

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha pada masa sekarang ini memang sudah menjadi suatu hal yang biasa baik usaha mikro, kecil maupun menengah. Adanya perkembangan usaha ini tentu dapat mendorong perekonomian yang terjadi pada masyarakat di sekitar kita. Dalam era persaingan pasar yang semakin bervariasi dan sangat kompetitif, maka sangat diperlukan inovasi baru yang bisa menimbulkan minat konsumen untuk tertarik pada produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini menjadi tantangan besar untuk setiap usaha kecil, mikro dan menengah untuk membuat berbagai macam ide kreatif untuk mengatasi persaingan tersebut terutama pada perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama.

Usaha kecil sendiri menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah, dalam Tulus TH Tambunan didefinisikan sebagai suatu usaha ekonomi yang produktif yang berdiri secara sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.¹ Berdasarkan hal tersebut usaha kecil merupakan usaha produktif yang didirikan oleh

¹ Tulus TH Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hal. 14.

perorangan dengan menggunakan modal yang berskala kecil dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan tetap berlandaskan pada etika bisnis baik dalam undang-undang maupun agama.

Islam sangat menganjurkan kepada semua manusia yang ada di bumi ini untuk melakukan kegiatan wirausaha atau perdagangan. Perintah untuk berwirausaha banyak dijelaskan dalam Alquran, seperti halnya dalam surat Al-jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (١٠)

Artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.²

Dalam ayat ini menjelaskan kepada manusia agar menyeimbangkan antara ibadah dan pekerjaan. Dalam mencari rezeki diharapkan untuk senantiasa selalu mengingat Allah agar mencapai keberhasilan dan keberuntungan.

Keberhasilan yang di dapatkan para pelaku usaha di Kabupaten Trenggalek dipengaruhi berbagai faktor yaitu, dimana daerah ini memiliki potensi alam yang sangat berlimpah sehingga mereka bisa memanfaatkan untuk dijadikan menjadi produk khas. Potensi yang dihasilkan yaitu perkebunan seperti cengkeh, kopi, ketela pohon, umbi-umbian, jagung,

² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Edisi Terkini, Jakarta: CV. Karya Insan Indonesia.

kakao, sayuran, serta aneka macam buah misalnya : durian, mangga, alpukat, belimbing, pisang, manggis, mangga, potensi industri kerajinan seperti : aneka macam souvenir, pengrajin genteng, potensi industri makananseperti : alen-alen, tempe keripik, kue maco, sale pisang, potensi industri perikanan : seperti hasil tangkapan laut berupa cumi-cumi, ikan tuna, ikan makarel, dan jenis ikan lainnya serta rumput laut. Sedangkan untuk hasil perikanan air tawar yang biasa dipasarkan adalah ikan lele, ikan gurame dan ikan nila.³ Desa Tasikmadu Kecamatan Watulimo khususnya merupakan wilayah Kabupaten Trenggalek yang mana mempunyai tempat wisata yang keindahannya masih belum berubah oleh keadaan zaman, misalnya Pantai Prigi, Pantai Pasir Putih, Pantai Cengrong dan Pantai Damas. Dengan keberadaan pantai-pantai tersebut, secara langsung berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat yang ada disana, yaitu tersedianya lokasi untuk melakukan aktivitas ekonomi. Berdasarkan keadaan tersebut dengan adanya wisata pantai ini sebagian masyarakat Trenggalek selain sebagai seorang nelayan memilih untuk berprofesi sebagai seorang wirausaha yang memiliki usaha kecil dengan cara mengolah ikan dengan berbagai macam olahan seperti dijadikan ikan asap, kerupuk ikan, abon ikan, bakso ikan dan aneka macam lainnya serta dipasarkan setiap harinya.

³ Bisnis UKM, *Potensi Daerah Trenggalek Ramaikan Pasar Internasional*, Diambil dari: <https://bisnisukm.com/potensi-daerah-trenggalek-ramaikan-pasar-internasional.html>, pada Tanggal 29 September 2018, Pukul 07.43 WIB

Data perkembangan produksi ikan laut di Desa Tasikmadu
Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek :

Tabel 1.1
Jumlah Produksi Ikan Laut (Ton)

No	Tahun	Produksi Ikan Laut Per Ton
1	2010	7.839.174 Ton
2	2011	41.085.702 Ton
3	2012	37.070.400 Ton
4	2013	36.550.160 Ton
5	2014	18.532.230 Ton
6	2015	24.733.490 Ton
7	2016	4.632.982 Ton
8	2017	25.433.210 Ton

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Trenggalek

Peran seorang wirausahawan memang tidak bisa diragukan lagi, namun disisi lain para wirausahawan juga menghadapi berbagai permasalahan karena banyaknya pesaing yang ada pada era sekarang seperti kurangnya kualitas sumber daya manusia dan juga strategi pemasaran yang ada. Pelaku usaha harus mampu menghadapi tantangan tersebut dengan memperbaiki faktor-faktor yang menjadi pengaruh besar bagi kemajuan seorang wirausaha yaitu dengan meningkatkan pengembangan kualitas SDM, serta melakukan promosi yang tepat dan perluasan area pemasaran.

Dalam dunia usaha pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Pasar tanpa pemasaran tidak ada artinya, demikian sebaliknya.

Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah mencari atau menciptakan pasar.⁴ Pemasaran perlu mendapat perhatian serius dari pelaku usaha, terutama dalam proses penetapan strategi bauran pemasaran, karena bauran pemasaran memegang peranan penting untuk mempertahankan konsumen jangka panjang. Dengan bauran pemasaran yang memuaskan konsumen, akan berpotensi menciptakan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali. Bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan memiliki tujuan untuk mengetahui atau memahami konsumen. Apalagi kondisi persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, kemampuan untuk merebut pangsa pasar akan mempengaruhi kelangsungan hidup usaha itu sendiri. Dalam situasi yang demikian, tidak ada lagi pilihan lain bagi perusahaan kecuali berusaha untuk menghadapinya atau sama sekali keluar dari area persaingan.⁵ Bauran pemasaran yang tepat akan diimbangi dengan kualitas sumber daya manusia yang bagus yang akan mendorong perkembangan usaha tersebut.

Sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai individu yang merancang dan memproduksi sebuah keluaran dalam rangka pencapaian strategi yang telah dibuat dan tujuan yang telah diterapkan oleh perusahaan. Tanpa individu yang memiliki keahlian atau komponen, maka mustahil bagi perusahaan untuk mencapai tujuan. Sumber daya manusia inilah yang membuat sumber daya lainnya dapat berjalan. Apabila sumber daya

⁴ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal.171

⁵ Dimas Hendika Wijaya dkk, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo)*, Diambil dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/1172/1462>, pada tanggal 29 September 2018, pukul 07.54 WIB

manusianya memiliki motivasi tinggi, kreatif, cekatan dan mampu mengembangkan inovasi maka kinerja dan hasil yang diperoleh akan semakin baik. Oleh karena itu meningkatkan kualitas sumber daya manusia adalah hal yang sangat penting bagi pelaku usaha ataupun perusahaan.

Para pelaku usaha perlu didorong oleh pemerintah, melalui program-program seperti pelatihan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya, serta dibukakan akses pemasarannya. Karena saat ini akses pemasaran sangat banyak caranya. Kebanyakan pelaku usaha di Trenggalek khususnya Daerah Tasikmadu Kecamatan Watulimo berasal dari masyarakat yang tidak menguasai dan paham mengenai manajemen, kewirausahaan, strategi bauran pemasaran, dan inovasi untuk mengembangkan usahanya. Mereka terjun langsung dalam mengelola usahanya tanpa menguasai hal-hal tersebut. Oleh karenanya pelaku usaha ini perlu pengembangan, pelatihan bahkan pemberdayaan dari pemerintah setempat agar usahanya cepat berkembang.

Usaha-usaha yang ada di desa Tasikmadu masih belum bisa berkembang secara maksimal dilihat dari cara pengelolaan usaha, serta daerah pemasaran yang masih relatif kecil yaitu hanya sebatas daerah desa Tasikmadu saja. Oleh karenanya diperlukan kualitas SDM, dan strategi bauran pemasaran yang tepat agar para wirausahawan di desa Tasikmadu dapat lebih berkembang. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada usaha yang ada di desa Tasikmadu dengan judul “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran dan Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap

Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan di Wisata Pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan uraian diatas dapat diidentifikasi masalah antara lain sebagai berikut:

1. Faktor strategi bauran pemasaran sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha. Namun pada kenyataannya para pelaku usaha tidak paham mengenai hal tersebut sehingga pengembangan usaha sedikit terhambat.
2. Faktor kualitas sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha. Namun kenyataannya banyak pelaku usaha yang tidak memiliki keahlian dan kemampuan untuk mengembangkan usahanya. Maka pelatihan untuk meningkatkan keahlian dan juga kemampuan sumber daya manusia sangat dibutuhkan.
3. Faktor strategi bauran pemasaran dan kualitas sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian diatas dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah strategi bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha pengolahan ikan di wisata pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek?

2. Apakah kualitas sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha pengolahan ikan di wisata pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek?
3. Apakah strategi bauran pemasaran dan kualitas sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha pengolahan ikan di wisata pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek?
4. Manakah diantara strategi bauran pemasaran dan kualitas sumber daya manusia yang paling dominan pengaruhnya terhadap pengembangan usaha pengolahan ikan di wisata Pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan uraian diatas dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh signifikan strategi bauran pemasaran terhadap pengembangan usaha pengolahan ikan di wisata pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.
2. Untuk menguji pengaruh signifikan kualitas sumber daya manusia terhadap pengembangan usaha pengolahan ikan di wisata pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.
3. Untuk menguji pengaruh signifikan strategi bauran pemasaran dan kualitas sumber daya manusia terhadap pengembangan usaha pengolahan

ikan di wisata pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.

4. Untuk menguji manakah diantara strategi bauran pemasaran dan kualitas sumber daya manusia yang dominan berpengaruh terhadap pengembangan usaha pengolahan ikan di wisata pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sumbangsih pemikiran dalam kajian ilmu kewirausahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi wirausahawan di wisata Pantai Pasir Putih Trenggalek

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi wirausahawan pengolahan ikan di wisata Pantai Pasir Putih Trenggalek dalam upaya meningkatkan kesejahteraan, serta melakukan perbaikan atas usahanya.

- b. Bagi akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi bauran pemasaran dan kualitas sumber daya manusia terhadap pengembangan usaha pengolahan ikan serta dapat menambah perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan menambah referensi tambahan serta wacana bagi penelitian dengan tema sejenis tetapi dengan variabel yang berbeda.

F. Ruang Lingkup Penelitian dan Batasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu variable independen dan dependen. Variable independen dalam penelitian ini yaitu strategi bauran pemasaran dan kualitas sumber daya manusia sedangkan variable dependennya yaitu pengembangan usaha. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh wirausahawan pengolahan ikan di wisata Pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.

2. Keterbatasan masalah

Penelitian ini dibatasi untuk menghindari tidak terkendalinya batasan masalah yang berlebihan pada penelitian. Peneliti memberikan batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini hanya meliputi Strategi Bauran Pemasaran (X1) dan Kualitas Sumber Daya Manusia (X2) sedangkan pada variabel terikatnya (Y) adalah Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Di Wisata Pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.

- b. Data penelitian pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) didapatkan dari kuesioner (angket).
- c. Dalam penelitian ini akan membatasi ruang lingkup obyek penelitian yang hanya membahas dua variabel yaitu Strategi Bauran Pemasaran Dan Kualitas Sumber Daya Manusia. Dan peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Di Wisata Pantai Pasir Putih Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Pengertian dari variabel-variabel yang diteliti dan yang akan dianalisis lebih lanjut yaitu variabel strategi bauran pemasaran, kualitas sumber daya manusia dan pengembangan usaha yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Strategi bauran pemasaran adalah strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya.⁶
- b. Kualitas sumber daya manusia menyangkut banyak aspek yaitu aspek sikap mental, perilaku, aspek kemampuan, aspek intelegensi, aspek agama, aspek hukum, aspek kesehatan, dan sebagainya. Sumber daya

⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2015), hal.198

manusia adalah kekuatan daya pikir atau daya cipta manusia yang tersimpan dan tidak dapat diketahui dengan pasti kapasitasnya.⁷

- c. Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang dan pertumbuhan usaha.⁸

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul skripsi.

Strategi bauran pemasaran merupakan proses suatu perusahaan dalam memilih dan menganalisa pasar sasaran mulai dari penentuan harga, penentuan pasar, promosi, hingga kualitas produk yang dijual. Kualitas sumber daya manusia adalah kualitas yang dimiliki manusia yang menyangkut dua aspek yaitu aspek fisik dan non fisik berupa kemampuan bekerja, berpikir, dan keterampilan-keterampilan lain. Pengembangan usaha merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memperluas usahanya dengan cara menerapkan strategi yang dimiliki agar mampu bersaing dengan perusahaan lain.

⁷ Budhii Yanto, *Kualitas Sumber Daya Manusia*, 2013, diambil dari <http://www.budhii.web.id/2013/07/kualitas-sumber-daya-manusia.html?m=1>. Pada tanggal 29 Oktober 2018

⁸ Wahono Diphayana, *Pengembangan Usaha*, diambil dari <http://www.slideshare.net/mobile/wahonodiphayana/pengembangan-usaha-umkm.html?m=1> diakses pada tanggal 29 Oktober 2018

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi dengan metode kuantitatif yaitu :

BAGIAN AWAL

Bagian ini memuat tentang halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini memuat tentang gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini, dalam bab ini didalamnya menyajikan beberapa unsur yang terdiri dari : (a) Latar Belakang Masalah, (b) Identifikasi Masalah, (c) Rumusan Masalah, (d) Tujuan Penelitian, (e) Manfaat Penelitian, (f) Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian, (g) Penegasan Istilah dan (h) Sistematika Skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan teori dan konsep yang berisi pembahasan mengenai (A) membahas grand teori, (B) teori yang membahas sub variabel/sub variabel pertama, (C) teori yang membahas sub variabel/sub variabel kedua, (D) dan seterusnya (jika ada), (E) Kajian Penelitian Terdahulu, (F) Kerangka Konseptual, (G) Hipotesis Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari (a) Pendekatan dan Jenis Penelitian, (b) Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian, (c) Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran, (d) Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian serta (e) Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang (a) deskripsi data dan pengujian hipotesa.

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan pemaparan data dan hasil penelitian data.

BAB VI PENUTUP

Bagian ini terdiri dari (a) Kesimpulan, dan (b) Saran.

BAGIAN AKHIR

Bagian akhir terdiri dari: (a) daftar rujukan, (B) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, (d) daftar riwayat hidup.