

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang universal dan komprehensif. Universal berarti bahwa islam diperuntukkan bagi seluruh umat manusia di muka bumi dan dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai akhir zaman. Komprehensif artinya bahwa islam mempunyai ajaran yang lengkap dan sempurna (syumul). Kesempurnaan ajaran Islam, dikarenakan Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, tidak hanya aspek spiritual (ibadah murni), tetapi juga aspek muamalah yang meliputi ekonomi, politik, hukum dan sebagainya.<sup>1</sup>

Islam mengajarkan bagaimana untuk membentuk suatu sistem kehidupan yang seimbang antara kehidupan dunia dan akhirat. Al-qur'an memperbolehkan manusia untuk mencari dunia sebanyak-banyaknya akan tetapi tidak melupakan ataupun melalaikan urusan akhirat. Islam memandang dunia sebagai jalan menuju kehidupan di akhirat yang kekal.<sup>2</sup> Di samping itu, terbentuknya hukum islam didorong oleh kebutuhan-kebutuhan praktis.<sup>3</sup> Karena tidak dipungkiri bahwa manusia adalah makhluk hidup yang keinginannya tidak terbatas. Oleh karena itu, mereka melakukan sebuah usaha dalam rangka meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Seseorang yang melakukan usaha dapat diistilahkan sebagai pelaku usaha.

Pelaku usaha menjalankan kegiatan usaha dalam bentuk menjual produk barang atau jasa apa saja selama produk tersebut masih dibutuhkan dan diinginkan oleh

---

<sup>1</sup><http://shariaeconomics.wordpress.com>. Diakses Pada Tanggal 21 Februari 2011.

<sup>2</sup>Qardawi Yusuf, *Peran Nilai Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Didin Hafidhuddin, Setiawan Budiutomo, Dan Ainur Rofiq Shaleh Tamhid, (Jakarta: Robbani Pers, 2001), 87.

<sup>3</sup>Djamil Fathurrahman, *Hukum Ekonomi Islam*, cet. Ke-2, (Sinar Grafika Offset, 2015, 54.

pembeli.<sup>4</sup>Setiap organisasi memiliki strategi yang berbeda-beda, dan pengendalian harus disesuaikan dengan syarat strategi spesifik.

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin lama semakin menonjol akan kompleksitas, persaingan, perubahan dan ketidakpastian. Keadaan tersebut menimbulkan persaingan yang tajam antara perusahaan, sehingga memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang tepat mempengaruhi perusahaan agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan. Hal ini hanya dapat dilakukan apabila lembaga bisnis tersebut dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang dijualnya, melalui usaha-usaha antara lain: mempertahankan dan meningkatkan mutu produk atau jasa secara terus menerus, membina pelanggan yang sudah ada, mencari pelanggan yang baru, melakukan dan meningkatkan promosi dan sebagainya.

Pemasaran memiliki peran pokok dalam peta bisnis suatu perusahaan dan berkontribusi terhadap strategi produk. Perusahaan baik berskala nasional ataupun internasional membutuhkan seorang *marketer* andal untuk memasarkan produk atau jasa. Kesuksesan suatu produk diterima oleh target pasar tidak hanya ditentukan oleh murahness harga atau kualitas yang ditawarkan, tetapi ditentukan juga oleh strategi pemasaran yang dilakukan.<sup>5</sup>

Tujuan tersebut hanya dapat dicapai apabila perusahaan (lembaga bisnis) mempunyai strategi yang jelas untuk menggunakan kesempatan (peluang) yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan dapat dipertahankan dan ditingkatkan.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Nitiusastro Mulyadi, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, cet. Ke-1, (Bandung: Alfabeta, 2012), 2.

<sup>5</sup> Huda Nurul, dkk. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Depok: Kencana, 2017), 1.

<sup>6</sup> Abdullah Ma'ruf, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Banjarmasin: Aswaja Pressindo, 2014), 216-217.

Perkembangan bisnis dalam beberapa tahun terakhir tersebut diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, tidak terkecuali pada industri tahu. Di Indonesia tahu berkembang sangat pesat disamping pangsa pasarnya cukup luas. Industri tahu juga dapat dikerjakan dalam skala rumahan sehingga tidak membutuhkan investasi tinggi. Saat ini industri Tahu telah tersebar hampir di seluruh Indonesia, baik di kota maupun desa.<sup>7</sup> Seperti halnya di desa Daramista Sumenep ada 3 home industry tahu, dan salah satunya adalah UD. Fajar Menyingsing.

Melihat banyaknya yang berkembang para pengusaha *home industry* tahu dituntut untuk mempunyai strategi pemasaran syariah yang tepat. Dalam surat asy-Syu'ara 181-183 yang berbunyi :

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ  
(١٨٢) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (١٨٣)

Artinya : “ Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. 182. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. 183. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan. ”(QS. Asy-Syu'ara: 181-183).<sup>8</sup>

Dari surat Asy-Syu'ara 181-183 di atas dapat disimpulkan bahwa Islam mengajarkan agar manusia berbuat adil dalam memberikan takaran, menimbang dengan benar dan tidak merugikan orang lain.<sup>9</sup> Artinya pelanggan akan puas jika perusahaan tidak melakukan sesuatu yang merugikan pelanggan salah satunya adalah meningkatkan jasa atau pelayanan produk yang menyamai atau melebihi kebutuhan dan harapan pelanggannya.

UD.Fajar Menyingsing yang terletak di dusun Laok Songai, Desa Daramista, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep ini merupakan salah satu industri yang fokus

---

<sup>7</sup> Salim Emil, *Kiat Cerdas Wirausaha Aneka Olahan Kedelai*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), 8.

<sup>8</sup> Albidayah, *Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid kode Angka*, (Tangerang Selatan), 26.

<sup>9</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, cet. Ke-4, (Jakarta: PT. RAJA GRAFINDO PERSADA, 2012), 14-15.

pada pembuatan tahu dan tempe yang dirintis sejak tahun 1999 oleh Bapak KH. Wasik Syaichol Umam. *Home Industry* ini didirikan atas restu orang tuanya sesuai dengan prinsip beliau: “ minta restu/ridho orang tua” dalam setiap hal. Berdasarkan tahu berdirinya dapat dihitung bahwa *home industry* sudah mencapai 19 tahun berdiri.

UD. Fajar Menyingsing dalam pembuatan produknya (Tahu) beliau tidak memakai pengawet apapun, bahan pembuat tahunya hanya kedelai (bahan baku) cuka dan air. Meskipun banyak sekarang ini pembuat tahu yang berbuat curang didalam pembuatannya mereka menggunakan bahan pengawet seperti formalin dan borax agar tahu bisa bertahan lama. Industri ini berusaha menempatkan dirinya sebagai industri tahu yang memenuhi kebutuhan masyarakat banyak khususnya daerah sumenep yang cukup berkembang dari segi produknya semakin bertambah, distribusinya meningkat, dan menciptakan loyalitas pelanggan tanpa berbuat curang.

Usaha pembuatannya tahu yang dirintis sejak tahun 1999 ini dibangun dari perjuangan yang panjang agar produk atau barang yang ditawarkan dapat diminati konsumen, dan konsumen (pelanggan) merasa puas. Didalam perjuangannya pernah mengalami kesulitan-kesulitan bahkan saat ini pun harga bahan baku pembuatan tahu (kedelai) mengalami kenaikan. Walaupun demikian industri ini sudah memiliki banyak pelanggan diberbagai daerah seperti : Saronggi, Dadda', Rubaru. Marengan, Guluk-guluk, Ganding, Payudan, Nangger, dan diwilayah Kota Sumenep.<sup>10</sup>

Menurut salah satu karyawan, yang saat ini sudah 7 tahun bekerja pada beliau sebagai salah satu distributor memaparkan bahwasanya: “ banyaknya pelanggan atau konsumen yang mengkonsumsi produk tahu kami itu dikarenakan tahu UD. Fajar Menyingsing memiliki kualitas yang baik, baik dari segi bentuk, rasa, tebal, dan terjamin

---

<sup>10</sup> Syaichol Umam KH. Wasik, disampaikan dalam acara Siswa Kelas IX IPA-IPS SMA 3 Annuqayah melakukan Kunjungan Belajar dan Riset ke Pabrik Tahu UD. Fajar Menyingsing, Daramista, Sumenep, tanggal 13 April 2012.

sehat karena kami tidak memakai pengawet didalam pembuatannya, selain itu kami mengatur ketepatan dan kecepatan waktu barang sampai ditangan konsumen. Saat ini pengiriman di beberapa daerah dilakukan mulai pada jam 03.00 WIB dini hari dan pada saat siang hari. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen merasa puas.

UD. Fajar Menyingsing memproduksi sebanyak 8 sampai 9 kwintal kedelai dalam setiap harinya sama dengan 800 sampai 900 Kg kedelai. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh UD. Fajar Menyingsing adalah sistem kepercayaan dengan System “ *Nyerra Ngalak*” dalam bahasa Madura. Artinya pelanggan atau konsumen yang tetap dapat mengkonsumsi barang terlebih dahulu dan bayar di kemudian sesuai akad yang disepakati oleh kedua pihak. Ada yang langsung bayar semua itu tergantung kesepakatan yang telah disepakati bersama.<sup>11</sup>

Menghadapi ketatnya persaingan diantara banyak usaha UD. Fajar Menyingsing perlu menetapkan strategi pemasaran yang tepat, guna meningkatkan jaringan pemasar (*market share*) serta menciptakan loyalitas pelanggan. Hal ini berarti perusahaan harus berorientasi pada kepuasan pelanggan karena hidup dan matinya suatu usaha adalah dari kepuasan konsumen. *Loyalitas* merupakan respon dari rasa puas seseorang yang diinvestasikan melalui sikap dan perilaku mendukung, seperti yang dikemukakan Kotler bahwa kunci mempertahankan pelanggan agar tetap setia adalah kepuasan pelanggan.<sup>12</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, keberadaan dan pentingnya strategi pemasaran sebagai suatu cara untuk teknik, metode rencana menyeluruh untuk memajukan, mengembangkan usaha sekaligus untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, kepuasan,

---

<sup>11</sup> Tahiruddin, Karyawan (Distributor) UD. Fajar Menyingsing, Daramista, Sumenep, tanggal Februari 2019.

<sup>12</sup> Kotler Philip, *manajemen pemasaran*, Edisi Melinium, (Jakarta: Prehalindo, 2002), 19.

dan harapan pelanggan atau konsumen, maka penulis tuangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah dengan mengangkat judul “ **Analisis Strategi Pemasaran Home Industry Tahu di tinjau dari Manajemen Pemasaran Syariah (Studi Kasus UD. Fajar menyingsing di Desa DaramistaKecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep)**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti sebagai berikut :

Bagaimana strategi pemasaran *home industry* tahu UD. Fajar Menyingsing di Desa Daramista ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui strategi pemasaran *home industry* tahu UD. Fajar Menyingsing di Desa Daramista.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian pada nantinya diharapkan dapat memberi manfaat antara lain :

### **1. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran serta informasi bagi semua pihak terutama bagi masyarakat muslim dan juga sebagai evaluasi terhadap strategi pemasaran, sekaligus sebagai acuan dan masukan dalam membuat kebijakan yang akan datang.

### **2. Bagi Akademik**

Diharapkan melalui penelitian ini dapat menambah wawasan teori dan praktek tentang strategi pemasaran *home industry* etika bisnis islam. Bagi pengusaha tahu dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran. Bagi pihak lain

penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber referensi dalam penelitian selanjutnya.

### 3. Bagi karyawan dan Perusahaan

Memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan menambah wawasan bagi karyawan maupun calon karyawan bahwa dengan adanya etika untuk bisa meningkatkan kedisiplinan. Dan manfaat bagi tempat penelitian adalah untuk memberikan sumbangan informasi tentang etika juga mampu meningkatkan kinerja.

## E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan kerangka acuan yang disusun berdasarkan kajian berbagai aspek, baik secara teoritis maupun empiris yang membutuhkan gagasan yang mendasari usulan penelitian.<sup>13</sup> Dalam penelusuran awal, sampai saat ini penulis belum menemukan penelitian atas tulisan yang secara spesifik mengkaji tentang “ Analisis Strategi Pemasaran Pengusaha *Home Industry* Tahu ditinjau dari manajemen pemasaran syariah (Studi Kasus UD. Fajar Menyingsing desa Daramista Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep)”. Peneliti berusaha mencari penelitian yang sudah ada, dan hanya beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian tersebut adalah:

1. Skripsi Afriyanti mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dalam skripsinya, “Strategi Pemasaran Paving Block Perspektif Ekonomi Islam (Pada UD. Surya Tegel Cilongkok)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan penerapan strategi pemasaran dalam konsep Islam dan efektifitas meningkatkan penjualan pada UD. Surya Tegel Cilongkok.<sup>14</sup> Jadi penetapan harga pada UD. Surya Tegel Cilongkok

---

<sup>13</sup> Munawarah, *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*, cet. Ke-2 (Jombang: Intimedia, 2013) hlm. 23.

<sup>14</sup> Afriyanti, Skripsi : “*Strategi Pemasaran Paving Block Perspektif Ekonomi Islam (Pada UD. Surya Tegel Cilongkok)*”, (Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2016).

selaras dengan Basu Swasta perbedaan dalam penelitian ini terletak pada subjek penelitian dan juga penelitian ini rumusan masalah juga berbeda. Persamaan dari penelitian ini adalah memiliki tema penelitian yang sama. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, tema pembahasan, objek dan subjek penelitian.

2. Skripsi Nur Hayati mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, jurusan Ekonomi dan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dalam skripsinya, “Strategi Pemasaran Pedagang Sayuran dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pasar Baruga Kota Kendari”. Penelitian skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana system perdagangan di Pasar Baruga Kota Kendari, bagaimana proses jual beli para pedagang sayuran di Pasar Baruga Kota Kendari, bagaimana strategi pemasaran pedagang sayuran di Pasar Baruga Kota Kendari, dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran yang diterapkan para pedagang sayuran di Pasar Baruga Kota Kendari.<sup>15</sup> Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa para pedagang sayuran di Pasar Baruga Kota Kendari menerapkan beberapa strategi dalam menjalankan aktivitas berdagangnya yaitu 1) strategi dalam penataan sayuran. 2) strategi dalam penentuan jenis sayur yang akan dijual. 3) strategi pengemasan sayuran siap saji. 4) strategi dengan pelayanan prima. 5) strategi terhadap penetapan harga yang fleksibel. dan 6) strategi membangun jaringan dengan pemilik sayuran. Perbedaannya penelitian yang dipaparkan oleh penulis di atas menunjukkan bahwa, penulis memilih tempat penelitian yang berbeda.

Penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu pada UD. Fajar Menyingsing yang ada di desa Daramista Sumenep. Namun, yang menjadi persamaan penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti

---

<sup>15</sup>Nur Hayati, Skripsi : “*Strategi Pemasaran Pedagang Sayuran Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pasar Baruga Kota Kendari*”, (Kendari: Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2016).

tentang strategi pemasaran agar barang atau produk yang ditawarkan diminati oleh konsumen. Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian yang penulis akan teliti berbeda dengan peneliti sebelumnya.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan penelian ini, dan pembahasan akan lebih terperinci, maka penulis membuat sistematika pembahasan sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi landasan teori, sub babnya menjelaskan tentang strategi pemasaran, manajemen pemasaran syariah.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang metode penelitian yang yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari, jenis penelitian sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data, serta uji keabsahan data.

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, pembahasan dan analisa data tentang hasil penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam Bab Pendahuluan. Dimana lebih spesifik dalam bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian, dimana hasil penelian ini adalah yang terpenting dalam penulisan skripsi.

### **BAB V: PENUTUP**

Dalam bab ini membahas kesimpulan dan saran. Merupakan sebuah pernyataan singkat yang diambil dari peneliti dari analisis dan pembahasan penelitian. Tidak hanya itu, penulis juga akan mencoba memberikan saran yang yang dapat dimanfaatkan oleh pihak pembaca, pengguna dan pen