

## STRATEGI PEMASARAN DISTRIBUTOR WINGKO LEO LAN ING DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Tamim Ashari  
Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Al Falah Gresik, Indonesia  
asharitamim53@gmail.com

### **Abstract**

*Traditional food or typical snacks are no longer a trivial business. Although in general traditional food or typical snacks are known as old-fashioned and cheap snacks, in the era of global business competition, traditional food is considered to have profitable prospects. Like the typical snacks of Wingko Babat produced by the Loe Lan Ing Factory which is one of the Legendary shops in Babat District, Lamongan Regency. And being in the spotlight of competition between factory businessmen. In a business, a business marketing strategy is needed, especially in the typical snacks of Wingko Babat Loe Lan Ing Factory because from here we can determine a good marketing strategy.*

*By conducting an analysis on the Wingko Loe Lan Ing Factory which was assessed from a business feasibility study seen from several aspects, namely legal aspects, market and marketing aspects, financial aspects, technical/operational aspects, management and organizational aspects, economic and social aspects, and analytical aspects. environmental impact. So from all these aspects that will determine whether the business is feasible or not.*

**Keywords :** *Distributor Marketing Strategy, Competition for wingko babat snacks.*

### **Pendahuluan**

Saat ini perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dengan munculnya pengusaha-pengusaha atau pelaku bisnis yang baru. Persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan usahanya dan bersaing untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Pertumbuhan yang selalu meningkat dari waktu ke waktu selalu diharapkan oleh pelaku bisnis.

Saat ini perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dengan munculnya pengusaha-pengusaha atau pelaku bisnis yang baru. Persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan usahanya dan bersaing untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Pertumbuhan yang selalu meningkat dari waktu ke waktu selalu diharapkan oleh pelaku bisnis.

Salah satu industri unggulan yang ada di Kabupaten Lamongan adalah industri wingko. Wingko babat adalah jajanan tradisional yang merupakan warisan para leluhur untuk menguatkan identitas dari suatu daerah. Industri jajanan tradisional yang berada di wilayah Babat Kabupaten Lamongan merupakan suatu bentuk upaya dalam mempertahankan kebudayaan dari tengah himpitan globalisasi, sehingga dituntut untuk tetap bisa bersaing dari perusahaan-perusahaan ritel makanan modern.

Dari beberapa pesaing tersebut salah satu merek wingko babat yang cukup terkenal adalah wingko “Loe Lan Ing”. Perusahaan “Loe Lan Ing” berdiri sejak tahun 1900an dan merupakan perusahaan bersejarah yang pertama kali wingko diproduksi hingga saat ini. Pada saat ini berbagai merek wingko babat sudah banyak dipasarkan, mulai dari

hasil industri kecil rumahan hingga industri besar yang telah memiliki nama di Indonesia. Produsen bersaing mulai dari segi rasa, kemasan, hingga teknik pemasarannya. Oleh karena itu, dalam menghadapi situasi persaingan dan kondisi sosial yang terus berubah menuntut setiap pemilik usaha wingko selalu tanggap dan menyesuaikan diri. Menerapkan strategi pemasaran yang lebih tepat adalah suatu cara untuk memenangkan persaingan dalam berbisnis, karena merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan jalannya proses pemasaran.

### **Metode Penelitian**

Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data;

a. Wawancara

Digunakan untuk mendapatkan data primer yang berupa data tentang identitas pengusaha atau identitas responden dan semua aktifitas yang dilakukan industri tersebut.<sup>1</sup> Teknik ini ditujukan kepada pemilik, manajer pemasaran, karyawan untuk mengetahui rencana, pelaksanaan bauran pemasaran.

b. Dokumentasi

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monument dari seseorang. Dokumentasi yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan,. Dokumentasi yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup,sketsa, dan lain-lain. Dokumentasi yang berbentuk karya misalnya karya-karya

seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain.

c. Observasi

digunakan untuk mengungkap data tentang pelaksanaan bauran pemasaran yang meliputi aspek produk, harga, promosi dan distribusi. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan pengamatan dan pencatatan langsung terhadap obyek, gejala atau kegiatan tertentu. Pengamatan dalam hal ini membutuhkan kejelian pengamat dalam mencatat data. Sedangkan kata partisipan menunjukkan bahwa pengamat atau observer ikut terlibat atau melibatkan diri dalam obyek atau kegiatan yang diselidiki. Kemudian atas dasar derajat keterlibatan pengamat, maka dapat disebut observasi partisipan.<sup>2</sup>

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitiannya yakni menggunakan penelitian kualitatif. Dimana penelitian kualitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu untuk menerangkan tentang studi kelayakan bisnis dalam mengembangkan jajanan khas “wingko babat” di Pabrik Wingko Loe Lan Ing yang berada di Di Kecamatan Babat, Lamongan.

### **Strategi Pemasaran Distributor**

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Lexy.J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2000), 56.

---

<sup>2</sup> Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV, Alfabeta, 2004), 139.

<sup>3</sup> Basu Swastha, dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Keempat. (Yogyakarta: Liberty, 2008), 5.

Wingko Leo Lan Ing dalam persaingan bisnis mulai dari perkembangan peralatan yang dahulunya menggunakan cara tradisional sekarang sudah menggunakan beberapa peralatan yang modern dengan tenaga mesin, sehingga mempermudah proses produksi. Seiring waktu berjalan, perusahaan tersebut juga yang pertama kali memberikan inovasi berbagai aneka rasa pada produk wingko seperti rasa durian, nangka, stroberi, pisang, keju dan coklat, Salah satu Depot terkenal di Kecamatan Babat adalah Loe Lan Ing toko legendaris yang sudah ada sejak zaman Belanda.

Ternyata Wingko Babat Loe Lan Ing disebut sebagai ujung tombak terahirnya wingko babat yang kini kita kenal. Berdasarkan informasi, ternyata usaha wingko babat ini mulai dirintis sejak tahun 1900-an. Dulu proses pembuatan wingko masih menggunakan cara yang tradisional dengan tenaga manusia, yaitu dengan cara menumbuk halus beras ketan hingga memarut kelapa yang mana kedua bahan tersebut merupakan dasar dari wingko. Dan sekitar tahun 1950-an, proses pembuatan wingko babat mulai menggunakan mesin. Selain melayani beberapa pesanan dan menyuplai ke beberapa pedagang, Wingko Babat Loe Lan Ing juga menyediakan sebuah ruko yang menyatu dengan pabriknya langsung.

Dalam upaya pemasaran distributor dalam persaingan bisnis yang dilakukan oleh Pabrik Wingko Loe Lan Ing Babat yaitu:

1. Menjaga citarasa

Salah satu pertahanan Pabrik dan Depot Wingko Babat Loe Lan Ing yakni dengan tetap menjaga citarasa yang telah turun temurun dari nenek moyang dan memilih bahan-bahan pilihan terbaik.

2. Persaingan pasar

Dengan munculnya berbagai makanan atau kue modern, Pabrik dan Depot Loe Lan Ing menciptakan sedikit perubahan yaitu dengan menambah berbagai varian rasa yang semakin menjadikan adanya daya tarik tersendiri dari pembeli.

3. Kenyamanan

Disamping mempunyai tempat strategis memiliki tempat yang nyaman juga merupakan salah satu fasilitas penambah daya tarik pengunjung untuk mampir dan membeli. Seperti halnya dengan Pabrik dan Depot Wingko Loe Lan Ing ini telah merenovasi depot menjadi lebih modern dan nyaman bagi setiap pengunjung.

**Strategi Pemasaran Distributor Wingko Pada Perusahaan “Loe Lan Ing” Dalam Memasarkan Wingko Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam**

Saat ini Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan “Loe Lan Ing” dalam rangka menghadapi daya saing usahanya antara lain semakin ketatnya persaingan produk-produk sejenis yang memiliki fungsi dan keistimewaan hampir sama terus meningkat dan bertambah banyak. Tingkat penjualan mengalami naik turun atau tidak stabil dikarenakan banyak pesaing dan perusahaan juga belum memiliki strategi pemasaran yang dipandang efektif untuk mencapai tujuan target penjualan, karena promosi masih relatif kurang sehingga informasi yang diterima oleh konsumen tentang produk menjadi sedikit.

Hal-hal yang Dipersaingkan dalam Etika Bisnis Islam. Dipabrik Leo Lan Ing adalah: jujur, amanah, murah hati, mengakui kelemahan dan kelebihan produk, akuntabilitas, memberikan pelayanan yang optimal dan tanggung jawab.

### **Kesimpulan**

Persaingan pemasaran dalam mengembangkan jajanan khas pabrik Leo Lan Ing yang dulu memakai alat tradisional (sederhana) sekarang sudah pakai alat dari mesin (mudah dalam produksi).

Wingko babat di pabrik Leo Lan Ing menggunakan andalan untuk mengembangkan pabriknya yaitu: menjaga cita rasa, persaingan pasar, kenyamanan pada konsumen.

Strategi pemasaran distributor pada perusahaan “Leo Lan Ing” dalam memasarkan jajanan di tinjau dari etika bisnis Islam bagaimana bersaing dengan baik.

Hal-hal yang diterapkan pada pabrik “Leo Lan Ing” dalam melayani pembeli jajanan khas wingko babat adalah Jujur dan amanah (tanggung jawab)

### **Daftar Pustaka**

- Moleong, Lexy.J. Metodologi Penelitian Kualitatif Bandung : Remaja Rosdakarya, 2000
- Swastha, Basu, dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Keempat. Yogyakarta: Liberty. 2008.
- Sugiyono, 2004. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta, CV. Bandung.