa kontrol rumah juga.”(ibu Ani.Wawancara 25 Februari 2023)

Hal lain juga diungkapkan oleh pemilik pabrik :

“ya itu tadi dek, saya suda jelaskan dengan mempertahankan kualitas untuk keunggulan produk dipabrik ini InsyaAllah amanah dan tidak mengecewakan keinginan para pelanggan. Roti yang kami sajikan sesuai standar yang dijual, bahkan dibilang produk ini halal dan juga bersih.”(Mahfudz Akbar. Wawancara 24 Februari 2023)

Tampilan produk harus dibuat semenarik mungkin, agar konsumen merasa puas dengan apa yang telah dia beli. Karena dengan tampilan produk yang memiliki ciri khas tersendiri maka dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi konsumen ketika akan membeli produk tersebut. Tampilan produk harus dibuat sebagus mungkin. Hal ini juga diungkapkan oleh ibu dewi selaku konsumen di Irvan Bakery mengenai tampilan produk sebagai berikut

“selama ini saya belum pernah mengalami complain terhadap tampilan

produk bahkan produk yang dijual disini sudah sesuai keinginan dari segi tekstur dan rasa.”(Ibu Dewi. Wawancara 25 Februari 2023)

## **2) Faktor Penghambat**

Kemampuan manusia itu terbatas, ada manusia yang ingin menuntut apa yang dia mau harus tercapai, tapi kadang kita lupa bahwa menuntut segala sesuatu pasti ada hambatan-hambatan dalam proses pencapaiannya, menetapkan strategi corporate image dalam membangun citra perusahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing yang ada dipabrik roti Irvan Bakery terdapat beberapa hambatan-hambatan dan permasalahan dalam mencapai keinginannya, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa faktor penghambat strategi citra peusahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing sebagai berikut :

### **1. Persaingan yang semakin ketat dengan Pabrik Roti lainnya**

Dalam industri bakery atau roti dari tahun ke tahun semakin meningkat terbukti dengan banyaknya pabrik-pabrik baru yang hadir hal Sebagai kompetitor yang sama-sama memproduksi roti tentu pesaingan semakin ketat, Irvan Bakery harus berupaya lebih keras lagi agar tidak kalah dipasaran. Banyaknya jumlah produsen roti baik yang berskala lokal maupun nasional menunjukan ketatnya persaingan yang ada dalam industri ini. Dari faktor penghambat disini telah diungkapkan bahwa bapak Mahfud Akbar beserta karyawannya yang mengungkapkan bahwa faktor penghambat disini adalah “

“kalo ditanya penghambat yang ada disini untuk industri yang ada disekitar pabrik kan ada yah ada beberapa disini dan menurut saya kurangnya kekompakan dengan industri lain dalam artian misalnya kita kekurangan ini bisa kita ambil dulu dan sebaliknya kalo mereka kekurangan kita bantu akan tetapi karena kurangnya kekompakan karena ingin bersaing satu sama lain jadi itu salah satu hambatan seharusnya kalo ada kerja sama antar industri lebih

memudahkan menjualnya dipasar.”(Mahfudz Akbar. Wawancara 24 februari 2023)

Hal ini juga diungkapkan oleh sales sebagai berikut :

“kita selaku sales yang biasa mengantar langsung dipasar dan mencari konsumen kurang bisa melobi maka roti yang belum biasa ditaruh dipasar, kerana itu tadi persaingan di industri ini sangat banyak dek.”( Kevin, Wawancara 25 Februari 2023)

## 2. Kenaikan bahan baku yang tidak menentu

Bagi para pelaku pasar sangat menentukan saluran distribusi pemasok untuk melakukan penjualan lebih luas, dalam halnya kenaikan bahan baku yang langka, berikut wawancara kepada Bapak Mahfudz Akbar selaku pemilik sebagai berikut :

“kenaikan bahan baku dari tahun ke tahun tidak menentu ada turun dan naiknya juga, tapi akhir-akhir ini harga bahan baku seperti terigu dll. semakin meningkat apalagi pada saat covid 19 itu dalam sebulan bisa naik 3 kali lipat dan untuk sekarang kalo faktor penghambat yah ini kenaikan bahan baku ini saja dimana pengeluaran lebih besar dari pemasukan.”(Bapak Mahfudz Akbar. Wawancara 24 februari 2023)

Hal lain juga diungkapkan oleh Wahyu bagian produksi sebagai berikut :

“diusaha seperti ini telur itu sangat dibutuhkan dalam jumlah banyak tapi dengan kenaikan harga bahan baku, kami kebingungan untuk menaikkan harga jual ke konsumen.”(Wahyu Wawancara.25 februari 2023)

## 3. Situasi dan kondisi di Industri Pabrik Roti Irvan Bakery

Dan mengenai sistem informasi masih dikerjakan dengan manual, dan juga yang sudah tekomputerisasi. Penggunaan sistem informasi perusahaan, sampai sekarang masih terbatas pada penggunaan sistem manual, menggunakan pencatatan secara manual yang belum terkomputerisasi. Hal ini dirasa menjadi kekurangan karena kurang efisien. kurangnya inovasi dan pengembangan produk perusahaan. Selama ini produk perusahaan dirasa sedikit kurang menerapkan inovasi di dalam, produk yang monoton dan kurangnya

pengembangan dirasa menjadi salah satu kelemahan perusahaan seperti yang diungkapkan oleh pemilik sebagai berikut :

“untuk rasa pasti kami dalam proses menaturalisasikan atau penambahan rasa dan berangsur-angsur dan itu sedang diproses lagi.”( Mahfudz Akbar Wawancara. 24 Februari 2023)

Hal lain juga diungkapkan ibu dwi selaku konsumen sebagai berikut :

“dari banyaknya rasa yah saya rasa pabrik ini bisa menambah lagi supaya pembeli seperti saya tidak akan bosan dengan rasa yang itu-itu saja.” (Ibu Dwi Wawancara.25 Februari 2023)

### **3) Solusi Permasalahan**

Adanya faktor-faktor yang mendukung strategi citra perusahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing diharapkan berjalan dengan lancar sesuai tujuan perusahaan. Sedangkan faktor-faktor penghambat harus dicari solusinya. Berikut solusi untuk mengatasi faktor penghambat strategi corporate image dalam pemasaran upaya menciptakan keunggulan bersaing diantaranya yaitu:

#### **a. Melakukan perencanaan untuk mengatasi persaingan**

Saat ini usaha Toko Roti Irvan belum memiliki perencanaan tertulis baik untuk jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang. Hal ini terlihat dari belum adanya pernyataan visi, misi, dan tujuan perusahaan yang dirumuskan secara tertulis, jelas, dan spesifik. Walaupun demikian, kondisi ini tidak mempengaruhi pemilik Toko Roti Irvan Bakery untuk mengembangkan usahanya. Hal ini terlihat dari keputusan yang diambil oleh pemilik Toko Roti Irvan Bakery pada saat akan meningkatkan produksi rotinya, memperhatikan permintaan pasar terhadap produk Toko Roti Irvan Bakery ataupun membuka kerjasama konsinyasi dengan perusahaan retail yang baru, maka dilakukan peningkatan produksi roti. dari solusi diatas peneliti melakukan wawancara

kepada pemilik sebagai berikut :

“ solusi dari menghadapi persaingan dengan kami mengadakan tim pemasar,dengan juga kami melakukan kontribusi lebih besar menjual diluar kota kendari dengan menghindari beberapa persaingan disini pabrik yang ada disini.”(Mahfudz Akbar Wawancara, 24 Februari 2023)

b. Pengendalian bahan baku

khususnya dalam hal pengadaan bahan baku dan pengolahan. Pengendalian dalam hal pengadaan bahan baku penting dilakukan karena terkait dengan proses pembuatan roti sehingga kontinuitas pembuatan roti tetap terjaga. Sama halnya dengan pengadaan bahan baku, pengendalian dalam pengolahan juga penting dilakukan karena terkait dengan kualitas atau mutu roti yang dihasilkan. hal ini disampaikan oleh karyawan yang bagian produksi sebagai berikut :

“ kendala bahan baku biasa jadi penghambat karena kenaikan dipasar yang kadang naik da turun adapun naik solusinya kita memproduksi produk sesuai dengan berapa bahan baku yang biasa dipake dulu dan biasanya juga kita minta kepabrik lain dulu bahan yang kita butuhkan dulu nanti kita ganti dan ketika mereka membutuhkan dan kalo ada yah kita bantu juga timbal balik.”(Wahyu Wawancara. 25 Februari 2023)

c. Memperbaiki situasi dan kondisi teknologi Industri

Penggunaan informasi agar lebih terkomputerisasi melihat kondisi irvan bakery yang masih sebagian menggunakan manual solusinya dalam hal ini seharusnya lebih menyeluruh walaupun sudah dibilang sudah sukses menjalankan usahanya tanpa mengendalikan komputerisasi tetapi perlu dengan ini agar bisa mengetahui keuangan dilakukan oleh pemilik dengan

melakukan evaluasi bulanan untuk laporan keuangan agar lebih tersistematik dan terstruktur seperti yang diungkapkan oleh pemilik sebagai berikut :

“untuk teknologi atau penggunaan komputer lagi bertahap juga yah dek karena saya tidak mengerti begituan jujur hanya berdasarkan pengalaman sampai saya ditahap ini tapi karena jaman sekarang yang semakin canggih kita mengikuti perkembangan zaman tetapi tidak lupa dengan cara yang kami lakukan dahulu.”(Mahfudz Akbar. Wawancara 22 Februari 2023)

#### **4.1.1.1. Penerapan strategi Corporate image dalam Pemasaran sebagai upaya menciptakan keunggulan bersaing berdasarkan perpektif ekonomi syariah**

Kunci meraih suatu keunggulan adalah kesetiaan pelanggan, perlu dicatat bahwa citra perusahaan adalah faktor paling dominan menciptakan pelanggan Kesetiaan pelanggan berdikasi dengan keberhasilan strategi citra perusahaan ditemukan jika perusahaan memiliki ketertarikan relatif dalam citranya yaitu perusahaan berbeda secara signifikan dari perusahaan lain dalam industri yang sama.

Para pengusaha harus mengedepankan sifat penjual yang baik hal ini juga bagaimana dalam islam juga menerangkan pentingnya beretika dalam berbisnis dimana seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komitmen dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis merujuk kepada al-Qur'an dan Hadist. disamping itu masih banyak sifat lain yang dituntut oleh pembeli, seperti cepat dan terampil dalam melayani, informatif bersahabat, tidak memperlihatkan rasa kesal atau sabar dan sebagainya, sebagai salah satu usaha maka Irvan Bakery menerapkan

keunggulan bersaing yang mencerminkan bisnis yang baik yang sesuai dengan syariah sebagai berikut :

A. Kepercayaan, Kejujuran dan Amanah

Kepercayaan, jujur dan amanah dalam berdagang misalnya tidak mengurangi timbangan serta memberikan informasi yang benar mengenai kelebihan dan kekurangan barang yang dijual. kejujuran dalam berdagang tentu akan menciptakan kepercayaan dari pihak pembeli sehingga mereka akan merasa senang dan yakin untuk membeli. dalam hal ini meyakinkan pembeli, pemasar Irvan Bakery harus memperkecil kekurangan dan kelebihan dalam dagangan tetapi harus mempunyai keterangan dan tidak membohongi pelanggan. Hal ini diungkapkan oleh pak Mahfudz sebagai berikut :

“kejujuran nomor satu di usaha saya dek, saya takut membohongi konsumen karena nanti diakhirat balasanya, amanah dan kepercayaan tentu kita konsisten karena kan di pabrik tentu kami menerapkan titip jual di toko ataupun warung-warung yang berkerja sama dengan kami tentu dengan kepercayaan kami bisa bertahan sampai saat ini.”(Mahfudz Akbar. Wawancara 24 Februari 2023).

B. Saling menghormati sesama marketing

Sikap kerja sama dan menghormati antar pelaku usaha harus adanya sikap saling tolong-menolong menjadi dasar utama agar selalu terciptanya keharmonisan pengusaha dan tidak menjatuhkan satu sama lain. Sebagaimana telah diungkapkan oleh pemilik sebagai berikut :

“ kerja sama sangat pentingya tentunya dalam industri roti karena jika pabrik roti lainya kekurangan logistik pabrik roti lainya bisa membantunya juga jika mempunyai stock yang dibutuhkan lebih maupun kebalikan. Intinya saling menjaga keharmonisan pengusaha sangat penting karena kami percaya Allah akan membantu menyelesaikan permasalahan yang ada didunia ini.”( Mahfudz Akbar Wawancara 24 Februari 2023)

Irvan Bakery sebagai salah satu usaha roti hal ini bahwasanya dalam usaha kita harus memiliki dua tujuan. Yaitu tujuan untuk dunia dan tujuan untuk akhirat. Tujuan akhirat harus kita dahulukan, contoh menyediakan makanan dengan harga murah tapi berkualitas, niat membantu orang lain. Maka dengan otomatis tujuan dunia pun akan tercapai, yakni Allah SWT memberikan omset dan keberkahan

#### **4.3 Pembahasan Penelitian**

Dalam era globalisasi ini persaingan dalam dunia usaha dan bisnis terjadi sangat ketat, baik persaingan dalam industri jasa maupun produk seiring dengan berkembangnya kemajuan teknologi. Menghadapi persaingan tersebut, setiap perusahaan bersaing untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli atau menggunakan produk atau jasanya.

Meskipun ada beberapa kebingungan dalam literatur akademis, antara konsep reputasi perusahaan, citra perusahaan, dan merek perusahaan, namun fokus penelitian ini adalah citra perusahaan karena tidak ada definisi universal diterima saat ini, definisi berikut akan digunakan dalam corporate image atau citra perusahaan adalah estimasi keseluruhan stakeholder kinerja perusahaan dari waktu ke waktu. Sebuah merek perusahaan merupakan simbol yang mencakup seperangkat harapan pelanggan dan memberikan sumber daya berharga untuk perusahaan, berdasarkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Brand image merupakan kesan yang didapat oleh pelanggan dari tingkatan pengetahuan dan pengertian akan sebuah fakta dari produk, orang, atau situasi

(Mamahit, 2015). Brand image menurut Kotler dan Amstrong (2009) ialah suatu keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.

Strategi pembangunan brand image dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dalam menarik minat dan menjaga konsumen lama agar mampu mengingat ciri khas dari produk atau jasa yang dikeluarkan oleh salah satu perusahaan yang digunakan untuk mendorong kesetiaan dan memberi kepercayaan terhadap produk yang digunakan.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dilapangan, peneliti dapat melakukan analisis bahwa banyak fenomena yang terjadi berkaitan dengan perubahan lingkungan bisnis secara global perlu disikapi dengan kritis oleh para pebisnis. Adanya strategi persaingan yang kuat antar perusahaan dapat menyebabkan tereliminasi perusahaan jika tidak mampu bersaing dengan perusahaan yang lain. Dan banyaknya outlet-outlet dan kios dan warung-warung membantu penguasaha dalam bidang bakery dapat menjalankan bisnisnya, Seperti tabel berikut merupakan data bps data jumlah sarana perdagangan menurut jenisnya dikota kendari dari tahun 2018-2021 dan jumlah sarana perdagangan menurut kecamatan dikota kendari 2021 sebagai berikut:

Tabel 4.5

## Jumlah Sarana Perdagangan Menurut Jenisnya di Kota kendari, 2018-2021

Jenis Sarana Perdagangan Type of trading Facilities.	2018	2019	2020	2021
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
pasar / Market	...	12	...	12
toko / store	...	2.486	...	2.727
Kios	...	5.679	...	6.387
Warung	...	7.929	...	8.705
jumlah total	...	16.106	...	17.831

Sumber : Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota kendari/ Trade, Corporate. And UMKM Office Kendari Muncipalty

Tabel 4.6

Jumlah Sarana Perdagangan Menurut Kecamatan di Kota Kendari, 2021  
(Number Of Trading Facilities by sub District In kendari Muncipalty, 2021)

Kecamatan	toko	Kios	Warung
Subditrick	Store	Kiosk	Stall
1	2	3	4
Mandongga	421	769	1013
Baruga	262	688	988
Puwaatu	116	791	938
Kadia	477	501	659
Wua-wua	420	710	907
Poasia	322	612	696
Abeli	71	423	453
Kambuh	223	533	961
Nambo	49	247	309
Kendari	134	582	926
Kendari Barat	222	531	855
jumlah/total	2.727	6.387	8.705

Sumber : Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKN kota kendari/ Trad, Corporate. And UMKM Office Kendari Muncipalty

Dari kedua tabel diatas jumlah sarana perdagangan dikota kendari dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan dari pemasaran sejenisnya dan jumlah sarana perdagangan cukup signifikan sebelumnya ditahun 2019 hanya terdapat 16.106 naik 2x lipat ditahun 2021 sebanyak 17.831 jumlah sarana

perdagangan di Kota Kendari. Dengan demikian perdagangan semakin banyak segmen pasar semakin banyak terbuka persaingan antar industri hal ini juga menjadi kelebihan pasar persaingan sempurna adalah memberikan harga barang secara logis, sesuai dengan penawaran dan permintaan pasar. Sehingga, jenis pasar ini terfokus untuk memproduksi barang dengan efisien.

#### **4.3.1. Analisis Strategi Corporate Image dalam pemasaran upaya menciptakan keunggulan bersaing**

Suatu strategi yang sukses memungkinkan suatu perusahaan untuk menyediakan produk atau jasa yang memiliki nilai dan manfaat lebih kepada pembeli. Citra Perusahaan biasanya berasal dari satu atau lebih aktivitas dalam rantai nilai yang menciptakan nilai unik bagi konsumennya. Proses Citra perusahaan harus dibangun dan memaksimalkan kekuatan elemen citra perusahaan, melalui investasi pada citra perusahaan yang dilakukan terus menerus, perusahaan akan melalui tingka pengembalian pasar dalam pemasaran dalam meraih dalam industri produk yang sama.

Kepercayaan konsumen mendapatkan perhatian yang khusus dari para pelaku bisnis bagaimana melakukan segala upaya membangun kepercayaan agar bisa mendapatkan konsumen. Berusaha melakukan berbagai macam strategi agar konsumen melakukan sebuah bisnis.baik dalam skala kecil maupun skala besar.suatu organisasi mempunyai citra yang kuat jika namanya dikenal luas dan organisasi tersebut mempunyai reputasi yang luar biasa. Citra dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif(selvi normasari, 2013).

Hasil penelitian yang peneliti telah lakukan, menunjukkan bahwa hampir semua parameter penting, dalam strategi Corporate Image dilakukan dengan

baik oleh Irvan Bakery. Adapun hasil penelitian strategi corporate image dalam pemasaran upaya menciptakan keunggulan kompetitif yang dilakukan pada Irvan Bakery yaitu:

**a Inovasi Rasa**

Dalam Industri makanan menciptakan produk untuk berinovasi tidak ada henti-hentinya dimana rasa adalah kesan pertama yang konsumen cari dengan menambah varian rasa akan mengatasi rasa yang itu-itu saja, dalam hal ini Irvan Bakery mengeluarkan sembilan (9) varian rasa dan produk jipang yang dimana ini merupakan produk baru yg dijual dipabrik ini belum lama ini dan menjadi banyak diburu juga oleh konsumen, inilah yang menjadi perusahaan ini tidak dikenal dengan produksi rotinya tetapi juga produk jipang yang dibuat, hal ini membuat Irvan Bakery mampu berinovasi dalam produk yang mereka lakukan.

**b Factory visit untuk kalangan pelajar dan mahasiswa**

Tidak semua perusahaan mengizinkan tempat usahanya untuk dikunjungi. Berbeda halnya dengan Irvan Bakery ini sendiri memberikan peluang bagi pelajar dan mahasiswa yang ingin belajar bisnis sejak kecil dengan mengadakan vactory visit ke pabriknya agar pelajar dan mahasiswa bisa belajar bagaimana membuat Roti. Hal ini dilakukan pemilik agar pemuda zaman sekarang untuk tidak hanya mengetahui membuat roti tetapi juga mendapatkan pengalaman dan pengetahuan terkait bisnis, pabrik ini sangat terbuka untuk mahasiswa yang ingin melakukan magang harapanya adalah bisa belajar berbisnis dimulai sejak dini.

**c Bauran pemasaran (Mix Marketing).**

Sebagai sarana peningkatan segmen pasar Irvan bakery Dalam bauran pemasaran diperlukan beberapa strategi terhadap masing-masing komponen yang terdiri atas product (produk), price (harga), place (tempat atau saluran distribusi). Dan promotion (promosi).

Produk Irvan bakery meliputi berbagai macam bentuk, rasa, dan tekstur roti ada berbagai varian rasa yang bikin konsumen tidak akan merasa bosan dengan rasa itu saja pabrik ini selalu berinovasi dalam mengembangka produk serta menjaga kualitas produknya.

Price (harga) Menurut ada umumnya didasarkan oleh empat pendekatan yaitu antara lain: (1) berdasarkan biaya, yaitu dengan memberikan atau menambahkan suatu “mark up” baku labanya; (2) analisis peluang pokok yaitu penggunaan konsep bagan pulang pokok yang menunjukkan total total biaya dan jumlah pendapatan yang diharapkan pada beberapa tingkat volume penjualan sehingga titik potong antara kedua kurva merupakan volume peluang pokok; (3) berdasarkan perspesi pembeli yaitu melakukan survei untuk harga barang yang sama oleh beberapa penjual yang ditanyakan langsung kepada konsumen; (4) berdasarkan persaingan yaitu penetapan harga dilakukan setelah meneliti harga yang ditetapkan oleh para pesaing dekatnya.(Umar, 1999). Dalam penetapan harga dapat meningkatkan keuntungan dimana semakin tinggi penetapan harga maka semakin tinggi juga keuntungan yang didapatkan oleh penjual atau produsen hal ini Irvan Bakery untuk Harga pokok produksi yaitu untuk 1 Pak Roti isi 10 bungkus seharga Rp. 8.000 harga ini sangat

terjangkau untuk para konsumen.

Place (Tempat saluran Distribusi), Menurut Umar, biasanya hampir sebagian besar perusahaan atau seorang produsen menggunakan perantara pemasaran untuk memasarkan produknya dengan cara membangun suatu saluran distribusisemua produk memiliki saluran untuk menyalurkan lewat konsinyai. Dimana penerimaan dititipkan produk yang ditoko maupun di outlet-outlet untuk meyalurkan produk ini untuk sistem pembayarannya secara tunai untuk outlet-outletnya

Promotion (promosi), kegiatan yang telah dilakukan oleh Irvan Bakery adalah melakukan promosi melalui Sales dalam kerjasamanya ke beberapa toko dan outlet diluar kota kendari, Pemberian potongan harga untuk produk yang akan kadaluarsa juga digunakan guna menarik minat konsumennya. Akan tetapi, terpenting Irvan Bakery untuk menciptakan keunggulan bersaing adalah dengan membangun citra baik perusahaan melalui pengutamaan kualitas rasa dengan harga yang terjangkau.

Adapun langka-langkah untuk menciptkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang guna mengatasi kelemahan dan ancaman yang terjadi.tahap –tahap proses analisis SWOT adalah sebagai berikut :

Indetifikasi faktor intenal dan eksternal Indetifikasi dilakukan guna melihat faktor yang berpengaruh terhadap kemajuan dan perkembangan di industri Irvan Bakery.

- a Faktor Internal adalah faktor yang dimiliki oleh perusahaan yang meliputi faktor kekuatan dan kelemahan yang sangat berpengaruh terhadap citra

perusahaan.

- b Faktor Eksternal, adalah faktor yang mempengaruhi perkembangan Irvan Bakery meliputi peluang dan ancaman.

Lingkungan internal berupa segmentasi pencitraan berdasarkan pada geografik, psikografi dan perilaku, segmentasi demografi berdasarkan segi umur ini bukan pada kalangan tertentu tetapi yang sudah mempunyai identitas kependudukan tidak kemungkinan dari berbagai kalangan agama karena setiap peranan bersifat universal secara umum dapat diterima oleh seluruh masyarakat sesuai dengan misi Irvan Bakery “Menyediakan produk roti yang yang berkualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau yang bersaing Serta memberikan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan”

Positioning menjadikan dasar sebagai Corporate Image (citra perusahaan) yang menjadikan leader memberikan pelayanan memuaskan, meningkatkan kualitas SDM secara maksimal dengan tujuan memperkuat integrasi sesuai dengan misi Irvan Bakery yaitu “Selalu mengutamakan kualitas dan cita rasa yang terbaik, Selalu mengembangkan produk dan mempunyai nilai lebih sehingga bisa bersaing dengan pengusaha Roti lainnya, Menumbuhkan keterampilan dan pengetahuan karyawan guna mencapai performa operasional yang maksimal, Memperluas pemasaran dan saluran distribusi, Memperluas lapangan kerja untuk masyarakat sekitar tempat produksi pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya”.

Adapun lingkungan Eksternal, ada beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya adalah

### 1) Faktor Ekonomi dan Sosial

Berdasarkan aspek sosial dan ekonomi, usahaindustri Pabrik Roti ini telah cukup memberikan kontribusi terhadap kesempatan kerja bagi anggota keluarganya serta masyarakat sekitar lokasi pabrik dan mendapat respon positif dari masyarakat di daerah setempat dan kontribusi terhadap pembangunan fasilitas umum di lingkungan sekitar, serta telah memberikan peningkatan pendapatan bagi diri sendiri dan anggota keluarga dan masyarakat sekitar yang menganggur dan menambah aktivitas ekonomi serta pelanggan yang dari penjual olahan Roti dalam bentuk makanan yang lain.

### 2) Faktor politik dan hukum

Pabrik Roti Irvan Bakery adalah usaha yang dimiliki yaitu badan usaha perusahaan milik sendiri atau perseorangan. Dalam menjalankan aktivitas usaha, pemilik telah mendapatkan izin dari pemerintah, yaitu telah memiliki surat izin dari Walikota Kendari.

### 3) Faktor Teknologi

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan dipicu oleh semakin canggihnya peralatan teknologi informasi perusahaan, pencarian dan penerapan konsep dan strategi bisnis baru telah menjadi sesuatu yang lazim dilakukan. Upaya terus dilaksanakan agar suatu organisasi bisnis mampu memenangkan persaingan atau mempertahankan kompetitif maupun keunggulan kompetitif atas kompetitornya, Keberhasilan menggunakan dan mengelola sumber daya informasi, mempunyai arti penting bagi sebuah perusahaan untuk beroperasi dan berkompetensi dengan perusahaan yang lain.

#### 4) Faktor Lingkungan

Sampai saat ini tidak ada isu-isu yang berarti terkait dengan lingkungan sekitar perusahaan, terutama lingkungan tempat berdirinya perusahaan. Perusahaan didirikan di sebuah lingkungan yang letaknya tidak terlalu dekat dengan pusat kota atau permukiman penduduk. Perusahaan juga membina hubungan baik dengan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan berdiri dengan cara mempekerjakan beberapa penduduk lokal sebagai tenaga kerja di perusahaan terutama di bagian keamanan demi mencegah hal-hal yang tidak diinginkan. Berikut adalah indentifikasi Faktor Internal yaitu kekuatan, kelemahan, dan Faktor Eksternal yaitu peluang dan Ancaman dalam pengembangan Pabrik Roti Irvan Bakery :

**Tabel 4.7**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
Kondisi keuangan	Modal besar	-
SDM	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ke tersediaan tenaga kerja Kemampuan pemilik dan tenaga kerja dalam penggunaan teknologi.</li> </ul>	
Pemasaran	Roti berkualitas Hasil produks sesuai permintaan	Kurangnya transportasi untuk pengantaran
Produksi	Proses produksi mudah	<b>Tidak ada kelemahan</b>
Manajemen	<b>Tidak ada kekuatan</b>	Kurangnya manajaemen pada pengelola usaha Belum mampu mengelola keuangan dengan baik.
<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
Kondisi Ekonomi dan sosial	Bahan baku mudah didapat Hubungan dekat dengan	Kenaikan harga bahan baku dan

	stakeholder Limbah roti dimanfaatkan	Kecemburuan sosial
Politik dan Hukum	Sudah ada perahitian pamerintah, terhadap pengembangan usaha dari segi pembinaan dan surat lengkap	<b>Tidak ada Ancaman</b>
Teknologi	Mesin dan alat teknologi lengkap	<b>Tidak ada Ancaman</b>
Persaingan	<b>Tidak ada Peluang</b>	Adanya pesaing Tidak kompak antar pabrik

1. Indentifikasi Faktor Internal Strength (kekuatan) dan Weakness (kelemahan) di pabrik Roti Irvan Bakery sebagai berikut :

a Strenght ( kekuatan ), dalam pencitraan perusahaan pembentukan citra peusahaan itu sendiri, yang dari tahun ke tahun diakui oleh masyarakat luas. Sehingga mudah untuk mengenalkan dan mengembangkan citra perusahaan Irvan Bakery, memberikan layanan terhadap produksi roti dengan kualitas cukup baik,Bahan baku 100 persen dari bahan yang halal dan sehat, karena ada pengusaha dari daerah lain yang menggunakan bahan baku yang tidak baik untuk kesehatan seperti menggunakan bahan pengawet.Untuk membangun perusahaan ini cukup banyak memakan modal tapi hal ini pemilik menggunakan dana pribadi dalam membangun usahanya permodalan yang kuat tentunya mengakibatkan usaha roti ini biasa berkembang. Dalam hasil produksnya punselalu ada stok untuk hari-hari berikutnya dilakukan agar setiap hari pengusaha mampu mencukupi kebutuhan konsumen dankepercayaan dari pelanggan tetap terjaga sehingga tidak berpindah ke

tempat lain. Dengan proses produksi yang mudah yaitu mulai dari pencampuran tepung dengan bahan lain, mencetak roti, menunggu roti mengembang hingga pemanggangan dan siap untuk dijual ke pasar, Dalam segi kemampuan para karyawan sangat baik dalam sarana dan prasarana produksi yang sudah disediakan sudah banyak menggunakan teknologi yang canggih seperti dalam pencampuran sampe pembukusan hal tersebut mampu meningkatkan mutu sumber daya manusia

b Weakness (Kelemahan), Citra perusahaan Pemasaran roti Irvan Bakery ke konsumen masih terganjal dengan masalah transportasi. Misalnya pengusaha roti dalam memasarkan rotinya yang masih menggunakan sepeda motor padahal jarak yang ditempuh jauh. dan juga banyaknya permintaan dipasar apalagi kebanyakan pesanan yang berada di diluar kota kendari kurangnya mobil pengangkut roti merupakan salah satu kelemahan.

2. Identifikasi faktor Eksternal Opportunities (Peluang) dan Threats (ancaman) sebagai berikut :

a Opportunities (Peluang), dari citra perusahaan Irvan Bakery masih positif dikalangan konsumen, hal ini terbukti dengan terjaganya hubungan yang dekat dengan stakeholder (pedangang), kondisi lingkungan aman dan strategis, perahitian pamerintah terhadap pengembangan usaha ini sangat optimal, serta bahan baku mudah didapat, dan juga perkembangan teknologi pengolahan produksi roti sudah sangat baik dari sarana dan prasarana sehingga SDM yang ada di industri mampu berkembang dan menjadi peluang dari kelemahan dengan perbaikan dari SDM, dan memanfaatkan

limbah Roti tidak merusak lingkungan karena biasanya limbah roti tersebut dijual untuk memberi makan hewan ternak seperti ayam, dll. Hal ini menjadi peluang industri ini dalam menanggulangi ancaman dari limbah menjadi peluang di Irvan Bakery.

b Threat (Ancaman), dalam citra pemasaran Irvan Bakery tentu kenaikan harga bahan baku yang naik membuat industri ini cukup kewalahan karena tidak seimbang nya penawaran yang ada dipasar, hal ini menjadi awal dari banyaknya pesain menjadi faktor utama dalam hal ini karena ke tidak kompak an atau minim kerja sama antar para pesaing industri lain ya dalam segi bahan baku yang menyebabkan kecemburuan sosial bagi para pelaku industri satu dan lain ya. hal ini harus diperatikan adalah kegiatan promosi dengan pengembangan citra perusahaan yang tinggi.

Pada dasarnya faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang di Dimiliki oleh Irvan Bakery mempunyai standar analisis, secara umum untuk konsep perekonoian syariah masih dasar diketahui oleh masyarakat. Oleh karena itu, perlunya strategi yang diperlukan untuk citra perusahaan Irvan Bakery bukan hanya dari segi produk-produk yang ditawarkan tetapi bagaimana citra perusahaan dibentuk.

Dalam interpretasi analisis SWOT dalam citra perusahaan dapat di nilai beberapa faktor kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman itu sendiri yang menunjukan suatu kebijakan dalam strategi pencitraan perusahaan di Irvan Bakery. Sehingga dalam pengambilan keputusan dalam pencitraan perusahaan menjadi suatu kontribusi besar bagi perusahaan itu sendiri.

Untuk merumuskan Alternatif strategi Corporate Image dalam menciptakan keunggulan bersaing dalam mengembangkan usaha roti Irvan Bakery dengan menggunakan analisis SWOT, menggambarkan jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal sehingga menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T, dan strategi S-T, dimana sudah mengidentifikasi faktor Internal dan Eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam mengembangkan usaha dalam menciptakan keunggulan bersaing di Irvan Bakery, beberapa strategi antara lain :

- 1 Strategi S-O, dalam citra perusahaan Strategi S-O (Strength-Opportunity) atau strategi kekuatan-peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi S-O yang dapat dirumuskan adalah :
  - a Meningkatkan kualitas, kuantitas, jaringan distribusi kepada skatholder, kemitraan dan peningkatan nilai ekonomis dari roti Irvan Bakery
  - b Mempertahankan kualitas, kontinuitas, potensi SDA, stabilitas ekonomi dan meningkatkan jumlah produksi dengan berbagai varian rasa di Irvan Bakery.
- 2 Strategi W-O, dalam citra perusahaan Strategi W-O (Weakness-Opportunity) atau strategi kelemahan-peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah Perbaikan

sarana dan prasarana produksi dari segi kendaraan untuk meningkatkan pemasaran produksi Irvan Bakery melalui promosi permintaan yang ada dipasar guna menciptakan keunggulan bersaing.

3 Strategi S-T (Strength-Threat) atau strategi kekuatan-ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi S-T yang dapat dirumuskan adalah :

a Meningkatkan dan memperthankan kualitas dan inovasi roti dari segi rasa, untuk mengatasi rasa kebosanan serta memberikan pelayanan terbaik dalam memasarkan produk untuk menghindari para pesaing yang bergerak diindustri yang sama, serta penggunaan efensiasi sarana dan prasarana produksi.

b Pengelolaan SDA (sumber daya alam), yaitu limbah secara maksimal oleh pemerintah dan masyarakat dan SDM (sumber daya manusia) yang berkompeten guna menghasilkan SDM berkualitas dan berkompetitif

4 Strategi W-T (Weakness-Threat) atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi W-T yang dapat dirumuskan adalah:

a Meningkatkan kualitas perusahaan dengan citra yang positif dalam pelayanan secara teknis, moral dan spritual selalu melakukan kegiatan guna memaksimalkan produksi daya saing dalam memuaskan pelanggan guna menciptakan keunggulan bersaing.

b Menjalin kerja sama antar pedangang tentunya kepada masyarakat dalam

menjaga keharmonisan dan menambah kesempatan kerja untuk meningkatkan SDM karena hal ini terpenting dalam mengembangkan usaha.

Untuk memperkenalkan Roti Irvan Bakery dimata masyarakat dengan citra perusahaan lebih pada strategis memperluas jaringan baik daerah perkotaan maupun berada dluar kota kendari dan hal ini sudah diterapkan oleh pemilik Irvan Bakery dalam memperkenalkan produknya, dalam memperluas jaringan tentu lebih mengacu ke sistem perekonomian produksi pasar, untuk mengankat citra perusahaan dalam pemasaran dan juga dalam bentuk layanan masyarakat memberikan opini positif pada citra perusahaan yang ada Roti Irvan Bakery.

Penguatan citra perusahaan Irvan Bakery dapat disimpulkan bahwa membangun citra perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing sangatlah penting. Hal ini karena bertujuan dalam membangun citra perusahaan bukan tentang cara memberikan manfaat yang dibutuhkan pelanggan, tetapi lebih ke bagaimana cara ditempuh untuk membangun citra perusahaan pasti berbeda-beda, untuk cara yang dilakukan Irvan Bakery adalah membangun hubungan harmonis baik dari internal dan eksternal perusahaan, menawarkan produknya dengan harga terjangkau kepada konsumen, dan meningkatkan berbagai varian rasa untuk mengatasi kebosanan dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

#### **4.3.2. Analisis Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Corporate Image dalam Pemasaran Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing dalam perspektif Ekonomi Islam.**

Pengembangan bisnis merupakan bagian dari perencanaan pemasaran. Untuk itu baik pengusaha besar maupun pengusaha kecil harus mampu membuat perencanaan bisnis terlebih dahulu sebelum mengembangkan usahanya. Berbagai kendala yang menyebabkan kelemahan serta hambatan bagi pengelolaan suatu industri diantaranya masih menyangkut faktor internal maupun faktor eksternal dari usaha itu sendiri.

Menurut (Jatmiko, 2004) menjelaskan lima kekuatan yang membentuk sifat dan derajat persaingan dalam suatu industri, yaitu:

- a.) Ancaman Pendetang Baru (Threat of Entry). Pendetang baru dalam suatu industri biasanya membawa dan menambah kapasitas baru, keinginan mendapatkan pangsa pasar (market share), dan juga sumberdaya baru. Berat ringannya ancaman pendatang baru tergantung pada hambatan masuk dan reaksi dari para pesaing yang telah ada dimana pendatang baru akan memasuki industri atau pasar tersebut.
- b.) Kekuatan pemasok (powerfull of supplier) Pemasok menyediakan dan menawarkan input yang diperlukan untuk memproduksi barang atau menyediakan jasa oleh industri atau perusahaan. Organisasi di dalam suatu industri bersaing antara satu dengan lainnya untuk mendapatkan input seperti tenaga kerja, bahan baku, dan modal. Apabila pemasok mampu mengendalikan perusahaan dalam hal penyediaan input, sedangkan industri tidak mempunyai kemampuan untuk mengendallikan pemasok

maka posisi tawar industri menjadi lemah dan sebaliknya posisi tawar pemasok menjadi kuat.

- c.) Kekuatan Pembeli/Pelanggan (Power of Buyers). Pembeli atau pelanggan di sini terdiri dari pelanggan individual dan pelanggan organisasi. Dalam industri tertentu mungkin terdapat beberapa perantara pelanggan antaraindustri dengan pemakai atau konsumen akhir, namun juga ada industri atau perusahaan yang menjual secara langsung kepada konsumen akhir.
- d.) Ancaman Produk Pengganti. Produk pengganti dapat memberikan pilihan bagi pelanggan/ pembeli dan akan mengurangi keuntungan perusahaan.
- e.) Analisis Pesaing. Analisis pesaing memungkinkan suatu organisasi menilai apakah organisasi tersebut dapat bersaing dengan sukses di dalam suatu pasar yang memberikan peluang-peluang keuntungan.

Adapun faktor pendukung dan penghambat strategi Corporate Image dalam pemasaran Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing di Pabrik Roti Irvan Bakery sebagai Berikut :

### **1.) Faktor Pendukung**

#### **a.) Konsisten dalam memberikan pelayanan terbaik**

Irvan Bakery sudah berdiri sejak tahun 2007, dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan selalu memberikan pelayanan yang baik sampai saat ini, dengan itu Irvan Bakery mampu mempertahankan kualitas produk yang baik dan harga terjangkau, sumber daya yang kompeten dan dapat membuat pelanggan dengan mendapatkan kepercayaan produk yang ditawarkan

sehingga pengalaman perusahaan Karena kualitas produk yang baik sangat penting bagi pertumbuhan perusahaan, maka menjadi tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen akan kualitas produk yang baik, Reputasi positif dengan melebihi harapan pelanggan dengan layananHal ini dapat mendorong loyalitas klien sendiri dengan besikap sopan, jujur dan ramah maka pelanggan merasa senang dan dihormati sebagai konsumen. Sehingga citra perusahaan sangat positif di mata masyarakat.

#### **b.) Mengembangkan Inovasi Produk dan Rasa**

Pabrik Roti Irvan Bakery dalam menciptakan suatu produk dalam mengembangkan roti-rotinya, rasa adalah kesan pertama yang ingin dicari konsumen, dengan hal rasa produk Roti Irvan Bakery mengeluarkan 10 varian rasa karena bisa dilihat roti yang ditawarkan dari dulu tidak pernah mengalami penurunan minat konsumen dalam mengomsumsi karena berasal dari bahan-bahan tanpa pengawet sehingga rasa yang dulu tidak pernah berubah, walaupun zaman sudah berangsur-angsur berubah membuat pemilik juga menyadari bahwasanya harus ada perubahan dalam segi inovasi rasa, kreatifitas, model dan penampilan produk yang baru tanpa menghilangkan rasa yang sudah ada dipabrik ini dari tahun ke tahun dengan pengembangan produk inovasi secara terus menerus akan dapat mendominasi pasar dan ini yang sedang dikembangkan sekarang.

#### **c.) Sumber daya Manusia yang terampil**

Irvan Bakery memiliki jumlah tenaga kerja yaitu 12 pekerja hal ini sudah cukup dengan berbagai bidang dari produksi, pengemasan, dan sales, dalam

melakukan suatu pemasaran tentunya dibutuhkan tenaga pemasar untuk memasarkan produksinya. Untuk Irvan Bakery mempunyai sumber daya manusia yang cukup terampil hal ini dikarenakan karyawan tidak mendiami satu tempat saja yaitu bidangnya tetapi diunjuk untuk tahu bagaimana cara memproduksi roti sampai ke tahap pengemasan, dan karyawan disini mampu melayani konsumen dengan baik hal ini dikarenakan pelanggan merasa dihormati dalam membeli produk yang dimana mereka datang langsung di pabrik Irvan Bakery.

#### **d.) Keunggulan produk**

Irvan Bakery dalam penciptaan citra perusahaan tentu tidak jauh dari keunggulan produk yang ditawarkan hal ini dibuktikan dengan meningkatnya penjualan walaupun banyaknya pesaing dalam industri ini, sewaktu peneliti menanyakan faktor pendukung apa yang diterapkan, yaitu ingin menciptakan keunggulan produk yang bagus, dengan kualitas produk yang bagus yang bagus rasanya yang enak. dengan cara menciptakan produk-produk yang berkualitas dengan melakukan pendekatan promosinya dengan strategi oleh pemilik. dalam keunggulan – keunggulan pemasaran Irvan Bakery yaitu produk sangat higienis dan bersih dengan bahan-bahan yang digunakan tidak mengandung bahan kimia. Keunggulan Irvan Bakery bukan hanya dari produk yang ditawarkan tetapi memberikan nilai unggul untuk masyarakat setempat dengan memberikan pekerjaan bagi IRT dan masyarakat yang belum mempunyai pekerjaan dan ikut bergabung dalam memproduksi roti hal ini mampu meningkatkan sumber daya manusia yang ada disekitar pabrik

Roti Irvan Bakery.

## 2.) Faktor Penghambat

### a.) **Persaingan yang semakin ketat dengan Industri yang sama.**

Dalam industri bakery atau roti dari tahun ke tahun semakin meningkat terbukti dengan banyaknya pabrik-pabrik baru yang hadir hal Sebagai kompetitor yang sama-sama memproduksi roti tentu pesaingan semakin ketat. salah satu kunci untuk mencapai keberhasilan suatu usaha adalah dengan menganalisa para pesaing tersebut, dengan melihat kelebihan dan kekurangannya. Pesaingan pesaing di industri yang sama bisa dilihat berbagai faktor-faktor sebagai berikut :

**Tabel 4.3.1.1.** Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persaingan antara perusahaan dalam Industri yang sama dan kondisi persaingan dalam industri yang ketat.

No	faktor-faktor	persaingan kuat, jika
1	mengidentifikasi pesaing	banyak pesaing
2	total biaya tetap	Lambat
3	mengidentifikasi produk	kurang/sedikit
4	loyalitas merek/brand	Rendah
5	pertumbuhan industri	Tinggi

Berkat analisis ini, Dalam jumlah pesaing atau perusahaan dalam perusahaan roti Irvan Bakery untuk citra perusahaan produk roti yang bervariasi, mulai dari skala kecil, menengah dan besar. Persaingan antara satu sama lain sangat ketat, dalam pertumbuhan Irvan Bakery yang melambat menyebabkan perusahaan yang ingin memperluas pemasarannya bersaing merebutkan pasar, total biaya tetap cenderung meningkat karena biaya produksi sehingga harga produksi menjadi lebih tinggi, produk yang ditawarkan juga tidak terlalu banyak

sehingga loyalitas pembeli pada produk-produk tersebut tidak menentang karena keinginan pembeli selalu bervariasi. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persaingan antar perusahaan di industri yang sama dapat dikatakan “kuat” atau ketat.

**b.) Kenaikan bahan baku yang tidak menentu**

Masalah bagi perusahaan adalah bagaimana kenaikan dan menentukan persediaan yang optimal, oleh karena itu perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya persediaan. Sebenarnya perlu dibedakan antara persediaan bahan baku dan barang jadi, namun yang dimaksud dengan persediaan dalam kaitannya dengan kegiatan produksi adalah persediaan bahan baku/penolong.

Bagi para pelaku pasar sangat menentukan saluran distribusi pemasok untuk melakukan penjualan lebih luas, dalam halnya kenaikan bahan baku yang langka. Berikut merupakan biaya bahan baku Irvan Bakery selama tahun 2022 sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
Biaya Bahan Baku Tidak tetap Irvan Bakery tahun 2022

<b>total pendapatan Biaya tidak tetap Irvan Bakery</b>	
<b>beban biaya tidak tetap</b>	<b>harga</b>
Tepung Terigu	Rp 72.000.000
Gula	Rp 108.000.000
Mentega	Rp 48.600.000
pengembang/pelembut roti	Rp 15.660.000
Listrik	Rp 20. 400.000
Gas	Rp 5.400.000
plastik pembungkus	Rp 65.000.000
Biaya Lainnya	Rp 3.000.000
<b>Total biaya tidak tetap :</b>	<b>Rp 352.460.000</b>

## Data primer 2022 Irvan Bakery

Dalam hasil ini saat melakukan wawancara dan observasi bahwasanya analisis mengenai pada perubahan biaya harga bahan baku Irvan Bakery tidak selalu menetap dikarenakan biasanya terjadinya penurunan harga pembelian bahan baku tidak mempengaruhi nilai dari biaya pesanan dan biaya penyimpanannya. Kenaikan biaya pesanan dalam melakukan pembelian bahan baku berdampak kepada nilai bahan baku yang disimpan dalam gudang, semakin rendah nilai frekuensi pemesanan, maka jumlah barang yang dipesan semakin besar. Kenaikan biaya simpan bisa dipengaruhi oleh biaya listrik, biaya tenaga kerja dan biaya lainnya dipabrik ini. Harga bahan baku ini dapat naik sewaktu-waktu ketika terjadi inflasi. Tidak hanya itu, inflasi juga dapat mempengaruhi tingkat permintaan konsumen akan produk Roti Irvan Bakery dan hal ini dapat menjadi ancaman bagi Roti Irvan. Selain inflasi, tingkat permintaan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan pendapatan masyarakat. Semakin besar pertumbuhan pendapatan masyarakat, maka tingkat permintaan akan meningkat dan sebaliknya.

### **c.) Situasi dan Kondisi di industri Pabrik Irvan Bakery**

Tingkat konsumsi produk Irvan Bakery oleh konsumen dapat dipengaruhi oleh preferensi konsumen dengan kondisi ini kebiasaan makan konsumen dapat merubah sewaktu-waktu jika merasa bosan terhadap produk Irvan Bakery, hal ini menjadi tantangan Roti Irvan terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan serta menciptakan varian lainnya. Selama ini produk perusahaan dirasa sedikit kurang menerapkan inovasi di dalam, produk yang

monoton dan kurangnya pengembangan dirasa menjadi salah satu kelemahan perusahaan dan untuk teknologi untuk saat ini yang ada dipabrik ini sudah menggunakan teknologi membantu produksinya tetapi hanya sebagian yaitu pencatatan masih secara manual yang belum terkomputerisasi hal ini menjadi situasi kurang efisien bagi Irvan Bakery.

### **3.) Solusi dari permasalahan**

Adanya faktor-faktor yang mendukung strategi corporate image dalam pemasaran upaya menciptakan keunggulan bersaing diharapkan berjalan dengan lancar sesuai dengan visi misi perusahaan, sedangkan untuk faktor penghambat harus dicarikan solusi, berikut ini solusi dari faktor penghambat strategi corporate image dalam pemasaran upaya menciptakan keunggulan bersaing yaitu sebagai berikut :

- a) Dalam membangun perusahaan apalagi diindustri yang sama tentu akan mengalami persaingan dari ancaman pendatang baru, tentunya diperlukan strategi bisnis yang lebih matang yaitu dengan bagaimana perusahaan dapat mempertahankan dan memelihara hubungan baik dengan sketholder dan para konsumen serta menyuplai bahan produk yang paling utama. Mempertahankan kualitas produk dengan berbagai varian rasa yang baru untuk mengurangi rasa kebosanan. Dengan selalu mengevaluasi bisnis secara tidak langsung akan meningkatkan kualitas bisnis baik produk maupun kinerja SDM yang kompeten.dan pengolahan produk dan kinerja, solusinya selalu membuat inovasi produk sekaligus mengunggulkan produk. Dan citra perusahaan juga sangat membantu

perusahaan dapat dilihat dari segi pelayanan baik akan membantu citra irvan bakery dikenal oleh masyarakat luas. Dalam sistem keuangan dan manajemen yang baik juga dalam bisnis turut menyumbang kesuksesan untuk menghadapi persaingan di industri yang sama terutama dalam bidang bakery.

- b) Dalam pengendalian bahan baku tentu tidak bisa dikondisikan karena kadang naik dan turun, solusinya jangan panik dan tenang meskipun terkadang kenaikan bahan baku wajar disetiap tahun, pemilik usaha harus bisa memikirkan berbagai strategis bisnis tanpa memberi keuntungan tanpa mengurangi karyawan. Dan juga bisa melakukan bahan baku alternatif salah satu cara untuk meyasati peningkatan pengeluaran akibat naiknya bahan baku tersebut, yaitu dengan mengurangi spesifikasi produk yang dimana mungkin produk memiliki panjang msal 15 cm dan mengurangi menjadi 12 dari produk yang dijual hal ini menjadi pilihan pemilik usaha untuk tetap mempertahankan bisnis.
- c) Citra berhubungan dengan variasi produk, lingkungan, teknologi komunikasi karyawan kepada pelanggan dengan situasi dan kondisi ini berhubungan dilakukan irvan bakery dengan baik, maka dari itu penambahan pelanggan proses pencitraan harus dibangun dan memaksimalkan kekuatan elemen usaha, melalui investasi pada citra perusahaan yang dilakukan terus menerus. solusi mengenai kondisi dan situasi ini yang ada di irvan bakery harus menggambarkan gagasan besar dalam pikiran pasar untuk menarik pelanggan dengan citra yang jelas akan

sukses menjual produk ditawarkan. pentingnya penyeluruhan teknologi, terkomputerisasi dan mesin dalam pembuatan roti sangat membantu terciptanya produk-produk yang berkualitas dengan varian rasa untuk menghindari rasa kebosanan akan dapat menciptakan nilai unggul dalam bersaing

#### **4.3.2.1 Analisis Penerapan Strategi Corporate Image dalam Pemasaran Upaya Menciptakan Keunggulan bersaing dalam Prespektif Ekonomi Syariah.**

Dalam berbisnis perusahaan akan berlomba-lomba menebar nilai tambah dan manfaat produknya untuk masyarakat. Bagi orang muslim kegiatan berdagang sebenarnya lebih tinggi derajatnya, yaitu dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Berdagang adalah sebagian dari hidup kita yang harus ditujukan untuk beribadah kepada-Nya, dan wadah untuk berbuat baik pada sesama (Priansa, 2009)

Perkembangan bisnis di Indonesia terbilang cukup pesat, hal tersebut ditandai dengan semakin banyaknya bisnis-bisnis yang terus bermunculan. Salah satu alternatif usaha adalah bisnis di bidang makanan dan minuman (kuliner). Semakin hari bisnis kuliner yang diujakan semakin variatif dan inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis di bidang kuliner sangat dinamis perkembangannya. Bisnis dibidang kuliner adalah salah satu jenis bisnis yang tidak pernah ada matinya. Selama masih ada manusia yang hidup, bisnis makanan dan minuman akan terus ada. Gaya hidup sebagian masyarakat juga berubah, sehingga mereka memilih membeli makanan daripada membuatnya di rumah. Oleh karena itu bisnis dibidang ini bisa menjadi salah satu pilihan yang

menjanjikan.(Hastuti, 2012)

Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan adalah strategi membangun citra perusahaan. Sebuah keharusan bagi perusahaan untuk mampu membangun citra perusahaan yang baik dimata konsumen maupun publik. Citra pada dasarnya merupakan salah satu harapan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam perkembangannya. Citra yang baik dan positif akan memberikan kesan yang baik bagi perusahaan oleh konsumen, sehingga akan memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan, mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan bahkan konsumen akan tertarik untuk membeli serta menjadi pelanggan setia perusahaan. Hal ini berpengaruh juga terhadap produk yang dikeluarkan, dengan citra positif konsumen akan lebih mudah untuk memilih produk tersebut. Apabila citra perusahaan buruk akan memberikan kesan yang buruk bagi perusahaan oleh konsumen. Konsumen dapat beralih pada kompetitor lain dengan tawaran yang lebih unggul. Berikut adalah ayat yang berhubungan dengan citra merek/ perusahaan terdapat pada Q.S Syu'ara ayat 181-183 :

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ  
(١٨٢) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (١٨٣)

Terjemahan : “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.”(Q.S Syu'ara : 181-183)

Ayat Ayat al-Qur'an di atas menjelaskan bahawa etika menjaga kepercayaan konsumen pada suatu merek adalah dengan sikap jujur atau tidak melakukan manipulasi yang dapat menyebabkan kerugian dan ketidakpuasan konsumen, contohnya menipu dan mengurangi timbangan. Karena jika melakukan hal tersebut akan menyebabkan kehilangan kepercayaan konsumen sehingga ia enggan untuk membeli produk yang kita miliki. Citra merek harus ada sikap jujur untuk melakukan branding. Kejujuran adalah hal penting dalam melakukan pemasaran. Dengan terciptanya nama baik akan menunjukkan identitas dan kualitas yang positif. Oleh karena itu, kejujuran akan kondisi suatu barang atau jasa tersebut, harus sesuai dengan keadaan dan perlu dijelaskan mengenai kelemahan dan kelebihan yang dilikinya

Menurut Syafii Antonio dalam (Nasution, 2005:2), untuk menciptakan citra merk yang baik menurut ketentuan Islam bisa dengan mengaplikasikan sifat-sifat yang dimiliki Rasulullah SAW seperti benar (Shiddiq), terpercaya (amanah), cerdas (fathonah), tanggungjawab (tabligh). Dalam pemberian nama suatu produk, produsen harus memberikan nama-nama yang baik dan mengandung arti yang menunjukkan identitas, kualitas dan citra dari produk tersebut. Dengan nama yang baik dan singkat akan mudah diingat oleh konsumen, sehingga produk tersebut akan cepat direspon dan dikenal oleh konsumen. Berikut merupakan beberapa hal dilakukan pabrik Roti Irvan Bakery dalam penerapannya guna meningkatkan bisnisnya dalam menciptakan keunggulan bersaing berdasarkan perspektif ekonomi syariah sebagai berikut :

**a.) Benar / Jujur ( Shiddiq )**

Menurut (Shihab, 2007: Jilid 7,458) kata shiddiq merupakan bentuk hiperbola dari kata shidq/benar, yakni orang yang selalu benar dalam sikap, ucapan, dan perbuatan. Seseorang dikatakan jujur dalam berbuat apabila ia melakukan perbuatan tersebut secara sungguh-sungguh dan tulus sesuai dengan kebenaran yang diyakininya. Seseorang dikatakan jujur dalam keyakinan apabila loyalitasnya kepada kebenaran yang diyakininya benar-benar murni, sungguh-sungguh dan tulus. Sikap jujur adalah bagian dari akhlak karimah. Kejujuran akan menghantarkan pemiliknya meraih derajat dan kehormatan yang tinggi, baik dimata Allah maupun dimata sesama manusia. Hal ini sesuai dengan Firman Allah. (Qs. At-Taubah : 119):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّٰدِقِينَ ﴿١١٩﴾

Terjemahan : “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tetaplah bersama orang-orang yang benar.”(QS. At-Taubah: 119).

Kandungan ayat di atas menjelaskan bahwa Allah menyeru orang-orang yang beriman agar bertaqwa kepada-Nya dan selalu berkata jujur. Setiap perkataan dan perbuatan haruslah dilandasi dengan prinsip kejujuran, karena kejujuran merupakan tanda kesempurnaan iman dan taqwa kepada Allah Subhanahu wata‘ala.

Menurut (Abu Abdullah,2013) Allah menunjukan seruan-Nya dan memberikan bimbingan kepada orang-orang yang beriman kepada-Nya dan Rasul-Nya, agar mereka tetap dalam ketakwaan serta mengharapkan ridha-Nya, dengan cara menaikan segala kewajiban yang telah ditetapkan-Nya, dan

menjahui segala larangan yang telah ditentukannya, dan hendaklah senantiasa bersama orang-orang yang benar dan jujur, mengikuti ketakwaan, kebenaran, dan kejujuran mereka. Dan jangan bergabung kepada kaum-kaum munafi, yang selalu menutupi kemunikafikan mereka dengan kata-kata dan perbuatan bohong ditambah pula sumpah palsu dan alasan-alasan yang tidak benar.

Dalam hal ini semua insan terutama suatu perusahaan harus berperilaku jujur dalam menyakinkan pembeli agar mau membeli produk roti Irvan Bakery, dalam menyakinkan pun Irvan Bakery harus memperkecil kekurangan yang terdapat pada barang dagangnya, sebaliknya tunjukkanlah setiap kelebihan yang terdapat dalam barangnya. Tetapi jangan lupa semua keterangan tersebut harus dibuktikan dan tidak membohongi pelanggan.

#### **b.) Amanah**

Amanah merupakan segala hal yang dipertanggungjawabkan kepada orang lain berupa benda, pekerjaan, perkataan, ataupun kepercayaan konsumen menjadi suatu hal yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan bisnis yang sedang dijalani. (Fajri Futuh, 2018). seorang pebisnis haruslah memiliki sifat amanah karena Allah SWT menyebutkan sifat orang-orang mukmin yang beruntung adalah yang dapat memelihara amanah yang diberikan kepadanya.

Amanah terdiri dari beberapa sifat, yaitu : prinsip, harmoni, cinta, teliti, analisa, kecepatan, fakta, tanggungjawab ini sesuai dengan dimensi pelayanan empathy, dalam hal ini menerapkan prinsip amanah di pabrik Irvan Bakery dalam menjalankan bisnisnya harus selalu menjaga kepercayaan konsumen, diantaranya selalu menepati janji dan kepercayaan konsumen adalah modal

utama menunjang kesuksesan dalam jangka panjang.

**c.) Fathanah**

Fathonah diartikan sebagai kecerdasan, kemahiran, atau penguasaan terhadap bidang tertentu, makna fathonah merujuk pada dimensi mental yang sangat mendasar dan menyeluruh, sehingga dapat diartikan bahwa fathonah merupakan kecerdasan yang mencakup kecerdasan intelektual, emosional, dan terutama kecerdasan spiritual (Tasmara, 2001:212). Dalam Irvan Bakery menerapkan prinsip fathahanah dalam menjalankan bisnisnya dalam menciptakan keunggulan bersaing tentu para pesaing lainnya selalu berusaha senantiasa melakukan peningkatan demi kemajuan keberhasilannya bisnisnya hal ini merupakan salah satu yang lumrah dalam berbisnis, namun para pelaku usaha dituntut selalu berusaha untuk memaksimalkan segala sumber daya yang menunjang terhadap bisnis yang dijalani.

**d.) Tabligh**

Seorang wirausahawan dituntut untuk mampu berbicara secara komunikatif terutama dalam memperkenalkan produk-produk maupun jasa-jasa yang ingin ditawarkannya. Seorang marketing bila memiliki keunggulan dalam menyampaikan sesuatu produk dan jasa dengan tanpa meninggalkan nilai-nilai kejujuran dan kebenaran, maka dipastikan produk yang ditawarkan akan mendapat respon dari para konsumen, sebab seorang wirausahawan yang bersifat komunikatif, sudah barang tentu akan memiliki gagasan cemerlang dan mampu mengkomunikasikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkannya. dengan cara ini maka pelanggan dapat dengan mudah

memahami pesan bisnis yang ingin disampaikan (Sumiyadi, 2021).

Dalam penerapan prinsip tabligh dalam bisnis yang dijalankan Irvan Bakery telah terlaksana dengan baik dari pemilik usaha maupun sales-sales yang bertemu langsung oleh para skateholder, dengan salah satu bentuk komunikasi dalam bisnis yakni dengan melakukan pemasaran agar produk dikenal secara luas komunikasi ssebagai langkah mempererat tali silahturahmi antara pedangang dengan konsumen, maupun dengan pedangang. bukan hanya itu juga tidak menyembunyikan fakta barang dangangan, Nabi Muhammad selalu menyampaikan perintah dan dan larangan dalam hal tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa apabila sebuah produk telah mempunyai citra yang baik dimata konsumen maka akan mempengaruhi daya tarik konsumen untuk memilih produk tersebut dan apabila ketentuan prinsip- prinsip syariat Islam di jalankan maka akan menciptakan kesan yang baik terhadap produk dan perusahaannya. Begitupun sebaliknya apabila seseorang tersebut melakukan hal yang tidak baik atau menyalahi aturan yang ada akan menciptakan kesan yang buruk terhadap produk dan perusahaan tesebut.