

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada pertengahan tahun 1997 terjadi krisis moneter dimana permasalahan itu menyangkut nasib masa depan bangsa Indonesia, sehingga terjadi perubahan social, politik serta budaya yang melandasi lahirnya gerakan-gerakan demokrasi, HAM, otonomi daerah, desentralisasi dan berbagai gerakan-gerakan pemberdayaan ekonomi, social dan politik, baik dinaungi LSM, individu maupun pemerintah melalui program penanggulangan dampak social dari krisis ekonomi².

Keterpurukan ekonomi membuat perekonomian menjadi tidak stabil, sehingga mempengaruhi jumlah karyawan yang ada diperusahaan dengan diberlakukannya PHK yang menyebabkan angka pengangguran di Indonesia meningkat yang disertai dengan ketidakseimbangan antara jumlah lapangan kerja dengan jumlah pencari kerja, oleh karena itu kondisi ekonomi penduduk Indonesia jauh dari kata sejahtera³. Dengan hal ini pemerintah mengambil alih untuk dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi hasilnya belum mencapai kata maksimal. Oleh karena itu, masyarakat terdorong dengan menciptakan lapangan pekerjaan sendiri agar terlepas dari jeratan pemerintah dan swasta sehingga muncul industry kecil yang bertujuan untuk memulihkan keterpurukan ekonomi dalam keluarga⁴.

Pada saat ini pertumbuhan ekonomi dan persaingan bisnis semakin meningkat, dengan banyaknya perusahaan skala kecil, menengah maupun besar yang saling meningkatkan daya saing, kualitas produk dan inovasi baru dengan menggunakan strategi yang berbeda-beda. Selain itu setiap pengusaha dalam

² Harry Hikmat, *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*, (Bandung Humaniora Utama,2001), hal.130

³*Ibid*, hal 131

⁴ Fatmawati Rahmawati, *Industri kerupuk sebagai sarana peningkatan perekonomian masyarakat*, *Skripsi* Fakultas Dakwah, (Yogyakarta:Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015), hal.4

melakukan bisnis juga disertai pengembangan dalam bisnisnya agar kualitasnya meningkat seperti usaha home industry⁵.

Pada pasal 5 ayat (1) UU Nomor 9 tahun 1995 tentang usaha kecil, menjelaskan bahwa kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000⁶. Perusahaan kecil dalam melakukan kegiatan produksi dilakukan dirumah seperti kegiatan mengolah barang agar barang yang diolah memiliki nilai guna, manfaat dan juga memiliki nilai ekonomis yang tinggi yang dapat disebut home industry⁷.

Pada saat ini *home industry* mengalami banyak perkembangan yaitu pada *home industry* yang memproduksi makanan, seperti *home industry* kerupuk. Di Indonesia kerupuk memang bukan makanan pokok, tetapi kerupuk merupakan makanan yang banyak ditemui di warung, toko maupun pasar di sekitar kita. Kebanyakan masyarakat Indonesia ketika makan harus ditemani kerupuk karena kerupuk sudah melekat di lidah masyarakat Indonesia. Kerupuk ini tidak hanya ditemui di dalam kota saja, melainkan juga dapat ditemui di daerah luar kota. Dengan dipertahankannya kualitas produk kerupuk dapat mempengaruhi bertambahnya konsumen. Kualitas produk yang dimaksud seperti rasa dan ukuran yang tidak berubah. Dengan begitu konsumen tetap setia untuk mengkonsumsi produk kerupuk tersebut atau bisa juga disebut sebagai pelanggan tetap.

Terjaminnya kualitas produk kerupuk tidak lepas dari adanya proses produksi yang baik dan benar. Arti dari Produksi sendiri merupakan membuat (to produce)⁸, dimana barang mentah diolah menjadi barang jadi yang memiliki kualitas siap untuk dipasarkan dan dimiliki konsumen. Setiap melakukan proses produksi diperlukan alat dan bahan, Peralatan yang digunakan harus bersih agar

⁵ Hanid Tsuwaibatul Baroroh, *Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Alat Dapur Di Dusun Umbut Sewu Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

⁶ Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal.102

⁷ Herry Prastyanto, *Perlindungan Sungai Pekalongan dari pencemaran Akibat Kegiatan Home Industry di Kota Pekalongan*, <http://ejournal.uajy.ac.id/2907/2/1HK09147.Pdf.hal.7>

⁸ Suyadi Prawirosentono, *Manajemen Operasi Analisis dan Studi Kasus*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm.5

kehegenisannya juga terjamin, selanjutnya dalam menyiapkan bahan diperlukan untuk menimbang bahan sesuai kebutuhan dalam setiap kali produksi agar dapat mengetahui takaran yang pas. Selain itu juga dibutuhkan sumber daya manusia atau tenaga kerja yang cekatan dalam melakukan proses produksi.

Dalam suatu Negara, penduduk yang memiliki usia kerja 15-64 tahun yang dapat memproduksi barang ataupun jasa guna memenuhi permintaan dan turut berpartisipasi dalam kegiatan disebut tenaga kerja⁹. Undang-undang Nomor 13 Tahun 2003 pasal 1 angka 2 berkaitan dengan ketenagakerjaan menyatakan bahwa setiap orang mampu melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan sendiri ataupun masyarakat¹⁰.

Merintis usaha merupakan pekerjaan yang dapat dilakukan oleh siapapun. Dalam merintis usaha keyakinan yang kuat untuk membuat usaha mandiri serta kemauan yang kuat untuk menjadi wirausaha merupakan dasar wirausaha. Kemampuan, keberanian, dan kesempatan merupakan elemen lain yang harus diperkuat untuk menjadi wirausaha¹¹. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 pasal 3 usaha mikro, kecil, dan menengah memaparkan tentang cara pengusaha dalam meningkatkan pertumbuhan dan menaikkan perkembangan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasar demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Usaha mikro kecil dan menengah berasaskan; kekeluargaan, demokrasi ekonomi, kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional¹². Perbedaan UKM dengan perusahaan yang berskala besar salah satunya yaitu asas.

Seorang pengusaha dituntut untuk meningkatkan kemampuannya baik softskill maupun hardskill sehingga usahanya dapat berkembang. Setiap organisasi industry memiliki proses produksi dan penjualan yang berbeda-beda

⁹ S.Mulyadi, *Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Perspektif Pembangunan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm.59

¹⁰ Lalu Husni, *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan Edisi Revisi, Cetakan 5*, (Rajawali Pers, 2014), hal 27

¹¹ Zuhri M. Nawawi, *Kewirausahaan Islam*, (Medan: Febi UIN-SU Press: 2015) hal. 49.

¹² <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2008/20TAHUN2008UU.htm> diakses pada tanggal 14 Desember 2019 Pukul 15.03

dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya. Produksi merupakan perubahan bahan mentah diolah menjadi suatu produk baik berupa barang ataupun jasa yang diinginkan konsumen. Kegiatan barter yang berupa barang atau jasa yang dilakukan antara pembeli dan penjual disebut penjualan. Pengusaha dalam melakukan penjualan harus memperhatikan strategi pemasaran dimana strategi itu selalu berkembang sesuai dengan kondisi harga pasar.

Salah satu bentuk dari strategi bisnis yaitu adanya suatu cara pengusaha dalam meyakinkan pelanggan untuk membeli atau memesan terhadap produk yang ditawarkan. Untuk meyakinkan pembeli, maka penjual harus memiliki keyakinan bahwa produk yang dijual memang patut untuk dibeli. Oleh karena itu dalam melakukan penjualan tidak lepas dengan memperhatikan strategi bauran pemasaran dalam hal strategi product, harga, tempat, saluran distribusi dan promosi¹³.

Apabila sebuah segmentasi pasar, sasaran konsumen, dan posisi pasar tidak akan berjalan dikarenakan strategi pemasaran tidak sesuai dengan pemasaran yang tepat. Oleh karena itu, strategi pemasaran merupakan ujung tombak dalam meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Disisi lain, tujuan strategi pemasaran digunakan untuk menghadapi pesaing yang sudah menjalankan usaha dan akan merintis usaha yang sama. Maka dari itu strategi diaplikasikan meliputi langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan dalam menggapai tujuan yang sudah direncanakan sejak awal, jadi setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah. Strategi pemasaran merupakan rencana menyeluruh menyatu di bidang pemasaran yang memberikan arahan rencana kegiatan yang akan dijalankan agar tujuan perusahaan dapat tercapai¹⁴

Home industry makanan yang terletak di Desa Segodorejo yang sebagian besar masyarakatnya menjadi buruh dan penjual jasa, salah satunya yaitu menjadi buruh pada *Home Industry* kerupuk. *Home Industry* kerupuk di Desa Segodorejo pertama kali didirikan tahun 1992 oleh seorang pengusaha bernama Ibu Sri Nuriati, dengan memanfaatkan lahan yang ada sehingga dapat

¹³ Rifelly Dewi Astuti, *Pengantar Bisnis*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2007), hal 613

¹⁴ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015) Hal.67

menciptakan lapangan kerja dan dapat mengurangi jumlah pengangguran yang ada di desa segodorejo. Pemasaran kerupuk *Home Industry* ini sudah tersebar di luar kota seperti Surabaya, Mojokerto, Mojoagung, Tapen dan Jombang dimana pemasaran pada *home industry* kerupuk yang dimiliki Ibu Sri Nuriati ini lebih menekankan pada penjualan kerupuk mentah daripada kerupuk matangnya¹⁵.

Selain itu terdapat juga Bapak Mariono, yang juga mendirikan Home Industry kerupuk baru tiga tahunan ini yaitu sejak tahun 2017 hingga sekarang, meskipun dengan banyaknya persaingan dalam pendirian Home Industry kerupuk di desa tersebut, Pemasaran Home Industry kerupuk ini sudah tersebar di daerah Ploso, Jombang, Kesamben, dan Mojokerto yang pemasaran atau penjualan kerupuknya lebih ditekankan pada kerupuk matang tidak memasarkan kerupuk mentah. Home Industri kerupuk yang didirikan merupakan hasil usaha dan kegigihannya selama menabung ketika beliau masih bekerja sebagai bakul penjual kerupuk keliling, sehingga sekarang bisa mendirikan Home Industry kerupuk sendiri¹⁶.

Kerupuk merupakan makanan yang sudah banyak dikonsumsi dan menjadi makanan favorit di kalangan masyarakat. Makanan yang terbuat dari tepung yang dicampur dengan bumbu-bumbu lainnya, yang kemudian diaduk didalam tong besar dengan menggunakan kayu. Usaha industry kerupuk yang berkembang dimasyarakat merupakan industri rumah tangga dan industri kecil. Dalam *home industry* pasti memiliki permasalahan pokok seperti modal kerja yang sangat minim, kenaikan harga bahan baku, pemasaran untuk menyalurkan kerupuk ke konsumen, karena kurangnya informasi pasar terkait dengan pola permintaan konsumen. Analisis yang digunakan dalam meneliti perusahaan ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian hingga tuntas.

Berdasarkan uraian diatas, maka penting untuk dilakukannya sebuah penelitian mengenai permodalan proses produksi, tenaga kerja, faktor

¹⁵ Berdasarkan wawancara Ibu Sri Nuriati, Tanggal 26 Agustus 2019, Pukul 09.15

¹⁶ Berdasarkan wawancara Bapak Mariono, Tanggal 12 September 2019, Pukul 11.23

pendukung dan faktor penghambat dan strategi pemasaran guna menarik calon pembeli. Jika strategi pemasaran yang dilakukan efektif dan tepat, konsumen tidak akan berpikir panjang dalam melakukan pembelian. Sehingga konsumen akan terus membeli produk dan tidak akan melakukan perpindahan produk, bahkan konsumen akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain, dan secara tidak langsung usaha tersebut mendapat keuntungan. Oleh karena itu, akan dilakukan penelitian yang berjudul “ Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Kerupuk (Studi Kasus Home Industry Kerupuk Desa Segodorejo Sumobito Jombang)”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah di uraikan di atas fokus penelitian ini terdiri dari:

1. Bagaimana sistem permodalan, proses produksi dan tenaga kerja dalam meningkatkan penjualan pada *home industry* kerupuk di Desa Segodorejo Sumobito Jombang?
2. Apa faktor pendukung dan faktor penghambat dalam meningkatkan penjualan *home industry* kerupuk di Desa Segodorejo Sumobito Jombang?
3. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada *home industry* kerupuk di Desa Segodorejo Sumobito Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari fokus penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan sistem permodalan, proses produksi dan tenaga kerja dalam meningkatkan penjualan pada *home industry* kerupuk Desa Segodorejo Sumobito Jombang
2. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan faktor penghambat dalam meningkatkan penjualan pada *home industry* kerupuk di Desa Segodorejo Sumobito Jombang
3. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada *home industry* kerupuk Desa Segodorejo Sumobito Jombang

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian guna untuk menambah dan memperluas wawasan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada *home industry* kerupuk, sehingga dapat dijadikan referensi bagi penelitian di masa mendatang pada bidang yang sama.

2. Secara Praktis

- a. Bagi *Home Industry*

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi *home industry* kerupuk dalam meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran.

- b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini mampu menambah kepustakaan IAIN Tulungagung dan dapat memberikan referensi pemikiran bagi ilmu ekonomi pada umumnya dan strategi pemasaran pada khususnya, serta pada peneliti seterusnya tentang strategi pemasaran.

- c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini pantas digunakan dalam penelitian sejenis dan dapat dijadikan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini berisi informasi tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* kerupuk Desa Segodorejo.

d. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan menambah wawasan dalam memperkaya pengetahuan, pengalaman terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan home industry kerupuk.

E. Penegasan Istilah

1. Konseptual

a. Strategi,

Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu rencana utama dalam mencapai sebuah tujuan perusahaan. strategi tersebut dibuat berdasarkan suatu tujuan¹⁷ dimana beberapa perusahaan memiliki tujuan yang sama, tetapi strategi yang digunakan dalam mencapai tujuan tentu berbeda.

b. Pemasaran,

Pemasaran merupakan kegiatan yang membicarakan tentang kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa menentukan tingkat harga, promosi dan mendistribusikan barang atau jasa agar diminati konsumen¹⁸.

c. Produksi

Mengolah bahan menjadi hasil yang diinginkan konsumen. Hasil yang dimaksud berupa barang ataupun jasa¹⁹.

¹⁷ Basu Swastha & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1990) hlm.67

¹⁸ Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2006) , hal. 135-136

¹⁹ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hal.56

d. Penjualan,

Yang dimaksud penjualan dalam penelitian ini adalah suatu cara mempengaruhi konsumen agar membeli barang atau jasa yang ditawarkan, sesuai dengan harga kesepakatan.

e. *Home Industry*

Suatu perusahaan yang anggota keluarganya terlibat langsung dalam kepemilikan dan jabatan dalam fungsi bisnis keluarga yang memiliki karakteristik dalam kepemilikannya dari dua peran atau lebih anggota keluarga yang sama²⁰.

2. Operasional

a. Strategi

Sebuah rencana atau planning yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan agar bisa terencana dengan baik dan menghasilkan hasil yang memuaskan.

b. Pemasaran,

Memasarkan suatu barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan menggunakan daya tarik agar barang atau jasa diminati konsumen.

c. Produksi

Membuat sesuatu diperlukan adanya suatu proses pengolahan sehingga dapat menciptakan atau menghasilkan suatu produk.

d. Penjualan

Suatu produsen yang menawarkan barang dagangannya agar diminati konsumen dengan harga yang sudah ditentukan.

e. *Home Industry*

Sebuah industri yang didirikan oleh seorang keluarga yang di atur atau di manajemen sendiri sehingga bisa mencapai tujuan usaha yang diinginkan.

²⁰ Justin G. Longenecker, dkk, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, buku 1, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal.35

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini memandang perlu mengemukakan sistematika pembahasan untuk mempermudah dalam memahami skripsi ini. Skripsi ini terbagi menjadi enam bab sebagai berikut:

1. Bagian Awal yang berisikan: Halaman Judul, Persetujuan, Pengesahan, pernyataan, Kata Pengantar, Daftar Isi dan Abstrak
2. Bagian Isi, yang terdiri dari:

- a. BAB I

Pendahuluan, menguraikan mengenai latar belakang peneliti, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian yang terdiri dari Manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis , Penegasan Istilah, dan Sistematika Penulisan.

- b. BAB II

Kajian Teori, menguraikan tentang Kajian Kepustakaan Konseptual dan Kajian Kepustakaan penelitian mengenai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan penjualan pada home industry kerupuk.

- c. BAB III

Metode Penelitian yang berisi tentang rancangan penelitian, Lokasi dan Subjek penelitian, kehadiran penelitian, Data dan Sumber data, Teknik Pengumpulan data, Teknik analisis data dan Tahap-tahap penelitian.

- d. BAB IV

Hasil penelitian yang berisi tentang paparan data atau temuan penelitian yang disajikan dalam topic sesuai pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan penelitian dan hasil analisis data. Paparan data tersebut diperoleh melalui pengamatan, wawancara, dokumentasi, dan deskripsi informasi lainnya yang dikumpulkan oleh peneliti melalui prosedur pengumpulan data.

- e. BAB V

Dalam bab ini memuat keterpaduan antar kesinambungan, dalam kumpulan dan dimensi-dimensi, juga posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya serta interpretasi dan

penjelasan dari lapangan. Untuk skripsi perlu dilengkapi dengan implikasi-implikasi dari temuan penelitian

f. BAB VI

Penutup dari penelitian ini berisi kesimpulan hasil pembahasan dan saran dari peneliti guna menjadikan tujuan dari penelitian menjadi terwujud.

Bagian Akhir: Pada bagian akhir dari tulisan ini berisi Daftar Rujukan sementara.