

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jumlah penduduk berpengaruh pada peningkatan pangan. Jumlah penduduk yang semakin meningkat mendorong masyarakat Indonesia mendirikan *home industry*. *Home industry* merupakan usaha rumahan berskala kecil yang biasanya satu rumah dijadikan sebagai sentral produksi dan kegiatan lainnya. Dikatakan sebagai perusahaan yang masih tergolong kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan dirumah. Dalam UUD No. 9 tahun 1995 tertulis bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih maksimal 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan) dengan penjualan tahunan maksimal Rp.1 Milyar.¹

Home industry secara tidak langsung ikut serta membantu dalam pertumbuhan ekonomi dan mengurangi angka pengangguran di Indonesia karena dengan hadirnya *home industry* dapat memberikan mata pencaharian bagi msyarakat sekitar sehingga masyarakat dapat memenuhi kebutuhan sandang pangan yang semakin tinggi. Adanya kebutuhan semakin tahun semakin naik tentu menjadi solusi yang dibutuhkan terutama untuk ibu rumah tangga yang ingin menghasilkan pundi rupiah tetapi tidak bisa bekerja jauh. Untuk mendukung berkembangnya *home industry* loyalitas konsumen sangat penting. Loyalitas konsumen di perlukan karena kunci sukses dari suatu usaha. Loyalitas konsumen bersifat jangka panjang dan kumulatif hal ini memberikan dampak yang baik bagi *home industry* yakni semakin lama loyalitas seorang konsumen maka semakin besar pula laba yang di dapatkan oleh *home industry* tersebut. Loyalitas sering dikaitkan dengan kepuasan konsumen karena merupakan salah satu tolak ukur penilaian suatu produk yang di beli atau digunakan konsumen dalam memenuhi ekspetasinya terhadap produk tersebut. Seperti yang terjadi di lapangan ketika konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli atau digunakan maka peluang konsumen loyal terhadap produk tersebut semakin besar. Namun hal tersebut dapat terjadi sebaliknya, Jika konsumen merasa tidak puas atas produk yang dibeli atau digunakan maka konsumen akan memberikan penilaian yang buruk dan kecil kemungkinan peluang konsumen membeli atau menggunakan produk tersebut sangat kecil. Loyalitas konsumen dikatakan juga

¹ R Hapsari, K Ratnawati, dan R Anggraeni, *Entrepreneurial Marketing* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2020), 8.

sebagai tolak ukur pertumbuhan penjualan produk pada *home industry* tersebut. *Home industry* dapat dikatakan sukses ketika loyalitas konsumen sangat besar terhadap produk yang dijual. *Home industry* memerlukan cara agar konsumen dapat *repeat order* di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Siklus pembelian dapat terjadi setelah konsumen melakukan proses perilaku pembelian. Perilaku pembelian dimulai ketika konsumen sadar akan kebutuhan terhadap barang tersebut, selanjutnya konsumen mencari informasi aktif dan mengevaluasi, yang terakhir konsumen barulah dapat melakukan keputusan pembelian.²

Loyalitas konsumen dapat menjadi suatu strategi bagi *home industry* untuk meningkatkan laba dan dianggap hal utama yang menjadikan penentu penjualan produk. Penjualan produk dalam *home industry* harus memiliki strategi yang tepat hal ini berpengaruh terhadap hasil penjualan yang akan didapat. Strategi merupakan sebuah rencana yang berintegrasi dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai tujuan. Strategi hal yang paling utama untuk suatu perusahaan, strategi merupakan rencana kesatuan, menyeluruh serta terpadu yang mengaitkan antara keunggulan perusahaan dengan tantangan yang akan dihadapi perusahaan mendatang dan dirancang untuk memastikan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai. *Home industry* harus menerapkan strategi dengan tepat supaya usaha tersebut tetap eksis dan semakin maju. Menurut Stephanie K Marrus strategi merupakan proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.³

Loyalitas konsumen mempunyai peran penting dalam mempertahankan dan meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan. Pelanggan yang loyal artinya membeli produk secara berulang dan mereferensikan kepada orang lain agar orang tersebut tertarik.

Adapun salah satu *home industry* yang cukup terkenal di wilayah Kabupaten Kudus adalah Jenang Bintang Kurnia. *Home industry* Jenang Bintang Kurnia adalah usaha rumahan yang memproduksi produk bernama jenang. Produk jenang tentu tidak asing bagi masyarakat Kota Kretek karena produk ini termasuk

² Agustinus Johannes Djohan, *Manajemen dan Strategi Pembelian* (Malang: MNC Publishing, 2021), 14.

³ Abdul Rahman Rahim dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi* (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 4.

makanan khas Kota Kudus. Biasanya produk jenang menjadi oleh-oleh seseorang yang telah mengunjungi Kota Kudus, jenang yang memiliki tekstur dan rasa yang khas maka tidak heran jika makanan ini banyak peminatnya. Sampai saat ini usaha tersebut masih terus memperbaiki kualitas produknya.

Home industry Jenang Bintang Kurnia merupakan usaha rumahan yang berdiri pada tahun 2010 didirikan oleh Bapak Subki dan Ibu Dewi Kurniati. Usaha ini berlokasi di Desa Temulus RT 05 RW 01 Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus.

Berdasarkan observasi peneliti, *home industry* Jenang Bintang Kurnia Mejobo Kudus memproduksi jenang dengan mempunyai kelebihan sudah berlabel halal, tekstur yang lembut, produk yang *fresh* dengan harga ramah dikantong. Selain itu tempat produksi yang strategis membuat konsumen dengan mudah dapat menemukannya. Jenang Bintang Kurnia Kudus memerlukan strategi untuk mempertahankan loyalitas konsumen demi menjaga kepercayaan konsumen dikarenakan semakin banyak bermunculan produk yang sejenis. Kurangnya strategi yang tepat dapat berdampak pada laba usaha tersebut. *Home industry* Jenang Bintang Kurnia Mejobo Kudus memiliki tujuan yaitu mempertahankan mutu produk demi menjaga eksistensi produk jenang sebagai oleh-oleh ciri khas Kabupaten Kudus. Oleh karena itu, peneliti tertarik menyelami lebih dalam tentang pentingnya loyalitas konsumen untuk menjaga kepercayaan konsumen serta dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **“STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN PADA HOME INDUSTRY JENANG BINTANG KURNIA MEJOBOKUDUS”**

B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian penulis yaitu tentang Strategi Mempertahankan Loyalitas konsumen pada *home industry* Jenang Bintang Kurnia Mejobo Kudus.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan fokus riset diatas, maka rumusan masalah riset ini adalah:

1. Bagaimana strategi mempertahankan loyalitas konsumen pada *home industry* Jenang Bintang Kurnia Mejobo Kudus?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat pada *home industry* Jenang Bintang Kurnia Mejobo Kudus dalam mempertahankan loyalitas konsumen?

3. Bagaimana strategi mempertahankan loyalitas konsumen pada *home industry* Jenang Bintang Kurnia Mejobo Kudus perspektif etika bisnis islam?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian diatas, maka tujuan dari riset ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi mempertahankan loyalitas konsumen pada *home industry* Jenang Bintang Kurnia Mejobo Kudus.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pada *home industry* Jenang Bintang Kurnia dalam mempertahankan loyalitas konsumen.
3. Untuk mengetahui strategi mempertahankan loyalitas konsumen pada *home industry* Jenang Bintang Kurnia Mejobo Kudus perspektif Etika Bisnis Islam.

E. Manfaat Penelitian

Dalam riset ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat, diantaranya yaitu:

1. Manfaat bersifat teoritis
Riset yang diterapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dalam wawasan di bidang manajemen bisnis syariah, selain itu diharapkan mampu memberikan pendayagunaan bagi pengembangan Mahasiswa IAIN Kudus.
2. Manfaat bersifat praktis
Riset ini diharapkan mampu memberikan suatu pemahaman bagi Pelaku Usaha, Mahasiswa dan masyarakat akan pentingnya strategi mempertahankan loyalitas dalam suatu usaha demi menjaga eksistensi usaha tersebut.

F. Sistematika Penulisan

Dalam memberikan pemahaman kepada pembaca perlu adanya gambaran yang jelas mengenai riset yang dilakukan oleh karna itu di susunlah suatu sistematika penulisan yang berisi mengenai pembahasan dan analisis teoritis berupa data yang didapat dari lapangan. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I berisi tentang latar belakang riset, fokus riset, rumusan masalah riset, tujuan riset, manfaat riset.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang teori –teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan, meliputi kajian pustaka meliputi teori: Strategi, loyalitas konsumen, strategi mempertahankan loyalitas konsumen dan

home industry dan kajian penelitian terdahulu. Digunakan untuk menganalisis permasalahan yang ada dilapangan serta sebagai landasan untuk mendukung riset ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab III membahas uraian tentang metode dan langkah-langkah dalam riset ini. Yang meliputi: rancangan riset, lokasi dan waktu riset, kehadiran peneliti, tahapan riset, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data dan pemeriksaan keabsahan temuan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai diskripsi objek penelitian, temuan penelitian dan pembahasan. Hasil untuk setiap siklus penelitian disertai dengan sajian data dalam tabel dan penjelasan lainnya. Pada pembahasan ini dikaitkan dengan konsep atau teori dalam kajian pustaka.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran, kesimpulan berisi hasil pengalaman selama melaksanakan riset ini. Saran berisi ditulis pada bagian akhir laporan penelitian untuk menindaklanjuti hasil perbaikan proses pembelajaran. Hal ini sebagai indikator bahwa penelitian telah selesai dilaksanakan.