

STRATEGI PEMASARAN USAHA *HOME INDUSTRY* IKAN ASIN DALAM PENINGKATAN EKONOMI KELUARGA

Indah Yuliani⁽¹⁾ Meiffa Herfianti ⁽²⁾
⁽¹⁾⁽²⁾Universitas Muhammadiyah Bengkulu

indahyuliani796@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the marketing strategy of the salted fish home industry business in improving the family economy of the people of Malabero Village, Bengkulu City. This type of research is a qualitative approach. The location of the research conducted by researchers is located in Malabero Village, Bengkulu City,. Data collection techniques in this research are observation, interviews and documentation. The sample in this research was 17 people in the salted fish home industry business, Malabero Village, Bengkulu City. Based on the research results, it was found that in the product sector, 17 salted fish sellers varied their products by varying the types of fish available, then the salted fish sellers created product characteristics. The price sector is where salted fish sellers are able to compete with other entrepreneurs by selling salted fish at prices according to existing standards or markets. The distribution sector is where salted fish sellers have carried out distribution well and in a planned manner because the distribution reach of selling salted fish is not only within the city but has reached outside the city. In the promotion sector, salted fish sellers already have attractive promotional activities for consumers. Apart from carrying out promotions through verbal communication for people they know, salted fish sellers have also promoted their salted fish through social media, namely Facebook, Tik Tok and WA which can help in the process. promotion. By implementing strategies in the product, price, distribution and promotion sectors, entrepreneurs will increase income thereby improving community welfare.

Keywords: *Strategy, Home Industry, Marketing, Economic Improvement*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman saat ini menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis semakin kuat. Bisnis secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang dilakukan terus menerus untuk memperoleh keuntungan. Persaingan antar pengusaha dituntut lebih kreatif dan inovatif dalam menghadapi para pesaing. Dimulai dari berkembangnya kemajuan teknologi, sistem perdagangan, dan minat konsumen yang terus bertambah. Persaingan ini terjadi akibat dari globalisasi dan adanya ekonomi pasar bebas.

Perkembangan ekonomi ditandai dengan adanya perubahan-perubahan yang menyebabkan *home industry* akan menghadapi berbagai kendala di dalam perkembangan bisnisnya. Kondisi pertumbuhan bisnis sekarang ini cukup tinggi, yaitu dapat dilihat dari tumbuhnya *home industry-home industry* baru dengan produk yang sejenis sebagai pesaing, sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen dalam hal ini *home industry* hendaknya mengetahui pasar dimana produk atau jasa yang diproduksi akan ditawarkan atau dipasarkan. (Anwas, 2014).

Suatu *home industry* mengharapkan agar hasil penjualan dapat meningkat. Usaha meningkatkan penjualan ini sangat penting sekali bagi *home industry*. *Home industry* yang tidak dapat memenuhi selera konsumen praktis akan mengalami penurunan volume penjualan. Jika *home industry* tersebut tahun demi tahun mengalami kemunduran produksi sudah dipastikan *home industry* tersebut akan gulung tikar. Misalnya, dengan semakin banyaknya pesaing usaha persaingan dalam jenis industri yang sama sebaiknya mempunyai spesifikasi produk yang unggul. Menurut Bahrudin (2015) *home industry* harus mampu memahami kebutuhan konsumen, mendesain mengontrol kualitas pelayanan secara efektif. Laku dan tidaknya suatu produk atau jasa akan sangat dipengaruhi oleh bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lainnya serta bagaimana kemampuan pengelola jasa atau produsen dalam mengkombinasikan unsur-unsur tersebut. agar *home industry* tetap mampu bersaing dengan *home industry* lain yang mengeluarkan produk sejenis, maka manajemen *home industry* harus mampu mengolah *home industry*nya dengan baik, supaya pelanggan atau konsumen tidak beralih kepada *home industry* lain.

Pemasaran menjadi sangat penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran produk yang baik maka dapat dipastikan *home industry* akan mendapatkan laba yang maksimal, sebaliknya jika pemasaran produk yang kurang baik maka akan memberikan dampak penurunan pendapatan pada *home industry*. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka kebutuhan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran suatu keseluruhan sistem yang meliputi kegiatan-kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan para konsumen (Djamil, 2013).

Strategi pemasaran juga merupakan alat yang penting agar *home industry* mampu memenangkan persaingan. Strategi pemasaran merupakan suatu proses yang mampu menghantarkan organisasi/*home industry* pada peluang pasar yang besar untuk meningkatkan penjualan dan meraih keunggulan yang diharapkan. Seringkali seseorang menganggap bahwa pesaing hanya merupakan suatu ancaman, namun sebenarnya, pesaing juga merupakan faktor pendorong agar suatu *home industry* mampu meningkatkan kreatifitas dan kinerjanya serta membangun inovasi yang efektif dan efisien sehingga menjadi *home industry* yang mampu membanggakan dunia (Veithzal, 2019).

Kelurahan Malabero merupakan salah satu kelurahan dari tiga belas kelurahan yang ada di kecamatan Teluk Segara, Kota Bengkulu. Kelurahan Malabero secara geografis berada disepanjang kawasan pantai, oleh karena itu mayoritas mata pencahariannya adalah sebagai nelayan yang kemudian hasil tangkapannya banyak diolah menjadi ikan asin.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti di Kelurahan Malabero terdapat banyak usaha *home industry* ikan asin masyarakat Kelurahan Malabero Kota Bengkulu. Usaha Home Industry Ikan Asin Masyarakat Kelurahan Malabero Kota Bengkulu tersebut belum terlalu dikenal karena kurangnya pemasaran. Pemasaran yang dilakukan hanya melalui komunikasi lisan, belum adanya upaya untuk melakukan promosi pemasaran khususnya ikan asin, sehingga diperlukan strategi pemasaran Usaha Home Industry Ikan Asin Masyarakat Kelurahan Malabero Kota Bengkulu agar pemasaran ikan dapat berjalan dengan maksimal. Adapun perbandingan pendapatan sebelum adanya Usaha Home Industry Ikan Asin dan setelah adanya Usaha Home Industry Ikan Asin sebagai berikut:

Tabel 1
Pendapatan Perbulan Usaha *Home Industry* Ikan Asin
Kelurahan Malabero Kota Bengkulu

No.	Responden	Sebelum Melakukan Strategi
1	Bapak Najiman	Rp 2.200.000
2	Bapak Saprudin	Rp 3.000.000
3	Ibu Niarti	Rp 1.800.000
4	Bapak Santos	Rp 2.500.000
5	Bapak Jailani	Rp 2.500.000
6	Bapak Hairiyanto	Rp 2.000.000
7	Bapak Rusmin	Rp 2.000.000
8	Ibu Murwiyah	Rp 1.600.000
9	Bapak Junedi	Rp 2.000.000
10	Ibu Riris	Rp 1.500.000
11	Ibu Suriah	Rp 2.000.000
12	Bapak Suwardi	Rp 2.000.000
13	Ibu Ningsih	Rp 2.000.000
14	Ibu Asmi	Rp 1.500.000
15	Ibu Eka	Rp 2.500.000
16	Ibu Asih	Rp 2.000.000
17	Ibu Ira	Rp 1.200.000

Data di atas adalah pendapatan sebelum para pelaku usaha *home industry* ikan asin melakukan strategi pemasaran dalam peningkatan ekonomi keluarga masyarakat Kelurahan Malabero Kota Bengkulu.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti berminat untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran usaha *home industry* ikan asin dalam peningkatan ekonomi keluarga masyarakat Kelurahan Malabero Kota Bengkulu sehingga penulis mengangkat judul penelitian ini, yaitu : “Strategi Pemasaran Usaha Home Industry Ikan Asin dalam Peningkatan Ekonomi Keluarga Masyarakat Kelurahan Malabero Kota Bengkulu”.

METODE

Populasi

Pada penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi *social situation* atau situasi social yaitu kesinambungan antara tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Pada situasi social peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas orang-orang yang ada pada tempat tertentu (Sugiyono, 2018). Populasi penelitian ini adalah semua pelaku kegiatan dan aktifitas pada usaha *home industry* ikan asin dalam peningkatan ekonomi keluarga masyarakat Kelurahan Malabero Kota Bengkulu berjumlah 17 orang pelaku usaha *home industry* ikan asin masyarakat kelurahan malabro.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti, di pandang sebagai suatu pendugaan terhadap populasi itu sendiri, sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati. Sampel

dalam penelitian ini adalah 17 orang pelaku usaha home industry ikan asin Kelurahan Malabero Kota Bengkulu.

Teknik Pengumpulan Data

Bungin (2013), menjelaskan metode pengumpulan data adalah “dengan cara apa dan bagaimana data yang diperlukan dapat dikumpulkan sehingga hasil akhir penelitian mampu menyajikan informasi yang valid dan reliabel”. Arikunto (2022), berpendapat bahwa “metode penelitian adalah berbagai cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya”. Cara yang dimaksud adalah wawancara. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Metode wawancara

Esterberg (2022) mendefinisikan wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara yang digunakan oleh peneliti merupakan wawancara semi terstruktur. Jenis wawancara ini dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2018).

b. Metode Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dan kuesioner. Observasi tidak selalu dengan objek manusia tetapi juga objek-objek alam yang lain. Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Penelitian lapangan ini dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun langkah-langkah yang digunakan adalah dengan melakukan pengamatan langsung terhadap usaha home industry ikan asin dalam peningkatan ekonomi keluarga masyarakat Kelurahan Malabero Kota Bengkulu.

a. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah data yang diperoleh dari catatan-catatan atau dokumen-dokumen yang ada di usaha home industry ikan asin dalam peningkatan ekonomi keluarga masyarakat Kelurahan Malabero Kota Bengkulu yang berhubungan dengan penelitian.

Instrumen Penelitian

Sugiyono (2018) berpendapat bahwa instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen merupakan pengumpul data dalam penelitian. Tujuan dari penggunaan instrumen adalah untuk memudahkan peneliti dalam mengambil dan mengolah data.

Instrumen penelitian menurut Arikunto (2013) merupakan alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis, sehingga dapat mudah diolah.

Instrumen penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri dengan dibantu instrumen lain yaitu pedoman wawancara, observasi. Peneliti sebagai instrumen utama karena hanya peneliti yang dapat bertindak sebagai alat ada dan responsif terhadap realitas karena bersifat kompleks. Moleong (2017) kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif adalah peneliti sekaligus merupakan perencana, pelaksana, pengumpulan data, analisis, penafsir data, pada

akhirnya menjadi pelapor hasil penelitiannya. Instrument penelitian terdiri dari pernyataan internal dan eksternal.

Teknik Analisis data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh.

Reduksi Data (*Data Reduction*)

Diartikan sebagai pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, keabstrakan dan transformasi data awal yang muncul dari catatan lapangan, Peneliti mengedit data dengan cara memilih bagian data yang dipakai dan diringkas serta dimasukkan dalam kategori yang diteliti. Reduksi data dilakukan secara terus menerus selama penelitian dilakukan, yaitu tahap pengumpulan data (evaluasi faktor internal dan eksternal), tahap analisis.

Penyajian Data

Penyajian data adalah sebuah pengorganisasian, penyatuan dari informasi yang memungkinkan penyimpulan aksi. Penyajian data membantu dalam memahami apa yang terjadi dan untuk melakukan rencana kerja selanjutnya, termasuk analisis yang lebih mendalam atau mengambil aksi berdasarkan pemahaman. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matrik, grafik, jaringan dan bagan. Proses ini akan dilakukan penyajian dari hasil wawancara yang berupa teks, rekamam yang dituangkan dalam bentuk teks.

Menarik Kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Proses penarikan kesimpulan ini bermaksud untuk menganalisa, mencari makna dari data yang ada sehingga dapat ditemukan dalam penelitian yang telah dilakukan. Penarik kesimpulan dikaitkan.

HASIL

Karakteristik Informan

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen maka karakteristik informan sebagai berikut:

a. Responden Berdasarkan Umur

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Presentase %
5-20 tahun	1	5,88
21-35 tahun	6	35,29
>35tahun	10	58,82
Total	17	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, didapatkan bahwa usia informan paling dominan adalah > 35 tahun.

b. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase %
Laki-laki	8	47,05
Perempuan	9	52,95
Total	17	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel di atas, maka jenis kelamin responden tidak memiliki selisih yang besar yaitu perempuan sebanyak 9 orang dan laki-laki sebanyak 8 orang.

c. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase %
SD	4	23,52
SMP	5	29,41
SMA	8	47,05
Perguruan Tinggi	-	-
Total	17	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel di atas, responden yang paling dominan adalah pendidikan tingkat SMA.

Sektor Produk

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana penjual ikan asin melakukan variasi produk, berikut hasil wawancaranya:

“Dari jenis ikannya ikannya kan banyak bervariasi dari situlah kita melakukan variasi produk misalnya kan ikan asin jenis yang dari ikan laut kemudian juga ikan asin ataupun dari cumi asin juga bisa itu kan ada variasi-variasinya masing-masing” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

“Kalau untuk variasi tergantung dari jenis-jenis ikannya kalau memang jenis ikannya banyak ya bisa melakukan variasi yang lebih banyak juga” (Bapak Najiman, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Variasi bisa dilakukan sebanyak-banyaknya asalkan memang banyak ikannya jadi kalau ikannya banyak kita bisa melakukan variasi sebanyak mungkin, dan juga saya kan biasa ngambilnya dari orang yang jual ikan asin jadi untuk produk yang dijual biasanya hanya sedikit variasinya” (Ibu Niarti, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Disesuaikan dengan ikannya itu kan terdapat banyak jenis ikan jadi kalau ikannya banyak bisa melakukan variasi yang lebih banyak misalnya kan bisa membuat iwak pedo ikan gabus tawar yang setengah asin juga bisa bikin cumi asin ikan teri asin” (Ibu Ira, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara kepada beberapa informan di atas dapat dilihat bahwa mereka melakukan variasi produk dengan cara memvariasikan tergantung dari jenis-jenis ikan yang ada semakin banyak jenis ikan maka variasi produknya semakin banyak dan tingkat keasinannya juga semakin banyak maka dengan adanya variasi-variasi produk tersebut maka didapatkan bahwa hasil penjualan mereka akan meningkat dan kesejahteraan mereka juga dapat meningkat. Namun untuk Ibu Niarti yang memang tidak menggunakan strategi di mana variasi ikannya hanya sedikit dikarenakan dia hanya mengambil dari orang saja maka pendapatan Ibu Niarti belum meningkat dari pendapatan sebelumnya

Berdasarkan hasil wawancara mengenai Bagaimana penjual ikan asin membuat ciri khas produk, berikut hasil wawancaranya:

“Ciri khas dari produk ikan asin kami yaitu memiliki rasa yang lebih gurih daripada ikan asin ikan asin yang lain dan juga lebih higienis karena kan tidak semua orang membuat ikan asin itu dengan higienis tetapi kami di sini sangat mementingkan ke higienis atau kebersihan dari ikan asin” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Ciri khas produk kami itu ikannya dari ikan segar jadi walaupun sudah dibuat ikan asin tetap terasa enak dan segarnya masih terlihat di ikan asin itu” (Bapak Jailani, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Untuk ciri khas kami membuat ikan asin yang enak yang tahan lama yang dapat dijual kembali dan juga dapat dinikmati oleh pembeli karena ikan asin kami tahan lama serta bersih” (Bapak Junedi, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Untuk ciri khas itu kami tidak ada pembuatan seperti merek ataupun sejenisnya tapi kalau ciri khas kami ikan asinnya tidak busuk tapi ikan asin yang masih segar dan enak dimakan itu ciri khas yang kami ya dan juga ada beberapa ikan asin yang tidak terlalu asin” (Ibu Ningsih, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana penjual membuat ciri khas produk tergantung pada masing-masing pengusaha di mana terdapat pengusaha yang membuat ciri

khas produknya dengan membuat produk yang gurih dan menggunakan ikan yang segar hal ini dapat membuat penjualan mereka meningkat sehingga kesejahteraan mereka juga meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai Apa yang menjadi daya tarik produk penjual ikan asin untuk memikat konsumen, berikut hasil wawancaranya:

“Yang menjadi daya tarik produk kami untuk memikat konsumen yaitu kualitas ikan kami baik bukan ikan-ikan busuk yang sudah tidak segar lagi dijadikan ikan asin jadi di sini kami menggunakan ikan yang masih segar atau masih fresh dengan kualitas yang baik untuk dijadikan ikan asin” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Agar ikan asin kami tahan lama kami memberikan pengawet tetapi pengawetnya yang alami yaitu garam dengan kualitas yang baik jadi kalau garamnya dengan kualitas yang baik dan takarannya sesuai maka ikan asin akan tahan lama” (Bapak Najiman, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Kalau untuk biar produk tahan lama kami melakukan pengeringan yang benar-benar kering jadi kalau ikan asinnya benar-benar kering itu biasanya lebih tahan lama daripada yang masih lembab lembab” (Ibu Asih, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Caranya yaitu dengan diolah dengan menggunakan pengawet yang bagus pengawetnya tidak harus bahan-bahan kimia tetapi pengawet yang alami itu biar tahan lama dikasih garamnya agak banyak” (Bapak Rusmin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apa yang menjadi daya tarik produk penjual ikan asin maka masing-masing dari konsumen memiliki daya tarik masing-masing dan berbeda-beda pada setiap penjual di mana terdapat penjual yang membuat ikan asin dari ikan yang masih segar dan memberikan pengawet alami yaitu garam dan juga melakukan pengeringan yang benar-benar kering sehingga tahan lama dan juga ikan asinnya diolah menggunakan pengawet alami tanpa menggunakan bahan-bahan kimia hal ini membuat daya tarik bagi konsumen sehingga mereka dapat meningkatkan pendapatan dan juga dapat meningkatkan kesejahteraan.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana cara penjual ikan asin melakukan upaya agar produknya tahan lama, berikut hasil wawancaranya:

“Cara kami melakukan agar produk kami tahan lama yaitu dengan melakukan pengolahan secara tepat karena kalau tidak tepat dalam pengolahan maka ikan asinnya tidak akan bertahan lama makanya kami mengolahnya secara tepat”

(Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

“Agar ikan asin kami tahan lama kami memberikan pengawet tetapi pengawetnya yang alami yaitu garam dengan kualitas yang baik jadi kalau garamnya dengan kualitas yang baik dan takarannya sesuai maka ikan asin akan tahan lama” (Bapak Najiman, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Kalau untuk biar produk tahan lama kami melakukan pengeringan yang benar-benar kering jadi kalau ikan asinnya benar-benar kering itu biasanya lebih tahan lama daripada yang masih lembab lembab” (Bapak Santos, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Caranya yaitu dengan diolah dengan menggunakan pengawet yang bagus pengawetnya tidak harus bahan-bahan kimia tetapi pengawet yang alami itu biar tahan lama dikasih garamnya agak banyak” (Ibu Riris, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara di atas maka cara penjual ikan asin melakukan upaya agar produknya tahan lama yaitu dengan membuat dan mengolah ikan asin secara tepat karena jika mereka membuat ikan asin secara tepat maka ikan asin dapat bertahan lebih lama jika ikan asin bertahan lebih lama maka penjual tidak akan rugi dan tidak ada barangnya rusak sampai barang terjual habis dan ini dapat meningkatkan pendapatan serta meningkatkan kesejahteraan.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apa saja kebijakan dari manajemen penjual ikan asin untuk meningkatkan produk, berikut hasil wawancaranya:

“Kebijakannya yaitu menjaga kebersihan melakukan penyimpanan stok dengan baik dan menghindari adanya kelebihan stok agar produk ikan asin tetap memiliki manajemen yang baik” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Kalau untuk manajemennya itu kita membuat ikan asinnya sesuai dengan kebutuhan misalnya kamu membuat ikan asin sekian banyak nah dalam tempo berapa lama ikan asinnya akan habis nah itu kan sudah bisa dilihat dari pengalaman-pengalaman sebelumnya anak jadi tidak membuat ikan asin yang terlalu berlebihan atau kebanyakan” (Ibu Suriah, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Kalau manajemen kami kami menjual ikan asinnya dihitung dulu beberapa biasanya yang laku dalam sebulan nah kalau sudah dihitung berapa biasanya laku dalam sebulan dan biasanya dalam sebulan itu tidak jauh-jauh perbedaannya jadi kami bisa membuat ikan asin sesuai dengan kebutuhan agar tidak mubazir karena kalau terlalu lama juga tidak bagus lagi ikan asinnya maka kami akan mengalami kerugian” (Bapak Najiman, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara di atas kebijakan dari manajemen penjual ikan itu berbeda-beda mulai dari menjaga kebersihan dan juga melakukan penyimpanan stok yang tidak berlebihan agar tidak mubazir dan juga membuat ikan asin yang sesuai dengan pesanan serta menghitung terlebih dahulu berapa barang-barang yang akan laku sehingga tidak ada kemubaziran dalam pembuatan ikan asin hal ini tentunya dapat meningkatkan pendapatan dan meminimalisir terjadinya kerugian sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana cara membuat produk supaya bisa lebih menarik bagi konsumen, berikut hasil wawancaranya:

“Supaya bisa lebih menarik lagi kami menyediakan berbagai macam produk ikan asin dengan berbagai macam tingkat keasinan dan juga kegurihannya” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Agar lebih menarik lagi kami pajang ikan asin mulai dari yang kecil sampai ke yang besar yang besar itu biasanya kami taruh di depan jadi orang yang lewat melihat ikan asin yang besar dan tertarik untuk mampir jadi itu yang membuat produk bisa lebih menarik” (Ibu Riris, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan :

“Tidak ada, karena ikan asin yang saya jual itu saya ambil dari orang. Sehingga saya langsung menjualnya saja” (Ibu Niarti, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Kita biasanya jualan agak dekat dengan jalan jadi orang yang lewat sudah bisa melihat apa saja jenis-jenis ikan asin kami dari luar jadi kalau mereka melihat ikan asin kami lengkap semua ada biasanya sering mampir dan membeli dengan jumlah yang banyak” (Bapak Jailani, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Supaya bisa menarik itu jualan harus banyak dan lengkap itu adalah kunci agar menarik karena kalau jualan kita tinggal sedikit biasanya jarang yang mampir karena tidak ada pilihan lagi jadi kalau sudah tinggal dikit maka proses kami proses lagi pembuatan ikan asinnya sehingga di tempat jualan itu tidak ada sampai barang terlalu sedikit atau adanya kekosongan barang” (Bapak Suwardi, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas adapun cara membuat produk supaya lebih menarik bagi konsumen menurut masing-masing responden mereka membuat ikan asin dengan berbagai variasi mulai dari ikan yang besar sampai ikan yang kecil mulai dari ikan yang tingkat keasinannya sedang sampai sangat asin sehingga ketika konsumen melihat maka lebih tertarik dan juga membuat jualan ataupun produk yang lengkap serta banyak karena konsumen dapat memilih mana yang mereka mau hal ini tentunya akan meningkatkan pendapatan dan juga akan meningkatkan kesejahteraan. Namun untuk salah satu informan yang bernama Ibu Niarti yang memang langsung menjual ikannya saja tanpa adanya proses pembuatan maka Ibu Niarti tidak leluasa dalam melakukan strategi pemasaran sehingga ibunyati hanya mengandalkan penjualan biasa saja belum menggunakan strategi pemasaran sehingga peningkatan perekonomian belum terjadi.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai produk apa saja yang disukai konsumen, berikut hasil wawancaranya:

“Tergantung dari konsumennya masing-masing ada yang suka ikan asin tetapi yang rasanya lebih tawar ada juga yang suka olahan cumi jadi cumi asin dan juga ada juga yang suka ikan asin peda jadi tergantung dari konsumennya masing-masing” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Semua jenis ikan asin disukai oleh konsumen namun berbeda-beda apa yang mereka sukai dari masing-masing konsumen ada yang lebih suka ikan tawar ada kami sediakan dan ada juga yang suka ikan yang lebih asin” (Bapak Suwardi, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Untuk di toko kami ini yang paling diminati adalah Iwa pedo yang masih menjadi best seller kami saat ini” (Ibu Ningsih, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Tergantung dari masing-masing orangnya ada yang lebih suka ikan benar-benar ikan ya olahan ikan tapi ada juga yang lebih suka olahan selain ikan tetapi hasil laut lainnya seperti cumi dan juga udang asin” (Bapak Santos, salah

satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengenai produk apa saja yang disukai oleh konsumen maka dari beberapa orang informal bahwa yang disukai oleh konsumen itu adalah semua jenis ikan namun pada masing-masing konsumen tentunya mereka memiliki selera yang berbeda-beda sehingga ada memang produk yang menjadi best seller dan juga ada yang tidak tergantung dari masing-masing konsumen produk apa yang mereka sukai hal ini tentunya dapat membuat pendapatan dari pengusaha meningkat dan juga dapat meningkatkan kesejahteraan.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah dengan produk yang variatif konsumen lebih leluasa dalam memilih produk yang mereka sukai, berikut hasil wawancaranya:

“iya kalau produknya lebih bervariasi maka konsumen lebih enak memilih produk mana ataupun ikan asin mana yang mereka sukai kalau pilihannya sedikit mereka kan bingung mau milih yang mana” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Tentunya iya dengan produk yang banyak yang lebih bervariasi tentunya konsumen dapat lebih leluasa dalam memilih mana yang mereka suka” (Ibu Asih, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Iya karena kalau banyak macamnya mereka enak memilihnya dan misal Mereka melihat ada yang menarik bagi mereka biasanya bisa dibeli walaupun mereka belum tahu sebelumnya asalkan memang variasi ikan asinnya banyak” (Ibu Suriah, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Tentu saja semakin banyak jenis ikan asin yang kami jual maka konsumen atau pembeli juga lebih enak dalam memilih mana yang mereka suka dan mana yang mereka tidak suka” (Bapak Jailani, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah dengan produk yang variatif konsumen lebih leluasa dalam memilih produk yang mereka sukai maka beberapa informasi mengatakan kalau produk nya lebih bervariasi maka konsumen lebih enak dalam memilih produk dan juga mereka lebih leluasa dalam memilih produk dengan variasi yang banyak hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi pengusaha karena dengan variasi yang banyak maka penjualan juga akan meningkat dan juga dapat meningkatkan kesejahteraan bagi mereka

Berdasarkan hasil penelitian mengenai sektor produk maka penjual ikan asin melakukan variasi produk dengan cara memvariasikan jenis-jenis ikan yang ada kemudian penjual ikan asin membuat ciri khas produk dengan rasa yang lebih gurih dan juga lebih

higienis daripada ikan asin lainnya. Hal yang menjadi daya tarik produk ikan asin untuk memikat konsumen yaitu dilakukan dengan membuat ikan asin dari ikan yang berkualitas di mana ikan yang digunakan adalah ikan yang masih fresh dan kualitasnya baik. Cara penjual ikan asin melakukan agar produknya tahan lama yaitu dilakukan dengan pengolahan secara tepat menurut pengusaha. Cara membuat produk lebih menarik adalah dengan memvariasikan atau menyediakan berbagai macam produk ikan asin yang ada sesuai dengan tingkat keasinannya. Penjual ikan asin juga lebih memvariasikan produknya agar konsumen lebih enak dalam memilih produk ikan asin yang mereka sukai. Dengan melakukan strategi pada sector produk maka pengusaha meningkatkan pendapatan sehingga meningkatkan kesejahteraan.

Sektor Harga

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah penjual ikan asin mampu bersaing dengan pengusaha lain, berikut hasil wawancaranya:

“Untuk harga kami memang bisa bersaing dengan penjual-penjual ikan asin lainnya karena kami harga juga standar hampir sama dengan penjual ikan asin lainnya kami tidak menaikkan harga yang sangat tinggi dibandingkan dengan penjual ikan asin lain” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Harga tentunya bersaing tetapi tidak juga bisa menjual sesuai dengan keinginan kita saja Kita juga harus menyesuaikan dengan harga pasar karena kalau kita menjual lebih tinggi dari harga pasar maka pelanggan akan lari” (Bapak Hairyanto, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Memang persaingan harga itu cukup ketat ya sesama kami penjual ikan asin di sini tergantung dari kami sebagai penjual seandainya ada pembeli yang menawar apakah dengan menawar segitu kami bisa memberikan atau tidak jadi tergantung dari kami masing-masing yang jelas untuk kami bisa bersaing dengan pengusaha-pengusaha lainnya” (Ibu Asmi, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Persaingan harga itu pasti ada ya karena kami sesama pengusaha di sini juga tidak mungkin harganya benar-benar sama semua karena prinsip orang kan beda-beda ada yang memilih untuk memberikan harga yang tinggi walaupun lakunya sedikit tidak apa-apa yang penting dia harganya mahal tetapi ada juga yang tidak seperti itu” (Bapak Rusmin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara mengenai apakah penjual ikan asin mampu bersaing dengan pengusaha lain maka masing-masing dari pengusaha tentunya mampu bersaing dengan

pengusaha lain karena mereka mempunyai ciri khas masing-masing dan juga mempunyai standar masing-masing dalam membuat usaha sehingga mereka bisa bersaing di pasaran hal ini tentunya dengan mereka mampu bersaing di pasaran mereka akan mendapatkan pendapatan yang meningkat dan juga dapat mensejahterakan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana penetapan harga pada penjualan ikan asin, berikut hasil wawancaranya:

“Walaupun ikan asin kami berkualitas baik tetapi untuk penetapan harga kami tetap melakukan harga sesuai dengan standar ikan asin pada umumnya” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Penetapan harga itu kan tergantung dari modalnya kalau kami mengambilnya mahal ya kami jual mahal juga yang jelas kami menjual di atas harga modal karena kalau dibawa modal ya kami tidak dapat untung malah rugi” (Ibu Eka, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Harga kami sesuaikan karena itu kan ada jenis-jenisnya ikan asin ada jenis ikan asin yang memang mahal harganya ya kami jual mahal tetapi kalau yang untuk harga murah itu kami jual murah jadi harga ditetapkan tergantung dari ikan asinnya” (Bapak Junedi, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Tergantung juga dari ikan asinnya karena harga kan beda-beda semua jenis ikan asin memiliki harga yang berbeda jadi harga ditetapkan sesuai dengan jenisnya” (Ibu Ira, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara mengenai bagaimana penetapan harga pada penjual ikan asin maka masing-masing dari pengusaha memiliki standar yang berbeda dalam penetapan harga tetapi mereka juga menetapkan harga tidak jauh dari harga pasaran karena dengan menetapkan harga yang standar dan sesuai maka mereka mampu bersaing di pasaran sehingga mereka dapat meningkatkan penjualan dan mensejahterakan

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana cara penjual ikan asin menaikkan harga jika bahan baku tinggi, berikut hasil wawancaranya:

“Naikkan saja harganya asalkan jangan terlalu tinggi masih disesuaikan dengan harga yang ada dan jika ada pembeli yang bertanya ya kami jelaskan kalau harga bahan bakunya memang sudah tinggi” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Kalau memang bahan bakunya naik ya kami tinggal menaikkan saja saya rasa semua pengusaha juga demikian kalau memang bahan bakunya naik atau tinggi

maka harga juga dinaikkan” (Bapak Santos, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Biasanya kami para penjual di sini masing-masing sudah tahu kalau untuk jualan jika harga bahan bakunya tinggi maka kami juga menaikkan harga karena kalau tidak dinaikkan maka kami tidak akan mendapatkan keuntungan” (Bapak Najiman, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Biasa itu untuk menaikkan harga karena ya kami juga harus menghitung apakah kami balik modal atau tidak atau rugi atau bagaimana jadi kalau memang dirasa perlu menaikkan harga ya kami tinggal naikkan saja” (Bapak Hairiyanto, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara di atas kepada beberapa orang informal tentang cara penjual ikan asin menaikkan harga jika bahan baku tinggi maka menurut mereka jika bahan baku tinggi maka mereka tinggal menaikkan harga karena mereka tentunya sama jika mereka salah satu pengusaha memiliki bahan baku yang tinggi maka yang lainnya juga tentu memiliki bahan baku yang tinggi dan itu tentunya tidak ada kesulitan dalam menaikkan harga akan tetapi kenaikan harga juga masih disesuaikan dan tidak melampaui standar harga di pasaran sehingga mereka mampu meningkatkan penjualan dan juga dapat mensejahterakan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah penjual ikan asin sering melakukan pemotongan harga atau diskon terhadap konsumen yang telah menjadi pelanggan tetap mereka konsumen, berikut hasil wawancaranya:

“Mereka sudah membeli banyak dan juga mereka sudah menjadi pelanggan pasti ada kami kasih potongan harga untuk konsumen yang memang membeli dalam skala banyak dan juga untuk pelanggan tetap yang sering membeli dengan kami” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Tentu saja kalau memang yang sudah langganan biasanya tuh kan ada potongan harga atau diskon ataupun kalau tidak ada potongan harga biasanya ada ikan asin yang dikasih atau dilebihkan” (Bapak Rusmin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Untuk pelanggan atau konsumen yang sering beli memang ada kami potongan harganya biasanya memang kami sudah kenalkan dengan mereka dan mereka meminta harga seperti biasanya jadi kami mengkhususkan karena mereka memang sering membeli” (Ibu Eka, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Tentunya kalau yang memang sudah langganan ada harga spesial dan juga ada pemberian bonus dari kami untuk yang sering membeli ataupun yang juga sering membeli dalam jumlah yang banyak kami pasti akan melebihkan” (Ibu Asih, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara kepada informan mengenai apakah penjual ikan asin sering melakukan pemotongan harga atau diskon kepada konsumen yang telah melakukan ataupun menjadi pelanggan tetap maka mereka memang memiliki harga khusus ataupun adanya pemotongan harga untuk mereka yang sudah menjadi pelanggan tetap karena mereka yang sudah menjadi pelanggan tetap tentunya akan selalu membeli produk yang mereka jual sehingga dengan melakukan diskon itu maka pelanggan tetap akan terus membeli dan juga pendapatan mereka meningkat sehingga kesejahteraan juga meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apabila dengan pembelian jumlah partai besar adakah potongan harga yang diberikan, berikut hasil wawancaranya:

“Apalagi kalau pembeli sudah membeli dengan jumlah partai besar pasti ada potongan harga bahkan potongan harganya juga cukup besar karena kami juga mendapat keuntungan dari orang yang membeli partai besar” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Memang kalau mereka yang membeli dengan jumlah partai besar itu beda harganya karena mereka yang membeli dengan partai besar biasanya ingin menjual lagi jadi kami memberikan harga khusus untuk mereka yang membeli dalam jumlah partai besar” (Bapak Jailani, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Harga pasti ada pengurangannya kalau mereka sudah membeli dalam partai besar karena walaupun mendapatkan keuntungan yang lebih sedikit tetapi kalau mereka membelinya dalam partai besar itu kan bisa juga mendapat keuntungan” (Ibu Riris, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Tentu saja ada potongan harga untuk orang yang membeli dalam jumlah partai besar karena orang yang membeli partai besar itu memberikan keuntungan juga bagi kami makanya kami juga memberikan harga yang spesial” (Bapak Suwardi, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara kepada informal dapat dilihat bahwa apabila dengan pembelian jumlah partai besar mereka melakukan pemotongan harga karena dengan orang membeli partai besar walaupun untungnya lebih sedikit akan tetapi mereka tetap mendapatkan

pendapatan yang besar karena orang membeli dalam partai yang besar sehingga pendapatan mereka meningkat dan juga kesejahteraan meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai sektor harga di mana penjual ikan asin sudah mampu bersaing dengan pengusaha lain dengan menjual ikan asin harga sesuai standar ataupun pasaran yang ada. Penjual ikan asin juga memberikan potongan harga atau diskon dengan orang yang mengambil skala banyak dan juga orang yang sudah menjadi langganan. Penjual ikan asin juga tidak ragu untuk menaikkan harga jika harga bahan baku pembuatan ikan asin juga mengalami kenaikan. Dengan melakukan strategi pada sektor harga maka pengusaha meningkatkan pendapatan sehingga meningkatkan kesejahteraan.

Sektor Distribusi

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah penjual ikan asin melakukan pendistribusian dengan baik dan terencana, berikut hasil wawancaranya:

“Tentunya kami melakukan pendistribusian dengan baik kalau seandainya ada orang yang memesan banyak itu dari daerah lain misalnya kami melakukan distribusi ke daerah lain tetapi untuk distribusi di sini hanya melakukan penjualan di lapak saja” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Kalau terencana tidak juga karena kami kan hanya menjual di sini jadi kalau untuk yang masalah distribusi itu biasanya karena kami sudah lama berjualan nah konsumen itu sendiri biasanya yang datang ke tempat kami untuk membeli” (Ibu Suriah, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Sebenarnya kalau terencana tidak juga karena mereka yang membeli datang ke tempat kami bahkan kami juga tidak mengetahui dari mana konsumen itu datang yang jelas mereka mendatangi toko kami dan melakukan pembelian” (Ibu Asmi, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Jelas tentu adanya pendistribusian yang terencana karena kami kan sudah banyak langganan jadi kalau sudah banyak langganan kan distribusi kita akan jelas ke mana saja misalnya kan bulan ini ada yang memesan 40 kg nah maka distribusinya kan sudah jelas jadi ke sana itu 40 kg jadi memang ada yang terencana dan ada juga yang tidak terencana” (Ibu Ningsih, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara kepada informan di atas bahwa pendistribusian sebenarnya tidak dilakukan secara terencana tetapi mereka melihat bagaimana prospek kedepannya maka mereka mendistribusikan dengan baik kalau seandainya ada orang yang memesan banyak maka mereka akan membuat lebih banyak dan jika tidak ada yang memesan maka jangkauan distribusinya kan hanya di ruang lingkup tempat jualan saja.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah distribusi produk penjual ikan asin dalam memasarkan produk sesuai dengan target pasar mereka, berikut hasil wawancaranya:

“Target pasar kami adalah masyarakat ataupun orang-orang yang suka dengan ikan asin jadi kami memasarkannya sesuai dengan target pasar kami” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Untuk target pasar sendiri tentunya orang-orang penyuka ikan asin kalau mereka yang tidak suka ikan asin ya tidak ditargetkan” (Ibu Eka, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Kalau saya pribadi tidak ada target-target, siapa saja bisa beli” (Ibu Murwiyah, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Target kami itu masyarakat Bengkulu dan juga bisa masyarakat yang di luar Bengkulu karena di sini kan di daerah pantai kan daerah wisata banyak juga wisatawan wisatawan dari luar Bengkulu” (Bapak Suwardi, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Untuk target pasar tentunya masyarakat Bengkulu sendiri dan juga orang-orang luar pengunjung Pantai panjang dan juga tapak Padri” (Ibu Ira, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara mengenai apakah distribusi produk penjualan ikan asin dalam memasarkan produk sudah sesuai dengan target atau belum maka mereka sudah menentukan target pasar masing-masing yaitu masyarakat yang ada di Bengkulu bisa juga pengunjung dari tempat wisata Pantai panjang dan tapak Padri serta juga masyarakat yang ada di luar kota juga menjadi target pasar bagi mereka sehingga dengan banyaknya orang yang menjadi target pasar maka semakin banyak pula pendapatan mereka sehingga kesejahteraan meningkat. Salah satu informan mengatakan bahwa beliau tidak memiliki target konsumen beliau hanya menjual saja siapa yang mau membeli dan jika tidak mau membeli beliau tidak berbuat apa-apa maka di sini dapat dilihat bahwa dari segi pendapatan Ibu Murwiyah memang belum mengalami peningkatan begitu juga dengan perekonomiannya yang belum mengalami peningkatan sehingga Ibu Murwiyah perlu memiliki strategi dalam melakukan penjualan

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana kemampuan dan pelayanan penjual ikan asin terhadap konsumen, berikut hasil wawancaranya:

“Tentunya kami memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen kalau ada konsumen yang bertanya-tanya tentang ikan asin nya kami jawab dengan baik dan jika ada yang membeli juga kami layani” (Bapak Saprudin, salah satu

wirusaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Kami pastinya memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen karena kalau kami tidak memberikan pelayanan yang baik nanti konsumen tidak mau membeli” (Bapak Rusmin, salah satu wirusaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Tentu saja kami memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli karena kalau kami tidak melakukan pelayanan yang baik nantinya pembeli tidak jadi membeli misalnya kami tidak melayani ketika mereka menanyakan harga nanti kan mereka tidak jadi membeli karena kami tidak ramah” (Bapak Najiman, salah satu wirusaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Pelayanan nomor 1 bagi kami karena pembeli itu kan melihat dari pelayanan dulu kalau kami melayani dengan tidak baik maka kami menghilangkan konsumen kami” (Bapak Rusmin, salah satu wirusaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara mengenai kemampuan dan pelayanan penjual ikan asin terhadap konsumen maka semua pengusaha mengatakan bahwa mereka sudah memberikan pelayanan terbaik untuk konsumennya dengan demikian mereka berharap bahwa pendapatan mereka akan meningkat dan kesejahteraan mereka juga akan meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana penjual ikan asin memanfaatkan tempat yang strategis, berikut hasil wawancaranya:

“Tempat yang strategis tentunya lebih menguntungkan bagi kami yang menjual ikan asin ini dan kalau memang kita berjualan di tempat yang strategis sangat dapat memanfaatkan tempat tersebut akan tetapi tidak semua kami memiliki tempat yang strategis tapi kalau memang kualitas kami bagus orang-orang juga akan membeli walaupun tidak di tempat yang strategis” (Bapak Saprudin, salah satu wirusaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Menurut saya tempat yang strategis menguntungkan bagi kami selaku penjual karena kalau tempatnya tidak strategis itu juga akan mempengaruhi baris atau tidaknya jualan kami” (Bapak Santos, salah satu wirusaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Yah lokasi memang harus strategis karena kalau misalnya kita terlalu di pinggir jalan tidak ada tempat parkir ataupun berhenti mobil orang yang tadinya akan membeli tidak jadi membeli karena tidak adanya tempat berhenti ataupun parkir jadi memang lokasinya strategis sangat menguntungkan” (Ibu Eka, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Lokasi yang strategis memang sangat menguntungkan bagi kami selaku penjual karena kalau lokasi sudah mendukung yaitu lokasi yang strategis maka dapat membantu melariskan jualan kami karena kalau strategis kan berarti dilihat banyak orang dan juga banyak orang mampir sehingga orang membeli” (Ibu Ningsih, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara mengenai bagaimana penjual ikan asin memanfaatkan tempat yang strategis maka semua penjual ikan asin sangat memanfaatkan tempat yang strategis karena tempat yang strategis sangat mempengaruhi penjualan mereka misalkan mereka memiliki tempat strategis maka akan meningkatkan penjualan dan juga akan mensejahterakan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah system pendistribusian produk penjual ikan asin telah berjalan dengan baik, berikut hasil wawancaranya:

“Sejauh ini sistem distribusinya sudah berjalan dengan baik karena kami mendistribusikan baik itu di dalam kota maupun keluar kota” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Distribusi sudah berjalan dengan baik selama ini memang seperti itu dan berjalan seperti biasanya” (Bapak Santos, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Untuk distribusi sendiri sudah berjalan seperti biasanya karena kami tidak terlalu fokus kepada distribusi ke luar kota atau ke mana yang jelasnya orang yang datang ke sini untuk membeli jadi kami tidak terlalu fokus ke distribusi” (Bapak Jailani, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Distribusi sendiri sebenarnya sudah aman karena sudah bisa kami kirim ke luar kota maupun juga di dalam kota jadi distribusinya sudah baik dan jangkauannya juga sudah luas” (Bapak Junedi, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara mengenai apakah sistem pendistribusian produk penjualan ikan asin sudah berjalan dengan baik atau belum maka menurut masing-masing pengusaha bahwa distribusi sudah berjalan dengan baik akan tetapi mereka tidak terlalu fokus ke luar kota mereka hanya fokus di dalam kota yang di luar kota hanya jika ada yang memesan saja dengan demikian bahwa sistem distribusi akan meningkatkan dan mensejahterakan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai distribusi di mana penjual ikan asin sudah melakukan pendistribusian dengan baik dan terencana karena jangkauan distribusi dari penjualan ikan asin yang ada tidak hanya di dalam kota saja melainkan sudah sampai ke luar kota. Dengan melakukan strategi pada sektor distribusi maka pengusaha meningkatkan pendapatan sehingga meningkatkan kesejahteraan.

Sektor Promosi

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana kegiatan promosi apa yang dilakukan penjual ikan asin untuk menarik konsumen, berikut hasil wawancaranya:

“Promosi dilakukan dengan cara menulis di lapak ikan asin murah dan berkualitas baik kemudian juga promosi dilakukan dari *komunikasi lisan* bagi orang-orang yang kami kenal kami melakukan promosi ikan asin kami dan juga anak kami melakukan kegiatan promosi di Facebook siapa yang mau membeli ikan asin” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Promosi kami biasanya melalui sosial media seperti Facebook dan juga lainnya untuk Instagram kami juga promosi tapi menggunakan Instagram anak karena saya tidak memiliki Instagram” (Ibu Ningsih, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyamakan:

“Sejauh ini saya tidak pakai promosi, yang mau beli bisa datang langsung ke lapak saya. Kalau belum ada yang mau beli, berarti itukan belum jadi rejeki saya” (Ibu Murwiyah, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Untuk promosi kami lakukan kepada orang-orang yang membeli kami jelaskan tentang produk kami dan juga kami promosikan kepada orang yang sudah membeli jadi kalau orang yang sudah membeli nantinya kan bisa merekomendasikan kepada orang lain” (Ibu Eka, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Promosi memang sekarang ini lebih ke sosial media karena sosial media itu jangkauannya sangat luas jadi kami mempromosikan lewat sosial media karena

kalau ada yang dari luar kota kami juga kan bisa mengirimnya” (Ibu Riris, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara mengenai bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan penjual ikan asin untuk menarik konsumennya masing-masing pengusaha memiliki cara tersendiri untuk melakukan promosi biasanya mereka memang melakukan promosi dengan komunikasi secara lisan kepada orang-orang yang mereka kenal dan juga melakukan promosi di sosial media akan tetapi yang mereka fokuskan yaitu komunikasi lisan karena promosi yang di sosial media biasanya itu mereka menyuruh anak-anak mereka yang memiliki sosial media untuk melakukan promosi. Informan yaitu Ibu Murwiyah mengatakan bahwa beliau tidak menggunakan promosi apapun dalam melakukan penjualan tidak melakukan strategi apapun beliau hanya menjual dan melayani pembeli yang datang ke kelapak hal ini tentunya membuat ibu murwiyah belum memaksimalkan pendapatannya dan juga belum dapat meningkatkan perekonomiannya karena perekonomiannya masih tetap begitu-begitu saja.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah penjual ikan asin memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan promosi, berikut hasil wawancaranya:

“Iya kebetulan memang kami kan sudah punya HP Android jadi enak dalam promosi di WA bisa dan juga di Facebook atau tiktok bisa melakukan promosi ikan asin” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Teknologi sangat membantu kami dalam melakukan promosi karena tanpa teknologi yang canggih susah kalau zaman dulu kan belum ada HP Android Kalau sekarang kan sudah ada HP Android untuk promosi” (Ibu Suriah, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Jelas kami memanfaatkan kemajuan teknologi karena zaman sekarang ini apa-apa semuanya sudah menggunakan HP jadi sudah canggih ya bisa lewat WA dan juga bisa lewat yang lainnya” (Bapak Asih, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara mengenai apakah penjual ikan asin memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan promosi maka benar adanya bahwa mereka sudah melakukan pemanfaatan teknologi dengan mempromosikan ikan asin kepada di HP Android promosi melalui wa dan juga Facebook serta Tik tok

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana penjual ikan asin membaca selera konsumen dalam melakukan promosi, berikut hasil wawancaranya:

“Kan kalau kita posting itu biasanya tahu yang mana yang diminati nah jadi kalau yang sering diminati itu kami buat ikan asinnya lebih banyak daripada yang ikan asin kurang diminati” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home*

industry ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Kalau saya membaca selera konsumen dari ikan asin mana yang paling cepat habis nah di situ kan bisa dilihat tuh yang paling diminati oleh pembeli” (Ibu Asmi, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Mudah saja kalau kita melihat bagaimana yang paling diminati itu yang paling laris biasanya tentukan itu yang paling diminati oleh pembeli makanya kalau yang paling laris sudah pasti itu diminati” (Ibu Eka, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Kalau melihat mana yang paling diminati dan mana yang tidak yang mana yang paling suka dibeli orang misalnya ikan apa yang paling suka dibeli orang nah itu yang paling diminati dan biasanya cepat juga habisnya” (Bapak Najiman, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara mengenai bagaimana penjual ikan asin membaca selera konsumen dalam melakukan promosi maka pengusaha membacanya dari melihat produk mana yang paling cepat habis dan cepat paling laris ketika mereka melakukan penjualan maka produk itulah yang akan dibuat dalam jumlah yang banyak karena di situ sudah terbaca selera konsumennya hal ini tentunya dapat meningkatkan penjualan dan juga meningkatkan kesejahteraan bagi mereka.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah promosi penjual ikan asin menjangkau semua lapisan masyarakat, berikut hasil wawancaranya:

“Promosi penjualan ikan asin sudah menjangkau semua lapisan masyarakat karena kami promosi tidak hanya dari *komunikasi lisan* saja tetapi sudah menggunakan media sosial yang semua orang pun bisa melihat tidak hanya di Bengkulu bahkan di luar Bengkulu juga bisa melihat” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Kami menjangkau lapisan masyarakat itu dari pembeli karena kan pembeli ini kan dari berbagai lapisan masyarakat di merekakan nanti sudah membeli kalau dirasa ikan asin yang enak di sini dan sudah tahu tempat ikan asin di sini maka akan menyebar nah itu cara menjangkau semua lapisan masyarakat karena pembeli di sini dari semua kalangan” (Bapak Rusmin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Untuk menjangkau lebih luas kami makanya tadi menggunakan teknologi karena jangkauan teknologi itu bisa sampai ke mana-mana keluar daerah dalam daerah semuanya bisa terjangkau dari HP” (Ibu Ningsih, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Jangkauan lebih luasnya lewat HP yang tadinya tidak tahu di sini ada jualan ikan asin yang lengkap dan juga yang murah maka orang-orang tidak tahu tapi kalau sudah kita promosikan di HP orang-orang tahu yang tidak sempat ke sini bisa juga dikirim” (Ibu Riris, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara mengenai apakah promosi penjual ikan asin menjangkau semua lapisan masyarakat maka benar adanya bahwa promosi yang dilakukan memang sudah menjangkau semua lapisan masyarakat karena penyuka ikan asin juga semua dari lapisan masyarakat sehingga jika promosi penjualan menjangkau semua lapisan masyarakat tentunya adanya kemungkinan untuk meningkatkan pendapatan dan juga kesejahteraan.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah yang dilakukan penjual ikan asin terhadap personal seling konsumen, berikut hasil wawancaranya:

“Kami menjaga hubungan baik dengan konsumen yang sudah menjadi langganan ataupun sudah sering membeli di sini sehingga terciptanya personal selling yang baik dengan konsumen” (Bapak Saprudin, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Hubungan baik dengan konsumen harus tetap terjaga karena dari konsumen 1 akan menghasilkan konsumen yang lainnya begitu seterusnya kalau sudah tidak ada kesan baik nanti konsumen tidak merekomendasikan jualan kita” (Bapak Santos, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Terus dijaga karena kalau kita tidak menjaga hubungan baik dengan konsumen bagaimana kita akan mendapatkan konsumen lagi sedangkan konsumen yang sudah pernah datang saja tidak kembali lagi dan juga tidak memberitahu yang lain bahwa di sini ikan asinnya enak dan juga lezat” (Bapak Suwardi, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Informan lainnya menyampaikan:

“Tentu saja dengan menjaga hubungan baik kepada pembeli maka dengan hubungan baik itu akan mendapatkan konsumen lain lagi dari konsumen yang

sudah membeli itu” (Bapak Hairiyanto, salah satu wirausaha *home industry* ikan asin Kelurahan Malioboro Kota Bengkulu, wawancara pada 24 Desember 2023)

Dari hasil wawancara mengenai apakah yang dilakukan penjual ikan asin terhadap personal selling konsumen maka penjual menjaga hubungan yang baik dengan konsumen sehingga konsumen yang sudah membeli bisa jadi membeli lagi pada lain kesempatan sehingga dengan demikian pendapatan mereka tetap terjaga dan kesejahteraan mereka tetap terjaga.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai sektor promosi bahwa penjual ikan asin sudah memiliki kegiatan promosi yang menarik untuk konsumen selain mereka melakukan promosi dari *komunikasi lisan* untuk orang yang mereka kenal, penjual ikan asin juga sudah mempromosikan ikan asinnya melalui sosial media yaitu Facebook Tik tok dan juga wa yang dapat membantu dalam proses promosi. Promosi penjualan ikan asin juga sudah menjangkau semua lapisan masyarakat baik dari dalam kota maupun luar kota dan juga penjual ikan asin terus melakukan promosi serta menjaga hubungan baik dengan konsumen yang sudah berlangganan. Dengan melakukan strategi pada sektor promosi maka pengusaha meningkatkan pendapatan sehingga meningkatkan kesejahteraan.

PEMBAHASAN

Semua usaha, baik yang dimiliki pribadi maupun organisasi, badan yang bersifat publik ataupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan, tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri yang merupakan motivasi dari pendiriannya. Demikian pula dengan pelaku *home industry* ikan asin dalam peningkatan ekonomi keluarga masyarakat Kelurahan Malabero Kota Bengkulu tentu saja memiliki tujuan, strategi dan manajemen.

Adapun perbandingan pendapatan sebelum adanya Usaha Home Industry Ikan Asin dan setelah adanya Usaha Home Industry Ikan Asin sebagai berikut:

Tabel 5
Pendapatan Perbulan Usaha *Home Industry* Ikan Asin
Kelurahan Malabero Kota Bengkulu

No.	Responden	Sebelum Melakukan Strategi	Sesudah Melakukan Strategi
1	Bapak Najiman	Rp 2.200.000	Rp 3.500.000
2	Bapak Saprudin	Rp 3.000.000	Rp 5.000.000
3	Ibu Niarti	Rp 1.800.000	Rp 1.800.000
4	Bapak Santos	Rp 2.500.000	Rp 4.000.000
5	Bapak Jailani	Rp 2.500.000	Rp 4.000.000
6	Bapak Hairiyanto	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000
7	Bapak Rusmin	Rp 2.000.000	Rp 3.000.000
8	Ibu Murwiyah	Rp 1.600.000	Rp 1.600.000
9	Bapak Junedi	Rp 2.000.000	Rp 3.500.000
10	Ibu Riris	Rp 1.500.000	Rp 3.000.000
11	Ibu Suriah	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000
12	Bapak Suwardi	Rp 2.000.000	Rp 3.500.000
13	Ibu Ningsih	Rp 2.000.000	Rp 3.500.000
14	Ibu Asmi	Rp 1.500.000	Rp 3.000.000
15	Ibu Eka	Rp 2.500.000	Rp 4.000.000
16	Ibu Asih	Rp 2.000.000	Rp 3.500.000
17	Ibu Ira	Rp 1.200.000	Rp 3.000.000

Dari data di atas dapat dilihat bahwa adanya usaha *home industry* ikan asin dalam peningkatan ekonomi keluarga masyarakat Kelurahan Malabero Kota Bengkulu. Dari tabel dapat dilihat bahwa pendapatan pada masing-masing pengusaha berbeda-beda dan juga rata-rata mengalami peningkatan dikarenakan sudah menggunakan strategi pemasaran namun ada beberapa orang yang belum menggunakan strategi pemasaran dimana pendapatannya oleh karena itu perekonomiannya belum mengalami peningkatan. Pengusaha yang belum mengalami peningkatan dikarenakan belum menggunakan strategi pemasaran yaitu Ibu Niarti dan Ibu Murwiyah.

Proses-proses manajemen, pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Fungsi perencanaan meliputi strategi, dan strategi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan suatu bisnis. Demikian juga dalam pemasaran dibutuhkan suatu strategi, terlebih lagi dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, maka strategi sangat penting yang kemudian disebut strategi pemasaran.

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dengan melakukan strategi pada sektor produk, harga, distribusi dan promosi maka pengusaha meningkatkan pendapatan sehingga meningkatkan kesejahteraan

Setiap usaha baik itu pelaku *home industry* ikan asin dalam peningkatan kesejahteraan pada pengusaha ikan asin Kelurahan Malabero Kota Bengkulu beroperasi pada strategi marketing untuk optimalisasi dalam mencapai tujuannya. Strategi marketing yang *kompleks* ini selalu berubah-ubah sebagai konsekuensi dari perubahan sosial. Perubahan lingkungan dapat menjadi tantangan yang baru bagi pemasaran usaha, sehingga hal ini memerlukan tanggapan dan cara penyelesaian yang baru pula atau sebaliknya dapat berubah menjadi peluang atau kesempatan mengembangkan usaha. Dengan demikian strategi pemasaran dalam sebuah *home industry* tidak dapat dilakukan hanya sekali proses saja, namun butuh proses panjang untuk membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan usaha tersebut

Hal yang paling mendasar dan diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat masyarakat/calon konsumen agar mau berbelanja atau membeli ikan asin tersebut. Sesuai dengan strategi pemasaran yang telah diuraikan akan dikaji dalam *segmenting, targeting* dan *positioning*. Bauran pemasaran adalah salah satu dari strategi pemasaran, di mana ada empat kebijaksanaan pokok yang dapat disebut 4 P yaitu; *Product, Price, Place, dan Promotion*, dan dari empat kebijaksanaan tersebut mempunyai fungsi sendiri-sendiri. Bauran pemasaran banyak dimanfaatkan oleh *home industry* jasa, salah satunya pelaku usaha ikan asin untuk memasarkan produk-produk.

Faktor-faktor dalam pelaku usaha ikan asin adalah kompetensi khusus atau keunggulan-keunggulan lain yang berakibat pada nilai plus atau keunggulan komparatif pelaku usaha ikan asin tersebut. Hal ini bisa dilihat jika pelaku usaha ikan asin harus memiliki produk yang membuatnya berbeda sehingga dapat bersaing bagi pesaing-pesaing serta dapat memuaskan konsumen.

Kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh pelaku usaha ikan asin tidak dimiliki oleh pelaku usaha ikan asin lain. Ada beberapa hal yang menjadikannya tidak diberikan solusi yang tepat dikarenakan tidak

dimaksimalkan marketing yang sudah ada. Segala sesuatu pasti memiliki kekurangan adalah hal yang wajar tetapi yang terpenting adalah bagaimana sebagai penentu kebijakan pelaku usaha ikan asin bisa meminimalisasi kekurangan tersebut atau bahkan kekurangan tersebut menjadi satu sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh pelaku usaha ikan asin lain.

Faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi pelaku usaha ikan asin untuk memanfaatkannya. Kondisi yang terjadi merupakan kesempatan dari luar pelaku usaha ikan asin, proyek, atau konsep bisnis itu sendiri. Kesempatan adalah suatu kondisi lingkungan eksternal yang menguntungkan bahkan menjadi formulasi dalam pelaku usaha ikan asin.

Faktor negatif dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berjalannya sebuah organisasi atau program. Meliputi faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi pelaku usaha ikan asin. Jika sebuah kekurangan tidak ditanggulangi maka akan menjadi sebuah penghalang bagi majunya usaha ikan asin itu sendiri. Kondisi internal seperti Kemampuan mengumpulkan informasi tentang pasar kondisi serta keinginan pasar akan fasilitas yang terbaik, Persaingan produk, mutu produk/jasa pesaing yang masih lebih bagus. Dalam posisi ini menunjukkan bahwa usaha produk dapat memanfaatkan marketing mix yang dimiliki secara optimal mungkin untuk mengantisipasi jatuhnya usaha.

Dalam *implementasi* strategi selanjutnya dilaksanakan secara bersama-sama dan saling mendukung satu dengan yang lain. Berdasarkan analisis tersebut di atas menunjukkan bahwa kinerja *home industry* dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Berdasarkan hasil pengamatan (*observasi*), maka strategi bauran pemasaran terpenting yang harus mendapatkan fokus perhatian dari *home industry* adalah strategi promosi. Strategi promosi yang dilakukan oleh *home industry* pada saat ini belum efektif dan berkesinambungan, terlihat dari masih minimnya media promosi yang digunakan.

Alternatif strategi jangka pendek yang disarankan kepada pelaku usaha ikan asin adalah menjalankan strategi-strategi berikut :

- a. Meningkatkan frekuensi kegiatan promosi baik yang bersifat *personal selling, direct marketing, advertising, publicity* dan distribusi secara efektif dan berkesinambungan untuk memperluas pangsa pasar.
- b. Meningkatkan mutu pelayanan terhadap *customer loyalty* (pelanggan tetap) untuk *penetrasi* pasar.
- c. Memberikan pelatihan kepada karyawan yang membuat ikan asin agar penjualan maksimal.

Alternatif jangka panjang yang disarankan kepada *home industry* adalah melaksanakan strategi-strategi berikut: Melakukan *revisi* terhadap produk dalam *intensitas* waktu tertentu. Strategi-strategi tersebut membutuhkan modal yang cukup besar. Modal yang besar akan terkumpul bila didukung oleh volume penjualan dan tingkat keuntungan yang meningkat. Hal ini juga didukung oleh alternatif strategi lain yang telah dilakukan oleh *home industry* untuk pengembangan strategi pemasarannya.

KESIMPULAN

1. Sektor produk maka penjual ikan asin melakukan variasi produk dengan cara memvariasikan jenis-jenis ikan yang ada kemudian penjual ikan asin membuat ciri khas produk dengan rasa yang lebih gurih Dan juga lebih higienis daripada ikan asin lainnya. Hal yang menjadi daya tarik produk ikan asin untuk memikat konsumen yaitu dilakukan dengan membuat ikan asin dari ikan yang berkualitas di mana ikan yang digunakan adalah ikan yang masih fresh dan kualitasnya baik. Cara penjual ikan asin melakukan agar produknya tahan lama yaitu dilakukan dengan pengolahan secara tepat menurut pengusaha. Cara membuat produk lebih menarik adalah dengan

memvariasikan atau menyediakan berbagai macam produk ikan asin yang ada sesuai dengan tingkat keasinannya. Penjual ikan asin juga lebih memvariasikan produknya agar konsumen lebih enak dalam memilih produk ikan asin yang mereka sukai. Dengan melakukan strategi pada sektor produk maka pengusaha meningkatkan pendapatan sehingga meningkatkan kesejahteraan

2. Sektor harga di mana penjual ikan asin sudah mampu bersaing dengan pengusaha lain dengan menjual ikan asin harga sesuai standar ataupun pasaran yang ada. Penjual ikan asin juga memberikan potongan harga atau diskon dengan orang yang mengambil skala banyak dan juga orang yang sudah menjadi langganan. Penjual ikan asin juga tidak ragu untuk menaikkan harga jika harga bahan baku pembuatan ikan asin juga mengalami kenaikan. Dengan melakukan strategi pada sektor harga maka pengusaha meningkatkan pendapatan sehingga meningkatkan kesejahteraan
3. Sektor distribusi di mana penjual ikan asin sudah melakukan pendistribusian dengan baik dan terencana karena jangkauan distribusi dari penjualan ikan asin yang ada tidak hanya di dalam kota saja melainkan sudah sampai ke luar kota. Dengan melakukan strategi pada sektor distribusi maka pengusaha meningkatkan pendapatan sehingga meningkatkan kesejahteraan
4. Sektor promosi bahwa penjual ikan asin sudah memiliki kegiatan promosi yang menarik untuk konsumen selain mereka melakukan promosi dari komunikasi lisan untuk orang yang mereka kenal, penjual ikan asin juga sudah mempromosikan ikan asinnya melalui sosial media yaitu Facebook Tik tok dan juga wa yang dapat membantu dalam proses promosi. Promosi penjualan ikan asin juga sudah menjangkau semua lapisan masyarakat baik dari dalam kota maupun luar kota dan juga penjual ikan asin terus melakukan promosi serta menjaga hubungan baik dengan konsumen yang sudah berlangganan. Dengan melakukan strategi pada sektor promosi maka pengusaha meningkatkan pendapatan sehingga meningkatkan kesejahteraan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwas, Oos M. 2014. *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aswar, Saifuddin. 2018. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Press.
- Aziz, Abdul. 2018. *Ekonomi Islam Analisa Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bahrudin, Ahmad. 2015. *Utang dan Pendapat home industry dalam Kriteria dan Penerbit Efek Syariah Perspektif Hukum Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.
- Djamil, Faturrahman. 2013. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Emzir. 2017. *Analisis Data: Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Kartasmita, Ginanjar. 2016. *Pembangunan untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta: PT. Pustaka CIDESINDO.
- Mannan, Abdul. 2014. *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Mardalis. 2014. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Skripsi cet. VII*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nainggola, R.R.E dan Maryani, D. 2019. *Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pemberdayaan Masyarakat, Nasional, Departemen Pendidikan. Kamus Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi Keempat. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,
- Patilima, Hamid. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Praja, Juhaya S. 2022. *Ekonomi Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rianto, M. Nur. 2021. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Jakarta ; PT. Era Intermedia.
- Rozalinda. 2015. *Teori dan Aplikasi pada Aktiva Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suboyo, Joko. 2016. *Metode Penelitian (dalam Teori Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudarso, MB, Hendri. 2021. *Pengantar Ekonomi Mikro Islam*. Yogyakarta: Ekonomi Gemilang.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Pendidikan Cet. XI*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D,) Cet. XV*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2015. *Membangun Masyarakat Memperdayakan Rakyat*. Bandung: Refrika Aditama.
- Sumodiningrat, Gunawan. 2018. *Membangun Perekonomian Rakyat*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Suryono, Bagong. 2017. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Suwandi, Basrowi. 2018. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Syafruddin, Amir. 2018. *Ushul Fiqh*. Jakarta: Kencana.
- Veithzal Rivai, Andi Buchari. 2019. *Islamic Economics (Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zubair Muhammad Kamal, dkk. 2020. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020*. Parepare : IAIN Parepare Nusantara Press.