

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Salah satu faktor pendorong meningkatnya perekonomian di Indonesia ialah adanya perekonomian berbasis mandiri yang saat ini terus berkembang. Dari sekian banyaknya jenis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kini telah menjadi penopang perekonomian masyarakat. Hal ini dapat dibuktikan dengan pengelolaan UMKM yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM, terlebih pada tahun 2021 UMKM telah memberikan peran dan kontribusi yang nyata pada PDB sebesar 61,07 %. Sehingga dalam hal ini UMKM memiliki peran penting untuk perekonomian Indonesia.<sup>1</sup>

Saat ini dunia usaha seperti UMKM berkembang semakin pesat diberbagai wilayah khususnya Kediri. Kediri merupakan suatu wilayah yang penduduknya sebagian besar berkecimpung dalam dunia bisnis seperti halnya UMKM.<sup>2</sup> Saat ini UMKM dijadikan sebagai peluang terbaik untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya bagi masyarakat. Tak heran jika kebanyakan masyarakat lebih memilih UMKM untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Ada 5.808 UMKM di wilayah Kota Kediri dan 7.800 UMKM di wilayah Kabupaten Kediri antara lain meliputi: UMKM kuliner,

---

<sup>1</sup>Sofyan, S, Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia, *Bilancia*, 2017, Vol.8, No.2.

<sup>2</sup><https://radarkediri.jawapos.com> diakses pada 17 September 2022 Pukul 15.25 WIB.

fashion, kerajinan, pedagang besar, jasa, agribisnis, dan lain-lain.<sup>3</sup> Seperti halnya UMKM yang beralamat di Desa Toyoresmi Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri ini. Di Desa Toyoresmi ini hanya ada satu UMKM tahu dan UMKM tahu ini juga merupakan UMKM tahu yang cukup terkenal di kabupaten Kediri bagian utara. Tahu merupakan bahan pangan yang menjadi ikon Kediri itu sendiri. Tak jarang sekali penduduk luar Kediri yang setiap berkunjung ke Kediri selalu membeli tahu untuk dijadikan oleh-oleh. Karena sejatinya tahu merupakan makanan khas Kediri. Oleh karena itu, banyak sekali warga Kediri yang membuka UMKM tahu baik dari kabupaten maupun kota.

Terdapat lebih dari sepuluh UMKM tahu di Kediri antara lain ialah tahu merk GTT, Shinta, 99, LTT, POO, Mikimos, LYM, PONG, Bahkacung, Surya, LTH.<sup>4</sup> UMKM tersebut disajikan pada tabel di bawah ini:<sup>5</sup>

**Tabel 1.1** UMKM Tahu di Kediri

<b>Nama Brand</b>	<b>Pemilik</b>	<b>Produk Yang Diproduksi</b>	<b>Alamat</b>
GTT	Gatot Siswanto	Tahu takwa, tahu putih, tahu bulat, tahu pong goreng, stik tahu, tahu sutra, tahu susu, es tahu dan kembang tahu.	Jl. Pamenang Ds. Toyoresmi Ngasem
Shinta	Janan Santoso	Tahu takwa, tahu pong, dan stik tahu.	Jl. Yos Sudarso No. 138 Kota Kediri

<sup>3</sup> <https://jatim.antarnews.com> di akses pada 20 Januari 2023 Pukul 09.50 WIB.

<sup>4</sup>Website Resmi Pemerintah <https://www.kedirikota.go.id> di Akses Pada 17 September 2022.

<sup>5</sup>Website Resmi Pemerintah <https://www.kedirikota.go.id> di Akses Pada 17 September 2022.

99	Agus	Tahu takwa, tahu pong, dan stik tahu.	Jl. Tinalan IV Barat No. 5 Tinalan Kec. Pesantren Kab. Kediri
LTT	Liem Sioe Mee	Tahu takwa, stik tahu, tahu pong goreng.	Jl. Pattimura No. 67 Kota Kediri
POO	Hendro Utomo	Tahu takwa, stik tahu, dan tahu pong halus.	Jl. Yos Sudarso No. 36 Kota Kediri
Mikimos	Anugrahwati	Tahu takwa, tahu putih, tahu pong goreng	Jl. Pattimura No. 59 Kota Kediri
LYM	Liem Ga Moy	Tahu takwa, stik tahu, tahu pong.	Jl. Yos Sudarso No. 214 Kota Kediri
PONG	Ko Han	Tahu takwa, tahu putih, tahu pong, stik tahu.	Jl. Panglima Sudirman Kota Kediri
Bah kacang	Herman Budiono	Tahu takwa, tahu pong, dan stik tahu.	Jl. Trunojoyo No. 59 Kota Kediri
Surya	Cik Lan	Tahu takwa, tahu putih.	Jl. Tinalan Gg. 4 Kota Kediri
LTH	Liem Lie Hoen	Tahu takwa, tahu putih.	Jl. Pattimura No. 64 Kota Kediri

Sumber: Badan Pusat Statistik UMKM Kediri

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa cukup banyak sekali UMKM tahu di Kediri. Terlebih lagi jika produk bisnis yang dibuat sama, maka kemungkinan persaingan antar perusahaan akan semakin ketat. Berdasarkan observasi, CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) ialah salah satu UMKM tahu yang beralamat di Desa Toyoresmi Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri. Produk utama dari CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) ialah tahu kuning. Pemilik dari UMKM ini ialah Bapak Gatot Siswanto warga asli Desa Toyoresmi. Untuk menyikapi banyaknya UMKM tahu di

Kediri, Bapak Gatot memiliki strategi-strategi tersendiri untuk membuat produknya agar tetap diminati dan laris di pasaran maupun di masyarakat sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Salah satu strategi dalam pembuatan produknya ialah dengan menerapkan strategi diferensiasi produk. Walaupun produk utamanya ialah tahu kuning, Bapak Gatot tidak kehabisan inovasi untuk membuat produk-produk terbaru dan dirasa unik yang bahan utamanya tetap dari kedelai seperti halnya beliau membuat produk baru yaitu es tahu.<sup>6</sup> Salah satu pengusaha tahu dari Kabupaten Kediri ini memang tidak pernah kehabisan kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan produknya agar tetap diminati oleh banyak konsumen dan tetap bertahan dalam persaingan. Dari sini tentu adanya keunggulan diferensiasi produk yang dilakukan CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) dari UMKM tahu lainnya dalam meningkatkan omset penjualan.

Oleh karena itu dengan melihat banyaknya UMKM dengan produk yang serupa, pemilik GTT memerlukan sebuah strategi diferensiasi produk yang tujuannya untuk meningkatkan omset penjualan. Berdasarkan wawancara peneliti, pemilik GTT telah menerapkan strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan omset penjualan dengan cara meningkatkan kreativitas dan inovasi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mempertahankan resep originalitas produk dari zaman nenek moyang, melakukan pembaharuan sarana dan prasarana produksi, serta melakukan kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk dan pemasaran

---

<sup>6</sup>Observasi ke CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) Kabupaten Kediri Pada 17 September 2022.

produknya. Salah satu kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk yang dilakukan oleh GTT dan tidak dilakukan oleh CV lain ialah membuat suatu produk yang unik dari olahan kedelai yaitu berupa produk es tahu dan kembang tahu. Sedangkan kreativitas dan inovasi dalam pemasaran produknya ialah dengan mendirikan kampung wisata kuliner, dimana pemilik melakukan bimbingan proses pembuatan tahu secara langsung kepada pelajar yang berkunjung ke kampung wisata tersebut.<sup>7</sup> Dengan demikian, GTT menjadi salah satu UMKM yang berkembang pesat di wilayah Kabupaten Kediri. Pemilik dari GTT ini juga sering mengikuti seminar hingga ke seluruh Indonesia seperti Jawa Tengah, Jawa Timur dan Kalimantan. Sehingga produknya semakin terkenal di seluruh masyarakat Indonesia. Tentu hal ini menjadi citra baik CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) untuk terus memasuki pasar di seluruh wilayah Indonesia. Hal ini juga dibuktikan dengan penjualan produk CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) yang terus mengalami peningkatan. Berikut ialah tabel hasil penjualan produk olahan kedelai CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) dari tahun 2021-2023.<sup>8</sup>

**Tabel 1.2** Data Penjualan Produk Olahan Kedelai CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) Tahun 2021-2023.

<b>Nama Produk</b>	<b>Tahun</b>	<b>Penjualan Produk Olahan Kedelai</b>
Tahu GTT	2021	Rp. 2.493.047.169,00
	2022	Rp. 3.218.144.100,00
	2023	Rp. 3.275.959.673,00

*Sumber: Wawancara dan data perusahaan per 2024*

<sup>7</sup> Wawancara Kepada Pemilik CV. GTT Pada 17 Desember 2022 Pukul 10.00..

<sup>8</sup> Wawancara Manager Pemasaran CV. Gudange Tahu Takwa Pada 20 Maret 2024 Pukul 11.00.

Jika dilihat dari tabel di atas, penjualan CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) selalu mengalami peningkatan dari 3 tahun terakhir yaitu tahun 2021-2023, maka dari itu perlu dianalisis seperti apa strategi diferensiasi produk yang diterapkan oleh CV. GTT hingga membuat omset penjualannya selalu meningkat. Perusahaan tahu GTT merupakan satu-satunya perusahaan tahu yang cukup terkenal dan memiliki lokasi yang strategis, sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat luas khususnya masyarakat kabupaten Kediri bagian utara. Selain itu produk CV. GTT lebih lezat dan aman karena pewarnaannya yang alami. Produk CV.GTT antara lain adalah tahu takwa, tahu putih, tahu bulat, tahu pong goreng, tahu sutra, stik tahu dan lain-lain. Dalam produksinya CV. GTT memproduksi tahu dengan kapasitas 7500 kg perbulan.<sup>9</sup>

Banyaknya perusahaan pesaing dengan produk yang sama. Tentunya membuat persaingan akan semakin ketat. Dengan demikian strategi diferensiasi produk perlu dilakukan dengan tujuan untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu untuk menyikapi persaingan, seorang pemilik usaha harus memiliki strategi-strategi dalam menyikapi sebuah persaingan sehingga omset penjualan perusahaan akan tetap meningkat. Banyak sekali strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan omset penjualannya, salah satu strateginya ialah strategi berdagang yang sesuai dengan syariat islam atau ajaran Rasulullah SAW.

---

<sup>9</sup> <https://kedirikab.go.id> di Akses pada 10 November 2023 Pukul 06.00.

Dalam berdagang, Rasulullah saw telah memberikan contoh cara bersaing yang sesuai dengan ajaran islam. Telah diketahui bahwa Rasul tidak pernah berupaya untuk menghancurkan pesaing dagang lainnya. Selain itu, Rasul juga memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya serta jujur mengenai keadaan barang yang diperdagangkan.<sup>10</sup>

Sebagai seorang muslim, strategi berdagang yang sesuai syariat islam sangatlah penting untuk diterapkan. Dalam melakukan produksi maupun menjalin hubungan dengan rekan bisnis, setiap muslim hendaknya memperhatikan hukum-hukum islam yang berkaitan dengan akad-akad berbisnis. Oleh karena itu, perlu diteliti apakah CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) sudah menerapkan strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan omset penjualan yang sesuai dengan syariat islam. Proses produksi yang sesuai dengan syariat islam akan membuat konsumen merasa aman dan percaya untuk mencoba produk yang telah dibuat.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Diferensiasi Produk CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) dalam Meningkatkan Omset Penjualan ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam.”**

---

<sup>10</sup>Yusanto, Muhammad Ismail, dkk, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hal.93.

## **B. Fokus Penelitian**

Dari konteks penelitian dapat ditarik fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Diferensiasi Produk CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) dalam Meningkatkan Omset Penjualan ?
2. Bagaimana Strategi Diferensiasi Produk CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) dalam Meningkatkan Omset Penjualan ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk Menjelaskan Strategi Diferensiasi Produk CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) dalam Meningkatkan Omset Penjualan.
2. Untuk Menjelaskan Strategi Diferensiasi Produk CV. Gudange Tahu Takwa (GTT) dalam Meningkatkan Omset Penjualan ditinjau dari Syariat Islam.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Secara Teoritis**

Melalui penelitian ini akan menghasilkan beberapa pengetahuan tentang strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan omset penjualan pada sebuah UMKM atau usaha masyarakat yang ditinjau dari syariat islam. Sehingga hal ini dapat dijadikan masyarakat sebagai pedoman dalam melakukan kegiatan usaha atau berbisnis dikehidupan sehari-hari.



## **2. Secara Praktis**

### **a. Bagi Peneliti**

Secara umum peneliti akan mengetahui lebih dalam terkait objek permasalahan yang diteliti. Sehingga dapat menjadi tambahan ilmu dalam menjalani kehidupan kedepannya.

### **b. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan perusahaan terkait atau UMKM yang dijadikan objek untuk sarana evaluasi strategi pengembangan usaha kedepannya

### **c. Bagi Masyarakat**

Masyarakat akan mendapatkan berbagai pengetahuan dan cara untuk mengelola bisnisnya sesuai dengan perspektif islam. Sehingga dalam melakukan kegiatan usaha atau berbisnis akan menjadi lebih berkah.

## **E. Penelitian Terdahulu**

Berikut telaah pustaka yang digunakan penulis:

1. Penelitian dengan judul *Analisis Strategi Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Pembibitan Tanaman Menurut Ekonomi Syariah*. Oleh Pinna Fifiana (2019), mahasiswi UIN Pekanbaru. Penelitian ini berfokus pada strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan usaha pembibitan tanaman di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang ditinjau dari ekonomi syariah. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian diketahui bahwa strategi diferensiasi yang diterapkan oleh pengusaha pembibitan tanaman dalam meningkatkan penjualan sudah cukup baik serta sesuai dengan prinsi islam. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada fokus penelitian yaitu berfokus pada diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan. Sedangkan perbedaannya ialah terletak pada sampel penelitian beserta teori yang digunakan.

2. Penelitian dengan judul *Analisis Strategi Diferensiasi Produk Haji dan Umrah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada PT. Sahid Gema Wisata Jakarta Pusat*. Oleh Hany Salsabila (2021), mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini berfokus pada strategi diferensiasi produk PT. Sahid Gema Wisata dalam menghadapi persaingan. Metode penelitian ini ialah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan strategi diferensiasi produk yang dilakukan PT. Sahid Gema Wisata menggunakan 4 tahapan, yaitu STP (Segmentation, Targetin, dan Positioning), Analisa Diferensiasi, Uji Sustainable Diferensiasi, dan Komunikasi Produk. Semua tahapan itu berguna untuk untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada para jamaah, sehingga peningkatan jumlah jamaah bertambah di setiap tahunnya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada fokus penelitian yaitu berfokus pada strategi diferensiasi produk suatu perusahaan. Sedangkan perbedaannya ialah terletak pada fokus penelitian lebih lanjutnya yaitu dalam

penelitian ini diferensiasi produk dalam keunggulan bersaing sedangkan penelitian yang akan dilakukan diferensiasi produk dalam meningkatkan omset penjualan.

3. Penelitian dengan judul *Analisis Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran IKM Kopi di Kabupaten Temanggung*. Oleh Ela Wulandari (2019), Mahasiswi Universitas Negeri Semarang. Penelitian ini berfokus pada pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja bersaing. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian diketahui bahwa diferensiasi produk memberikan hasil yang signifikan dan pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Begitu juga dengan keunggulan bersaing juga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada fokus penelitian yaitu berfokus pada diferensiasi produk. Sedangkan perbedaannya ialah terletak pada fokus penelitian lebih lanjutnya yaitu dalam penelitian ini diferensiasi produk dalam keunggulan bersaing sedangkan penelitian yang akan dilakukan diferensiasi produk dalam meningkatkan omset penjualan.
4. Penelitian dengan judul *Strategi Produk Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Eny Kabupaten Ngawi Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam*. Oleh Ananda Veri Nurhaliza (2023), mahasiswi IAIN Ponorogo. Penelitian ini berfokus pada Strategi Produk Dalam

Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Eny Kabupaten Ngawi Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam. Metode penelitian ini ialah kualitatif. Hasil penelitian diketahui bahwa dalam usahanya, toko eny belum sepenuhnya menerapkan strategi produk berdasarkan etika bisnis islam dengan baik. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada fokus penelitian yaitu berfokus pada strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan omset penjualan. Sedangkan perbedaannya ialah terletak pada sampel penelitian serta teori yang digunakan.

5. Penelitian dengan judul *Strategi Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan pada PT. Megahputra Sejahtera Makassar*. Oleh Debby Nurfaejri (2015), mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini berfokus pada strategi diferensiasi produk mie dalam meningkatkan penjualan PT. Megahputra Sejahtera Makassar. Metode penelitian ini ialah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi diferensiasi produk dalam menciptakan penjualan yang digunakan oleh PT. Megahputra Sejahtera Makassar sudah cukup dapat meningkatkan penjualan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada fokus penelitian yaitu berfokus pada strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan. Sedangkan perbedaannya ialah terletak pada sampel penelitian serta teori yang digunakan.