

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Bisnis merupakan sebuah kegiatan individu yang terorganisir untuk menghasilkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup. Setiap perusahaan berusaha agar produk yang dihasilkan mampu tepat sasaran dan tujuan. Tujuan dan sasaran yang tepat tersebut, tidak lepas dari kemampuan menjual dan membeli kepada konsumen akhir dengan tingkat harga yang mampu memberikan keuntungan hingga jangka panjang. Namun, sebelum produk akhirnya dapat dibeli oleh konsumen dan berhasil mencapai tujuan dan sasaran yang tepat, perusahaan tersebut harus mampu membuat produknya dikenal luas terlebih dahulu untuk menarik daya minat beli setiap konsumen.

Saat ini, dunia bisnis mengalami perkembangan yang begitu pesat sehingga menimbulkan persaingan yang ketat di dalamnya. Setiap pelaku usaha saling berlomba-lomba dalam mendirikan usaha dengan tujuan yang sama, salah satunya untuk memperoleh keuntungan. Berusaha memperoleh keuntungan merupakan motivasi dari sebagian besar pengusaha dalam mendirikan suatu bisnis yang menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>1</sup> Hal ini yang menyebabkan dalam dunia bisnis tidak akan pernah bisa lepas dari persaingan. Persaingan dapat dikatakan sebagai ancaman bagi suatu perusahaan yang ingin

---

<sup>1</sup> Sadono Sukirno, et al, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 30

mengembangkan usahanya. Maka dari itu, di perlukan strategi pemasaran yang efektif untuk menunjang keberhasilan dalam suatu bisnis.

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang menyeluruh dan tertata dari setiap rancangan yang telah dibuat oleh perusahaan maupun pengusaha yang mencakup tentang rangkaian kegiatan yang harus dijalankan dalam kegiatan pemasaran.<sup>2</sup> Untuk bisa mempertahankan produk yang ditawarkan di tengah persaingan yang ada, maka diperlukan perencanaan bisnis yang akurat dan efektif salah satunya melalui kegiatan promosi produk yang baik dan sesuai dengan ketentuan. Kegiatan promosi yang baik akan menarik minat daya beli masyarakat lebih banyak. Oleh karena itu, inovasi dalam suatu pemasaran juga diperlukan untuk menarik minat beli konsumen di suatu perusahaan.

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam merealisasikan rencana dan keberhasilan suatu usaha.<sup>3</sup> Para pelaku bisnis harus mampu beradaptasi dan menerapkan berbagai kemajuan teknologi dalam bisnis mereka di era globalisasi saat ini. Namun, terlihat jelas bahwa banyak bisnis masih kurang dalam penjualan online, terutama di pasar dan media sosial.

Perusahaan yang tidak mampu membuat produk baru, akan menghadapi banyak tantangan dalam lingkungan bisnis yang semakin ketat ini. Diantaranya seperti munculnya teknologi baru, bahan baku yang sulit diperoleh, daur produk yang semakin unik hingga tingkat persaingan yang semakin meningkat. Dalam hal

---

<sup>2</sup> Khoirul Rohmah, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Pada Toko Roti Merah Delima Kediri*, (Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah Vol.2 No.2, 2020),hal.219.

<sup>3</sup> Bella Aprilia Sari, *Strategi Diferensiasi Produk Dalam Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah El-Hijaaz Boutique And Craft Dalam Perspektif Syariah*, (Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2022),hal.4.

bisnis, ekonomi islam mengajarkan bahwa persaingan tidak boleh dilakukan secara kasar melainkan dilakukan dengan cara yang sehat.

Selain perencanaan yang matang, juga diperlukan analisis yang tepat untuk mendukung keberhasilan dari suatu perencanaan bisnis yang telah dibuat. Salah satu caranya dengan melakukan promosi yang baik untuk dapat menarik minat beli calon konsumen. Hal ini merupakan salah satu penerapan strategi pemasaran.

Strategi pemasaran dibuat untuk menentukan unsur-unsur internal dan eksternal organisasi yang berkontribusi pada peningkatan penjualan dan pelaksanaan disesuaikan dengan karakteristik pasar, jumlah dana, jenis produk, dan siklus hidup barang. Perusahaan harus mempelajari pesaing aktual dan potensialnya untuk membuat strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, perusahaan harus mampu menentukan taktik, tujuan, kekuatan, kelemahan, dan reaksi pesaing. Dengan berusaha untuk menempatkan dirinya dalam persaingan yang ketat. Besar dan posisi masing-masing perusahaan dalam pasar, akan membentuk strategi bersaing. Mengetahui posisi perusahaan dalam pasar akan memudahkan operasinya. Posisi perusahaan juga penting dalam menentukan langkah-langkah pemasaran apa yang akan dilakukan oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan pesaing yang lain dalam industri yang sama.

Salah satu, dari sekian banyaknya bisnis yang menjamur di kalangan masyarakat yaitu usaha industri yang bergerak di bidang kuliner atau makanan. Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap manusia. Menjamurnya *home industry* di Indonesia merupakan salah satu bukti

bahwa bisnis makanan cukup prospektif dan juga menguntungkan bagi sebagian besar pebisnis.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 pasal 1 bahwasannya *Home industry* merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.<sup>4</sup> Sedangkan menurut Haymans, *home industry* adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal, dalam arti belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum.

Maka, dapat disimpulkan bahwa *home industry* merupakan kegiatan ekonomi yang berbasis di rumah, dikelola oleh anggota keluarga sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga. Industri rumahan diharapkan menjadi awal pondasi bagi pembangunan ekonomi. Sektor ekonomi mengalami peningkatan dapat menjadikan negara semakin maju.<sup>5</sup>

*Home industry* merupakan salah satu alternatif kegiatan ekonomi yang banyak dijalankan oleh masyarakat Indonesia. Pembentukan usaha ini memiliki tujuan yaitu memperoleh keuntungan yang besar tetapi biaya yang dikeluarkan dalam proses kegiatannya sedikit. Melihat kondisi di sekitar, usaha *home industry* mulai menjamur dan gemari banyak orang. Hal ini

---

<sup>4</sup> Indonesia, Undang-Undang Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, UU No. 20 Tahun 2008 ps.1 ayat (1)

<sup>5</sup> Safitri Febiretno, *Peran Home Industry Krecek Dalam Meningkatkan Pendapatan Karyawan (Studi Kasus Home Industry Pak Suko Di Dusun Becek Desa Kalirong Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri)*, (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2023), hal.15

menunjukkan semakin majunya zaman semakin kritis pemikiran manusia yang ada didalamnya.

Menjamurnya *home industry* membuat setiap pemilik usaha harus siap menghadapi persaingan usaha. Salah satu contohnya, pada *home industry* roti Gambasan Jaya Makmur yang berlokasi di Desa Bakung Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar. Usaha ini berfokus pada bidang kuliner yaitu roti bolu kering. Dalam proses produksi hingga pengemasannya, *Home Industry* ini dibantu oleh 2 orang karyawan. Sedangkan untuk pendistribusiannya dilakukan langsung oleh pemilik usaha. Jangkauan pendistribusiannya dilakukan di daerah Blitar, Kediri dan daerah sekitar lainnya. Tergantung permintaan dan pesanan dari calon konsumen. Usaha home industri roti Gambasan Jaya Makmur, mulai berdiri sekitar tahun 1997 an dan mulai memiliki label/merek secara mandiri pada tahun 2011. Dalam sekali produksi melalui dua kali tahap pemanggangan di oven, usaha ini mampu menghasilkan roti gambasan kurang lebih 200 pcs. 1 bungkus roti gambasan Jaya Makmur yang dikemas di dalam mika plastik mulai harga Rp 3.250-, per bungkusnya berisi 5 pcs.

Pada awal berdirinya, pemasaran *home industry* ini melakukan kegiatan promosi melalui *Word Of Mouth* (WOM). Seiring berjalannya waktu, metode WOM mulai banyak ditinggalkan hal ini dikarenakan kurang efektif untuk jangkauan yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan hadirnya alat yang mempermudah komunikasi manusia yaitu telepon cerdas (*smartphone*). Dengan hadirnya *smartphone*, opsi yang disediakan dalam berkomunikasi

semakin beragam jika dulu hanya ada SMS lalu muncul whatsapp, facebook, line dan layanan media sosial yang lainnya.<sup>6</sup> Pada era modern seperti saat ini, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sangat penting untuk meningkatkan dan mengembangkan perekonomian masyarakat.<sup>7</sup> Sistem jual beli secara *online* yang telah berkembang secara pesat merupakan wujud implementasi atau penerapan internet yang dapat membantu pertumbuhan perekonomian dalam masyarakat. Dari kecanggihan teknologi ini, dapat dimanfaatkan oleh setiap pelaku bisnis untuk melakukan kegiatan pemasaran produk yang efektif dan efisien sehingga dapat menarik minat banyak konsumen.

Pemasaran adalah suatu aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa kepada para konsumen, dimana kegiatan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.<sup>8</sup> Strategi pemasaran merupakan rangkaian dari sebuah tujuan serta sasaran pasar.<sup>9</sup> Strategi pemasaran terdiri dari suatu rencana pemasaran yang telah dirancangan sedemikian rupa untuk mengoptimalkan keuntungan dalam berbisnis. Salah satu strategi pemasaran yang diterapkan dalam *home industry* roti gambasan Jaya Makmur yaitu dengan promosi yang berfokus pada media sosial dalam menghadapi kompetitor lain.

Media sosial merupakan media *online* yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi

---

<sup>6</sup> Pipit Eko Priyono., *Komunikasi dan Komunikasi Digital.*, (Bogor: Guepedia, 2022), hal.9

<sup>7</sup> Hafni, Hasfa., dkk., *Pemanfaatan Internet pada Smartphone dalam Mendukung Kegiatan Bisnis Online di Lingkungan Arisan RT.* ( J-COSCIS: Journal of Computer Science Community Service, Vol. 1, No. 2, 2021) hal.79

<sup>8</sup> Aris Ariyanto., et all., *Manajemen Pemasaran.*, (Bandung: Whidina Bhakti Persada, 2023), hal.3

<sup>9</sup> Sumadi., et all., *Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughty Hijab Store).* (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 7, No. 2, 2021), hal.1118.

menjadi dialog interaktif. Definisi media sosial adalah jenis media online di mana orang dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Beberapa contoh media sosial termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual yang membuat *home industry* Jaya Makmur Desa Bakung Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar mulai memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam kegiatan promosi melalui media sosial.

Home industri roti Gambasan Jaya Makmur memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk promosi roti yang telah diproduksinya. Salah satu bentuknya yaitu promosi melalui *WhatsApp* dan *Facebook*. Sebelum mengenal sosial media, *home industry* ini terlebih dahulu menerapkan sistem pemasaran offline seperti pesan langsung ke tempat produksi dan *Word Of Mouth* (WOM). Strategi pemasaran melalui promosi yang diterapkan oleh usaha ini yaitu selalu mengutamakan kenyamanan konsumen. Contohnya dengan memberikan pelayanan yang ramah dan kualitas produk yang baik dengan rasa dan ciri khas yang tidak pernah berubah

Berdasarkan hasil pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Melalui Promosi Media Sosial Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Pada *Home Industry* Roti Gambasan Jaya Makmur)”

## **B. Fokus Penelitian**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran pada *Home Industry* Roti Gambasan Jaya Makmur Desa Bakung Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar dalam menghadapi persaingan usaha?
2. Bagaimana pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan produk Roti Gambasan Jaya Makmur Desa Bakung Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar dalam menghadapi persaingan usaha?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan pada pembahasan rumusan masalah diatas, penulis mengemukakan beberapa tujuan penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada *Home Industry* Roti Gambasan Jaya Makmur Desa Bakung Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar dalam menghadapi persaingan usaha.
2. Untuk mengetahui pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan produk Roti Gambasan Jaya Makmur Desa Bakung Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar dalam menghadapi persaingan usaha.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan penelitian yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat atau kegunaan sebagaimana berikut:

- a) Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan memperluas khazanah ilmu pengetahuan khususnya mengenai strategi

pemasaran pada usaha *home industry* melalui promosi media sosial dalam menghadapi persaingan bisnis.

b) Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan dan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dalam mendapatkan gelar sarjana Manajemen Bisnis Syariah. Dalam hal ini, penulis juga dapat mengaplikasikan keterampilan dan ilmu yang didapatkan sebagai syarat penyelesaian studi S1 serta peningkatan kualitas diri.

b. Bagi *home industry* roti gamsan

Hasil dari penelitian diharapkan menjadi referensi dan tambahan pengetahuan dalam menjalankan bisnis.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti mengenai Strategi pemasaran melalui promosi media sosial dalam menghadapi persaingan usaha.

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mengkaji sumber informasi ataupun referensi yang berkaitan dengan objek lebih banyak lagi agar hasil penelitiannya bisa lebih lengkap. Selain itu, untuk objek yang diteliti dapat diperluas lagi tidak hanya terbatas pada *home industry*.

**E. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah**

a. Identifikasi Penelitian

Penelitian ini mengkaji tentang strategi pemasaran pada usaha *home industry* roti gambasan Jaya Makmur Udanawu Blitar melalui promosi media sosial dalam menghadapi persaingan bisnis. Fokus dari penelitian ini adalah konsumen home industri roti gambasan jaya makmur. Hasil dari penelitian ini dilandasi oleh penelitian terdahulu, jurnal dan teori-teori terdahulu yang sebelumnya sudah dipahami oleh peneliti. Pada penelitian ini

b. Batasan Masalah

Fokus tujuan dalam penelitian ini yaitu pada strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis melalui kegiatan promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh bisnis *home industry* roti gambasan Jaya Makmur.

## **F. Penegasan Istilah**

Untuk menghindari kesalahpahaman pembaca dalam memahami istilah yang dipakai dalam skripsi ini, maka diperlukan penjelasan terhadap istilah-istilah sebagai berikut.

1. Definsi Konseptual

a. Strategi pemasaran

Strategi Pemasaran merupakan serangkaian tujuan atau sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu-kewaktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan

perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>10</sup>

b. Promosi

Promosi merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh produsen dengan tujuan untuk mengenalkan suatu produk atau jasa yang diproduksi kepada pasar.<sup>11</sup>

c. Media sosial

Media sosial merupakan suatu sarana yang dibuat untuk memudahkan interaksi sosial dalam komunikasi dua arah. Dengan adanya kemudahan dari penggunaan media sosial ini penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain cepat tersampaikan.<sup>12</sup>

d. Persaingan Usaha

Persaingan mencakup semua penawaran dan produk substitusi yang ditawarkan oleh pesaing baik yang actual maupun yang potensial yang mungkin dipertimbangkan oleh seorang pembeli.<sup>13</sup>

e. Home Industri

---

<sup>10</sup> Indrianty Sudirman, Muhammad Ichwan Musa., *Strategi Pemasaran.*(Makassar: Intelektual Karya Nusantara, 2023), hal.4

<sup>11</sup> Andrian dkk., *Manajemen Pemasaran.*(Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022), hal.107

<sup>12</sup> Irfan rdiansyah, Anastasya Maharani., *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing.*(Bandung: CV Cendekia Press, 2020),hal.22

<sup>13</sup> Muhammad Yusuf Saleh, Miah Said.,*Konsep dan Strategi Pemasaran.*(Makassar: CV Sah Media, 2019), hal.8

Home industri merupakan kegiatan yang diarahkan untuk mengembangkan industri dengan memperbesar nilai tambah dan dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.<sup>14</sup>

## 2. Definisi Konseptual

Dari definisi secara konseptual diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud judul penelitian “Strategi Pemasaran Melalui Promosi Media Sosial Dalam Menghadapi Persaingan Usaha di Home Industri Roti Gambasan Jaya Makmur Desa Bakung Kecamatan Udanawu” untuk mengetahui, mempelajari dan menguraikan hal-hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran terutama yang berfokus pada promosi dngan memnfaatkan media sosial dalam menghdapi persaingan usaha yang ada.

## **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk memberikan kemudahan bagi para pembaca dalam memahami isi penelitian ini, peneliti menguraikannya menjadi 6 (enam) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Merupakan bagian bab yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang relevan untuk dijadikan landasan atau dasar dalam penulisan skripsi. Pada bab ini berisi memuat

---

<sup>14</sup> Sasmitasen, Sri Harjanti, Halim Setiawan.,*Pengembangan Home Industri di Desa Nibung-Paloh (Kajian Komunikasi Terhadap Air Batu Mineral Al-Barokah)*., (Sukabumi: CV Jejak,2020),hal.2

beberapa teori strategi pemasaran, kajian persaingan usaha, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

### BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan jenis penelitian, lokasi penelitian kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

### BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan pemaparan data sesuai dengan tema skripsi yang diangkat yang diperoleh dengan menggunakan metode penelitian yang telah ada.

### BAB V: PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian dengan mencocokkannya dengan teori-teori yang ada.

### BAB VI: PENUTUP

Bab ini merupakan bagian terakhir dari penelitian berisi kesimpulan dan saran yang menunjukkan jawaban atas permasalahan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Pada bagian akhir, terdiri dari: daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, daftar riwayat hidup.