

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manusia memiliki beraneka macam kebutuhan dan kebutuhan ini harus terpenuhi, yaitu berupa kebutuhan dalam istilah populernya, kebutuhan akan sandang, pangan dan papan, mulai dari bentuk sederhana, sampai bentuk yang mewah, canggih dan sangat mahal dengan segala perlengkapannya.<sup>1</sup> Jumlah kebutuhan manusia tidak terbatas, sedangkan sumber daya yang ada jumlahnya terbatas.

Sumber daya akan kebutuhan manusia jumlahnya terbatas. Oleh karena itu, manusia berusaha mencapai pemenuhan kebutuhan dengan bertindak secara rasional dalam perilaku ekonomi sehari-hari, dan melakukan tindakan ekonomi secara efisien berdasarkan dorongan kepentingan pribadi untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan bisa dihasilkan dari berbagai pekerjaan atau karier baik sebagai pelaku bisnis maupun bekerja sebagai pegawai atau karyawan.

Perbedaan dalam pengetahuan, minat dan budaya, serta faktor lingkungan di mana seseorang berada, akan menentukan karier seperti apa yang mereka inginkan. Sebagian orang mungkin lebih tertarik untuk meniti karier sebagai pegawai negeri sipil (PNS) walaupun mungkin awalnya gaji tidak terlalu besar, namun ada harapan menjadi pejabat dengan fasilitas yang memadai dan mendapat uang pensiun.

Sebagian orang lainnya tertarik untuk menjadi pegawai swasta profesional yang umumnya menjanjikan gaji besar, tunjangan dan fasilitas lain yang menarik, serta uang pesangon. Hanya sebagian kecil yang tertarik untuk terjun menjadi pengusaha (wirausahawan). Terjun di dunia bisnis sudah tentu penuh dengan tantangan dan harus berani menghadapi risiko, baik risiko yang paling kecil sampai risiko yang paling besar dengan semakin banyaknya inovasi bisnis dan persaingan bisnis yang semakin ketat.

Seseorang yang telah memutuskan untuk menjadi pelaku usaha meskipun dalam skala kecil dapat disebut sebagai wirausahawan.<sup>2</sup> Sebagai seorang *entrepreneurship* atau wirausaha

---

<sup>1</sup> Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2010), 23.

<sup>2</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Bandung: Alfabeta, 2010), 26.

memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi masyarakat, bukan hanya sekedar mencakup upaya peningkatan output dan pendapatan perkapita meliputi upaya menimbulkan perubahan pada struktur bisnis dan masyarakat. Perubahan tersebut diikuti oleh pertumbuhan dan output yang mengangkat, yang memungkinkan lebih banyak hasil dapat dibagikan antara berbagai peserta (partisipan).

Dalam kehidupan sehari-hari jutaan orang melakukan kegiatan bisnis. Mereka ada yang berhasil mengembangkan usaha dan memperbesar nilai bisnisnya yang makin lama makin maju tetapi ada pula yang gagal. Bagi mereka yang berhasil, kegiatan bisnis makin menarik dalam kehidupan mereka, baik bisnis dalam skala besar maupun bisnis skala kecil dan menengah atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi. Gerak sektor UMKM sangat vital untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. UMKM cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. UMKM juga menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha lainnya, dan UMKM juga memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan.

Dari perspektif dunia, diakui bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memainkan suatu peran yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga negara-negara maju (NM).<sup>3</sup> Di NSB di Asia, Afrika dan Amerika Latin, UMKM yang berperan sangat penting, khususnya dari perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan, dan pembangunan ekonomi pedesaan.

Pemberdayaan Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus, dalam kurun waktu 2013-2015 mengalami peningkatan untuk kategori mikro dan kecil, baik penambahan maupun perkembangannya. Pada akhir 2014, jumlah UMKM mencapai sebanyak 13.748 unit, dan pada pertengahan 2016 menjadi

---

<sup>3</sup> Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 1.

13.971 unit, atau meningkat sebesar 1,5 %.<sup>4</sup> Hal ini menunjukkan pula bahwa minat serta keinginan masyarakat untuk menjalankan serta mengembangkan usaha atau bisnis mengalami peningkatan.

Keberadaan UMKM termasuk didalamnya industri skala rumah tangga, skala kecil maupun skala menengah di tengah-tengah masyarakat merupakan suatu wujud adanya partisipasi dalam peningkatan dan pembangunan masyarakat khususnya pada sektor ekonomi. Industri dan masyarakat pada suatu lingkungan merupakan dua komponen yang tidak terpisahkan karena berpengaruh pada satu sama lain. Industri kecil maupun industri besar memerlukan masyarakat sekitar untuk ikut berperan dalam pengembangan industri itu sendiri.

Pertumbuhan industri skala kecil dan menengah berkembang mewarnai perekonomian di daerah. Mulai dari industri makanan, kerajinan mebel hingga konveksi atau tekstil, dimana keberadaannya menjadi salah satu solusi penyediaan lapangan pekerjaan dalam menyerap tenaga kerja sekaligus menggerakkan roda perekonomian di daerah. Keberhasilan suatu organisasi baik besar maupun kecil bukan semata-mata oleh sumber daya alam yang tersedia, akan tetapi banyak ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia yang berperan merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan organisasi yang bersangkutan.

Di Kabupaten Kudus ini memiliki banyak potensi usaha kecil menengah yang perlu untuk terus dikembangkan agar mempunyai daya saing terhadap daerah lain. Salah satunya usaha kecil menengah pada pabrik tahu. Banyaknya pengusaha tahu ataupun perusahaan tahu yang berkembang memberi dampak positif, yaitu mampu mencukupi permintaan pasar yang terus naik dari waktu ke waktu. Membuka lapangan pekerjaan di sekitar lingkungan misal salah satunya usaha pembuatan tahu dan memperkecil angka pengangguran.

Sebagian besar masyarakat Indonesia menyukai bentuk olahan kedelai seperti tahu dan tempe. Setiap 1 kg kedelai dalam tahu mengandung kurang lebih 300-400 g (40%) protein, 200-350 g (35%) karbohidrat, 150-200 g (20%) lemak dan sisanya merupakan zat-zat mineral seperti kalsium, fosfor, magnesium dan vitamin anti beri-beri. Tahu sudah menjadi kebutuhan pokok untuk masyarakat Indonesia.

---

<sup>4</sup> <http://isknews.com/sampai-dengan-pertengahan-2015-jumlah-umkmmeningkat-16-persen/>, diakses pada tanggal 15 November 2017.

Tahu diperdagangkan dengan berbagai variasi, bentuk, ukuran, dan nama.<sup>5</sup>

Tahu merupakan salah satu produk dari komoditas usaha kecil menengah di Indonesia. Mulai dari perkotaan sampai di pedesaan industri pembuatan tahu mulai dikembangkan. Hal ini disebabkan proses produksi tahu yang cukup sederhana, ditambah lagi pemerintah juga memberikan ruang bagi masyarakat untuk membuka dan mengembangkan usaha produksi tahu baik skala kecil maupun skala menengah.

Usaha pembuatan tahu dalam skala kecil terjadi di berbagai wilayah di kabupaten kudus, salah satunya adalah tahu milik bapak H.Jamiin Kudus. Produksi tahu setiap hari semakin meningkat sebanding dengan jumlah peminatnya. Namun dalam masa pandemic covid-19, produksi tahu milik H.Jamiin kudus menurun. Berikut adalah data penurunan produksi tahu milik H.Jamiin Jekulo Kudus selama 3 bulan terakhir.

**Tabel 1.1**

**Data Penurunan Produksi Tahu Milik H.Jamiin Jekulo Kudus**

No	Bulan	Jumlah tahu (Biji)	Kedelai (Kg)
1	Mei	220.000	240
2	Juni	200.000	210
3	Juli	190.000	185

Pada tahun 2016, harga kedelai meningkat terus sampai rata-rata mencapai 6.34% dipasar domestic. Sementara sampai bulan juli 2016, menurut kementerian perdagangan ada peningkatan harga rata-rata import kedelai sampai 7,8%. Jika dibandingkan dengan data GEM-Bank dunia 2016 mulai bulan juni sampai akhir juli menunjukkan harga pasar kedelai di perdangan internasional meningkat 18.8%. Pada kenaikan harga tersebut diduga karena perubahan iklim global terutama dinegara pengekspor terbesar kedelai yaitu Amerika<sup>6</sup>. Namun, semenjak masa pandemic seeiring meningkatnya harga kedelai membuat pengusaha berpikir keras

---

<sup>5</sup> Nunung Nurhayati.Musa Hubels dan Sapta Raharja, *Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Tahu di Kabupaten Kuningan Jawa Barat*, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.

bagaimana solusi atau cara teraik untuk tetap mempertahankan harga tahu walaupun harga kedelai naik.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan gap atau permasalahan yang akan diteliti adalah masalah tentang kenaikan harga kedelai yang digunakan sebagai bahan baku utama pembuatan tahu pada Industri tahu dengan tetap mempertahankan harga tahu milik H.Jamiin Jekulo Kudus. Harga kedelai cenderung naik sedangkan harga jual tahu sukar dinaikkan. Bagi pengusaha tahu tetap memproduksi dikhawatirkan tidak memberikan keuntungan nyata, berhenti memproduksi akan kehilangan pelanggan. Oleh karena itu untuk menyiasati kenaikan harga bahan baku utama kedelai para pengusaha tahu di desa Jati Kulon ini harus memiliki strategi bagaimana usahanya tetap berjalan dan laba atau keuntungan yang terus-menerus dihasilkan dari usaha tersebut diantaranya adalah bagaimana strategi pemasaran dan strategi produksi usaha pembuatan tahu di desa jati kulon dalam mempertahankan laba usaha ditengah kenaikan harga bahan baku kedelai. Di lihat dari permasalahan diatas maka peneliti menyimpulkan dan mengambil judul penelitian tentang “**Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tahu Tahu H. Jamiin di Desa Jekulo Kudus**”.

## **B. Penegasan Istilah**

Untuk menghindari pembahasan yang meluas serta menghindari kesalahpahaman pembaca dalam memahami istilah yang digunakan dalam proposal skripsi ini. maka perlu dibuat penjelasan terhadap istilah-istilah tersebut. yaitu :

### **1. Strategi**

Strategi sebagai rencana terstruktur untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya sekedar mencapainya, akan tetapi strategi juga dimaksud untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi.

### **2. Laba Usaha**

Laba adalah selisih lebih pendapatan atas biaya-biaya yang terjadi sehubungan dengan kegiatan usaha, untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Sedangkan, pendapatan menunjukkan nilai penjualan total kepada pelanggan dalam satu periode dikurangi retur dan potongan penjualan atau diskon penjualan.

## **C. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian analisis dan pembahasan dalam penelitian ini meliputi strategi pemasaran dan strategi produksi usaha pembuatan

tahu dalam mempertahankan laba usaha pada pabrik tahu H. Jamiin di desa Jekulo Kudus.

#### **D. Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha tahu di tengah kenaikan harga kedelai pada pabrik tahu H. Jamiin Jekulo Kudus dengan analisis SWOT?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha tahu di tengah kenaikan harga kedelai pada pabrik tahu H. Jamiin Jekulo Kudus dengan analisis SWOT.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak diantaranya: 1. Secara Teoritis

Sebagai sarana ilmu pengetahuan khususnya di bidang ekonomi dan bisnis tentang bagaimana mempertahankan harga tahu terutama di masa covid-19 yang sesuai dengan syariat Islam.

2. Secara Praktis

Sebagai gambaran mengenai strategi dalam harga tahu pada industri rumahan pembuatan tahu di Desa Jekulo Kudus sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Dalam sistematika penulisan skripsi ini akan dijelaskan kerangka penulisan yang merupakan konsep dasar dalam pembahasan selanjutnya. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN

Berupa pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

- Bab II**            **KERANGKA TEORI**  
Kajian Pustaka, hal-hal yang dikemukakan dalam kajian pustaka yaitu tentang : pengertian strategi, strategi pemasaran, strategi produksi, pemasaran dan produksi menurut perspektif Islam, prinsip-prinsip produksi menurut perspektif islam, pengertian wirausaha, bakat wirausaha, pengertian laba usaha dan pendapatan usaha, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.
- Bab III**            **METODE PENELITIAN**  
Metode Penelitian, dalam bab ini berisikan beberapa metode penelitian yang meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, obyek penelitian, sumber data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik kredibilitas atau keabsahan data, dan analisis data.
- Bab IV**            **HASIL DAN PEMBAHASAN**  
Berupa analisis data yang berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, data deskripsi, proses dan analisis data.
- Bab V**            **PENUTUP**  
Berupa kesimpulan dan saran yang berisi tentang kesimpulan serta mengenai masalah penelitian serta saran-saran yang diberikan berdasarkan hasil analisis pada bab-bab yang sebelumnya.