


Peluang dan Strategi pada PT Bandeng Juwana Elrina dalam Upaya Peningkatan Bisnis di Era Masyarakat Modern

Opportunities and Strategies at PT Bandeng Juwana Elrina in Efforts To Improve Business in The Era Of Modern Society

Ajeng Dwi Asih^{1*}, Khalid Iskandar²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes, Indonesia
E-mail: ¹ajengdwasih@gmail.com, ²iskandarcamantara@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History: Received: 26 Feb 2023 Revised: 27 Feb 2023 Accepted: 28 Feb 2023</p> <hr/> <p>Keywords: <i>Opportunities, Strategies, Business Improvement Efforts, Modern Society, Juwana Elrins Milkfish</i></p>	<p><i>Modern society is a society in which most of the people have a cultural value orientation towards life in today's civilization. Modern society arises from the modernization that occurs in this world. Although most modernization has negative effects, it is undeniable that the behavior of modern society that is consumptive and instant actually provides opportunities for prospective entrepreneurs or business people to make it a business idea or to improve the business that has been undertaken. PT. Bandeng Juwana Elrina located in the city of Semarang is one of the companies that has succeeded in taking advantage of opportunities and forming strategies in business improvement efforts in the era of modern society until its name has been widely known to culinary lovers, especially milkfish</i></p> <p><i>This is an open access article under the CC BY-SA license</i></p>
<p>Corresponding Author: Adjeng Dwi Asih Email: adjengdwasih@gmail.com</p>	

Abstrak

Masyarakat modern adalah masyarakat yang sebagian besar warganya mempunyai orientasi nilai budaya ke arah kehidupan dalam peradaban masa kini. Masyarakat modern timbul dari adanya modernisasi yang terjadi di dunia ini. Walaupun kebanyakan modernisasi membawa efek negatif, namun tidak dapat dipungkiri bahwa perilaku masyarakat modern yang konsumtif dan serba instan justru memberi peluang bagi para calon wirausahawan ataupun pelaku usaha untuk menjadikannya ide bisnis atau guna meningkatkan bisnis yang sudah dijalani. PT Bandeng Juwana Elrina yang terletak di Kota Semarang merupakan salah satu perusahaan yang telah berhasil memanfaatkan peluang dan membentuk strategi dalam usaha peningkatan bisnis di era masyarakat modern sampai namanya sudah banyak dikenal para pecinta kuliner khususnya bandeng.

Kata Kunci: Peluang, Strategi, Peningkatan Bisnis, Masyarakat Modern

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya zaman, kebudayaan manusia pun seiring ikut mengalami perubahan. Perubahan tersebut bahkan juga dirasakan negara Indonesia. Indonesia yang dikenal sebagai negara yang menjunjung nilai kebudayaan, nyatanya mau tidak mau menerima perubahan tersebut. Salah satu perubahan yang terjadi yaitu beralihnya sistem masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern. Masyarakat modern sendiri merupakan masyarakat yang sudah tidak terikat pada adat istiadat. Adat istiadat yang menghambat kemajuan segera ditinggalkan untuk mengadopsi nilai-nilai baru yang secara rasional diyakini membawa kemajuan, sehingga mudah menerima ide-ide baru. Selain mulai memudarnya adat istiadat, masyarakat modern juga memiliki perilaku yang cenderung mengarah ke negatif. Kehidupan masyarakat modern cenderung instan dan praktis, serta familier dengan produk teknologi informasi dan komunikasi. Masyarakat modern juga cenderung memiliki perilaku konsumtif yang berakibat kurang baik[1].

Perilaku konsumtif dalam rangka pemenuhan apa yang oleh manusia dianggap sebagai kebutuhan, kemudian dipandang sebagai hal yang wajar menurut mereka. Akhirnya hidup konsumtif dijadikan sebuah gaya hidup oleh masyarakat. Fenomena ini jika ditelaah secara mendalam adalah akibat dari konstruk oleh kapitalis guna melancarkan usaha industrinya. Mereka memanfaatkan

(Adjeng Dwi Asih, Khalid Iskandar)

iklan yang dipasang di berbagai tempat yang mudah dijangkau oleh mata manusia. Iklan adalah sebuah teknologi yang merupakan saudara kembar kapitalisme. Iklan dijadikan ujung tombak pemulus usaha industri mereka, seperti memasang iklan di media elektronik televisi. Masyarakat Indonesia mana yang tidak mempunyai media tersebut, karena televisi digunakan sebagai media hiburan oleh masyarakat Indonesia. Iklan tersebut secara tidak langsung mempersuasi ideologi masyarakat melalui sebuah proses stimulus dari Indra penglihatan dan merangsang sebuah pola pikir masyarakat.

Pola hidup konsumtif adalah sebuah gaya hidup manusia modern yang dianggap wajar oleh masyarakat, karena mereka tidak mau merasa tertinggal oleh zaman[2]. Gejala ini merupakan fenomena yang oleh Herberrrt Marcuse disebut sebagai *one-dimensional man*, yaitu manusia yang hanya mempunyai satu pilihan dalam hidupnya, yakni berkata iya atau afirmasi. Yang hilang pada diri manusia adalah negasi atau kemampuan menolak sebuah keadaan yang ada. Jika mereka menolaknya, maka mereka sama halnya menolak hidup modern dan stagnan hidup pada tradisionalisme. Otomatis kehidupan mereka akan tertinggal oleh zaman dan tidak maju. Mereka yang hidup pada zaman modern terus menerima inovasi-inovasi dari berbagai hal dalam kehidupannya.

Manusia seakan-akan dikonstruksi oleh kapitalis untuk masuk ke dalam perangkapnya. Seperti contoh makanan cepat saji (*KFC, AW, McD, Rechees*, dll) yang menjamur di Indonesia. Itu adalah produk kapitalis yang mengkonstruksikan bahwa makanan sejenis itu adalah makanan manusia modern. Akhirnya pola hidup masyarakat Indonesia yang suka makanan warteg dan makan di Pedagang Kaki Lima (PKL), bergeser menjadi lebih gemar makan di tempat-tempat produksi kapitalis tersebut. Fenomena ini terutama tampak pada generasi muda anak bangsa yang enggan makan di pinggir jalan, karena mereka gengsi, dan jika makan di tempat cepat saji, mereka merasa bangga karena mampu makan di sana.

Tidak sampai di situ saja, teknologi *gadget* juga memberikan kontribusi signifikan untuk menjadikan manusia cenderung hidup konsumtif. Di dalamnya terdapat banyak fitur yang mendukung gaya hidup konsumtif masyarakat, seperti jasa transportasi *online*, makanan *online*, belanja *online* dan lain sebagainya. Seseorang tidak perlu keluar rumah untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Sambil tiduran dan kita cukup membuka *gadget*, membuka aplikasi di *smartphone* yang sudah di sediakan, kemudian memilih dan membeli semua yang diinginkan secara online. Barang yang kita inginkan akan diantar ke rumah kita oleh petugas jasa kirim barang. Hal inilah yang menyebabkan manusia tidak menginginkan kehidupan yang repot dan rumit. Karena semua aspek dalam hidupnya dimanjakan oleh teknologi.

Namun walaupun dianggap sebagai dampak buruk dari masyarakat modern, perilaku konsumtif juga memiliki dampak positif salah satunya adalah memberi keuntungan kepada pihak penjual (produsen). Lebih jauh lagi, apabila ditinjau dari kacamata ekonomi makro, untuk menunjang pertumbuhan ekonomi, perilaku masyarakat memang harus konsumtif. Ini akan membuat instrumen-instrumen ekonomi menjadi hidup dan berkembang. Apabila masyarakat tidak berperilaku konsumtif, industri dan jasa yang tersedia tentu tidak dapat berjalan. Dengan kata lain, perilaku konsumtif masyarakat justru merupakan pasar yang menggiurkan bagi para pelaku usaha. Sekarang coba bayangkan kondisi di mana setiap individu atau sebagian besar individu dalam suatu negara memilih menyimpan uangnya dibanding berbelanja, tentu akan membuat perekonomian negara tersebut menjadi *stagnan*.

Peluang bisnis merupakan sebuah rezeki[3]. Bagi siapa saja yang dapat memanfaatkan peluang dengan baik, maka orang tersebut akan beruntung. Sebaliknya, jika tidak dapat memanfaatkan peluang bisnis yang ada maka orang tersebut akan buntung. Banyak orang menjadi sukses dalam berbisnis karena memanfaatkan peluang dengan baik mulai peluang yang terkecil sampai peluang terbesar. Selain untuk membangun sebuah usaha baru, peluang juga dapat digunakan bagi para pelaku usaha (produsen) untuk meningkatkan bisnisnya melalui proses manajemen pemasaran yang baik.

Unsur utama proses manajemen pemasaran adalah strategi dan rencana pemasaran yang mendalam dan kreatif yang dapat memandu kegiatan pemasaran[4]. Pengembangan strategi pemasaran yang benar sepanjang waktu memerlukan bauran disiplin dan fleksibilitas. Perusahaan harus tetap berpegang pada strategi, tetapi juga menemukan cara baru untuk terus

mengembangkannya[5]. Pemasaran juga harus selalu meningkatkan strategi untuk sejumlah produk dan jasa di dalam organisasinya.

Saat ini masyarakat mulai banyak yang beralih menjadi wirausahawan untuk memutar roda perekonomian. Di Indonesia sendiri pemerintah membuat golongan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang merupakan istilah umum dalam khazanah ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008. Dari UMKM, masyarakat dapat meningkatkan kualitas hidup hingga naik ke tahap usaha makro. Dalam setiap usaha mikro yang lama-kelamaan menjadi makro, pasti terdapat *community relations* yang menjaga usaha tersebut untuk tetap berkembang dan semakin berjaya di lingkungan di mana usaha tersebut berada serta mendapatkan dukungan positif dari lingkungan sekitar[6].

Strategi adalah suatu rencana yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan yakni memberikan kepuasan pada pelanggan dalam pertukarannya untuk mendapatkan sejumlah laba[7]. Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Bagi organisasi bisnis (perusahaan), strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Fungsi strategi antara lain: mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain; menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya; memanfaatkan atau mengeksplorasi keberhasilan dan kesuksesan yang dapat sekarang atau sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru; menghasilkan dan membangkitkan lebih banyak sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang; mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan; dan menanggapi serta bereaksi atas kegiatan atau aktivitas ke depan[8].

Berdasarkan kajian literatur, terdapat tiga perspektif dalam memandang pengertian dan implementasi strategi. Ketiga perspektif tersebut, adalah: *process perspective*. Menurut cara pandang ini, implementasi strategi merupakan serangkaian langkah berurutan yang sudah direncanakan dengan sangat cermat (*a sequence of carefully planned consecutive steps*); Kedua *behavior perspective*; cara pandang ini menganggap implementasi strategi sebagai suatu rangkaian tindakan dan menilai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan eksekusi strategi dari sudut pandang ilmu perilaku. Ketiga *hybrid perspective*. Sebagaimana tersirat dan namanya, pendekatan ini memandang implementasi strategi sebagai suatu kombinasi antara proses implementasi strategi dan perilaku pihak-pihak yang mengeksekusi strategi[9].

Untuk mendukung implementasi strategi yang telah dirumuskan, para manajer divisi dan manajer wilayah fungsional harus saling bekerja sama dengan manajer lainnya dalam mengembangkan program, merancang anggaran dan prosedur yang diperlukan untuk mewujudkan apa yang telah dirumuskan. Hal ini berarti para manajer tersebut harus bekerjasama untuk mencapai sinergi diantara mereka agar mampu memperoleh dan mempertahankan keunggulan bersaing bagi perusahaan tersebut[10].

Penulis mengambil contoh usaha yang sudah makro saat ini untuk diobservasi dan dianalisis yaitu Bandeng Juwana Elrina oleh-oleh khas Semarang. Bandeng Juwana Elrina adalah sebuah pusat oleh-oleh di Kota Semarang yang tidak hanya menjual makanan oleh-oleh khas Semarang seperti bandeng duri lunak, wingko, moci dan lumpia, tetapi juga menyediakan aneka macam makanan oleh-oleh khas Jawa Tengah seperti enting-enting gepuk, tahu bakso, bakpia dan masih banyak lagi. Pendiri PT Bandeng Juwana Elrina Semarang adalah dr. Daniel Nugroho setiabudhi lahir di Purworejo, tanggal 16 Februari 1934, beliau menamatkan pendidikan S1 kedokteran UGM Yogyakarta dan istrinya Ida Nursanty, Apth. lahir di juwana pada tanggal 12 Desember 1935, beliau juga menamatkan pendidikan S1 Farmasi UGM Yogyakarta sebagai apoteker.

Produk andalan Bandeng Juwana Elrina yaitu bandeng duri lunak diproses dari bandeng segar pilihan sehingga menghasilkan suatu produk yang berkualitas. Bandeng juga diolah menjadi aneka sajian bandeng yang tak kalah lezatnya seperti otak-otak bandeng, bandeng asap, bandeng goreng telur, bandeng teriyaki dan masih banyak berbagai pilihan sesuai selera. Untuk menambah kenyamanan berbelanja tersedia juga Waroeng Bandeng Juwana di lantai atas toko Bandeng Juwana Elrina. Waroeng Bandeng Juwana mengkreasikan bandeng dengan berbagai macam resep masakan seperti gulai bandeng, tongseng bandeng, bandeng tauco, sate bandeng, dan lain-lain yang tentunya

akan semakin menambah pengalaman wisata kuliner pelanggan. Para pelaku usaha diharapkan dapat mengambil inti dari sebuah pemanfaatan peluang, baik peluang kecil maupun besar serta menjadikannya sebagai dasar strategi dalam berbisnis.

2. METODE PENELITIAN

Ditinjau dari jenisnya, penelitian ini bersifat literatur, termasuk pada jenis penelitian pustaka (*library research*). Penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan dengan menghimpun data dari berbagai literatur[11]. Literatur yang diteliti tidak terbatas pada buku-buku, tetapi dapat juga berupa bahan-bahan dokumentasi, majalah, jurnal, dan surat kabar. Penekanan penelitian kepustakaan adalah ingin menemukan berbagai teori, hukum, dalil, prinsip, pendapat, gagasan dan lain-lain yang dapat dipakai untuk menganalisis dan memecahkan masalah yang diteliti.

Studi kepustakaan merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti[11]. Penelitian kepustakaan (*library research*) ialah penelitian yang menggunakan cara untuk mendapatkan data informasi dengan menempatkan fasilitas yang ada di perpustakaan, seperti buku, majalah, dokumen, catatan kisah-kisah sejarah[12]. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu dengan menekankan analisisnya pada proses penyimpulan komparasi serta pada analisis terhadap dinamika hubungan fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang yang diamati yang tidak dituangkan ke dalam istilah yang digunakan dalam penelitian kuantitatif[12].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengertian Masyarakat Modern

Masyarakat modern adalah masyarakat yang sebagian besar warganya mempunyai orientasi nilai budaya yang terarah ke kehidupan dalam peradaban masa kini. Pada umumnya masyarakat modern tinggal di daerah perkotaan, sehingga disebut masyarakat kota. Namun tidak semua masyarakat kota tidak dapat disebut masyarakat modern, sebab orang kota tidak memiliki orientasi ke masa kini, misalnya gelandangan.

Ciri-ciri masyarakat modern merupakan hubungan antar manusia terutama didasarkan atas kepentingan-kepentingan pribadi[13]. Hubungan dengan masyarakat lain dilakukan secara terbuka dengan suasana yang saling memengaruhi. Kepercayaan yang kuat akan Ilmu Pengetahuan Teknologi (Iptek) sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Masyarakatnya tergolong ke dalam macam-macam profesi yang dapat dipelajari dan ditingkatkan dalam lembaga pendidikan, keterampilan dan kejuruan tingkat pendidikan formal pada umumnya tinggi dan merata. Hukum yang berlaku adalah hukum tertulis yang sangat kompleks ekonomi hamper seluruhnya merupakan ekonomi pasar yang didasarkan atas penggunaan uang dan alat-alat pembayaran lain.

Gambaran umum kehidupan masyarakat modern pada kehidupan masyarakat modern, kerja merupakan bentuk eksploitasi kepada diri, sehingga mempengaruhi pola ibadah, makan, dan pola hubungan pribadi dengan keluarga. Sehingga dalam kebudayaan industri dan birokrasi modern pada umumnya, dipersonalisasi menjadi pemandangan sehari-hari. Masyarakat modern mudah stres dan muncul penyakit-penyakit baru yang berkaitan dengan perubahan pola makanan dan pola kerja. Yang terjadi kemudian adalah dehumanisasi dan alienasi atau keterasingan, karena dipacu oleh semangat kerja yang tinggi untuk menumpuk modal. Dikenal dengan istilah "*lonely crowd*" karena pribadi menemukan dirinya amat kuat dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam kebudayaan industrialisasi, terus terjadi krisis. Pertama, kosmos yang nyaman berubah makna karena otonomisasi dan sekularisasi sehingga rasa aman lenyap.

Kedua masyarakat yang nyaman dirobek-robek karena individu mendesak diri kepada pusat semesta, ketiga nilai kebersamaan goyah, keempat birokrasi dan waktu menggantikan tokoh mistis dan waktu mitologi. Para penganut paham pascamodern seperti Lyotard pernah mengemukakan perlunya suatu jaminan meta-sosial, yang dengannya hidup kita dijamin lebih merdeka, bahagia, dan sebagainya. Khotbah agung-nya (*metanarasi*) ini mengutamakan perlunya *new sensibility* bagi masyarakat yang terjebak dalam gejala dehumanisasi budaya modern.

Kebiasaan dari masyarakat modern adalah mencari hal-hal mudah, sehingga penggabungan nilai-nilai lama dengan kebudayaan birokrasi modern diarahkan untuk kenikmatan pribadi[14]. Sehingga, munculah praktek-praktek kotor seperti nepotisme, korupsi, yang menyebabkan penampilan mutu yang amat rendah. kebudayaan modern hanya akan menunjukkan kekurangan canggihan pikiran. Kebudayaan itu kelihatan bukan hanya dalam sains dan teknologi, melainkan dalam kedudukan dominan yang diambil oleh hasil-hasil sains dan teknologi dalam hidup masyarakat: media komunikasi, sarana mobilitas fisik dan angkutan, segala macam peralatan rumah tangga serta persenjataan modern[15]. Hampir semua produk kebutuhan hidup sehari-hari sudah melibatkan teknologi modern dalam pembuatannya.

b. Karakteristik Masyarakat Modern

1) Materialisme

Materialisme yaitu sebuah paham sistem berpikir atau pandangan hidup seseorang yang meyakini bahwa materi adalah satu-satunya keberadaan yang sesungguhnya dan menolak segala bentuk apapun yang berkaitan dengan selain materi[16]. Semangat persaudaraan dan rasa saling tolong menolong yang didasarkan atas panggilan iman sudah tidak tampak lagi karena imannya memang sudah dangkal. Pola hubungan satu dan yang lainnya ditentukan oleh seberapa jauh antara satu dan yang lainnya dapat memberi keuntungan yang bersifat material. Akibatnya ia menempatkan pertimbangan material di atas pertimbangan akal sehat hati nurani dan imannya[17].

2) Konsumerisme

Konsumerisme yaitu paham berperilaku dan berkehidupan boros, di mana barang maupun jasa yang tersedia digunakan secara berlebihan[18]. Kondisi ini menyebabkan manusia menjadi pecandu dari suatu produk sehingga ketergantungan tersebut susah dihilangkan titik dalam rentang waktu yang lama, dan terus menjadi budaya, maka sifat konsumtif ini akan menjadi penyakit jiwa yang tanpa disadari menjangkit manusia dalam kehidupannya.

3) Hedonisme

Hedonisme yaitu paham kesenangan terhadap kenikmatan, orang yang memiliki paham ini disebut hedonis[19]. Hedonis beranggapan bahwa kebahagiaan dan kesenangan bisa diraih dengan melakukan banyak kesenangan dan menghindari hal-hal menyakitkan.

4) Individualisme

Individualisme yaitu paham yang menganut kebebasan pribadi dan mementingkan kebebasan tersebut dibandingkan dengan orang lain, di mana orang yang mengatur paham ini akan melakukan berbagai macam upaya untuk mencapai keinginannya dan kemerdekaannya sebagai sosok pribadi yang sesuai dengan kemampuan dirinya sendiri[20].

c. Perilaku Konsumtif Masyarakat Modern

Di dalam ilmu ekonomi, konsumsi bermakna membelanjakan kekayaan untuk memenuhi kebutuhan manusia seperti makanan, pakaian, perumahan, barang-barang kebutuhan sehari-hari, pendidikan, kesehatan, kebutuhan pribadi maupun keluarga, dan sebagainya[21]. Tak perlu dikatakan lagi bahwa tidak ada batas bagi keinginan manusia yang tak pernah dapat dikenyangkan itu. Mengingat hal itu, amat perlulah orang berhati-hati dalam mengonsumsi kekayaan. Konsumsi secara umum dapat diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia[22]. Untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya, seseorang harus mempunyai pendapatan. Konsumsi secara umum dapat diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia[23]. Untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya, seseorang harus mempunyai pendapatan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia konsumtif diartikan dengan bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) dan bergantung pada hasil produksi pihak lain. Perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan mengonsumsi barang secara berlebihan tanpa berbagai pertimbangan, dimana masyarakat hanya melihat dari sisi kesenangan dan mementingkan prioritas dari pada kebutuhan[24].

d. Dampak Perilaku Konsumtif Masyarakat Modern Bagi Aktivitas Bisnis

(Adjeng Dwi Asih, Khalid Iskandar)

Peluang dan Strategi pada PT Bandeng Juwana Elrina dalam Upaya Peningkatan Bisnis di Era Masyarakat Modern

Apabila ditinjau dari kaca mata ekonomi makro, untuk menunjang pertumbuhan ekonomi, perilaku masyarakat memang harus konsumtif[25]. Ini akan membuat instrumen-instrumen ekonomi menjadi hidup dan berkembang. Apabila masyarakat tidak berperilaku konsumtif, industri dan jasa yang tersedia tentu tidak dapat berjalan. Dengan kata lain, perilaku konsumtif masyarakat justru merupakan pasar yang menggiurkan bagi para pelaku usaha. Sekarang coba bayangkan kondisi di mana setiap individu atau sebagian besar individu dalam suatu negara memilih menyimpan uangnya dibanding berbelanja, tentu akan membuat perekonomian negara tersebut menjadi stagnan[26].

e. Strategi PT Bandeng Juwana Elrina dalam Memanfaatkan Peluang di Era Masyarakat Modern

Bandeng Juwana Elrina sendiri merupakan sebuah pusat oleh-oleh di kota Semarang yang tidak hanya menjual oleh-oleh khas Semarang seperti bandeng duri lunak, wingko, mochi dan lumpia tetapi juga menyediakan makanan khas dari Jawa Tengah seperti enting-enting gepuk, tahu bakso, bakpia dan masih banyak lagi. Pendiri PT. Bandeng Juwana Elrina, yaitu dr. Daniel Nugroho Setiabudhi dan Ida Nursanty Dra, Apth memiliki tiga orang putri yang bernama Elizabeth Mady, Maria, dan Johana. Penamaan Bandeng diawal nama perusahaan mengartikan perusahaan menjual produk olahan ikan bandeng. Sedangkan, Juwana diambil dari tempat kelahiran pendiri, yaitu Ida Nursanty Dra, Apth di Kota Juwana. Sementara, penamaan Elrina merupakan singkatan dari ketiga putri pendiri, yaitu El dari nama putrinya yang bernama Elizabeth, Ri dari nama putrinya yang bernama Maria, dan Na dari nama putrinya yang bernama Johana. Adapun lokasi toko Bandeng Juwana Elrina di Semarang sebagai berikut:

- 1) Jl. Pandanaran No. 57 Semarang, Telp (024) 8311488, 8313164, 8312703, Fax (024) 8412086
- 2) Jl. Pandanaran No. 83 Semarang, Telp (024) 8314434, 8310205, 841970, Fax (024) 8419702
- 3) Jl. Pamularsih No. 70 Semarang, Telp (024) 76630433, 76630435, 76630412, Fax (024) 76630371 52
- 4) Jl. Prof.Dr.Hamka No. 41 Semarang, Telp (024) 76435700, 76435701, 76435702, Fax (024) 7614467

Dalam kemajuan dan perkembangan usaha Bandeng Juwana Elrina terdapat beberapa faktor yang mendukung dan mendorong keberlangsungan hidup perusahaan dan terciptanya produk berkualitas dan terpercaya. PT. bandeng Juwana Elrina memiliki taktik *marketing* guna menarik pelanggan khususnya di era modern ini diantaranya yaitu :

- 1) Publikasi (seperti iklan, reklame, spanduk, brosur, dari mulut ke mulut),
- 2) Mengizinkan pembeli untuk mengetahui seputar toko dan promosi lainnya (seperti pemberian potongan harga atau discount, pelayanan yang baik, mengajar pembuatan produk berupa demo pembuatan produk baik bandeng duri lunak maupun wingko, praktek kerja lapangan baik mahasiswa maupun SMK, dan seminar-seminar).

Kebijakan yang dilaksanakan agar karyawan bekerja dengan baik sesuai apa yang diamanatkan kepada seluruh karyawan yang harus dilaksanakan merupakan tujuan utama dari perusahaan. Tugas kepala ship diantaranya bertanggung jawab atas anak buahnya dan mengawasi barang produksi. Mengenai pengiriman barang telat biasanya itu tergantung banyak sedikitnya pesanan, biasanya dalam satu bulannya dua kali tiga kali. Pesanan yang terlalu banyak seperti hari-hari besar Idul fitri, Idul Adha dan Natalan, tetapi tenaga kerjanya tidak ada lebih cenderung pengirimannya telat, karena kurangnya driver dan tenaga driver yang terbatas. Jika telatnya segera diketahui dari ship siang sebisa mungkin tetap dibuatkan dan biasanya 2 jam sebelum pengiriman itu sudah dibuatkan. Solusi kejadian seperti itu, dari supervisor dengan menelusuri terlebih dahulu, kesalahannya dari mana, dari packing atau dari mana, kemudian dari bagian produksi matangnya harus lebih awal dan mengecek dari keseluruhannya.

Menjaga kepercayaan pelanggan dan rekanan adalah salah satu modal vital dalam dunia perdagangan. Sesungguhnya kepercayaan itu sangat mahal harganya[27]. Hubungan baik dan saling menguntungkan dengan memberikan barang-barang yang berkualitas dan layak. Untuk selanjutnya, mutu dari barang dagangan tetap dipertahankan sedemikian rupa sehingga tidak ada celah bagi pelanggan untuk merasa kecewa. Demikian dengan PT Bandeng Juwana Elrina Semarang untuk menjaga kualitas, mutu barang dagangan dan konsumen agar tidak kecewa.

Pelayanan pelanggan serta inovasi produk lebih diutamakan karena permintaan konsumen lebih memberi dampak kemajuan PT Bandeng Juwana Elrina.

Pengawasan di PT Bandeng Juwana Elrina pengawasannya cukup baik karena setiap kepala bagian misalnya kepala toko yang dapat utusan dari manajer untuk mengawasi dan mengarahkan kinerja karyawannya kesulitannya dari bagian mana dengan setiap harinya mengecek kerja karyawan, agar tidak keliru, sedangkan yang keliru segera mungkin bisa dibenarkan. Pengawasan di sini pihak komisaris hanya menerima jadi saja bahwa produknya sudah habis terjual. semuanya mengenai pengawasan diserahkan langsung pada manajer. Pengembangan SDM di PT Bandeng Juwana Elrina lebih diprioritaskan pada peningkatan pengetahuan, misalnya apakah kelebihan dan kelemahan karyawan bisa berkembang atau tidak selama di training disini. Pelanggaran yang sering terjadi adalah karyawan memainkan handphone, merokok saat bekerja dan datang terlambat lupa tidak konfirmasi kepada ketua ship sehingga ada miskomunikasi antara karyawan dan ketua ship.

PT Bandeng Juwana Elrina secara langsung menerapkan manajemen syariah meskipun pemilik perusahaan non-muslim. Akan tetapi dikelola oleh beberapa supervisor yang beragama Islam, sehingga yang sudah biasa dijadikan pedoman kinerja adalah salah satu kinerja supervisor muslim. Penerapan manajemen SDM di PT Bandeng Juwana Elrina belum maksimal, buktinya masih ada tanggung jawab karyawan yang merugikan seperti pengiriman barang yang telat kepada konsumen. Itu alangkah lebih baiknya harus ada pengawasan dari personalia secara langsung sehingga tidak terjadi seperti itu lagi. Dan masih ada hak karyawan secara tidak langsung dibatasi dengan Keluhan yang disampaikan oleh karyawan muslim yang bekerja pada perusahaan yang membolehkan mereka menunaikan shalat dzuhur akan tetapi setelah pekerjaan yang ia kerjakan selesai baru bisa melaksanakan shalat. Di Bandeng Juwana proses rekrutmen, pengawasan, pengembangan kompetensi, pelatihan, dan penempatan karyawan sudah sesuai dengan manajemen dalam Islam.

f. Bermitra dengan Shopee Pay

Selain memberikan pelayanan yang baik, Arif Honggowijoyo Kusmadi selaku Direktur Utama PT Bandeng Juwana Elrina mengungkapkan dalam wawancara juga mengaku melakukan berbagai inovasi baik dari sektor produk maupun pelayanan. Inovasi menjadi kunci dalam beradaptasi pada masa-masa sulit, seperti kondisi pandemi covid-19. Salah satu inovasi yang dilakukannya pada masa pandemi adalah bergabung dengan penyedia layanan pembayaran digital, *Shopee Pay*. Ia bergabung sebagai *merchant Shopee Pay* pada pertengahan tahun 2020 lalu. Arif mengaku ekosistem pembayaran yang efektif melalui penggunaan layanan pembayaran digital sangat membantu bisnisnya ketika terjadi penurunan penjualan di masa pandemi. *ShopeePay* kini tidak hanya digunakan oleh kalangan muda saja, tapi berbagai kalangan.

Selain itu, ia melihat layanan pembayaran *Shopee Pay* juga menjadi daya tarik bagi pelanggan. Hal itu dikarenakan pelanggan dapat mudah berbelanja produk kuliner bandeng secara *cashless* dan mendapatkan keuntungan lebih melalui promo *cashback* yang ditawarkan. "Saya juga berpesan sekaligus mengajak para pelaku UMKM lokal supaya lebih mampu menyesuaikan diri dengan digitalisasi. Kita tidak bisa berhenti di pembayaran konvensional saja. Banyak sekali keuntungan dari mengadopsi layanan pembayaran digital seperti *Shopee Pay*," jelas Arif.

g. Implementasi Strategi

Bahwa ada empat jenis sinergi yang sering kali mempengaruhi keberhasilan implementasi strategi, yaitu:

1) Sinergi Pemasaran

Sinergi ini dapat tercipta melalui kerjasama antara distribusi, wiraniaga, dan atau gudang penyimpanan[28]. Misalnya, sebuah lini produk yang lengkap dari produk-produk yang terkait satu sama lain dapat menciptakan sinergi yang meningkatkan produktivitas wiraniaga. Sinergi melalui program promosi bersama dapat melipat gandakan keuntungan dengan biaya yang relatif lebih kecil.

2) Sinergi Operasional

Sinergi ini dapat diperoleh melalui penggunaan tenaga kerja dan fasilitas bersama atau melalui pembelian kebutuhan operasional bersama dalam jumlah besar. Dalam hal ini berarti ada pembagian biaya overhead bersama.

(Adjeng Dwi Asih, Khalid Iskandar)

3) Sinergi Investasi:

Sinergi investasi dapat tercipta melalui penggunaan fasilitas produksi dalam pabrik secara bersama, pembelian persediaan bahan baku secara bersama, penggunaan peralatan dan mesin-mesin pengolah secara bersama, dan sebagainya[29].

4) Sinergi Manajemen

Manajemen yang berkompeten merupakan sesuatu yang langka, sehingga penambahan unit bisnis baru atau produk baru dapat mempertinggi keseluruhan kinerja. Sebagai contoh, pada saat sebuah perusahaan mengakuisisi perusahaan lainnya, pihak perusahaan pengakuisisi mengetahui benar SDM yang akan menduduki posisi kunci, rasio untuk menguji kinerja[30].

4. KESIMPULAN

Pengertian masyarakat modern masyarakat modern adalah masyarakat yang sebagian besar warganya mempunyai orientasi nilai budaya yang terarah ke kehidupan dalam peradaban masa kini. Masyarakatnya tergolong ke dalam macam-macam profesi yang dapat dipelajari dan ditingkatkan dalam lembaga pendidikan, keterampilan dan kejuruan Tingkat pendidikan formal pada umumnya tinggi dan merata. Gambaran umum kehidupan masyarakat modern Pada kehidupan masyarakat modern, kerja merupakan bentuk eksploitasi kepada diri, sehingga mempengaruhi pola ibadah, makan, dan pola hubungan pribadi dengan keluarga.

Bagian utama yang menjadi penentu status sosial seseorang dalam masyarakat modern adalah tingkat ekonomi dan gaya hidup[31]. Salah satu dampak baik dari adanya status sosial ini adalah masyarakat terpacu dan bersemangat untuk bekerja lebih keras demi mendapat pengakuan status sosial yang diinginkan. Di dalam ilmu ekonomi, konsumsi bermakna membelanjakan kekayaan untuk memenuhi kebutuhan manusia seperti makanan, pakaian, perumahan, barang-barang kebutuhan sehari-hari, pendidikan, kesehatan, kebutuhan pribadi maupun keluarga, dan sebagainya. Tak perlu dikatakan lagi bahwa tidak ada batas bagi keinginan manusia yang tak pernah dapat dikenyangkan itu. Mengingat hal itu, amat perlulah orang berhati-hati dalam mengonsumsi kekayaan.

Apabila ditinjau dari kacamata ekonomi makro, untuk menunjang pertumbuhan ekonomi, perilaku masyarakat memang harus konsumtif. Ini akan membuat instrumen-instrumen ekonomi menjadi hidup dan berkembang. Apabila masyarakat tidak berperilaku konsumtif, industri dan jasa yang tersedia tentu tidak dapat berjalan. Dengan kata lain, perilaku konsumtif masyarakat justru merupakan pasar yang menggiurkan bagi para pelaku usaha. Itulah yang dilakukan PT Bandeng Juwana Elrina dalam upaya peningkatan bisnis. PT Bandeng Juwana Elrina menggunakan peluang tersebut dengan membentuk taktik marketing yang cukup baik dari mempublikasikan produk melalui iklan, reklame, spanduk, brosur, dari mulut ke mulut hingga bermitra dengan *Shopeepay* dalam sistem pembayarannya.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, ada beberapa saran yang dapat disampaikan, yaitu sebagai berikut. Universitas perlu mengadakan pengembangan potensi pada mahasiswanya serta pengenalan pemanfaatan UMKM guna mengurangi dampak buruk dari masyarakat modern. Universitas juga perlu menyediakan sarana berbisnis bagi para mahasiswanya. Mahasiswa perlu mengurangi perilaku kurang baik dari masyarakat modern seperti perilaku konsumtif dan lainnya. Diharapkan mahasiswa juga bisa memiliki pola pikir seorang wirausahawan dengan memanfaatkan perkembangan di era masyarakat modern ini. PT Bandeng Juwana Elrina fungsi perencanaan di dalam menetapkan program kegiatan masih kurang diperhatikan. Seringkali ada pesanan barang yang telat kirim karena tidak adanya tanggungjawab antara karyawan satu dengan karyawan lainnya, dan tidak adanya konfirmasi antara karyawan sehingga barang tersebut dikirim tidak sesuai jam yang sudah ditentukan, itu tidak hanya satu dua kali tapi sering. PT Bandeng Juwana Elrina memerlukan kualitas dan kinerja SDM yang maksimal.

DAFTAR REFERENSI

- [1] A. Kristiana, M. Syaifulloh, and S. B. Riono, "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan di RSU Islami Mutiara Bunda," *Value, J. Manaj. dan Akunt.*, vol. 16, no. 1, pp. 104-114, 2021.

(Adjeng Dwi Asih, Khalid Iskandar)

Peluang dan Strategi pada PT Bandeng Juwana Elrina dalam Upaya Peningkatan Bisnis di Era Masyarakat Modern

- [2] E. Nanda Aulia, "Strategi Pengembangan Bisnis Tambak Ikan Bandeng di Desa Mengare Watuagung Gresik," *Profit*, vol. 15, no. 01, pp. 112–119, 2021, doi: 10.21776/ub.profit.2021.015.01.12.
- [3] S. B. Riono, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Klaten: Penerbit Lakeisha, 2021.
- [4] D. Novita, I. D. Mulyani, U. Ubaedillah, S. B. Riono, and F. S. Wahid, "Pelatihan Pemasaran Olahan Opak Ma Meno di Sosial Media di Desa Malahayu Kecamatan Banjarharjo," *Prof. J. Abdimas*, vol. 1, no. 3, pp. 18–23, 2022.
- [5] I. G. H. Sumadi and N. M. S. Ansar, "Pengolahan Kerupuk Ikan Bandeng (Chanos Chanos Sp) dengan Penambahan Pasta Tulang Ikan Bandeng," *J. Pengolah. Pangan*, vol. 6, no. 1, pp. 28–34, 2021, doi: 10.31970/pangan.v6i1.47.
- [6] D. Harini and S. B. Riono, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Kluban di Banjarnegara)," *J. Akunt. DAN BISNIS*, vol. 2, no. 1, pp. 49–57, 2022.
- [7] S. N. U. Widiya Ananda Muhammad Syaifulloh, Slamet Bambang Riono, "Pendampingan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi bagi UMKM Arum Manis untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Cihaur, Kecamatan Banjarharjo," *SAFARI J. Pengabd. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 4, pp. 78–85, 2022.
- [8] H. S. Muhamad Syahrul Aziz Slamet Bambang Riono, "Pemberdayaan Organisasi Masyarakat melalui Pembentukan Event Organizer Bazar Kuliner (Studi pada Organisasi Masyarakat Desa Ciawi, Brebes)," *SAFARI J. Pengabd. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 4, pp. 85–93, 2022.
- [9] T. J. Tannia, "Manajemen dan Pengelolaan Sumber Daya Manusia pada PT Bandeng Juwana di Semarang," *Agora*, vol. 1, no. 1, pp. 472–481, 2013.
- [10] A. Yulianto, Roni, and R. Setiadi, "Entrepreneurship Model: Attributes of Entrepreneurial Intention Between Exact And Non-Exact Students," *E-Bisnis J. Ilm. Ekon. Dan Bisnis*, vol. 13, no. 2, pp. 183–193, 2020.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta, 2017.
- [12] Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*. 2021.
- [13] Y. S. Ph, A. Chaterina, and N. Telan, "Analysis of Influence Factor of Technology, Service Quality, And Customer Focus on Customer Satisfaction (Study on Buyer Products of Bandeng Juwana Elrina Semarang)," *J. Bisnis dan Ekon.*, vol. 18, no. 1, pp. 1–11, 2011.
- [14] M. A. Nugroho, "Pengaruh Kepemimpinan dan Lingkungan Dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Karyawan Bagian Produksi PT Bandeng Juwana) Pendahuluan Suatu perusahaan tidak akan bisa berjalan jika tidak," *J. Administrasi Bisnis*, vol. 4, no. 3, 2017.
- [15] Roni, Maftukhin, and A. Yulianto, "Dampak Dana Bantuan Sosial Pandemi Covid-19 Terhadap Pemenuhan Ekonomi Masyarakat di Kecamatan Banjarharjo Kab. Brebes," *J. Ilmu Manajemen, Ekon. Dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 2, pp. 8–14, 2021.
- [16] A. Rakhmawati, S. Marwanti, and S. Setyowati, "Strategi Pengembangan Industri Bandeng Presto Bu Jumati di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati," *SEPA J. Sos. Ekon. Pertan. dan Agribisnis*, vol. 15, no. 1, p. 28, 2018, doi: 10.20961/sepa.v15i1.25046.
- [17] M. A. Susilo, S. Ikhwan, and S. B. Riono, "Pengaruh Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Cleo," *GEMILANG J. Manaj. dan Akunt.*, vol. 2, no. 3, pp. 102–114, 2022.
- [18] N. L. Mardhiyani, A. D. Wulandari, M. Hanifa, T. A. Ayunda, and E. O. Krisnawan, "Menjaga Stabilitas Perusahaan Bandeng Juwana Elrina melalui Perencanaan Program Community Relations Petani Tambak Wonoagung," *J. Ilm. Media, Public Relations, dan Komun.*, vol. 2, no. 1, p. 31, 2021, doi: 10.20961/impresi.v2i1.57458.
- [19] M. T. Ghassani, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Produk Bandeng Juwana Vacuum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening," *Diponegoro J. Soc. Polit. Sci.*, pp. 1–8, 2017.
- [20] S. Sugito, A. Prahutama, T. Tarno, and A. Hoyyi, "Diversifikasi Olahan Ikan Bandeng oleh UKM Primadona dalam Program Pengabdian IbPE 2016-2018," *E-Dimas J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 10, no. 1, p. 100, 2019, doi: 10.26877/e-dimas.v10i1.3556.
- [21] E. Nofiyanto, S. Haryati, and S. B. Wahjuningsih, "Modifikasi Nugget dari Bahan Baku Ikan Bandeng dan Tempe bagi UMKM Mandiri Kecamatan Genuk Kota Semarang," *E-Dimas J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 11, no. 4, pp. 562–566, 2020, doi: 10.26877/e-dimas.v11i4.6292.

- [22] A. Lastianto, A. Pradhanawart, and Widiartanto, "Pengaruh Promosi, Intensitas Persiapan dan Kebijakan Produk terhadap Kinerja Pemasaran Bandeng Presto pada Sentra Usaha Bandeng Presto Kelurahan Tambakrejo Semarang," *J. Ilmu Adm. Bisnis*, no. 024, pp. 1-7, 2010.
- [23] M. Syaifulloh, S. B. Riono, and S. N. Utami, "Young Coconut Trader Marketing Strategy During the Pandemic," in *Tegal International Conference on Applied Social Science & Humanities (TICASSH 2022)*, Atlantis Press, 2022, pp. 492-500.
- [24] N. Pertiwi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Kembali Produk Pestisida pada PT Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero) Cabang Pekanbaru," *JOM Fisip*, vol. 6, no. 2, pp. 1-15, 2019.
- [25] D. D. Hilda Kumala Wulandari, Hendri Sucipto, Slamet Bambang Riono, Titi Rahmawati, "The Influence of Willingness to Pay on The Productivity of Brebes Typical Gift Merchants," *J. Ekon.*, vol. 11, no. 3, pp. 984-989, 2022.
- [26] S. B. Riono, "Analisis Strategi Pemasaran Kredit, Prosedur Pemberian Kredit, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam," *J. Ilm. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 3, pp. 1-12, 2022.
- [27] P. S. U. Sitorus, "The Effect of Brand Image, Product Quality and Price Towards Purchasing Decision of Wardah'S Product," *J. BAKrie*, vol. 5, no. 2, pp. 8-9, 2020.
- [28] N. Cokrowati and A. Mukhlis, "Introduksi Teknik Pembenihan Bandeng Skala Rumah Tangga di Desa Pijot Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur," *J. Abdi Insa. Unram*, vol. 5, no. September, 2018.
- [29] S. N. Utami, M. Syaifulloh, and S. B. Riono, "Strategy to Increase the Productivity of Jabres Cattle Farmers Post Pandemic of Covid 19," in *Tegal International Conference on Applied Social Science & Humanities (TICASSH 2022)*, Atlantis Press, 2022, pp. 413-419.
- [30] M. Octarianti, "Pengaruh Kualitas Produk, E-Servqual, Dan Harga Melalui Kepuasan Konsumen terhadap Komunikasi Word Of Mouth Konsumen Adorable Projects," *J. Univ. Bakrie*, vol. 5, no. 6, pp. 1-5, 2020.
- [31] S. B. Riono, M. Syaifulloh, and S. Nur, "Analysis of Employee Empowerment , Organizational Commitment and Organizational Justice to Employee Job Satisfaction at Kardinah General Hospital of Tegal City," *Tegal Int. Conf. Appl. Soc. Sci. Humanit. (TICASSH 2022)*, 2022.