

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi yang serba modern semua orang dituntut dalam untuk melakukan sebuah usaha guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Sikap manusia yang tak pernah puas menambah beban kebutuhan hidup mereka. Sulitnya memperoleh pekerjaan mengharuskan seseorang mampu berinovasi dan berkreasi dengan membuka suatu usaha yang dapat menghasilkan uang. Banyak jenis usaha yang saat ini sedang berkembang di Indonesia, seperti industri dan dagang.

Memiliki usaha yang sukses bukanlah hal yang mudah. Banyak hal yang harus diperhatikan agar menjadi usaha yang baik. Dalam islam juga ada penjelasan tentang konsep berusaha seperti pola perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya yang sangat tidak terbatas dengan berbagai keterbatasan sarana pemenuhan kebutuhan yang berpedoman pada nilai-nilai islam.¹ Sistem ekonomi islam merupakan sistem yang berorientasi pada rahmatan lil alamin.

Blitar merupakan daerah dengan keanekaragaman usaha dari masyarakatnya. Terdapat macam-macam usaha yang dikembangkan

¹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam II*, (Pekanbaru:Suska Press, 2010), hlm.1

baik kecil, menengah hingga besar. Berdasarkan data yang diperoleh Badan Pusat Statistik Kota Blitar, banyak industri kecil menengah yang berkembang di Blitar pada tahun 2016. Dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1.1 Industri Kecil Menengah Menurut Sub Sektor dan Tenaga Kerja 2016²

Subsektor	Tahun	Jumlah Perusahaan	Jumlah Tenaga Kerja
Industri Makanan, Minuman, dan Tembakau		2840	505
Industri Tekstil, Pakaian Jadi, dan Kulit		528	868
Industri Kayu, Bambu, dan peralatan Rumah Tangga		988	573
Industri Kertas dan Barang-Barang dari Kertas, Percetakan, dan Penerbitan		23	60
Industri Pengolahan Lainnya		189	326
		177	182
Jumlah	20	4745	122
	16	2375	27
	20	2110	828
	15	2110	6
	20	2102	808
	14		7
	20		808
	13		7
	20		740
	12		5

Sumber: Dinas Perindag Daerah Kota Blitar

Banyak industri kecil menengah yang berkembang di Blitar dengan paling banyak adalah industri makanan, minuman, dan tembakau yaitu mencapai 2840. Jumlah besar ini menunjukkan

² <https://blitarkota.bps.go.id/statictable>

membuka industri makanan merupakan salah satu usaha yang banyak diminati oleh masyarakat. Ini tentu memberikan pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi Kota Blitar.

Banyaknya industri kecil menengah yang berkembang di Blitar berperan penting dalam membantu mengatasi masalah kemiskinan dan pengangguran di Blitar. Dengan adanya industri yang didirikan akan membuka lapangan pekerjaan baru yang mampu menyerap tenaga kerja. Ini tentu akan mengurangi jumlah pengangguran dan kemiskinan. Terbukti banyak industri kecil yang diisi oleh ibu-ibu rumah tangga dan janda yang awalnya tidak memiliki pekerjaan.

Banyaknya industri makanan akan memicu adanya persaingan. Strategi dalam suatu usaha adalah hal yang harus ada dan dipikirkan. Strategi diperlukan untuk mengembangkan dan memajukan suatu usaha. Menghadapi persaingan yang sangat ketat, akan sulit mempertahankan suatu usaha tanpa adanya strategi yang kuat dan hebat. Seperti dalam upaya meningkatkan penjualan suatu perusahaan wajib memiliki strategi pemasaran yang handal untuk memperkenalkan produknya dan juga menarik konsumen.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran ada beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk menarik hati

konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan sedangkan jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.³ Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus mampu menarik perhatian para konsumennya melalui produk yang ditawarkannya. Ini dapat dilakukan dengan mengadakan promosi seperti melalui media televisi, radio, koran, majalan dan internet.

Usaha rumahan Kecap Rendang merupakan salah satu Usaha Mikro yang terdapat di Desa Sumberingin Kecamatan Sanankulon Kabupaten Blitar. Usaha ini didirikan oleh Drs. H. Suprpto, M.Si. bersama dengan istrinya H. Mastunik Hariati, S.Pd, sejak sepuluh tahun yang lalu. Adapun kegiatan daripada usaha rumahan ini adalah memproduksi hingga memasarkan produk berupa kecap yang diberikan brand Rendang. Kecap yang diproduksi home industri ini masih dilakukan secara tradisional.

Kecap Rendang adalah *brand* yang sudah dipastikan legalitasnya. Kecap rendang sudah memiliki ijin usaha dari Departemen Kesehatan Republik Indonesia dan telah lulus uji sertifikasi halal dari MUI. Ini menunjukkan Kecap Rendang adalah produk yang aman untuk dikonsumsi. Selain itu produk ini juga mementingkan kehalalan dari olahan mereka untuk dikonsumsi nantinya.

Usaha *home* industri Kecap Rendang mampu mengangkat

³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2005). Hlm. 60

perekonomian masyarakat setempat dengan terciptanya lapangan kerja. Dengan adanya lapangan pekerjaan ini banyak masyarakat setempat yang ikut bergabung menjadi karyawan di usaha tersebut. Banyak tenaga kerja yang terserap hingga mengurangi jumlah pengangguran di desa tersebut. Setidaknya ada 20 karyawan yang membantu usaha ini yang terbagi dalam tiga bagian, yaitu bagian produksi, pengepakan, dan marketing.

Banyaknya produsen kecap lokal maupun interlokal yang sudah memiliki *brand* ternama, tidak membuat *home* industri Kecap Rendang surut bahkan cenderung berkembang pesat sesuai pengamatan penulis sendiri. Banyak warga sekitar yang memilih menggunakan kecap rumahan ini daripada kecap dari perusahaan ternama. Bahkan banyak dari warga sekitar yang sedang memiliki hajatan memilih datang langsung ke *home* industri Kecap Rendang untuk membeli kecap dalam skala besar menggunakan curigen.

Kecap Rendang telah dipasarkan hingga keluar kota Blitar. Yaitu mencakup kota Kediri, Tulungagung, Malang dan sekitarnya. Dengan tiga orang tenaga pemasar atau *sales* yang bertugas di kota yang berbeda. Masing masing akan membawa mobil box yang berisi ribuan botol kecap setiap harinya.

Dengan bermacam-macam usaha kecil menengah yang berkembang di Blitar memicu persaingan antar pengusaha,

persaingan yang ada di Kabupaten Blitar terbagi menjadi dua macam :

1. Persaingan yang sehat yaitu persaingan yang sesuai dengan ekonomi islam seperti masalah harga antar pedagang.
2. Persaingan yang tidak sehat, yaitu persaingan yang melanggar kaidah-kaidah islam

Walaupun bermacam-macam persaingan yang ada di kabupaten Blitar tidak membuat Kecap Rendang jatuh. Usaha ini mampu bertahan dalam persaingan selama 10 tahun lebih sejak didirikan. Banyaknya peminat dari kalangan sekitar memberikan dukungan pada brand ini agar mampu bersaing dengan kecap ternama. Namun hal ini sangat tidak mudah dilakukan karena adanya berbagai kendala yang dihadapi. Banyaknya persaingan memicu pemasaran yang tidak sesuai dengan ajaran ekonomi Islam seperti masalah promosi. Sementara dalam Islam seseorang yang ingin melaksanakan pemasaran haruslah sesuai dengan ajaran Islam yakni jujur, seperti yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN HOME INDUSTRI KECAP RENDANG DI SANANKULON KABUPATEN BLITAR DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan home industri Kecap Rendang ditinjau menurut ekonomi Islam ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pemasaran home industri Kecap Rendang ?

C. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah diatas dapat diketahui bahwa penulis ingin mengetahui hasil dari rumusan masalah tersebut, yaitu:

1. Untuk mengetahui apa saja strategi pemasaran yang dilakukan home industri Kecap Rendang ditinjau menurut ekonomi Islam.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi dalam pemasaran home industri Kecap Rendang.

D. Batasan Masalah

Dari perumusan masalah yang penulis ambil berdasarkan latar belakang, dapat diketahui peneliti membatasi masalah dalam proposal ini yaitu:

1. Objek penelitian di fokuskan pada home industri Kecap Rendang.
2. Strategi pemasaran home industri Kecap Rendang.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoretis

Secara teoretis hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau masukan bagi lembaga dengan metode analisis deskriptif dalam usaha memaksimalkan strategi pemasaran.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademik

Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumentasi akademik yang berguna untuk dijadikan acuan civitas akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung.

b. Bagi Home Industri kecap Rendang.

Sebagai masukan dan pertimbangan serta referensi untuk memperbaiki strategi dalam melakukan pemasaran.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

F. Penegasan Istilah

Agar terdapat sinkronisasi persepsi terhadap judul skripsi “Strategi Pemasaran *Home* Industri Kecap Rendang Di Sanankulon Kabupaten Blitar Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.” maka penulis membuat masing-masing definisi dari cakupan judul tersebut adalah sebagai berikut :

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan penarikan batasan yang menjelaskan suatu konsep secara singkat, jelas, dan tegas. Definisi konseptual dari penelitian ini adalah:

- a. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan untuk mendapatkan laba.
- b. Strategi Pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar

atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha.

- c. Strategi pemasaran syariah merupakan strategi pemasaran yang tidak bertentangan dengan landasan-landasan islam.
- d. *Home* Industri merupakan rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil.

2. Definisi Operasional

Secara opsional penelitian ini ditujukan untuk mengetahui strategi pemasaran pada Home industri Kecap Rendang di Sanankulon Kabupaten Blitar ditinjau Menurut Ekonomi Islam.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi berisi tentang urutan-urutan yang sistematis terkait dengan pembahasan yang ada dalam suatu karya ilmiah. Sistematika pembahasan ini ditujukan untuk mempermudah dan memberikan alur kajian atau pembahasan yang harus dilakukan oleh peneliti. Agar penulisan skripsi ini mudah dipahami, mak perlu digunakan sistematika penulisan yang Penulis bagi dalam tiga bagian yaitu, bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir.

1. Bagian awal

Terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman

persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, halaman transliterasi dan halaman abstrak.

2. Bagian isi

Terdiri dari beberapa bab antara lain:

Bab I Pendahuluan meliputi: latar belakang, focus penelitian, tujuan penelitian, manfaat dan kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Kajian Pustaka meliputi: diskripsi teori tentang strategi pemasaran dan strategi pemasaran syariah, penelitian terdahulu dan paradigma penelitian.

Bab III Metode Penelitian meliputi: rancangan penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, analisa data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian meliputi: deskripsi data, temuan penelitian dan analisis data.

Bab V Pembahasan meliputi: strategi pemasaran home industri Kecap Rendang yang ditinjau menurut ekonomi islam yang menjawab focus penelitian yakni: strategi

pemasaran Kecap Rendang.

Bab VI Penutup meliputi: kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini terdiri dari daftar kepustakaan dan daftar lampiran-lampiran.