

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### **A. Perencanaan strategi pemasaran usaha dagang industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar**

Perencanaan adalah suatu hal yang dilakukan dalam membuat rencana yang akan digunakan oleh sebuah perusahaan atau sebuah usaha untuk melaksanakan agar mencapai tujuan yang telah dibangun. Perencanaan merupakan proses suatu fungsi manajemen sebuah perusahaan yang merupakan suatu tindakan yang dapat memprediksi atau memperkirakan kebutuhan yang perusahaan atau suatu usaha butuhkan dimasa yang akan datang.<sup>100</sup> Perencanaan merupakan suatu arah untuk menentukan suatu hal yang ingin dicapai dimasa yang akan datang dengan melakukan beberapa tahapan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Perencanaan dilakukan pada tahap awal dalam menjalankan suatu organisasi, perusahaan maupun sebuah usaha terkait dalam pencapaian tujuan. Perencanaan diupayakan dengan harapan akan mempermudah dalam setiap langkah-langkah kerja kedepannya. Perencanaan begitu penting, sehingga setiap organisasi akan membuat perencanaan dengan sebaik-baiknya.<sup>101</sup> Sedangkan strategi adalah suatu cara untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan dalam suatu usaha, dan strategi menurut

---

<sup>100</sup> Husain Umar, *Business An Introduction*. (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000) hal 38

<sup>101</sup> H. Malayu SP Hasibuan, *Dasar Pengertian dan Masalah*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2011)

Chandler adalah tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya penting untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>102</sup>

Strategi pemasaran usaha dagang industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu di Desa Sugihwaras, keberadaan industri tahu Nur Cahyo di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo sangat berpengaruh besar bagi usaha dagang tahu yang ada di Kecamatan Wonomulyo karena industri tahu Nur Cahyo dalam menjalankan usahanya tersebut memiliki strategi-strategi untuk meningkatkan hasil penjualannya dan memiliki strategi tersendiri dalam menghadapi persaingan yang ada. Di Desa Sugihwaras mayoritas penduduknya petani dan beberapa dari penduduk desa Sugihwaras memilih untuk membangun usaha dagang industri tahu oleh karenanya hasil yang didapatkan bisa tiap hari, di Desa Sugihwaras yang terkenal desa yang memiliki banyak pengrajin tahu karena dapat mendapatkan hasil disetiap harinya dan disisi lain harus menghadapi persaingan yang sehat antar sesama industri tahu yang ada di Desa Sugihwaras.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti perihal strategi pemasaran UD industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu yang ada di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan

---

<sup>102</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal 4

dalam menjalankan sebuah perencanaan strategi pemasaran industri tahu Nur Cahyo, yaitu :

a. Perencanaan meningkatkan mutu produk

Dalam paparan teori yang dipaparkan oleh Prawiresentono yaitu apabila produk yang diproduksi memiliki kualitas yang bagus maka akan menarik konsumen dan pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan,<sup>103</sup> dengan hal ini maka dapat meningkatkan penjualan dan mampu bersaing dengan industri lainnya.

Industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu yang ada di Desa Sugihwaras harus mampu meningkatkan mutu dari bahan bakunya dan kualitasnya dengan hal ini akan meningkatkan penjualan industri tahu Nur Cahyo, dengan meningkatkan mutu produk akan memberikan kesan yang baik kepada konsumen semakin bagus mutu dari produk yang dihasilkan maka semakin banyak pula konsumen mendekat dan membuat pelanggan betah.

Dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan penjualan suatu produk agar dapat menarik konsumen yaitu dengan adanya perencanaan dalam meningkatkan mutu suatu produk, semakin bagus kualitas produk maka semakin meningkat juga minat dari konsumen dan menjadikan penjualan produk semakin meningkat dengan hal ini industri tahu Nur Cahyo dapat menghadapi persaingan yang ada. .

---

<sup>103</sup> Rumanintya Lisaria Putri, Peningkatan Kualitas Produk Melalui Penerapan Prosedur dan Sistem Produksi Studi Pada UD Wijaya Kusuma Kota Blitar Dalam *Jurnal WRA*, Vol 4, No.2, 2016, hal.813

b. Perencanaan pengembangan produk

Arif Yusuf Hamali memaparkan bahwa dalam strategi perencanaan pengembangan produk merupakan usaha yang dapat meningkatkan penjualan dengan cara mengembangkan produk-produk yang ditujukan untuk pasar yang akan dituju yang telah ada.<sup>104</sup>

Dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti pada industri tahu nur Cahyo, dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu maka melakukan perencanaan pengembangan produk, pengembangan produk yang akan dilakukan yaitu dengan melakukan inovasi pada produk tahu tidak hanya tentang tahu putih dan tahu goreng saja akan tetapi perencanaan membuat tahu lepong-lepong dengan hal ini melihat kedepannya akan maju dan dapat melakukan persaingan secara sehat.

Hal ini sesuai dengan teori Philip Kotler yang dimana strategi ini merupakan suatu proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga keserasian antara tujuan perusahaan, sumber daya perusahaan, dan peluang pasar yang terus berubah dengan tujuan untuk membentuk dan menyesuaikan usaha dan produk yang dihasilkan sehingga bisa mencapai keuntungan dan tingkat pertumbuhan yang menguntungkan.<sup>105</sup>

c. Tenaga kerja

---

<sup>104</sup> Adita Nur Qolih, Oyon Saryono dan Iwan Setiawan, Analisis Pengendalian Kualitas (Quality Control) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol 6. No.2, 2019. Hal. 398

<sup>105</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 25.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti pada industri tahu Nur Cahyo yaitu dalam menghadapi persaingan maka strategi perencanaan yang dilakukan yaitu membutuhkan tenaga kerja dalam melakukan proses produksi pembuatan tahu, hal ini dibutuhkan tenaga kerja yang memadai dan yang memiliki pengalaman dalam bekerja agar dapat dengan mudah menyelesaikan proses produksi dan segera memenuhi kebutuhan konsumen manager industri tahu Nur Cahyo seringkali memberikan arahan-arahan pada karyawannya agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan benar.

**B. Pelaksanaan strategi pemasaran usaha dagang industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar**

Pelaksanaan yaitu salah satu tindakan atau kegiatan yang melaksanakan sebuah rencana yang telah terangkai dan tersusun dengan matang atau terperinci, dimana dalam sebuah implementasi yang dilakukan saat perencanaan telah matang. Singkatnya pelaksanaan yaitu sesuatu yang harus dilakukan atau diterapkan. 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.<sup>106</sup>

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti perihal strategi pemasaran UD industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu yang ada di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menjalankan sebuah pelaksanaan strategi pemasaran industri tahu Nur Cahyo, yaitu :

a. Pelaksanaan strategi produk (*product*)

Dalam sebuah perusahaan terdapat produk yang menjadi sesuatu yang selalu ditetapkan yang akan ditawarkan dan diperjual belikan kepada pasar untuk menarik perhatian akuisi, pengguna atau konsumsi agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>107</sup>

Pelaksanaan strategi produk yang dilakukan oleh industri tahu Nur Cahyo dalam pengembangan usahanya yaitu berupaya melakukan inovasi pada produk tahu yang diproduksi, dengan hal tersebut industri tahu Nur Cahyo tidak hanya memproduksi tahu putih saja akan tetapi melihat minat dari konsumen dan kebutuhan konsumen yaitu dengan memproduksi tahu goreng. Industri tahu Nur Cahyo juga sangat memperhatikan kualitas bahan bakunya memberikan yang

---

<sup>106</sup> R. Gilang. *Pelaksanaan Pembelajaran Daring di Era Covid-19*, (banyumas : Lutfi Gilang, Desember 2020). hal 79

<sup>107</sup> Abdurrahman Herdiana A, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2015), hal 170-171

terbaik bagi para konsumennya selain memperhatikan kualitas bahan bakunya industri tahu Nur Cahyo juga telah berhasil mendapatkan label halal dan surat izin dari pihak yang berwajib dengan hal ini membuat industri tahu Nur Cahyo semakin dikenal dan dapat menarik konsumen karena telah dipercaya oleh pemerintah akan kualitas bahannya.

Penelitian ini juga selaras dari hasil penelitian Nia Artika Melinda dengan objek penelitian Ekspor Kopi pada KBQ Baburayan, dalam hasil penelitiannya yaitu dalam penjualan produk harus mengutamakan kualitas dan juga kehalalan dari produknya dan tidak memperjual belikan barang yang diharamkan.<sup>108</sup>

Dari paparan teori dan penelitian terdahulu dapat peneliti tari benang merah bahwa dalam pelaksanaan strategi produk industri Tahu Nur Cahyo harus dapat memperhatikan kebutuhan konsumen agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen agar dapat bersaing dengan industri tahu lainnya dan tetap menjalankan usahanya, dan dapat diketahui bahwa dalam meningkatkan penjualan dan bersaing secara sehat kualitas dan eksistensi suatu produk harus ditingkatkan.

b. Pelaksanaan strategi harga (*Price*)

Harga dalam arti menurut Kotler Amstrong merupakan jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Sedangkan dalam arti luas harga merupakan jumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan

---

<sup>108</sup> Nia Artika Melinda, Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor Kopi Gayo pada KBQ Baburayan Takengon Dengan Pendekatan Analisis SWOT. *Skripsi Tidak Diterbitkan*. (Medan: Universitas Negeri Medan, 2012), hal.50

untuk mendapatkan suatu keuntungan dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau sebuah jasa. Harga adalah salah satu elemen yang paling menentukan bagi perusahaan untuk mendapatkan sebuah pendapatan. harga juga merupakan suatu elemen yang sangat fleksibel dalam elemen bauran pemasaran. Harga juga merupakan faktor yang paling penting dan cukup rumit yang dihadapi oleh para manager disuatu perusahaan.<sup>109</sup>

Pelaksanaan stratefi harga yang dilakukan oleh industri tahu Nur Cahyo yaitu harga yang sebanding dan harga yang kompetitif, harga yang diberikan kepada konsumen termaksud stabil dan sesuai harga rata-rata yang diberikan oleh industri tahu lainnya yang ada didesa Sugihwaras 1 papan kisaran kurang lebih Rp. 17.000,- perpapan ini dapat mengisi 1 ember full, dan harga yang diberikan cukup relatif murah dan mudah dijangkau oleh para agen-agen yang telah berlangganan, dan jika dalam bentuk eceran harga yang diberikan kepada konsumen telah standar seperti harga tahu pada umumnya. Pemberian harga pada produk tahu industri tahu berbeda-beda jenis hasil produksi industri tahu Nur Cahyo yaitu tahu putih dan tahu goreng dan pemberian harga tiap jenis tahu yang diberikan kekonsumen berbeda-beda karena tahu goreng lebih diatas karena menggunakan minyak goreng. Industri tahu Nur Cahyo ini seringkali memberikan diskon atau bonus pada pelanggannya hal tersebut sangat

---

<sup>109</sup> Apri Budianto, *Manajemen Perusahaan*, (Yogyakarta : Ombak, 2015), hal. 256-257



menarik para konsumen, dan membuat pelanggan betah beralngganan di Industri tahu Nur Cahyo.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam industri tahu Nur Cahyo selaras dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adelia Yovita Nur Oktavia dalam judul penelitiannya Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan dalam Menghadapi Persaingan. Dimana dalam hasil penelitiannya yaitu dalam penetapan harga suatu produk itu menyesuaikan dengan kualitas dan juga variasi atau macam-macam produk yang dijual.<sup>110</sup>

c. Pelaksanaan strategi distribusi tempat (*place*)

Menurut Tengku Firli Musafar dalam teorinya yaitu bauran distribusi adalah sebuah pemahaman yang mendalam tentang target pasar perusahaan, mereka pahami dari dalam dan kita akan menemukan posisi dan saluran distribusi yang sangat efisien yang dapat langsung berbicara dengan pasar kita. Dalam suatu tempat atau sebuah saluran pemasaran meliputi dalam sebuah kegiatan perusahaan dalam membuat dan menyalurkan produk kepelanggan. Saluran distribusi adalah rangkaian yang sangat berkaitan dalam proses pembuatan produk untuk sampai kepada konsumen agar dapat dikonsumsi.

Dalam pelaksanaan strategi distribusi yang dilakukan oleh industri tahu Nur Cahyo dilakukan sangat baik, yang dilakukan secara

---

<sup>110</sup> Adelia Yulia Nur Oktavia, Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan dalam Menghadapi Persaingan, *Skripsi Tidak Diterbitkan*, (Surabaya : Universitas Veteran Jatim), hal.72

langsung maupun tidak langsung. Strategi langsung yang dimaksud yaitu langsung kepada konsumen, sedangkan yang tidak langsung yaitu dengan melalui perantara agen-agen atas seles. Industri tahu Nur Cahyo dalam menjalankan produksinya sampai lintas provinsi dalam pendistribusian produk tahu industri tahu Nur Cahyo tidak hanya dalam provinsi Sulawesi Barat saja akan tetapi telah sampai ke wilayah Sulawesi Selatan seperti Pindrang dan juga Sidrap. Dengan hal ini dapat diketahui bahwa industri tahu Nur Cahyo telah berhasil dalam menghadapi persaingan yang ada, dengan hal ini dalam pemasaran keluar kota industri tahu Nur Cahyo akan lebih mudah mendapatkan konsumen baru dan tidak mengalami kesulitan dalam pemasaran produknya.

Selain strategi dalam pendistribusian industri tahu Nur Cahyo juga memiliki strategi tempat yang dilakukan oleh industri tahu Nur Cahyo lokasi industri tahu Nur Cahyo ini sangat strategis mudah ditemukan oleh para pelanggannya dan sangat mudah diakses oleh kendaraan baik motor ataupun mobil lokasi industri tahu Nur Cahyo dekat dengan permukiman warga hal ini membuat mudahnya ditemukan lokasi industri tahu Nur Cahyo.

Dalam suatu penentuan empat suatu pabrik atau usaha memang sangat diperhatikan dari beberapa faktor seperti tempat usahanya dekat dengan keramaian, lokasinya mudah diakses oleh berbagai jenis kendaraan karena dengan hal tersebut akan memudahkan suatu

perusahaan untuk dikenal dan ditemui oleh konsumen ataupun masyarakat. dalam hal ini dikung oleh peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Azka Alam pada PT Finaba Mandiri yang berlokasi di Kabupaten Pati, dimana dalam hasil penelitiannya menemukan bahwa penentuan lokasi yang berada ditempat keramaian akan sering dikunjungi oleh para konsumen.<sup>111</sup>

d. Pelaksanaan strategi promosi (*promotion*)

Dalam suatu usaha promosi sangat berperan penting dalam memasarkan suatu produk karena dengan adanya promosi ini konsumen dapat mengenal dan mengetahui produk apa yang sedang dijual. Indsutri tahu Nur Cahyo dalam menjalankan pelaksanaan strategi promosinya dilakukan dengan sangat efektif, karena hingga saat ini sistem yang dilakukan masih dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut dengan (*word of mouth*).

Sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Hasan bahwa *word of mouth* adalah media yang paling kuat dalam mengkomunikasikan suatu produk atau jasa kepada konsumen, sistem promosi dari mulut kemulut ini mencul secara alami dan memberikan kesan yang lebih jujur dan natural dalam penyampaian promosi suatu produk atau jasa.<sup>112</sup> Dengan demikian sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler WOM (*word of mouth*) merupakan suatu proses

---

<sup>111</sup> Azka Alam. Strategi Pemasaran dalam Pendekatan Analisis SWOT pada PT Finaba Mandiri di Kabupaten Pati. *Skripsi Tidak Diterbitkan*. (Jember : Universitas Jember).hal.83

<sup>112</sup> Kiki Joesyiana, Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru Dalam *Jurnal Valuta*, 2018,,Vol.4, No.1, hal.73

komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik pada kelompok maupun individu dengan memiliki tujuan menyampaikan sebuah informasi. WOM memiliki kekuatan besar yang akan sangat berdampak pada pembelian konsumen, dalam penyampaian informasi dari teman, asosiasi dan konsumen akan lebih tertarik dan percaya pada informasi yang berasal dari teman atau orang yang dikenal dibandingkan dengan promosi yang melalui brosur, iklan. Sehingga WOM ini mampu membuat konsumen lebih tertarik dan percaya.<sup>113</sup>

### **C. Pengawasan strategi pemasaran usaha dagang industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar**

Dalam sebuah strategi pemasaran agar dapat membuat strategi dapat berjalan dengan baik yaitu tentunya akan dibuat suatu pengawasan dimana dalam sebuah pengawasan yaitu dalam sebuah program ataupun kegiatan berada dalam inti yang sesuai dengan perencanaan yang dilakukan, dan dengan pengawasan ini akan mampu menghadapi atau meminimalisir masalah yang akan terjadi dikemudian hari.<sup>114</sup> Pengawasan menurut Schermerhorn, mendefinisikan bahwa pengawasan merupakan proses dalam menetapkan suatu ukuran yang ditalah ditentukan. Dan ada juga menurut Mathis dan Jackson, mengutarakan bahwa pengawasan adalah suatu proses pemantauan dengan kinerja karyawan berdasarkan

---

<sup>113</sup> Aji Bagas Pamungkas dan Siti Zahro. Pengaruh Promosi Dimedia Sosial dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pada Kedai Batacos, Jombang).dalam *Jurnal Komunikasi*, 2016, Vol.X, No.2.

<sup>114</sup> Ibid

standar untuk mengukur kinerja, memastikan kualitas atas penilaian kinerja dan pengambilan informasi atau umpan balik pencapaian hasil yang dikomunikasikan kepada karyawan. Dan Henry Fayol juga berpendapat bahwa pengawasan mencakup upaya memeriksa apakah semua terjadi sesuai dengan rencana yang ditetapkan, perintah yang dikeluarkan dan prinsip yang dianut.<sup>115</sup>

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti perihal strategi pemasaran UD industri tahu Nur Cahyo dalam menghadapi persaingan sesama industri tahu yang ada di Desa Sugihwaras Kecamatan Wonomulyo terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menjalankan sebuah pengawasan strategi pemasaran industri tahu Nur Cahyo, yaitu :

a. Pengawasan Produk menggunakan *Quality Control*

Pada hasil observasi dan wawancara peneliti mendapatkan hasil temuan dalam pengawasan strategi produk yaitu industri tahu dalam melakukan pengawasan produknya dengan *cara quality control*, dengan memilah produk yang bagus atau yang tidak cacat agar dapat dipasarkan. Tidak cacat dalam artian produk tahu industri tahu Nur Cahyo tidak ada kegagalan dalam bentuk rasa ataupun bentuk dan teksturnya.

Dalam hasil penelitian yang dilakukan pada industri tahu Nur Cahyo, selaras dengan hasil penelitian terdahulu oleh Adita Nur

---

<sup>115</sup> Sahat Parulian Remus, Nalisis Sistem Pengawasan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt, Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan, *Jurnal Ilmiah Methonomi* Vol. 3 NO. 2, hal 27-28

Qoliq, oyon Saryono dan Iwan Setiawan dalam jurnal mereka yaitu Analisis Pengendalian Kualitas (Quality Control) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dalam hasil penelitiannya yaitu Pelaksanaan pengendalian kualitas (quality control) dalam meningkatkan kualitas produk santan klatu PT Pacific Eastern Coconut Utama telah dilakukan sesuai dengan Standar Operasional Perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai dengan spesifikasi, dimulai dari kedatangan bahan baku, proses produksi/pengolahan dan proses produk jadi. Selain itu dapat mengurangi nilai kerusakan/cacat pada produk. Maka dari itu kualitas produk yang dihasilkan telah sesuai dengan spesifikasi dan Standar Operasional Perusahaan. Selain itu menghasilkan kandungan cita rasa yang gurih dan aroma ciri khas dari kelapa tua, sehingga menghasilkan rasa yang lebih lezat dan dengan keinginan konsumen agar para konsumen puas dengan produk yang perusahaan ciptakan dan dapat meningkatkan daya beli serta kesetiaan pada produk tersebut.<sup>116</sup>

b. Pengawasan dalam harga

Yusanto mengemukakan bahwa bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak

---

<sup>116</sup> Adita Nur Qoliq, oyon Saryono dan Iwan Setiawan, Analisis Pengendalian Kualitas (Quality Control) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk, dalam *Jurnal ilmu manajemen*, vol 6. No.2, 2019. Hal. 398

diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.<sup>117</sup>

Dalam hasil wawancara dan observasi pada industri tahu Nur Cahyo yaitu Dalam hasil observasi dan juga wawancara yang dilakukan oleh peneliti, peneliti mendapatkan hasil temuan dalam pengawasan harga industri tahu Nur Cahyo dengan memperhatikan harga yang ada dipasaran, industri tahu Nur Cahyo fokus pada produksinya jadi memperthanakan harga pasaran yang ada agar tidak merusak harga pasar produk tahu.

c. Pengawasan tempat distribusi (*Place*)

Dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilskukan oleh peneliti, hasil temuan yang ditemukan dalam pengawasan tempat distribusi industri tahu Nur Cahyo yaitu dilakukan langsung oleh managernya dari indsutri tahu Nur Cahyo dengan memperhatikan jarak sebelum melakukan pengeriman agar produk yang akan dikirim sampai ditempat tujuan dengan keadaan yang bagus dan layak, dengan memiliki tempat yang layak akan membuat konsumen merasa nyaman selama berlangganan dengan industri tahu Nur Cahyo.

Sessuai yang dikemukakan oleh Yusanto bahwa tempat usaha harus baik, sehat, bersih dan nyaman. Harus juga dihindarkan melengkapi tempat usaha dengan hal-hal yang diharamkan

---

<sup>117</sup> Yusanto, M.I Dan M. K. Widjajakusuma, Menggagas Bisnis Islam (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 96.

(misalnya gambar porno, minuman keras dan sebagainya) agar sekedar menarik pembeli.<sup>118</sup>

d. Pengawasan dalam menghadapi persaingan

Industri tahu Nur Cahyo Selain dari pengawasan produknya industri tahu Nur Cahyo juga melakukan pengawasan pada pesaingannya, dalam menghadapi persaingan industri tahu Nur Cahyo selalu melakukan persaingan sehat karena mereka percaya bahwa segala tindakan dan perbuatan yang dilakukan ada yang mengawasi dan mereka percaya bahwa jika melakukan hal yang baik maka akan dibalas dengan hal baik juga.

Seiring dengan sebuah teori dikatakan bahwa struktur pasar yang ideal, dianggap sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang dan jasa yang optimal dan efisien. Dalam persaingan sempurna dapat diidentifikasi sebagai struktur pasar atau suatu industri dimana sangat mempengaruhi keadaan pasar. Dimana dalam manajemen persaingan terdapat 2 jenis persaingan dalam bisnis yaitu :

1. Persaingan sehat (*healty Competition*), dalam persaingan ini perusahaan atau pelaku bisnis diyakini bahwa tidak akan melakukan tindakan-tindakan yang tidak layak dalam etika berbisnis.

---

<sup>118</sup> Yusanto, M.I Dan M. K. Widjajakusuma, Menggagas....., hlm. 96.



2. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*) persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau fair, dalam persaingan ini sering terjadi perebutan pasar antara beberapa belah pihak yang dilakukan usaha yang menghalalkan segala macam cara untuk menjatuhkan lawan.<sup>119</sup>

Dalam hasil wawancara dan juga observasi Industri tahu Nur Cahyo dalam melakukan persaingan produknya selalu menggunakan cara yang sehat karena tak terlepas dari ajaran dalam agam islam indsutri tahu Nur Cahyo percaya bahwa apa yang mereka lakukan akan kembali lagi pada diri masing-masing.

---

<sup>119</sup> Sadono Sukirno, Pengantar Teori Ekonomi Mikro (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 229.

Exsiting Role Model

**SRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN  
SESAMA USAHA DAGANG INDUSTRI TAHU**

(Studi Kasus : Pada Industri Tahu Nur Cahyo Di Desa Sugihwaras Kecamatan  
Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar)

**Diagram V.I**

