

## Tracing the Business Success of UD Subur Jaya

Abdul Aziz

Universitas Ngudi Waluyo

**Corresponding Author:** Abdul Aziz [abdulaziz@unw.ac.id](mailto:abdulaziz@unw.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Excellence, Success, UMKM

*Received :* 2 May

*Revised :* 16 May

*Accepted:* 17 June

©2023 Aziz: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

Starting a business is one way to achieve economic growth in the community sector. In general, every business tries to be successful in carrying out its operations. The aim of this research is to find out more about the success of UD Subur Jaya's rice milling business. This research is included in qualitative research, which aims to present an overall, factual, and precise picture of the characteristics and characteristics of a particular population or object. Based on the results of research that has been conducted using observation, interview and documentation methods, it is found that the influencing the success of UD Subur Jaya, namely: strategic location selection, quality of products produced, friendly and courteous service, post-sale payments intended for small traders, competitive prices

## Menelusuri Keberhasilan Usaha UD Subur Jaya

Abdul Aziz

Universitas Ngudi Waluyo

**Corresponding Author:** Abdul Aziz [abdulaziz@unw.ac.id](mailto:abdulaziz@unw.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Keunggulan,  
Keberhasilan, UMKM

*Received :* 2 May

*Revised :* 16 May

*Accepted:* 17 June

©2023 Aziz: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Memulai usaha merupakan salah satu cara untuk mencapai pertumbuhan ekonomi di sektor masyarakat. Secara umum, setiap bisnis berusaha untuk berhasil dalam menjalankan operasinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih jauh tentang keberhasilan usaha penggilingan padi UD Subur Jaya. Penelitian ini berada termasuk penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk menyajikan gambaran secara menyeluruh, faktual, dan tepat tentang ciri-ciri dan ciri-ciri populasi atau objek tertentu.. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi diperoleh bahwa faktor yang mempengaruhi keberhasilan UD Subur Jaya yaitu: pemilihan lokasi yang Strategis, kualitas produk yang dihasilkan, pelayanan yang ramah dan sopan, pembayaran paska laku yang diperuntukan bagi pedagang kecil, harga yang kompetitif

---

## PENDAHULUAN

Bisnis harus memiliki strategi karena persaingan perusahaan semakin ketat dan memiliki banyak efek negatif. Bisnis semacam ini, khususnya yang fokus pada UKM, tentunya harus memiliki rencana bisnis dan strategi operasional yang tepat dan efektif dalam menjalankan proses bisnisnya agar tidak menyimpang dan dapat berjalan sesuai dengan tujuan awal perusahaan. (Adijati Utaminingsih, Teguh Ariefiantoro, 2016). Strategi tersebut diterapkan mulai dari pengembangan produk berdasarkan ide-ide yang inovatif dan unik sehingga menjadi unik dan dapat dibedakan dari produk pesaing, proses bisnis internal perusahaan hingga strategi pemasaran agar produk tersebut dapat terjual dengan efektif.

Memulai usaha merupakan salah satu cara untuk mencapai pertumbuhan ekonomi di sektor masyarakat. Secara umum, setiap bisnis berusaha untuk berhasil dalam menjalankan operasinya. Menetapkan tujuan jangka panjang untuk bisnis, memilih tindakan yang tepat, dan mengalokasikan sumber daya adalah contoh strategi. (Rahardjo Adisasmita, 2013).

Perusahaan memanfaatkan bauran pemasaran, salah satu unsur dalam proses pemasaran, untuk membidik sasaran yang telah ditentukan sebelumnya guna mencapai tujuan pemasarannya baik pemasaran produk maupun jasa. Inti dari sistem pemasaran terdiri dari sejumlah faktor atau aktivitas yang secara kolektif disebut sebagai "bauran pemasaran". Tidak mungkin menerapkan cara-cara untuk meningkatkan perkembangan bisnis tanpa juga mengembangkan pemasaran perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. (Adam, 2015).

UMKM memainkan peran penting dan penting dalam perekonomian Indonesia. Karena banyaknya industri yang ada di semua sektor ekonomi di Indonesia, potensi penyerapan tenaga kerja yang tinggi, dan kontribusi UMKM yang signifikan terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), kondisi ini sangat mungkin terjadi. (Tambunan, 2001).

Upaya pemerintah untuk menurunkan angka pengangguran sangat terbantu oleh UMKM. Pelaku UMKM menghadapi sejumlah tantangan di sepanjang jalan. Oleh karena itu, tindakan sektor publik dan swasta diperlukan untuk mempromosikan pembangunan yang diantisipasi. Bisnis yang dikenal sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting untuk kesehatan perekonomian nasional. UMKM kini sedang gencar dikembangkan di Indonesia. (Tulus T.H. Tambunan, 2013).

Desa Trengguli yang merupakan salah satu daerah tempat usaha kecil dan menengah dilakukan, memiliki beberapa UMKM yang telah terbentuk dan menjalankan berbagai usaha, salah satunya adalah usaha penggilingan padi. Salah satu masyarakat di Kecamatan Trengguli, Kabupaten Demak, dan Provinsi Jawa Tengah adalah Desa Trengguli. Karena sifat pertanian mayoritas wilayah di desa Trengguli, mayoritas penduduknya adalah petani.

Sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang pengolahan padi, Penggilingan padi Subur Jaya diharuskan mampu siaga untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satu kunci usaha bisa berkembang dengan baik adalah kualitas produk, harga, dan lokasi yang strategis.

Tabel 1. Data Penjualan UD Subur Jaya di Desa Trengguli Tahun 2017 2021

NO	Tahun	Omset Penjualan
1	2017	1,37 M
2	2018	1,41 M
3	2019	1,45 M
4	2020	1,52 M
5	2021	1,58 M

Berdasarkan pada table 1 diatas, dapat dilihat bahwa omset penjualan UMKM UD Subur Jaya didesa Trengguli rata-rata omset penjualannya sebesar 1 miliar. Walaupun omset yang saat ini dihasilkan sudah menutupi biaya oprasional dan telah mendapatkan keuntungan, pemilik UMKM UD Subur Jaya di desa Ttrengguli tidak mentargetkan omset bulanan atau tahunan saat ini, karena pemilik UMKM UD Subur Jaya di desa Trengguli melihat situasi pasar dan kebutuhan masyarakat. Strategi UMKM UD Subur Jaya di desa Trengguli saat ini melakukan pemasaran secara online yaitu dengan menggunakan media social seperti whatsapp. Melalui media social tersebut, UMKM UD Subur Jaya di desa Trengguli menggunakan gambar produk untuk dijadikan status whatsapp dengan menambahkan potongan harga. Periklanan dimedia social juga dapat menguntungkan karena mengekpos dimedia social juga dapat membantu berkomunikasi secara online kepada konsumen.

Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Strategi apakah yang digunakan UMKM UD Subur Jaya untuk mempertahankan keberhasilan dan agar dapat semakin berkembang”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Keberhasilan Usaha*

Suatu perusahaan dianggap berhasil jika memperoleh keuntungan karena menghasilkan uang adalah alasan utama mengapa orang melakukan bisnis, menurut Utaminingsih, yang berpendapat bahwa kesuksesan bisnis pada dasarnya adalah pencapaian tujuan bisnis. (Adijati Utaminingsih, Teguh Ariefiantoro, 2016). Menurut Albert Wijaya yang dalam Suryana menyatakan bahwa laba merupakan tujuan yang sangat penting dan menjadi tolak ukur kinerja suatu perusahaan. Sehingga jelaslah bahwa definisi sukses bisnis adalah tercapainya tujuan perusahaan, dan sukses itu dicapai oleh para pebisnis yang berpikiran tajam–kreatif, sadar akan kemajuan teknologi, dan mampu memanfaatkannya secara efektif. Sekolah Sumut Menurut Suryana, untuk menjadi wirausahawan yang sukses, seseorang harus memiliki konsep atau visi perusahaan yang jelas, serta kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko keuangan dan waktu. (Suryana, 2016).

Kesuksesan bisnis adalah pencapaian tujuan seseorang, dan itu dihasilkan oleh para pebisnis yang cerdas, kreatif, dan di atas kemajuan teknologi. Hal ini terbukti dalam bisnis mereka, di mana mereka memiliki kondisi keuangan yang lebih baik dari pesaing mereka dapat mengungguli pengusaha lain yang bergerak di bisnis yang serupa. Hal ini juga terlihat dari efektivitas proses pengembangan produk mereka yang dikelompokkan dalam kategori teknologi.

### ***Strategi Pemasaran***

Strategi pemasaran menurut Tjiptono (2016) pada hakekatnya adalah suatu rencana yang menyeluruh, terpadu, dan terpadu di bidang pemasaran yang memberikan arahan tentang tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan (Fandy Tjiptono, 1997). Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah kumpulan peraturan, aturan, dan tujuan yang terkadang memengaruhi operasi pemasaran perusahaan.

Menurut David, Strategi didefinisikan sebagai sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai (Tjiptono, 2011). Strategi merupakan sebuah aksi dari adanya pengembangan akibat persaingan dunia bisnis yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.

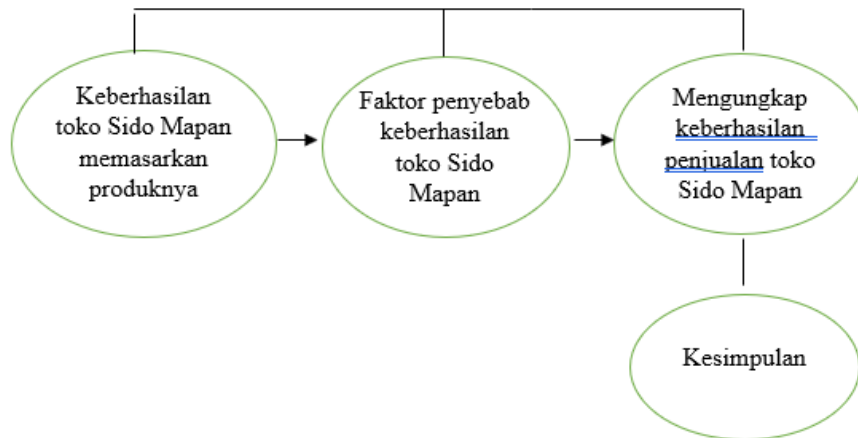
Untuk bisnis di mana strategi pemasaran adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan, itu sangat penting. Agar unit bisnis memenuhi tujuan perusahaan, Kotler & Armstrong menyatakan bahwa perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran sebagai logika pemasaran. (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 1998). Strategi pemasaran difokuskan untuk memberikan nilai ekstra kepada pelanggan, mendorong interaksi pelanggan, dan mempelajari permintaan pasar, khususnya keinginan pelanggan. Ini juga menekankan penelitian pelanggan dan pasar, meningkatkan informasi pemasaran dan data pelanggan, dan mengembangkan teknik pemasaran terprogram.

### ***Marketing Mix***

Menurut Kotler (2009) Pemasaran adalah proses sosial yang membantu orang dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan memproduksi, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan barang dan jasa yang berharga dengan orang lain (Kotler, 2009). Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh perusahaan. Pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan (Kotler, P., & Armstrong, 2014).

Menurut Kotler dan Amrstong (2012) Bauran pemasaran adalah kumpulan sumber daya promosi yang digunakan bisnis untuk secara konsisten mencapai tujuannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran menurut Sofjan Assauri (2013) adalah kumpulan elemen atau tindakan yang membentuk sistem pemasaran dan dapat dikelola oleh pemasaran untuk mempengaruhi bagaimana pelanggan atau pembeli bereaksi.

Berdasarkan latar belakang permasalahan maka dapat di susun kerangka berfikir sebagai berikut :

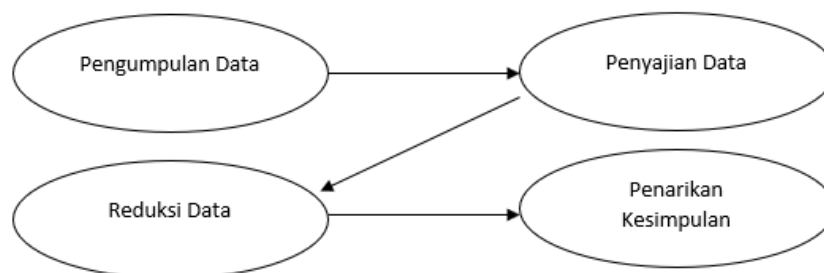


Gambar 1. Kerangka Pikir

### METODOLOGI

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif, yang berusaha memberikan gambaran yang menyeluruh, faktual, dan akurat tentang sifat dan karakteristik populasi atau objek tertentu. Wawancara mendalam dengan informan digunakan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan objek penelitian sehingga diperoleh gambaran yang komprehensif tentang upaya yang dilakukan untuk memastikan keberhasilan komersial UD Subur Jaya. Penelitian ini menggunakan strategi pengumpulan data Sugiyono yang meliputi wawancara, observasi, triangulasi, dan dokumentasi gabungan. (Sugiyono, 2019).

Peneliti menggunakan metode analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Saat melakukan penelitian kualitatif, analisis data dilakukan baik selama proses pengumpulan data maupun setelah selesai. Peneliti telah menyelesaikan analisis tanggapan yang diberikan selama wawancara. Menurut Miles dan Huberman, kegiatan yang terlibat dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung tanpa henti hingga selesai, menjenuhkan data. Tugas analisis data meliputi reduksi data, visualisasi data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. (Sugiyono, 2019).



Gambar 2. Siklus Analisis

## **HASIL PENELITIAN**

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Subur selaku pemilik dan pendiri Usaha UD Subur Jaya yang bergerak pada usaha penggilingan padi dan melayani penjualan beras dengan berbagai jenis, karyawan dan pelanggan UD Subur Jaya bahwa beras yang dihasilkan dari penggilingan di UD Subur Jaya kualitasnya sangat baik dengan harga yang sangat terjangkau sehingga bisa untuk dijual lagi guna memperoleh keuntungan. Selain itu display produk yang dijual di UD Subur Jaya cukup bervariasi jenisnya mulai beras IR64, rojolele, mentek wangi, pandan wangi dan masih banyak lagi jenisnya. Dalam memenuhi kebutuhan masyarakat pihak UD Subur Jaya juga menjual beras dalam bentuk eceran dimana masyarakat di sekitar boleh membeli beras dalam bentuk kiloan.

Dari hasil wawancara saya dengan Pemilik (Bapak Subur), karyawan (Bapak Amir) dan pelanggan (Bapak Sulaiman dan Ibu Sulastri), UD Subur Jaya memiliki strategi yang baik dalam mengelola usaha khususnya dalam melayani konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan sopan dan solutif dalam menjawab keperluan konsumen akan kemasan dan jenis beras yang diinginkan. Selain memberlakukan semua konsumen dengan ramah pihak UD Subur Jaya juga melayani penjualan beras sesuai pesanan pembeli yaitu dengan branding produk dari pembeli.

Guna menjawab kekurangan pasokan beras yang diperlukan konsumen pihak UD Subur Jaya bekerjasama dengan pemilik usaha serupa untuk saling bahu membahu dalam menunjang keberhasilan usaha salah satunya yaitu memenuhi kekurangan pasokan usaha yang lain .

Untuk inovasi pada UD Subur Jaya dalam memberikan pelayanan terbaiknya pemilik selalu observasi dan berkunjung di sawah-sawah untuk bercengkerama dengan petani dengan harapan bisa memasok kebutuhan padi untuk produksi di UD Subur Jaya.

Dari observasi awal juga pemilik menuturkan harapan kedepannya mau mengadakan pembelian alat-alat produksi untuk memudahkan proses penggilingan padi dan meningkatkan kualitas produksi.

## **PEMBAHASAN**

### **Strategi yang Digunakan UD Subur Jaya**

#### **Lokasi Strategis**

Letak atau lokasi usaha menjadi strategi dalam menjangkau konsumen, sehingga dari letak strategis usaha menjadi keuntungan tersendiri bagi pengembangan usaha kearah peningkatan keuntungan usaha. Selain itu kemudahan akses juga dapat memaksimalkan kunjungan konsumen ke usaha UD Subur Jaya. Lokasi memiliki fungsi yang strategis karena dapat mencapai tujuan perusahaan dan dengan letak lokasi yang strategis akan memaksimalkan laba. Lokasi yang strategis menjadi tempat yang mudah dijangkau oleh para konsumen dan konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk.

Situs strategis adalah komponen penting; dengan satu, bisnis akan maju karena dapat diakses dan area tersebut ideal untuk jenis usaha yang sedang dibentuk. Keberhasilan UD Subur Jaya salah satunya dipengaruhi oleh tempat atau lokasi yang dipilih yaitu secara langsung menghadap kejalan dan letaknya

dipinggir jalan kampung. Lokasi inilah yang mendatangkan manfaat atau keuntungan bagi UD Subur Jaya itu sendiri dan para konsumen.

Pelanggan akan sering mengunjungi lokasi dengan posisi strategis jika ingin melakukan pembelian dengan cepat dan mudah. Perusahaan/bisnis akan lebih unggul dari pesaing jika menawarkan layanan berkualitas tinggi dan memuaskan kebutuhan pelanggan. Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi dalam rangka memuaskan pelanggan atau pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan melayani klien secara langsung atau dengan meletakkan sesuatu dimana konsumen sudah mengetahui lokasi atau layanan tersebut melalui telepon. Layanan karyawan diperlukan untuk memenuhi permintaan pelanggan atas apa yang dibutuhkan pelanggan.

### **Kualitas Produk**

Kotler dan Keller (2016: 37) menegaskan bahwa kualitas produk untuk mencapai fungsinya – yang mencakup daya tahan, keandalan, dan akurasi – merupakan ukuran kualitas produk secara keseluruhan. Kualitas barang atau jasa suatu perusahaan harus selalu ditingkatkan karena dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa yang diterima dan mendorong pembelian ulang..

Agar mencapai kualitas produk yang diinginkan maka harus diperlukan suatu standarisasi kualitas. Penggunaan mesin dengan spesifikasi yang tinggi di gunakan oleh UD Subur Jaya untuk meningkatkan kualitas output yang dihasilkan. Jenis beras yang dihasilkan UD Subur Jaya dengan kualitas yang baik dimana bulir yang dihasilkan masih utuh dan warnanyapun putih cerah, hal ini dilakukan agar konsumen yang melakukan pembelian bisa merasakan kepuasan dalam pembelian. Pengalaman pelanggan dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian Kembali atau tidak. Oleh karena itu, pemain pihak UD Subur Jaya harus mampu memilih bahan baku keperluan produksi yang berkualitas dimana dalam keringnya pada baik. kebutuhan yang tidak dapat memenuhi harapan konsumen, haruslah cepat ditanggapi oleh UD Subur Jaya, yaitu dengan upaya pengadaan dan pembelian jenis padi yang sesuai dengan harapan konsumen tersebut.

### **Pelayanan Ramah**

Dari hasil wawancara terhadap pemilik Bapak Subur mengatakan "kami selalu mengutamakan pelayanan yang baik dengan pelanggan dengan ramah dan sopan saat berbicara"

Dari hasil wawancara dengan karyawan Bapak Amir mengatakan "selama saya melakukan pembelian di UD Subur Jaya selalu dilayani dengan baik meskipun terkadang saya rekues untuk kemasan 2kg,5kg, 10kg dan 25kg. kebetulan saya kan penjual, beras yang saya beli itu saya jual lagi jadi saya menyesuaikan permintaan. Terkadang saya juga minta diskon agar bisa jual dengan harga yang kompetitif dan itupun di respon dengan baik dengan di berikan diskon".

Wawancara dengan konsumen 1 dan 2 mengatakan “pelayanan yang diberikan pihak UD Subur Jaya baik sekali sopan dan meskipun saya belinya setiap harinya kiloan juga tetap dilayani dengan baik” evaluasi pengguna atas barang layanan ini didasarkan pada pengalaman penggunaan pengguna. Konsumen akan memberikan review positif terhadap produk jasa tersebut jika dapat memenuhi kebutuhannya. Pelanggan masih ingin menggunakan barang layanan ini setelah penilaian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa, secara umum, konsumen akan mempertimbangkan tingkat layanan yang mungkin mereka dapatkan dari uang mereka.

Sehingga dari wawancara yang dilakukan dengan karyawan dan pelanggan bisa ditarik kesimpulan bahwa pelayanan solutif menjadi salah satu wujud dari kualitas pelayanan yang diberikan UD Subur Jaya dalam memberikan pelayanan ke pelanggan.

Hal ini artinya persepsi kualitas pelayanan yang baik tidak didasarkan pada perspektif atau persepsi penyedia jasa, melainkan pada pelanggan. Karena pelangganlah yang menggunakan dan menikmati layanan UD Subur Jaya, maka merekalah yang harus menilai tingkat kualitas layanan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, juga dikenal sebagai kualitas layanan yang dirasakan konsumen, adalah evaluasi menyeluruh tentang seberapa baik kinerja layanan dari perspektif pelanggan.. Namun, perlu diperhatikan bahwa sifat jasa yang tidak nyata (Intangibel) menyebabkan sangat sulit bagi konsumen untuk menilai jasa sebelum dia mengalaminya, bahkan setelah dia konsumsi jasa tertentu pun, sulit bagi pelanggan untuk menilai kualitas jasa tersebut.

### **Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan UD Subur Jaya Beragam Jenis Beras yang diproduksi**

Salah satu aspek pemenuhan kebutuhan pelanggan yang diperhatikan UD Subur Jaya adalah keragaman produk. UD Subur Jaya dapat menarik klien dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian karena produknya yang beragam. Simamora (2016) mendefinisikan variasi produk sebagai kumpulan (Keanekaragaman) lini produk dan komponen yang disediakan untuk pelanggan oleh penjual tertentu.

Secara khusus, kelompok produk dalam kelas produk yang terhubung erat karena memiliki fungsi yang sebanding, ditawarkan kepada kelompok konsumen yang sama, dipasarkan melalui outlet atau saluran yang sama, atau berada dalam kisaran harga tertentu, menurut Kotler dan Armstrong (2014).

Keragaman produk menjadi hal mendasar salah satu yang penting bagi UD Subur Jaya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yaitu masyarakat sekitar Trengguli dan masyarakat di luar Trengguli. Dengan keberagaman jenis beras maka pelanggan yang datang bisa menentukan keputusan belinnya sendiri yang sesuai dengan kebutuhannya. karena kelengkapan yang ada pelanggan merasa puas akan kelengkapan produk yang ada. Keberagaman produk merupakan tanggung jawab perencanaan strategi UD Subur Jaya, mereka harus mengetahui penjualan dan laba tiap unit produk dalam lininya untuk menentukan unit produk mana yang dapat dikembangkan, diperhatikan, dikurangi atau bahkan dihentikan.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Zeithamal dan Bitner (2007), memberikan pelayanan yang baik atau sangat baik yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan inilah yang dimaksud dengan istilah "service" atau "service quality". Menurut Wyckof (Arief, 2007:118), kualitas pelayanan mengacu pada tingkat kesempurnaan yang diperlukan dan pengelolaan kesempurnaan itu untuk memuaskan kebutuhan klien. Menurut Parasuraman (Arief, 2007), kualitas pelayanan adalah perbandingan pelayanan yang dipandang dapat memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan; ketika ini terjadi, layanan dianggap berkualitas tinggi dan tingkat kepuasan.

Dari beberapa wawancara yang dilakukan disimpulkan bahwa UD Subur Jaya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sudah dikategorikan dan dipersepsikan baik dari segi pelanggan, hal ini terbukti dari word of mouth dari pelanggan yang menginformasikan ke teman lainnya untuk merekomendasikan UD Subur Jaya ke orang lain.

### **Harga Terjangkau**

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan (Cristy, 2017). Swastha mendefinisikan penetapan harga sebagai "jumlah uang (Ditambah beberapa produk jika memungkinkan) yang diperlukan untuk mendapatkan berbagai kombinasi produk dan layanan." Definisi ini memperjelas bahwa layanan yang diberikan oleh vendor termasuk dalam harga yang dibayar pembeli. Bahkan penjual menginginkan sebagian dari keuntungan harga itu. Harga, di sisi lain, adalah jumlah uang yang ditukar konsumen untuk keuntungan memiliki atau menggunakan barang dan jasa, menurut Kotler. Faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembeli adalah harga. Satu-satunya komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan adalah harga; semua komponen lainnya menghasilkan biaya."

Penerapan harga yang kompetitif dan pembayaran pasca laku yang diterapkan bagi penjual diambil pak Subur sebagai alternative untuk menjawab keluhan kesah pedagang beras yang kesulitan akan keuangan. Dari sini pula yang menjadi keunggulan UD Subur Jaya dalam memperoleh kepercayaan pelanggan.

### **Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan merupakan bentuk loyalitas pelanggan yang dapat ditunjukkan ketika (1) pelanggan mengetahui bahwa suatu produk atau jasa tertentu lebih unggul dibandingkan dengan produk atau jasa yang ditawarkan kompetitor; (2) pelanggan memiliki derajat kesenangan terhadap produk atau jasa tertentu dibandingkan produk atau jasa kompetitor yang menjadi dasar pemilihan produk atau jasa; (3) muncul keputusan membeli, pelanggan membeli atau jasa tertentu, walau ada produk kompetitor sebagai alternative.

Wawancara yang dilakukan dengan pemilik Bapak Subur menyatakan "selama ini pelanggan yang melakukan pembelian di UD Subur Jaya alhamdulillah melakukan pembelian secara berulang-ulang dan tidak hanya itu mereka juga memberikan rekomendasi usaha kami kepada pedagang yang lain dan pada akhirnya mereka juga melakukan pembelian ke toko kami".

Definisi loyalitas adalah kecenderungan emosional terhadap sesuatu. Hal ini berkaitan dengan aspek afektif (suka/tidak suka); konsumen memperoleh kecenderungan emosional ini dari interaksi sebelumnya dengan merek atau melalui informasi yang dipelajari dari individu lain. kemudian kecenderungan untuk menilai suatu merek. Kecenderungan ini mencakup penilaian yang menguntungkan berdasarkan standar yang dianggap relevan untuk menggambarkan betapa berharganya suatu merek bagi konsumen. Selain itu, pembeli memperoleh kecenderungan ini melalui pengetahuan tentang perusahaan dan dari pengalaman masa lalu. Kesimpulannya, kesetiaan adalah hubungan antara perasaan atau ketergantungan seseorang terhadap sesuatu yang menimbulkan keinginan untuk melindungi, memiliki, dan setia terhadap sesuatu itu.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan metode observasi mendalam, wawancara dengan informan, dokumentasi serta pertanyaan penelitian, peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut, bahwa :

Lokasi Strategis, bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari segi lokasi bagi sebuah bisnis. Dalam langkah pemilihan lokasi, Pemilik usaha berusaha untuk menempatkan usahanya ditempat yang mudah dijangkau oleh pelanggan.

Kualitas Produk , Agar mencapai kualitas produk yang diinginkan maka harus diperlukan suatu standarisasi kualitas. Dalam hal ini pemilik usaha meningkatkan mpenggunaan mesin yang lebih modern dan pemilihan bahan baku padi dengan kualitas yang terbaik.

Pelayanan yang ramah, pelayanan yang diberikan pihak UD Subur Jaya baik sekali sopan dan bisa memberikan solusi bagi saya mengenai jenis beras yang saya beli. evaluasi pengguna atas barang layanan ini didasarkan pada pengalaman penggunaan pengguna. Jika produk jasa dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, maka pelanggan akan puas dan akan menilai produk jasa tersebut dengan baik.

Pembayaran Pasca laku, kualitas jasa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan menjadi kekuatan utama pada usaha UD Subur Jaya dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

Harga Terjangkau, Penerapan harga yang kompetitif dan pembayaran pasca laku diambil pak Subur sebagai alternative untuk menjawab kebutuhan pedagang kecil yang notabnya sulit permodalan. Dari sini pula yang menjadi keunggulan Toko Sido Mapan dalam memperoleh kepercayaan pelanggan.

## **PENELITIAN LANJUTAN**

Dalam penelitian ini yang menjadi focus utamanya yaitu mengungkap keberhasilan usaha UD Subur Jaya sebagai usaha penggilingan padi, dalam penelitian ini masih dirasa banyak kekurangan khususnya kendala awal yang dihadapi UD Subur Jaya dalam menghadapi persaingan bisnis. Sehingga agenda penelitian selanjutnya perlu ditambahkan kendala yang dihadapi usaha dalam menjalankan usahanya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Keberhasilan penelitian ini dilakukan karena adanya support oleh berbagai pihak diantaranya pemilik usaha UD Subur Jaya yang senang hati terbuka dan menjawab keseluruhan pertanyaan yang peneliti berikan, karyawan UD Subur Jaya yang dengan ramah menyambut kedatangan saya untuk menggali informasi yang saya butuhkan. Dengan hal ini saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas perlakuan yang ramah dan sopan yang ditunjukkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Adijati Utaminingsih, Teguh Ariefiantoro, dan S. Y. W. (2016). Keberhasilan Usaha. *Jurnal Online*.
- Fandy Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (16th ed). Pearson.
- Kotler, P. & K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). ERLANGGA.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (1998). *Manajemen Pemasaran*.
- Rahardjo Adisasmita. (2013). *Teori-Teori Pembangunan Ekonomi, Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan wilayah*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Alfabeta.
- Suryana, A. (2016). *Strategi Pemanfaatan Pangan Lokal Mendukung Ketahanan Pangan Berkelanjutan*. Dalam: Pasandaran E, Heriawan R, Syakir. M, Editors. *Pangan Lokal*.
- Tambunan, T. (2001). *Perekonomian Indonesia: Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tulus T.H. Tambunan. (2013). *UMKM di Indonesia*.