

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia saat ini sudah semakin ketat, sekarang kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha agar usaha yang dijalankan dapat berkembang dan tumbuh lebih besar dengan cara mengembangkan usaha agar tujuan dari perusahaan akan tercapai.

Pengembangan usaha merupakan sejumlah tugas dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan. Pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang baru memulai sangatlah sulit banyak hambatan yang dihadapi dalam mengembangkan usaha seperti kekurangan modal, kinerja keuangan yang buruk dan sebagainya. Tetapi hambatan tersebut dapat diatasi dengan cara mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik.

Pengembangan usaha tahu dapat dilakukan berbagai cara salah satunya adalah bagaimana membangun industri kecil yang kuat, untuk membangun industri yang kuat harus mampu bersaing dalam mengembangkan bisnisnya melalui strategi pemasaran yang dapat bersaing dengan pasar yang kompetitif.¹

Permasalahan saat ini yang menghambat perkembangan industri rumah tangga adalah modal kerja yang sangat minim kenaikan harga

¹ Nurdyansyah, *Penerapan Strategi Baruan Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dan Ekonomi Islam* (Malang: Skripsi tidak diterbitkan, 2008), hal. 3 dalam <http://etheses.uin-malang.ac.id/4152/> diakses tanggal 3 Februari 2020

Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan tahu. Selain itu seiring dengan perkembangan makanan olahan tahu, maka banyak yang mengembangkan industri tahu dan melakukan strategi pemasarannya masing-masing untuk bersaing dan peningkatan penjualan tercapai.

Menurut Kartasapoetra G dalam buku Makro ekonomi, industri merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi lagi kegunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun industri dan perindustrian.² Arti dari analisis industri merupakan penempatan perusahaan baru dalam kompleks yang tepat dengan melakukan analisis lingkungan dulu, untuk mengidentifikasi berbagai tren dan perubahan yang ada pada tingkat nasional dan internasional yang mungkin mempengaruhi perusahaan baru tersebut.³ Sektor perindustrian mempunyai peran yang sangat besar terhadap peningkatan peluang tenaga kerja, menambah pendapatan perkapita, memberikan keahlian baru, serta memanfaatkan SDA, SDM, dan energi, diharapkan adanya industri kecil ini dapat berkembang dan dapat membantu menuntaskan kemiskinan.⁴

Untuk meningkatkan sektor perindustrian yang diperhatikan adalah industri yang dilakukan oleh masyarakat yang dapat menyerap tenaga

² Lutfy Adi AN. dan Susi Hariyawati, *Strategi Bisnis Usaha Kecil Menengah Pada Pabrik Tahu Mega Jaya Di Domas Menganti Gresik* dalam <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/1072>, diakses tanggal 8 Maret 2020

³ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Group: 2016), hal. 34

⁴ Fitriani, *Analisis Pengaruh Tenaga Kerja Dan Bahan Baku Terhadap Nilai Produksi Industri Tahu Tempe 2008-2012 Di Makasar* (Makasar: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hal. 2 dalam <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/7555/> diakses tanggal 10 Januari 2020

kerja seperti industri kecil. Sehingga proses industrialisasi lebih mendukung perkembangan industri sebagai penggerak utama laju pertumbuhan ekonomi.⁵ Salah satunya cara adalah bidang industri makanan seperti yang ada di Desa Batuaji Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri yang mendirikan industri kecil “STB Tahu Barokah”.

Tujuan dari strategi pemilihan lokasi yang tepat yaitu untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh dari organisasi atau kegiatan usaha dan mampu meminimalisir biaya yang terjadi dalam kegiatan usaha tersebut. Pemilihan lokasi yang tidak tepat akan mempengaruhi pemaksimalan keuntungan dari kegiatan organisasi maupun usaha. Jika suatu kegiatan organisasi atau usaha salah dalam pemilihan lokasi yang tepat maka usaha tersebut akan menghadapi beberapa masalah, seperti masalah biaya produksi, dan pasar sasaran.⁶

Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi masing-masing perusahaan berbeda. Ada perusahaan yang memilih lokasi yang dekat dengan pasar, ada juga perusahaan yang mementingkan lokasi dekat dengan sumber-sumber penyedia bahan baku dan komponen. Tetapi beberapa perusahaan yang lain mementingkan lokasi yang dimana tenaga kerja yang dapat mencukupi kebutuhan perusahaan atau biaya transportasi yang tinggi bila produk berat dan besar. Jadi, alasan utama

⁵ Nurhayati, *Peranan Industri Tahu Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kecamatan Payung Sekaki. Tahun 20016-2010) Menurut Perspektif Ekonomi Islam* (Riau: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2012), hal. 2 dalam <http://repository.uin-suska.ac.id/9341/> diakses tanggal 3 Januari 2020

⁶ Handoko, T. Hani, *Manajemen, Edisi 2* (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal. 67

dalam pemilihan lokasi perusahaan berbeda karena adanya kebutuhan masing-masing perusahaan yang berbeda.

Kewirausahaan didefinisikan oleh Robert D. Hisrich, dkk. Sebagai suatu proses dinamis dalam menciptakan kekayaan. Kekayaan tersebut dihasilkan oleh individu yang mengandung resiko utama seperti modal, waktu, dan komitmen karier atau menyediakan nilai bagi beberapa produk atau jasa. Kewirausahaan juga dapat diartikan sebagai proses menciptakan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan usaha yang diperlukan, menanggung resiko keuangan, fisik, serta resiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan atas apa yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi.⁷

Berangkat dari latar belakang tersebut alasan peneliti tertarik untuk meneliti strategi pengembangan usaha industri tahu dalam meningkatkan penjualan pada industri tahu “STB Tahu Barokah”, karena selama ini Industri tahu tersebut sudah berdiri sejak tahun 2011. Untuk itu peneliti ingin mengetahui seberapa besar pentingnya strategi pengembangan usaha tersebut yang menjadikan penjualan terus meningkat dari tahun ke tahun.

Tabel 1.1 Data omzet usaha “STB Tahu Barokah” tahun 2011-2019

NO	Tahun	Omzet
1.	2011	Rp 150.000.000,-
2.	2012	Rp 150.000.000,-
3.	2013	Rp 175.000.000,-
4.	2014	Rp 234.000.000,-
5.	2015	Rp 267.000.000,-
6.	2016	Rp 301.000.000,-

⁷Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Group: 2016), hal. 9

7.	2017	Rp 334.000.000,-
8.	2018	Rp 368.000.000,-
9.	2019	Rp 405.000.000,-

Data omzet “STB Tahu Barokah” dari tahun 2011 sampai 2019 menunjukkan adanya kenaikan yang stabil, karena untuk memulai awal industri ini pada 2 tahun pertama fase dimana usaha ini masih merintis karirnya mulai nol atau awal yaitu dengan omzet Rp 150.000.000,-. Selanjutnya untuk tahun-tahun berikutnya usaha ini mengalami kenaikan dari tahun ke tahun berikutnya meskipun meningkatnya tidak signifikan sampai di tahun 2019 omzetnya bisa mencapai Rp 405.000.000.

Dalam meningkatkan penjualan yang dilakukan industri “STB Tahu Barokah” adalah dengan mementingkan dan memaksimalkan kualitas tahu dengan baik. Dengan demikian penjualan akan mengalami peningkatan. Dari uraian tersebut, maka peneliti ingin membahas mengenai “Strategi Pengembangan Usaha Industri Tahu dalam Meningkatkan Penjualan pada Industri Tahu “STB Tahu Barokah” Desa Batuaji Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri.”

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya maka fokus masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha industri tahu dalam meningkatkan penjualan tahu “STB Tahu Barokah” Desa Batuaji Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri?

2. Apa saja faktor penghambat dan solusi yang dilakukan dalam proses pengembangan usaha industri tahu dalam meningkatkan penjualan tahu “STB Tahu Barokah” Desa Batuaji Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk meneliti strategi pengembangan usaha industri tahu dalam meningkatkan penjualan tahu “STB Tahu Barokah” Desa Batuaji Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri.
2. Untuk menjelaskan faktor penghambat dan solusi yang dilakukan oleh industri tahu “STB Tahu Barokah” dalam meningkatkan penjualan.

D. Batasan Masalah

Batasan penelitian adalah pembatas masalah yang membatasi sebuah penelitian. Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok permasalahan mengingat banyak sekali yang dapat dipaparkan tentang pengembangan usaha ini. Untuk itu pembatasan masalah dalam penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan usaha industri tahu yang digunakan untuk meningkatkan penjualan tahu dan kendala yang dihadapi pada saat proses peningkatan penjualan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis

Manfaat praktis penelitian ini diharapkan mampu menemukan strategi baru dalam pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan pada usaha industri tahu. Sehingga penelitian ini dapat digunakan untuk menambah referensi bagi peneliti yang akan datang.

2. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dalam memperbanyak wawasan mengenai strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan pada industri usaha tahu.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari adanya kemungkinan salah penafsiran dalam penulisan, penulis akan menjelaskan mengenai beberapa istilah mengenai judul skripsi, serta memberikan arah dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Judul yang digunakan dalam penelitian ini adalah “Strategi Pengembangan Usaha Industri Tahu Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Industri Tahu “STB Tahu Barokah” Desa Batuaji Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri” dan pembatasan masalahnya sebagai berikut :

1. Definisi Konseptual

a. Strategi

Strategi merupakan rencana perusahaan dalam jangka panjang yang sudah disiapkan dalam menghadapi berbagai kendala dan menyiapkan guna untuk mencapai tujuan yang diharapkan.⁸

b. Tahu

Tahu adalah makanan yang memiliki harga yang murah namun juga memiliki gizi yang tinggi, makanan ini tergolong makanan tradisional yang terkenal dan sudah familiar dalam telinga masyarakat.⁹

c. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah proses mempersiapkan peluang yang menghasilkan pertumbuhan usaha.¹⁰

d. Penjualan

Penjualan adalah aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. Dalam proses penjualan, penjual atau penyedia barang dan jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli atau

⁸ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal 3

⁹ Linda Mariani, *Analisis Pendapat Industri Rumah Tangga Usaha Pembuatan Tahu Di Gampong Purworejo Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya* (Aceh Barat: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013), hal. 4, dalam <http://utu.ac.id/> diakses tanggal 18 Februari 2020

¹⁰ Irpah Rambe, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi* (Medan: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal. 19 dalam <http://repository.uinsu.ac.id/4627/1/SKRIPSI%20IRPAH%20RAMBE.pdf> diakses tanggal 2 Januari 2020

suatu harga tertentu. Penjualan dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti penjualan langsung, dan melalui agen penjualan.¹¹

e. Industri

Industri adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan manusia yang menghasilkan potensi sebagai sumber penghasilan bagi masyarakat.¹²

2. Definisi Operasional

Penelitian ini secara operasional menjelaskan tentang strategi pengembangan usaha industri tahu yang diharapkan mampu meningkatkan penjualan pada industri tahu “STB Tahu Barokah”.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Kajian terhadap masalah pokok diatas bagi beberapa bagian yaitu: BAB I Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, fokus masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah meliputi konseptual dan operasional, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II Kajian Pustaka, berisi tentang kajian teori yang meliputi strategi pengembangan usaha dan penjualan serta hambatan pengembangan usaha, teoritis, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.

¹¹ Rosita Umiyatul Rohmah, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Kambing Ettawa CV Tamto Mandiri Yogyakarta Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*, (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru, 2017), hal. 54

¹² Stitomo Wignjosoebroto, *Pengantar Teknik & Manajemen Industri*, (Surabaya: Penerbit Guna Widya, 2003), hal. 2

BAB III Metode penelitian, berisi tentang: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data terdapat wawancara mendalam serta observasi dan dokumentasi, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil penelitian, berisi tentang paparan data yang meliputi lokasi penelitian dan profil perkembangan usaha, temuan penelitian terdiri dari strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha industri tahu dalam meningkatkan penjualan “STB Tahu Barokah” serta faktor penghambat dan solusi dari proses pengembangan usaha tahu “STB Tahu Barokah” dalam meningkatkan penjualan, dan penerapan Analisis SWOT.

BAB V Pembahasan, berisi tentang strategi pengembangan usaha industri tahu dalam meningkatkan penjualan pada industri tahu “STB Tahu Barokah”, faktor penghambat dan solusi untuk mengembangkan usaha industri tahu “STB Tahu Barokah” dalam meningkatkan penjualan.

BAB VI Penutup, bab ini terdiri dari kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan dan saran ditujukan peneliti kepada berbagai pihak yang berkepentingan terhadap objek penelitian.

