

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, tidak terkecuali di Indonesia, usaha kecil dan menengah memberi kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan jumlah usaha di daerah-daerah yang mempunyai andil dalam penyerapan tenaga kerja sehingga menjadi pendukung tambahan pendapatan rumah tangga.

Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri warga masyarakat berupaya meningkatkan penghasilan dengan memanfaatkan sumber daya alam berupa pembuatan tempe. *Home industri* tempe ini merupakan usaha mandiri yang hampir dilakukan oleh seluruh warga Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri.

Sehingga masyarakat Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri tidak lagi kekurangan mata pencarian dalam memenuhi kebutuhan hidup. Mereka telah memanfaatkan lapangan kerja yang ada dengan memanfaatkan hasil pertanian kedelai yang diolah menjadi tempe yang kemudian dipasarkan kepada daerah-daerah di sekitar Kecamatan Pesantren kota Kediri.

Home industri tempe ini dimulai dari membuat tempe dari kedelai dan tentunya tidak membutuhkan waktu yang cukup lama dan tempat yang

tidak terlalu luas, dan biaya produksi yang tidak mahal. Namun kendala adalah kurangnya sumberdaya manusia dalam manajemen pemasaran agar penghasilan produsen tempe dapat meningkat.

Namun di silain masyarakat Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri nampaknya mempunyai keberhasilan dalam membuat lapangan pekerjaan dengan membaca peluang ekonomi berupa home industri tempe, sebuah usaha yang sangat langka namun mudah (bagi yang bisa) yang menjadikan masyarakat Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri berbeda dengan masyarakat desa lainnya.

Jumlah produsen tempe di Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri cukup banyak yaitu sekitar 46 orang.¹ Bagi produsen tempe masalah kualitas produk tidak perlu dipertanyakan karena diproduksi oleh orang yang professional dan sudah bertahun-tahun menekuni usaha tempe ini.

Jika produsen tempe di Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri ingin tetap eksis dan tempenya diminati masyarakat, maka kualitas produknya harus tetap terjaga, agar konsumen dan masyarakat merasa puas dengan produk tempe yang dipasarkan, karena kepuasan konsumen akan sangat berpengaruh kepada kelangsungan usaha tempe di masa yang akan datang. Begitu juga masalah diminati atau tidak sangat tergantung pada bagaimana pemilik industri tempe tersebut memasarkan kepada masyarakat.

¹ Hasil Observasi di Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri, Tahun 2013

Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan nama *marketing*, asal katanya adalah pasar (*market*), apa yang dipasarkan itu, ialah barang dan jasa.² Memasarkan barang tidak berarti hanya menawarkan barang atau menjual tetapi lebih luas dari itu, di dalamnya tercakup berbagai kegiatan seperti menjual dan membeli dengan segala macam cara, mengangkut barang, menyimpan, mensortir dan sebagainya.

Pengertian pemasaran atau marketing menurut Charles F. Philips, dalam bukunya "Marketing Principles and Methods" dalam Buchari Alma "*Marketing which is often referred to as distribution by businessman - includes all the activities necessary to place tangible goods in the hand of house hold costumers and users*", artinya, marketing yang oleh para pedagang diartikan sama dengan distribusi dimaksudkan segala kegiatan untuk menyampaikan barang-barang ke tangan konsumen (rumah tangga) dan ke konsumen industri.³ Jadi pemasaran adalah aktifitas yang memfasilitasi dan mamperlancar suatu hubungan pertukaran yang saling memuaskan melalui penciptaan, pendistribusian, promosi dan penentuan harga dari barang dan jasa.

Cara pemasaran pada industri mulai banyak diterapkan saat ini, salah satunya, adalah penggunaan promosi sebagai bagian dari strategi pemasaran adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen tentang produk yang telah dihasilkan, tujuannya ialah memperoleh informasi, perhatian, mendidik, mengingatkan dan

² <http://ag-eka-wenats-wuryanta.blogspot.com>. Diakses tanggal 12 Mei 2013

³ Ibid.,

meyakinkan calon konsumen. Kegiatan promosi mempunyai banyak teknik di antaranya: iklan di surat kabar dan radio, spanduk, brosur, bulletin, publikasi di televisi. Penggunaan teknik-teknik promosi tersebut akan sangat menguntungkan apabila dibarengi dengan peningkatan kualitas produk.⁴

Secara teknis produksi tempe dan pemasaran harus diperhitungkan dengan cermat, karena tidak jarang produsen tempe merugi bukan akibat pembuatan tempe yang tidak berhasil melainkan pada saat pemasaran. Produsen tempe akan merugi jika tempe yang telah diproduksi tidak laku, karena umur tempe hanya sebatas satu haru, jika satu hari produsen tempe tidak bisa menjual hasil produksinya bisa dipastikan produsen tempe akan merugi.

Pentingnya dilakukan penelitian ini karena, sebelum pengusaha tempe menerapkan manajemen pemasaran mereka hanya memasarkan di sekitar kelurahan Tempurejo saja. Namun setelah pengusaha tempe menerapkan manajemen pesaran mereka bisa memasarkan produknya sampai ke pusat Kota dan luar Kota Kediri mulai dari restoran, café, perusahaan keripik tempe.

Untuk itulah perlu adanya manajemen pemasaran yang tepat agar produsen tempe bisa meningkatkan penghasilan produsen. Sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat judul skripsi “Manajemen Pemasaran Industri Tempe dalam Meningkatkan Penghasilan Produsen Muslim (Study Kasus

⁴ Ibid.,

pada *Home Industry* di Kelurahan Tempurejo Kec. Pesantren Kediri Kota Kediri)”

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimanakah manajemen pemasaran industry tempe dalam meningkatkan penghasilan produsen muslim di Kelurahan Tempurejo Kec. Pesantren Kota Kediri?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat pemasaran industri tempe dalam meningkatkan penghasilan produsen muslim di Kelurahan Tempurejo Kec. Pesantren Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui manajemen pemasaran industry tempe dalam meningkatkan penghasilan produsen muslim di Kelurahan Tempurejo Kec. Pesantren Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pemasaran industri tempe dalam meningkatkan penghasilan produsen muslim di Kelurahan Tempurejo Kec. Pesantren Kota Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat baik dari segi teoritis maupun praktisnya. Adapun kegunaannya adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan di bidang usaha kecil dan menengah khususnya usaha tempe.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan bagi penulis tentang kegiatan ekonomi khususnya usaha kecil dan menengah tentang manajemen pemasaran industri tempe, serta dalam penulisan karya ilmiah.

- b. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur wawasan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Ekonomi Syari'ah yang berhubungan dengan Ekonomi Bisnis.

- c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi pembaca yang ingin memulai berwirausaha (*entrepreneurship*) di bidang usaha kecil dan menengah khususnya industri tempe sehingga dapat memperoleh keberhasilan.

E. Telaah Pustaka

Penelitian tentang manajemen pemasaran home industry dalam meningkatkan penghasilan produsen Muslim sebelumnya sudah pernah diteliti oleh:

Pertama Abdul Choliq Mahasiswa STAIN Kediri Jurusan Ekonomi Islam yang berjudul “Peranan Penanaman Bibit Jati dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Muslim Desa Juwet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk” tahun 2010. Hasil penelitian ini adalah: (1) Teknis penanaman bibit jati di Desa Juwet dapat dikelompokkan menjadi dua. *Pertama* menanam dari biji sampai dan dimasukkan ke poly back hingga berukuran kurang lebih 3 bulan atau tinggi 30 Cm. *Kedua* membesarkan di lahan yang lebih luas atau di kebun dan kelak diambil kayunya setelah minimal umur 4 tahun. (2) Kesejahteraan ekonomi masyarakat muslim Ds. Juwet sebelum penanaman bibit jati hanya mengandalkan dari hasil panen/sawah, namun setelah penggalakan penanaman bibit jati mereka lebih meningkat pendapatannya, yaitu mereka dapat menghasilkan kurang lebih Rp 6.026.000 perbulan untuk penanaman bibit jati skala kecil berjumlah 100.000 poly black. (3) Penanaman bibit jati dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat muslim Desa Juwet hal ini dibuktikan dengan semua responden yang menyatakan bahwa kesejahteraan mereka meningkat setelah menjalankan usaha penanaman bibit jati, yaitu untuk biaya hidup perbulan rata-rata Rp 900.000 sedangkan pendapatan tiap 100.000 poly back jati sekitar Rp 6.026.000 jadi masih punya sisa kurang lebih Rp Rp 5.126.000 perbulan.⁵

Kedua skripsi oleh Moh. Fuad Ervian mahasiswa STAIN Kediri Jurusan Syari’ah Prodi Ekonomi Islam tahun 2011 yang berjudul “Peranan

⁵ Abdul Choliq, *Peranan Penanaman Bibit Jati dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Muslim Desa Juwet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk*, Skripsi, Kediri: STAIN Kediri, 2010.

Usaha Genteng dalam Mensejahterakan Hidup Masyarakat Muslim (Studi Kasus di Desa Pagu Kecamatan Wates Kabupaten Kediri). Hasil penelitian ini adalah : (1) Kondisi masyarakat Desa Pagu Kecamatan Wates Kabupaten Kediri adalah dari segi pendidikan mereka semua lulus SD dan SMP dan kualitas pendidikan masih tergolong rendah, untuk tingkat kesehatan juga masih tergolong buruk karena data masih menunjukkan penderita tuna wicara 4 orang, tuna netra 5 orang, dan lumpuh 13 orang, dalam sektor ekonomi mata pencarian masyarakat adalah pertanian, jasa/perdagangan, industri (usaha genteng) dan jumlah penduduk usia 15-55 yang belum bekerja berjumlah 1.503orang dari jumlah angkatan kerja sekitar 2.782 orang. Angka-angka inilah yang merupakan kisaran angka pengangguran. (2) Keberadaan usaha genteng di Desa Pagu Kecamatan Wates Kabupaten Kediri dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal ini bisa dilihat dari hasil temuan penelitian yang menunjukkan sebelum adanya usaha genteng hanya mengandalkan dari hasil panen/sawah, tentunya dari segi ekonomi hal ini masih kurang, namun setelah usaha genteng yang sudah berjalan 10 tahun terakhir ini, masyarakat Desa Pagu Kecamatan Wates Kabupaten Kediri lebih meningkat pendapatannya. Dengan rincian penghasilan perbulan Rp. 3.300.000 per 10.000 buah genteng. (3) Peranan usaha genteng dapat meningkatkan kesejahteraan Desa Pagu Kecamatan Wates Kabupaten Kediri, hal ini dibuktikan dengan semua responden yang menyatakan bahwa kesejahteraan mereka meningkat setelah menjalankan usaha genteng karena

pendapatan perbulan meningkat dan modal untuk usaha genteng juga relatif sedikit dengan hasil yang bisa diandalkan.⁶

Ketiga skripsi Dewi Nur Hasanah Mahasiswi STAIN Kediri Jurusan Syari'ah Prodi Ekonomi Islam yang berjudul "Strategi Pemasaran BMT Beringharjo Cabang Kediri Dalam Meningkatkan Pembiayaan" tahun 2010. Hasil penelitian ini adalah: (1) Strategi pemasaran yang dilakukan BMT Beringharjo Cabang Kediri yaitu dengan menerapkan serangkaian unsur-unsur pemasaran (*marketing mix*) yang disebut dengan 4P, yaitu strategi *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Strategi *produk*, BMT Beringharjo Cabang Kediri telah menyediakan berbagai macam produk, yang bertujuan untuk melayani mitra sehingga dengan menciptakan berbagai macam produk maka akan memudahkan masyarakat yang ingin menjadi mitra dalam BMT Beringharjo Cabang Kediri, oleh karena itu strategi yang digunakan dalam produk yaitu dengan pengembangan produk atau menciptakan macam-macam produk pembiayaan. Strategi *price*, BMT Beringharjo Cabang Kediri dalam strategi harga menerapkan sistem *sleding* (menurun) sehingga memberikan kemudahan bagi mitra dalam melakukan pembayaran angsuran yang disesuaikan dengan kemampuan mitranya yaitu angsuran secara harian, angsuran secara mingguan, angsuran secara bulanan dan tentunya dengan menggunakan sistem bagi hasil. Strategi *place*, dalam hal ini BMT Beringharjo Cabang Kediri dalam melakukan pemasaran sarannya yaitu pasar tradisional antara lain empat pasar yang ada di Kota Kediri yang

⁶ Moh. Fuad Ervian, *Peranan Usaha Genteng dalam Mensejahterakan Hidup Masyarakat Muslim (Studi Kasus di Desa Pagu Kecamatan Wates Kabupaten Kediri)*, Skripsi, Kediri: STAIN Kediri, 2011.

meliputi pasar Setono Betek, pasar Grosir Ngronggo, pasar Pahing, dan pasar Bandar, akan tetapi sasaran diluar pasar juga dilakukan akan tetapi lebih difokuskan pada pasar tradisional. Strategi *promotion*, dalam hal ini BMT Beringharjo Cabang Kediri melakukan promosi yaitu dengan cara sosial *oriented*, brosur, SUM (Syilla Ukhuwa Mitra), jemput bola. (2) Produk-produk Pembiayaan dalam BMT Beringharjo Cabang Kediri meliputi 3 bagian, yaitu produk pembiayaan produktif meliputi *musyarakah* dan *mudharabah*; produk konsumtif meliputi *murabahah*, *ijarah muntahia bittamlik*, *ijarah* manfaat, dan *ijarah* jasa; serta produk sosial atau disebut *qordhul hasan*. Dengan banyaknya pilihan produk pembiayaan yang diciptakan oleh BMT Beringharjo Cabang Kediri bertujuan untuk melayani kebutuhan mitra supaya dapat terpenuhi akan kebutuhannya dan BMT Beringharjo juga dapat tercapai tujuan dari pemasaran produk pembiayaan tersebut apabila produk yang dihasilkan tepat pada sasaran. (3) Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Beringharjo Cabang Kediri dalam meningkatkan pembiayaan yaitu dengan melakukan kegiatan pemasaran yang tepat yaitu dengan memprospek (menawarkan) kepada mitra baru yang potensial untuk dijadikan mitra, *Top up* pembiayaan yaitu menambah *plafon* pembiayaan yang masih tersisa dengan pembiayaan baru akan tetapi harus mempunyai kriteria lancar dalam angsuran, menurunkan margin atau *mark up* dari pembiayaan mitra yang kisaran plafondnya pada 50 s/d 150 juta, mempermudah proses pengajuan pembiayaan dari persyaratan hingga pencairan, biaya administrasi pembiayaan yang cukup rendah, jaminan untuk

pembiayaan yang fleksibel, sistem angsuran yang memudahkan mitra untuk membayarnya yaitu dengan menetapkan cara pembayaran angsuran dengan cara harian, mingguan, dan bulanan, dan jemput bola. Peningkatan pembiayaan dapat dilihat dalam laporan 3 bulan terakhir pada BMT Beringharjo Cabang Kediri pada laporan bulanan *marketing lending* bahwa pada bulan Maret jumlah mitra yang melakukan pembiayaan di BMT Beringharjo Cabang Kediri sebanyak 33 mitra pembiayaan, bulan April sebanyak 42 mitra pembiayaan, dan bulan Mei sebanyak 43 mitra pembiayaan, maka pembiayaan di BMT Beringharjo Cabang Kediri mengalami peningkatan, hal ini merupakan keberhasilan BMT Beringharjo Cabang Kediri dalam melakukan kegiatan pemasaran.⁷

Dari ketiga penelitian di atas ada kemiripan kajian yaitu skripsi pertama dan kedua lebih menekankan pada peran home industri dalam meningkatkan penghasilan produsen muslim. Sedangkan skripsi yang ketiga ditekankan pada strategi pemasaran meski yang menjadi sasarannya adalah BMT.

Skripsi yang akan peneliti bahas dalam judul ini tentang manajemen pemasaran home industry tempe dalam meningkatkan penghasilan produsen muslim. Tentunya variabel penelitian ada kemiripan dengan ketiga judul di atas, namun berbeda dalam konteks dan kajiannya.

⁷ Dewi Nur Hasanah, *Strategi Pemasaran BMT Beringharjo Cabang Kediri Dalam Meningkatkan Pembiayaan*, Skripsi, Kediri: STAIN Kediri, 2010.