

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sering kita jumpai di perkotaan bahkan di desa-desa sekalipun telah banyak ditemukan industri-industri, sudah menjadi hal yang tidak asing lagi dan tidak tabu lagi mengenai adanya industri di suatu desa. Industri ialah salah satu usaha yang dimana terdapat pengolahan bahan mentah atau bahan baku atau bahan yang perlu dilakukan proses lanjut agar dapat menjadi sesuatu yang lebih bernilai dan lebih bermanfaat.² Menurut UU No 5 tahun 1984 tentang perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk menggunakan kegiatan rancang bangunan perkerjasama industri.³

Industri yaitu hal yang dapat mengubah atau menjadikan bahan mentah menjadi barang jadi, dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak ketika telah dilakukan proses yang mengubah bahan mentah tersebut menjadi bahan jadi. Dengan adanya industri mampu membuat masyarakat sekitar membangun dan mengembangkan usahanya, seperti

² Sritomo Wignjosoebroto, Pengantar Teknik & Manajemen Industri, (Jakarta: Penerbit Guna Widya, 2003) hal. 19

³ Abdurachmad dan Maryani, *Geografi Ekonomi*, (Bandung : jurusan pendidikan geografi FPIPS IKIP Bandung, 1998) hal 27

dengan usaha dagang. Dengan pemanfaatan usaha dagang pada industri, dengan itu mampu memberikan peluang kepada masyarakat untuk mendapatkan dan juga memenuhi kebutuhan perekonomian masyarakat sekitar.

Dengan adanya industri ini dapat memberikan kemakmuran pada pertumbuhan ekonomi. Industri yang telah berdiri harus berusaha agar mempertahankan usaha yang sedang dijalankan, dan harus mampu memahami persaingan dalam industri yang dijalankan terutama pada industri yang bergerak dibidang yang sama dan memiliki jenis yang sama. Industri merupakan suatu grup pada perusahaan yang dapat menghasilkan suatu produk-produk yang mampu saling menggantikan. Hal tersebut menjadikan sebuah persaingan antar perusahaan semakin penting didunia bisnis, oleh karena itu sangat penting melakukan strategi agar suatu usaha yang dibangun disebuah industri dapat bertahan dan mampu bersaing secara efektif.

Dalam suatu usaha tentunya memiliki strategi-strategi agar usaha yang dimiliki tetap dapat berjalan strategi pemasaran merupakan sesuatu yang sangat diperlukan oleh suatu usaha dan pebisnis, maka tidaklah heran apabila suatu perusahaan melakukan strategi demi menghadapi persaingan yang ada disekitar usahanya. Dengan melakukan strategi pemasaran akan memberikan pertahanan dalam mempertahankan usahanya. Pada saat dunia bisnis mengalami perkembangan maka sudah menjadi hal yang biasa dan tidak asing lagi bagi pebisnis. Jika semakin maraknya

perkembangan usaha dibidang bisnis akan semakin bagus dan bermanfaat bagi dunia perekonomian. Karena jika semakin banyak dan semakin bermacam-macam maka luas persaingan suatu usaha berupaya produk-produk yang dibuat akan semakin ditingkatkan kualitasnya dan tak jarang suatu usaha akan melakukan inovasi-inovasi agar tetap bisa bersaing didunia bisnis. Apabila dalam suatu persaingan terdapat produk yang tidak memiliki daya tarik dan ciri khasnya maka produk tersebut akan ketinggalan jauh oleh produk lain dan mengalami penurunan dalam penjualan dan hasil produksi.⁴

Usaha dagang industri tahu Nur Cahyo merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang produksi tahu, dimana di industri tersebut mengolah kedelai sebagai bahan baku menjadi sebuah tahu yang dapat di konsumsi. Dengan adanya industri tahu ini berupaya untuk membuka suatu usaha yaitu usaha dagang yang merupakan strategi yang dilakukan oleh industri tahu nur cahyo dalam menghadapi persaingan yang ada di desa Sugihwaras khususnya industri yang sama yang bergerak dibidang yang sama dan jenis yang sama. Industri tahu Nur Cahyo melakukan beberapa strategi agar tetap mampu bergerak dan aktif di industri tahu dan mampu bersaing dengan indsutri tahu yang ada di desa Sugihwaras kecamatan Wonomulyo kabupaten Polewali Mandar. Adapun beberapa pesaing industri tahu sebagai berikut :

⁴ Ita Nurchofifah, strategi marketing mix Dalam Speratektif Syariah, Jurnal Katulistiwa, Volume 4, No 1, Maret 2014. Hal. 73-86

Tabel 1.1
Data Pesaing Industri Tahu Nur Cahyo

No	Nama pesaing industri tahu
1.	Industri tahu Hj Bita
2.	Industri tahu Pak Toni
3.	Industri tahu Hj To
4.	Industri tahu pak Hendro
5.	Industri Tahu Hj Mukti
6.	Industri tahu Hj Iksan
7.	Industri tahu Hj Edo

Dalam sebuah perusahaan tentunya akan selalu mempertahankan eksistensi perusahaan yang mereka jalani, dengan melakukan berbagai strategi agar produk tetap dapat dipasarkan dan memiliki langganan yang tidak akan perusahaan kecewakan. Semakin banyak usaha yang berdiri didunia bisnis baik itu usaha kecil ataupun besar akan sangat berdampak pada perusahaan yang telah lama berdiri karen dengan hadirnya usaha baru akan menjadikan usaha lama mengalami persaingan. Oleh karena itu untuk mempertahankan suatu usahanya akan selalu perusahaan lakukan evaluasi dan mempelajari strategi agar tetap lancar dalam menjalankan usahanya. Dengan menjalani persaingan antar usaha agar dapat tetap eksis dipasaran maka perusahaan harus mempunyai strategi agar dapat menghadapi realnya suatu persaingan dibidang usaha yang dijalani sebuah perusahaan. Strategi

sendiri yaitu merupakan suatu proses yang dilakukan oleh perusahaan agar tetap mampu bersaing antar sesama perusahaan, strategi sendiri yaitu suatu rencana yang dibuat oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Maka dari itu pengusaha harus lebih kreatif lagi dan lebih bijak dalam menjalankan strategi yang dilakukan dalam menjalankan usahanya.

Usaha dagang industri tahu Nur Cahyo telah berdiri pada tahun 2012, dan merupakan usaha dagang industri tahu yang terbilang besar di desa Sugihwaras bahkan di kecamatan Wonomulyo, terdapat 6 industri tahu di desa Sugihwaras dan masing-masing memiliki perbedaan tahun pendirian industri dan memiliki harga yang berbeda-beda. Hal tersebut akan membangun persaingan sesama usaha dagang industri tahu yang ada di desa Sugihwaras, dan akan menimbulkan permintaan dan penawaran.

Usaha dagang industri tahu Nur Cahyo bukan waktu yang singkat dengan melihat perkembangan yang ada pada industri tahu Nur Cahyo, banyak pelanggan yang bertahan yang setia berlangganan di usaha dagang industri tahu Nur Cahyo, karena manager dari industri tahu Nur Cahyo sangat terkenal ramah terhadap masyarakat sekitar sangat memiliki jiwa sosial kepada orang-orang sekitarnya. Begitupun begitu pula kepada karyawannya manager usaha dagang industri tahu Nur Cahyo kenyamanan dan fasilitas yang membuat karyawan agar karyawannya betah dan bekerja dengan giat.

Industri tahu nur cahyo semakin hari semakin memiliki profektif kerja yang makin maksimal juga dan setiap harinya semakin banyak pula konsumen yang merapat pada industri tahu Nur Cahyo, oleh karena itu masyarakat desa sugihwaras yang penduduknya dominan petani yang mendapatkan hasil hanya setiap 3 bulanan saat mereka panen saja. Melihat industri tahu yang bergerak lebih efektif yang mendapatkan hasil setiap harinya. Oleh karena itu di desa sugihwaras telah dibangun beberapa industri tahu karen merupakan industri yang memiliki agar sebagaian masyarakat yang profesi mereka sebagai petani dapat merasakan hasil yang didapat setiap hari. Dengan banyaknya industri tahu yang dibangun di desa sugihwaras maka industri tahu Nur Cahyo melakukan strategi agar pangsa pasar yang telah lama berlangganan tetap mengambil produk di Industri Tahu Nur Cahyo.

Namun persaingan usaha industri tahu tidak begitu mendapatkan dampak yang buruk bagi industri tahu nur cahyo. Karena industri Nur Cahyo mengutamakan kualitas produk, dibuktikan dengan banyaknya pesanan setiap harinya, terutama pemesanan konsumen bagi itu pedangang sayur dipasar ataupun pedangang sayur keliling. Terutama menjelang hari raya pesanan dapat meningkat berkali-kali lipat, karena tahu sendiripun merupakan makanan pokok bagi masyarakat desa Sugihwaras selain harganya yang murah dalam proses memasaknya pun sangat praktis. Industri tahu nur cahyo memiliki pelanggan yang banyak hal ini dapat dilihat bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh industri tahu nur

cahyo terbilang sukses. Industri tahu Nur Cahyo dalam mengolah bahan bakunya sangat teliti dan sangat memperhatikan kedelai yang akan dijadikan tahu, Industri tahu Nur Cahyo juga melakukan strategi jika harga kedelai naik maka harga yang diberikan akan tetap sama tidak ada kenaikan harga yang diberikan kepada konsumennya oleh karena itu konsumenpun merasa tidak dirugikan. Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengangkat judul :

“Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Sesama Industri Tahu (Studi Kasus : Pada Industri Tahu Nur Cahyo Di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha dagang industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha dagang industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar?

3. Bagaimana pengawasan strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha dagang industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui peran industri tahu terhadap pemberdayaan masyarakat Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha dagang industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha dagang industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengawasan strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha dagang industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber data yang dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya. Dan juga dapat menambah khazanah bagi pembaca dan menambah wawasan serta mengembangkan disiplin ilmu pengetahuan dibidang ekonomi dalam menghadapi persaingan yang ada dikalangan industri.

2. Secara praktis

Penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang lebih maju dan membawa dampak positif untuk para industri tahu dan juga masyarakat Desa Sugihwaras.

- a. Bagi manager usaha dagang industri tahu Nur Cahyo

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada usaha dagang industri tahu nur cahyo khususnya kepada manager, mulai dari mendapatkan masukan solusi agar dapat memberikan inovasi baru kepada industri tahu nur cahyo.

- b. Bagi karyawan usaha dagang industri tahu Nur Cahyo

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan bakat dan minat sesuai dengan kemampuan diri masing-masing bagi karyawan industri tahu nur cahyo, dan dapat memanfaatkan industri tahu Nur Cahyo untuk keberlangsungan

hidup dan juga memenuhi kebutuhan perekonomian bagi karyawan industri tahu nur cahyo.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini besar harapan penulis diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan acuan atau rujukan kepada peneliti selanjutnya yang memiliki judul dan topik yang sama mengenai strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan sesama usaha yang bergerak dibidang yang sama. Sehingga dapat menjadikan karya ilmiah memperoleh kajian yang mendalam.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi konseptual

a. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran Menurut Philip Kotler menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan proses manajerial yang digunakan untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian dan sumber daya organisasi atau perusahaan sesuai dengan pasar yang dari waktu ke waktu terus berubah. Tujuan dari perencanaan strategi adalah membentuk serta menyempurnakan usaha bisnis dan produksi perusahaan sehingga dapat memenuhi target laba dan pertumbuhan dalam perusahaan.⁵

⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Indeks, 2004), hlm. 74

b. Perencanaan Strategi Pemasaran

Perencanaan adalah suatu cara yang disusun secara sistematis, yang berisi kegiatan yang saling berhubungan untuk mencapai hasil tertentu. Perencanaan digunakan sebagai pedoman dalam mencapai tujuan perusahaan.⁶

c. Pelaksanaan Strategi Pemasaran

Pelaksanaan juga dapat diartikan sebagai aktivitas, adanya aksi, tindakan, atau sebuah mekanisme dari suatu sistem. Pelaksanaan bukanlah artian sekedar sebuah aktivitas akan tetapi merupakan kegiatan yang telah terencana dan akan dilakukaj dengan sungguh-sungguh setelah dilakukan perencanaan maka akan dilanjutkan dengan pelaksanaan.⁷

d. Pengawasan Strategi Pemasaran

Pengawasan adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan agar memperoleh hasil yang maksimal. Pengawasan pada dasarnya memiliki tujuan agar suatu perusahaan mampu mencapai tujuannya secara mulus dengan melakukan strategi tanpa adanya hambatan. Dalam pengawasan ini dapat dilakukan dengan tujuua mengurangi kecurangan, korupsi dan sejenisnya disebuah perusahaan.⁸

⁶Widia Rini, *Manajemen Bisnis Dengan Pendekatan Islam*, (Yogyakarta : Ekonosia 2012), Hal. 37

⁷ R. Gilang. *Pelaksanaan Pembelajaran Daring di Era Covid-19*, (banyumas : Lutfi Gilang, Desember 2020). hal 79

⁸ Widia Rini, *Manajemen Bisnis Dengan Pendekatan Islam*, (Yogyakarta : Ekonosia 2012),Hal. 85

e. Persaingan

Persaingan adalah suatu usaha untuk memperlihatkan keunggulan produk masing-masing yang dilakukan oleh perseorangan atau perusahaan dalam bidang produksi dan bisnis.⁹

2. Definisi Oprasioanal

Dalam penelitian ini yang berjudul strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan sesama usaha dagangan industri tahu (studi kasus : pada inudstri tahu nur cahyo di desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar), dalam penelitian ini melibatkan pemilik usaha dan juga kariyawan serta pelanggan dan konsumen usaha dagangang industri tahu. Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha dagang industri tahu nur cahyo dalam menghadapi persaingan yang ada di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan akan memudahkan pembaca mengetahui urutan-urutan yang sistematis dari isi sebuah karya ilmiah. Secara teknik, penulisan skripsi dibagi menjadi 3 bagian yaitu yang *pertama*, bagian awal skripsi dalam isinya memuat beberapa halaman yang terletak pada sebelum halaman yang memiliki bab. *Kedua*, bagian inti skripsi yang didalamnya memuat beberapa bab dengan format

⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian persaingan, dalam <https://kbbi.web.id/strategi>, diakses pada 6 desember 2021 pukul 20:20

(susunan/sistematika) penulisan disesuaikan dengan penelitian kualitatif. *Ketiga*, bagian akhir skripsi meliputi daftar rujukan, lampiran-lampiran yang berisi dokumen-dokumen lain yang relevan.

1. Bagian awal

Pada bagian awal meliputi halaman judul, lembar persetujuan, lembar pengesahan, motto, halaman persembahan, kata kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

2. Bagian utama

Dalam bagian utama merupakan inti dari hasil penelitian yang terdiri dari enam bab dan masing-masing bab terbagi dalam sub-sub bab antara lain :

- a. Bab I dalam isi bab ini adalah pendahuluan yang terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.
- b. Bab II dalam bab ini membahas tentang kajian pustaka yang berisi uraian pembahasan teori yang berkaitan dengan judul yang sesuai dengan subjek mayor dan subjek minor yang ada pada judul, berisi tentang penelitian terdahulu dan dalam bab ini terdiri kerangka teori.
- c. Bab III metode penelitian, pada bab ini peneliti akan membahas proses penelitian yang akan dilakukan dalam penulisan yang terdiri dari : (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi

penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, (h) tahap-tahap penelitian.

- d. Bab IV hasil penelitian dalam bab ini merupakan paparan data dan temuan lapangan yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan yang dilakukan baik dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi yang bersangkutan.
 - e. Bab V pembahasan, pada bab ini menjabarkan tentang temuan peneliti terhadap teori yang sudah ada dari penelitian terdahulu serta interpretasi yang ada di lapangan yang mencakup tentang strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan.
 - f. Bab VI penutup, pada bab ini terdiri dari hasil kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.
3. Bagian akhir
- Pada bagian akhir terdiri atas : (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran,
- (c) surat pernyataan keaslian skripsi, (d) daftar riwayat hidup.