

**ANALISIS DAMPAK PERSAINGAN DAN STRATEGI PEMASARAN
PADA INDUSTRI RUMAHAN TEMPE
(Studi Industri Rumahan Tempe Samudra dan Tempe Asli HB di
Kota Palu)**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

Oleh :

YUNISSA
Nim : 20.5.12.0070

**PRODI EKONOMI SYARIAH (ESY)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penulis yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Analisis Dampak Persaingan Dan Strategi Pemasaran Pada Industri Rumahan Tempe (Studi Industri Rumahan Tempe Samudera dan Tempe Asli HB di Kota Palu)**” Benar adalah hasil karya penulis sendiri, jika di kemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, _____ 2024 M
1445 H

Panulis

Yunissa
Nim. 20.5.12.0070

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang Berjudul “**Analisis Dampak Persaingan Dan Straegi Pemasaran Pada Industri Rumahan Tempe (Studi Kasus Industri Rumahan Tempe Samudera dan Tempe Asli HB)**” oleh Yunissa, NIM 20.5.12.0070, mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi proposal yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa proposal tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat diajukan untuk diujikan.

Palu, _____ 2024 M
1445 H

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Sitti Aisya, S.E.I., M.E.I.
NIP:197910242011012007

Rabaniyah Istiqamah, S.Pd., M.Pd
NIP.199111282023212042

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Yunissa NIM: 20.5.12.0070 dengan judul “Analisis Dampak Persaingan Dan Strategi Pemasaran Pada Industri Rumahan Tempe (Studi Kasus Industri Rumahan Tempe Samudera dan Tempe Asli HB)” yang telah diujikan di hadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu pada tanggal 05 Maret 2024. Dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 2024 M

1445 H

DEWAN PENGUJI

| Jabatan | Nama | Tanda Tangan |
|------------------|---------------------------------|--------------|
| Ketua | | |
| Penguji Utama I | | |
| Penguji Utama II | | |
| Pembimbing I | Dr. Sitti Aisya, S.E.I., M.E.I. | |
| Pembimbing II | Rabaniyah Istiqamah, S.Pd.,M.Pd | |

Mengetahui

| Dekan | Ketua Jurusan |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam | Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam |

Dr. Sagir M. Amin, M.Pd.i
NIP. 19650612 199203 1 004

Nursyamsu S.H.I.,M.S.I
NIP.19860507 201503 1 002

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt. Karena berkat Rahmat dan karunia Nya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, keluarganya, para sahabatnya, dan umatnya hingga akhir zaman Amin

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan judul penelitian berjudul **“ANALISIS DAMPAK PERSAINGAN DAN STRATEGI PEMASARAN PADA IDUSTRI RUMAHAN TEMPE (STUDI KASUS INDUSTRI RUMAHAN TEMPE SAMUDERA DAN TEMPE ASLI HB)**

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua saya yaitu Bapak Muchlis Tantu dan Ibu Hapsa Husa yang telah dengan ikhlas mendoakan, memberikan motivasi, dan mendidik penulis dalam kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar, sampai saat ini. Semoga Allah membalas kebaikan dan melimpahkan rahmat-Nya atas semua ketulusan yang telah diberikan kepada penulis. Aamiinn Allahumma Aamiinn.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan dukungan serta bantuan apa pun itu yang sangat besar nilainya bagi penulis. Oleh Karena itu dalam kesempatan ini dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Lukman S Thahir, M.Ag. selaku rektor universitas Islam negeri (UIN) datokarama palu. Bapak Dr. Hamka, S.Ag., M.Ag Selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Bapak Dr. Hamlan, M.Ag. selaku Wakil Rektor II Bidang

Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Faisal Attamimi, S.Ag, M.Fil. selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama beserta jajarannya, yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.

2. Bapak Dr. Sagir M. Amin M.Pd.i, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Dr. Syakir Sofyan, S.EI, M.EI. selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Kelembagaan dan Kerjasama, Ibu Dr. Sitti Aisyah, S.EI., M.EI, selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Malkan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
3. Bapak Nur Syamsu, S.HI., M.SI, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, serta Sekertaris Jurusan Ibu Dewi Salmita, S.Ak., M.Ak yang telah banyak mengorbankan waktu dan pikiran dalam mengarahkan dan memudahkan perencanaan awal hingga akhir penulisan pada skripsi ini.
4. Ibu Dr. Sitti Aisyah, S.E.I., M.E.I Selaku dosen pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan, saran, masukan dalam penulisan proposal skripsi ini, serta Ibu Rabaniyah Istiqamah, S.Pd., M.Pd Selaku Dosen Pembimbing II, yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan, Saran, dan Masukannya.
5. Bapak/ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, universitas islam negeri (UIN) palu. universitas islam negeri (UIN) palu, yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.
6. Seluruh staf akademik dan umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
7. Kepada perpustakaan dan stafnya yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama penyusun mencari materi referensi sebagai bahan skripsi hingga penulisan skripsi ini selesai.

8. Bapak Fauzan arif (Pemilik Pabrik Tempe samudera), kepada bapak Rudhian Arifin (Pemilik pabrik tempe HB) dan kepada responden yang telah turut memberikan waktu dan informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman kos saya zahra,Dwi eka ciclia,hamrah yang telah menjadi suport system dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kepada genk ku era fazhira, umi aulia, lisa asriani, thitin haryani yang sudah menjadi teman dekat saya selama duduk di bangku kuliah.
11. Dan semua teman-teman dan sahabatku di ESY 2 angkatan 2020 yang memberikan motivasi dan dorongan dalam membantu penulis menyelesaikan penelitian ini, penulis ucapkan beribu-ribu terimakasih.
12. Juga kepada teman-teman maupun kakak-kakak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.

Palu, _____ 2024 M
1445 H

Penulis

Yunissa
Nim. 20.5.12.0070

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| PENGESAHAN SKRIPSI..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xxi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 4 |
| C. Tujuan dan manfaat penelitian | 4 |
| D. Penegasan Istilah..... | 5 |
| E. Garis-garis Besar Isi | 5 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTKA..... | 7 |
| A. Penelitian Terdahulu | 7 |
| B. Kajian Teori..... | 9 |
| 1. Persaingan Usaha | 9 |
| 2. Strategi Pemasaran | 13 |
| 3. Industri Rumahan | 14 |
| C. Kerangka Pemikiran | 16 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 17 |
| A. Jenis Penelitian..... | 17 |
| B. Lokasi Penelitian..... | 18 |
| C. Kehadiran Peneliti..... | 18 |
| D. Data dan Sumber Data | 19 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 20 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 21 |
| G. Pengecekan Keabsahan Data..... | 23 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 25 |
| A. Gambaran Umum Industri Tempe Samudradan Tempe Asli HB Di kota palu | 25 |
| B. Dampak Persaingan yang di Hadapi Industri Rumahan Tempe Samudera dan Tempe Asli HB di Kota Palu..... | 31 |
| C. Strategi Pemasaran Pada Industri Rumahan Tempe Samudera di Kota Palu..... | 33 |
| D. Peningkatan Pendapatan pada Industri Rumahan Tempe Samudera dam Tempe Asli HB Kota Palu..... | 35 |
| BAB V PENUTUP..... | 36 |
| A. Kesimpulan | 36 |
| B. Saran..... | 36 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------------------------|----|
| 2.1 kerangka pemikiran..... | 16 |
| 4.1 Struktur organisasi industri tempe samudra..... | 28 |
| 4.2 Struktur organisasi industri tempe HB..... | 30 |
| 4.3 Proses pembuatan tempe samudra | 36 |
| 4.4 Proses pembuatan tempe HB | 37 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu | 7 |
| 4.1 Tabel Peralatan pada industri Tempe Samudra..... | 34 |
| 4.2 Tabel Peralatan pada industri Tempe HB | 35 |
| 4.3 Tabel Rincian Biaya Produksi Tempe Samudra Perhari..... | 38 |
| 4.4 Tabel Rincian Biaya Produksi Tempe HB Perhari | 39 |

DAFTAR LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : lembar Pengajuan Judul

Lampiran 2 : Surat Keputusan Pembimbing

Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 4 : Surat Telah Menyelesaikan Penelitian

Lampiran 5 : Daftar Informan

Lampiran 6 :Foto copy Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 7 : Dokumentasi

Lampiran 8 : Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama Penulis : Yunissa
Nim : 205120070
Judul Skripsi : **Analisis Dampak Persaingan Dan Strategi Pemasaran Pada Industri Rumahan Tempe (Studi Kasus Industri Rumahan Tempe Samudera dan Tempe Asli HB).**

Penelitian ini berfokus pada dampak persaingan dan strategi pemasaran pada industri rumahan tempe samudera dan tempe asli HB kota palu. Yang menjadi rumusan masalah dalam skripsi ini yaitu : 1. Bagaimana dampak persaingan yang dihadapi industri rumahan tempe samudera dan tempe asli HB di kota palu. 2. Bagaimana strategi pemasaran pada industri rumahan tempe samudera dan tempe asli HB di kota palu.

Jenis penelitian ini adalah Kualitatif. Adapun tekni pengumpulan data yang digunakan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan data yang telah diperoleh lalu diolah dengan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Adapun informannya yaitu : 1. Pemilik Industri tempe Samudera dan tempe Asli HB kota palu, 2. Karyawan Tempe Samudera dan tempe Asli HB kota palu, 3. Konsumen tempe Samudera dan Tempe Asli HB kota palu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak persaingan yang dihadapi industri rumahan tempe samudera dan tempe asli HB yaitu melalui dampak persaingan sehat dan tidak sehat, dimana industri tempe samudera dan tempe asli HB dalam menghadapi persaingan sehat yaitu dengan menjamin tersediannya kualitas barang terbaik seperti kualitas rasa maupun tekstur, agar bisa menarik konsumen. Sedangkan dampak persaingan sehat yang di hadapi oleh industri tempe samudera dan tempe asli HB yaitu sering memicu perang harga yang tidak bisa realitis.

Menurut strategi pemasaran pada industri rumahan tempe samudera dan tempe asli HB yaitu menggunakan 4P (Produk, Harga, Lokasi dan Promosi). Adapun saran dari penulis untuk industri tempe samudera dan tempe asli HB agar tetap fokus untuk menjalankan usahanya meski banyak pesaing yang sejenis.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia pemasaran yang semakin maju saat ini, banyak usaha kecil dan menengah yang bangkit sehingga memicu persaingan pemasaran yang sangat ketat. Akibat persaingan dengan usaha menengah ke atas, tidak jarang juga usaha kecil yang gulung tikar karena kurangnya pengelola perusahaan memilih strategi pemasaran yang tepat. Hal ini tidak akan terjadi jika penyusunan manajemen dan strategi pemasaran dilakukan secara efektif.¹

Dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis, tentunya membutuhkan kemampuan untuk menarik minat pembeli dalam keberlangsungan proses jual beli yang dilakukan. Karena, tanpa adanya produsen atau pembeli, maka usaha yang dilakukan akan sia-sia. Membuat usaha atau berbisnis adalah salah satu bentuk untuk meningkatkan kualitas diri dalam proses jual beli. Seperti mengasah mental dalam berdagang dan vokal dalam berkomunikasi dengan para pembeli atau produsen. Salah satu tempat yang paling strategis dan banyak dihuni oleh para pedagang adalah pasar. Pasar merupakan tempat berkumpulnya para pelaku usaha yang melakukan proses jual beli barang dan jasa. Pasar juga merupakan suatu institusi yang pada umumnya tidak berwujud secara fisik dan mempertemukan penjual dan pembeli suatu barang.

Persaingan di kalangan pelaku ekonomi tentunya akan semakin tinggi, sedangkan dalam pemasaran persaingannya juga akan semakin ketat. Dengan persaingan yang sangat tinggi dan amat ketat perusahaan mengharuskan agar lebih memperhatikan salah satu hal yang sangat penting dalam suatu manajemen

¹Nihayatun Khamidah, "Strategi Pemasaran UD Karial Khusaini Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Dalam Aspek Nilai Kepuasan Konsumen", (Jurusan Ekonomi Syariah)

perusahaan yaitu pemasaran atau marketing.² Menurut Wilian J. Stanton pemasaran merupakan seluruh sistem dari kegiatan bisnis untuk merencanakan, mempromosikan produk, menetapkan harga dan mendistribusikan produk yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.³

Tempe kini sudah sangat di kenal oleh masyarakat luas, terutama masyarakat tradisional. Umumnya tempe di palu menjadi makanan yang sangat digemari, hampir dari semua makanan menggunakan tempe misalnya ayam penyet, lalapan dan soto. Keadaan ini terjadi selain karena minat masyarakat terhadap tempe sangat tinggi juga disebabkan oleh kepadatan masyarakat perkapita yang masih kecil untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga sehari-hari, sehingga tempe dapat menjadi makanan lauk pengganti daging atau ikan.

Usaha industri tempe yang berkembang dimasyarakat tergolong industri rumah tangga dan industri kecil. Permasalahan pokok yang saat ini menghambat perkembangan industri kecil adalah faktor pertama pengaruh modal kerja yang minim, faktor kedua kenaikan harga bahan baku yang digunakan, dan faktor ketiga pemasaran tempe dari produsen ke konsumen. Pada industri kecil ini tentu saja masih merupakan masalah, karena kurangnya informasi pasar terkait dengan pola permintaan konsumen.⁴

Salah satu yang sering digunakan strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*), bauran pemasaran ini merupakan suatu kegiatan di pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Hal ini berarti bahwa kegiatan ini

²Mansur Chadi Mursid, "Penting Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital", *Jurnal Logistik Bisnis* 11, No.2(2021);72

³Rifqi Suprato dan Zaky Wahyudin Aziz, *Buku Ajar Manajemen pemasaran*, (Ponorogo: Myria Publisher, 2020), 1.

⁴Muhammad Nazarul Yanis, dkk, "Analisis Strategi Pemasaran Tempe Kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) di Desa Sei Mencirim Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang", *Jurnal Agrica*. Vol.11, No.2(2018);94

dilakukan secara bersamaan antara elemen-elemen yang ada dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), itu sendiri-sendiri tanpa adanya dukungan dari elemen lain. Adapun elemen-elemen yang ada dalam bauran pemasaran (*marketing mix*)

terdiri atas produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), sehingga setiap elemen membutuhkan suatu strategi tersendiri. Namun tetap elemen tersebut akan terkait dengan strategi pada elemen lainnya, seperti : strategi produk, strategi harga, strategi lokasi, dan strategi promosi.⁵

Salah satu jenis usaha rumahan yang sangat membutuhkan pemasaran dan strategi pemasaran yang tepat adalah usaha industri tempe samudera. Industri yang ada merupakan salah satu industri berbasis rumah tangga yang memiliki potensi cukup bagus untuk dikembangkan, karena tempe merupakan salah satu komoditas yang sangat potensial dan familiar di masyarakat sehingga pengembangan usaha ini sangat prospek untuk dijalankan, karena langsung dapat memberikan dampak positif terhadap pelaku usaha karena pasar masih sangat terbuka lebar.

Usaha pabrik Tempe Samudera ini berdiri sejak tahun 2007 di jalan samudera 2, bapak Fauzan Arif mengatakan dia mengelola usahanya ini masih sendiri dengan modal 200ribu. Harga dari pabrik bermacam-macam jenisnya mulai dari harga 1000,2000,4000,8000, dan 12.000. Saat covid-19 kemarin harga tempe perproduk tidak berubah, karena harga kedelai yang semakin hari semakin naik, jadi makin kesini pendapat pengusaha pabrik makin menipis. Tempe yang di produksi setiap harinya 200kg kedelai jika dikakulasikan dalam sebulan bisa mencapai 6000kg kedelai yang terpakai. Fauzan Arif memasarkan produknya dengan sistem grosir, seperti pagi di antar siang di ambil uangnya.

⁵Harjoni, "Strategi Bauran Pemasaran Industri Tempe Di Kota Palu Lhokseumawe Dalam Perspektif Ekonomi Syariah", Jurnal At-Tijarah. Vol. 1, No.2(2019):93

Berdasarkan hasil dengan Fauzan Arif selaku pemilik usaha tempe mengatakan permasalahan yang sering di hadapi dalam pengelolaan produk maupun pemasaran yaitu harga kedelai yang sangat mahal, sehingga mereka sampai bingung mau memberi harga berapa perproduk agar konsumen tetap bekerjasama dengan usaha pabrik tempe itu tersebut.⁶ Permasalahan yang di hadapi dalam pemasaran yaitu, konsumen yang sudah mengambil produk tersebut tapi belum mau membayarnya walaupun produk tersebut sudah habis.

Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B) merupakan satu-satunya tempe di kota Palu yang mencantumkan komposisi, masa penggunaan dan juga media sosial pada label tempenya. Industri ini didirikan pada tahun 2016 oleh bapak Rudhian Arifin. Produk yang dihasilkan oleh industri ini adalah tempe segar yang higienis, diolah dengan proses yang modern yang menghasilkan tempe berkualitas, putih bersih tanpa kulit dan bentuk tempe yang di produksi pun bervariasi. Industri tempe HB selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan didalam maupun diluar kota Palu. Seperti pada usaha yang lain tempe HB juga menghadapi persaingan usaha yang ketat khususnya di wilayah Palu Barat. Banyaknya usaha sejenis di sekitar wilayah usaha contohnya, kenyataan tersebut menjadi hal penting bagi pengusaha untuk menerapkan suatu strategi secara tepat sehingga hasil aktivitas usaha sesuai dengan target yang telah ditetapkan.⁷

Dalam menjalankan usahanya, industri tempe HB menerapkan strategi bersaing yang baik sehingga dapat bersaing dengan industri tempe lain, yang membuat jumlah konsumen terus meningkat dan pendapatan pada industri ini pun

⁶Observasi (Pra Penelitian), dengan wawancara Fauzan Arif, Pemilik Usaha Tempe, Palu, 12 Januari 2024.

⁷ Observasi (Penelitian), dengan wawancara Rudhian Arifin, Pemilik Usaha Tempe Asli HB, Palu 26 Agustus 2024

ikut meningkat. Terjadinya peningkatan jumlah konsumen membuktikan bahwa industri tempe HB mampu menghadapi persaingan dengan industri atau usaha tempe yang lain.

Dengan demikian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Dampak Persaingan dan Strategi Pemasaran Pada Industri Rumahan Tempe (Studi Industri Rumahan Tempe Samudradan Tempe Asli HB di Kota Palu)”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana dampak persaingan yang dihadapi industri rumahan tempe samudra dan Tempe Asli HB di kota Palu?
2. Bagaimana strategi pemasaran pada indutri rumahan tempe samudra dan Tempe Asli HB di kota Palu?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Sesuai rumusan masalah yang dikaji, maka tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dampak persaingan yang di hadapi usaha pabrik tempe samudra dan Tempe Asli HB Kota Palu.
2. Untuk mmengetahui strategi pemasarannya agar tidak terjadi persaingan.

Manfaat yang peneliti harapkan dari penelitian ini adalah agar dapat bermanfaat bagi semua pihak, diantaranya

1. Bagi peneliti sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi dalam Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Datokarama Palu.
2. Untuk mahasiswa, sebagai bahan referensi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian tentang analisis dampak persaingan dan strategi pemasaran pada industri rumahan tempe di kemudian hari.

D. Penegasan Istilah

Penegasan istilah bertujuan untuk menegaskan istilah yang dapat menimbulkan interpretasi yang berbeda penulis dan pembaca, sehingga dianggap urgen dikemukakan sebagaimana berikut:

1. Persaingan

Persaingan selalu diartikan sebagai Tindakan individual yang mementingkan diri sendiri. Sehingga, Seseorang yang bersaing dapat menghalalkan segala cara untuk untuk memakmurkan atau memuaskan dirinya. Cara yang ditempuh diantaranya adalah cenderung melakukan Tindakan unruk mematikan persaingannya dengan tindakan yang tidak layak, menipu konsumen, mematikan usaha kecil.⁸

2. Strategi pemasaran

Strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan pemasaran proses atau cara memasarkan suatu barang dagangan. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh.⁹

E. Garis-garis Besar Isi

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan terdiri dari (3) bab. Masing-masing uraian secara garis besar dapat di jelaskan sebagai berikut.

Bab I Menjelaskan mengenai latar belakang proposal, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan penegasan istilah yang diuraikan singkat menjadi pembahasan.

⁸Ayudha D. Prayoga, *Persaingan Usaha Dan Hukum Yang Mengaturnya Di Indonesia*, (Jakarta: Proyek ELIPS, 2000), 53

⁹Dimas Hendika Wibowo "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing," *Administrasi Bisnis*, no.1 (2015): 59.

Bab II Menjelaskan kajian pustaka dengan diawali penelitian-penelitian sebelumnya. Kemudian menjelaskan kajian teori yang berkaitan dengan judul dan rumusan masalah penulis.

Bab III Menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan yaitu: dengan mendeskripsikan hasil penelitian dan dapat mengetahui teknik pengumpulan data yang digunakan, lokasi, sumber data, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan agar peneliti mudah untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat sesuai dengan apa yang diharapkan berdasarkan metode penelitian yang telah ditentukan.

Bab IV Menjelaskan gambaran umum industri tempe asli HB kota Palu, strategi bersaing industri tempe asli HB dalam meningkatkan pendapatan dan perspektif etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing industri tempe asli HB kota Palu dalam meningkatkan pendapatan.

Bab V Menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari penulis untuk pembaca dan untuk pemilik usaha.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu dan mempunyai kaitan dengan penelitian yang dilakukan. Beberapa penelitian hampir sama serupa sebelumnya pernah dilakukan untuk menilai kepuasan pada kinerja perbankan yang dipengaruhi faktor-faktor eksternal. Penelitian-penelitian yang digunakan oleh peneliti sebagai referensi telah dirangkum sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

| NO | Keterangan Penelitian Terdahulu |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | <p>Nama : Dwi Aprianti¹⁰</p> <p>Judul : Analisis Dampak Persaingan Terhadap Pendapatan Pedagang Pada Usaha Perabotan Rumah Tangga Di Pasar Gerung Lombok Barat.</p> <p>Hasil Penelitian : Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan usaha di pasar Gerung terdapat lima aspek yaitu produk, harga, tempat, pelayanan dan purna jual. Adanya persaingan antar pedagang memberikan motivasi diri sekaligus faktor penggali dan pengembang potensi diri dalam menghadapi bentuk-bentuk kompetisi, Sehingga dalam bersaing antar pedagang tidak semata-mata diarahkan untuk mendapatkan kemenangan dan tidak saling menjatuhkan.</p> <p>Persamaan : Persamaan pada penelitian tersebut dengan yang dilakukan penelitian terletak pada subjek yang diteliti yakni sama-sama membahas tentang (Dampak persaingan pada suatu usaha)</p> <p>Perbedaan : Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aprianti berfokus</p> |

¹⁰Dwi Aprianti, "Analisis Dampak Persaingan Terhadap Pendapatan Pedagang Perabotan Rumah Tangga Di Pasar Gerung Lombok Barat" (Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Datokarama Palu), 2021

| | |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>pada Analisis dampak persaingan terhadap pendapatan pedagang pada usaha perabotan rumah tangga di pasar gerung lombok. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis sekarang lebih berfokus pada analisis dampak persaingan dan strategi pemasaran pada industri rumahan tempe (studi industri rumahan tempe samudera di kota palu). Perbedaan lokasi penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian sebelumnya megambil lokasi penelitian di lombok barat sedangkan yang akan diteliti oleh penulis bertempat di kota palu jalan samudera.</p> |
| 2 | <p>Nama : Khozinatul Asror¹¹</p> <p>Judul : Analisis Strategi Persaingan Usaha Pada UD. Berkah Anugrah Dalam Meningkatkan Pendapatan</p> <p>Hasil Penelitian : Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UD. Berkah Anugrah Bangunsari Ponorogo telah menerapkan strategi dalam menghadapi persaingan usaha yang bertujuan untuk memenangkan persaingan usaha sehingga berdampak baik bagi UD. Berkah Anugrah. Dari strategi tersebut diterapkan dengan baik oleh UD.</p> <p>Persamaan : Persamaan pada penelitian tersebut dengan yang di lakukan penelitian terletak pada subjek yang di teliti yakni sama-sama membahas tentang (Strategi Persaingan Pada Suatu Usaha)</p> <p>Perbedaan : Penelitian yang dilakukan oleh khozinatul asror berfokus pada analisis strategi persaingan usaha pada UD berkah anugrah dalam meningkatkan pendapatan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis sekarang lebih berfokus pada analisis dampak persaingan dan strategi pemasaran pada industri rumahan tempe (studi industri rumahan tempe samudera di kota palu). Perbedaan lokasi penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian sebelumnya megambil lokasi penelitian di ponorogo sedangkan yang akan diteliti oleh penulis bertempat di kota palu jalan samudera.</p> |
| 3 | <p>Nama : Euis Puspita Dewi¹²</p> <p>Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha.(Studi Pada Toko ABC Jenangan Ponorogo)</p> <p>Hasil Penelitian : Hasil penelitian ini adalah strategi pemasaran yang</p> |

¹¹Khozinatul Asror,” Analisis Strategi Persaingan Usaha Pada UD. Berkah Anugrah Dalam Meningkatkan Pendapatan”.(Jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negeri ponorogo).2022

¹²Euis Puspita Dewi, “ Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Pada Toko ABC Jenangan Ponorogo)”. (Jurusan Ekonomi Syari’ah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). 2021

| | |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>dilakukan Toko ABC Jenangan Ponorogo yaitu Strategi produk yang di terapkan Toko ABC Jenangan Ponorogo dengan melengkapi produk yang dijual dengan menyesuaikan kebutuhan pembeli, menjaga persediaan barang, menjaga kualitas barang, menjaga timbangan yang sesuai ukuran dan melakukan kerjasama dengan Toko Tbk.</p> <p>Persamaan : Persamaan pada penelitian tersebut dengan yang dilakukan penelitian terletak pada subjek yang diteliti yakni sama-sama membahas tentang (strategi pemasaran)</p> <p>Perbedaan : Penelitian yang dilakukan oleh euis puspits dewi berfokus pada Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha.(Studi Pada Toko ABC Jenangan Ponorogo). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis sekarang lebih berfokus pada analisis dampak persaingan dan strategi pemasaran pada industri rumahan tempe (studi industri rumahan tempe samudera di kota palu). Perbedaan lokasi penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian sebelumnya megambil lokasi penelitian di ponorogo sedangkan yang akan diteliti oleh penulis bertempat di kota palu jalan samudera.</p> |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

B. Kajian Teori

Untuk melengkapi suatu penelitian perlunya disusun suatu kerangka teori, agar dapat mendukung konsep penelitian dan sebagai penejelasan konsep tersebut. Untuk itu peneliti memberikan definisi mengenai istilah-istilah yang berkaitan dengan penulis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Persaingan Usaha

Persaingan adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan bisnis adalah persetujuan antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dan kualitas barang atau jasa yang baik pula.¹³

Jenis-jenis persaingan terbagi menjadi 2 :

¹³Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007),

a. Persaingan Sehat

Persaingan Sehat adalah persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisni. Persaingan sehat juga membuka peluang pasar yang seluas-luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu.¹⁴

b. Persaingan Tidak sehat

Persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau fair, dimana terjadi perubahan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada menghalakan segala cara untuk menjatuhkan lawan, sehingga salah satu terhindar dari pasar dan salah satunya menjual barang dibawa harga yang berlaku di pasar.¹⁵

Persaingan sering dikonotasikan negatif karena di anggap mementingkan kepentingan sendiri. Walaupun pada kenyataannya seorang manusia, apakah pada kapasitasnya sebagai individual maupun anggota suatu organisasi, secara ekonomi tetap akan berusaha mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Alfred Marshal, seorang ekonomi terkemuka sampai mengusulkan agar istilah persaingan digantikan dengan istilah "*economic freedom*" (kebebasan ekonomi) dalam menggambarkan atau mendukung tujuan positif dari proses persaingan. Oleh sebab itu pengertian kompetisi atau persaingan usaha dalam pengertian yang positif dan independent sebagai jawaban terhadap upaya dalam segi keuntungan untuk menarik pembeli agar mencapai untung.¹⁶

¹⁴Suhasril Dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Indonesia*, Cetakan Pertama (Bogor: Ghalia Indonesia 2010), 42

¹⁵*Ibid.*, 276

¹⁶Ningrum Natasya Sirait, *Hukum Persaingan di Indonesia*, (Medan Pustaka Bangsa 2004),1

Dalam Al-Qur'an juga dijelaskan tentang persaingan, terdapat pada Q.S.

Al-Baqarah/2 : 148

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Terjemahnya :

Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat) sesungguhnya Allah maha kuasa atas segala sesuatu. (Q.S Al-Baqarah : 148)

Berdasarkan penjelasan diatas dengan jelas bahwa sebagai pengusaha untuk bersegera dan bergegas dalam melakukan kebaikan mendorong manusia untuk saling bersaing dan berlomba-lomba dalam melakukan kebaikan. Persaingan juga merupakan kenyataan hidup dalam dunia bisnis, sifat, bentuk, dan intensita persaingan yang terjadi dan cara yang ditempuh oleh para pengambil Keputusan stretejik untuk menghadapi para Tingkat yang dominan mempengaruhi Tingkat keuntungan suatu Perusahaan.¹⁷

Persaingan adalah usaha dari dua pihak atau lebih Perusahaan yang masing-masing berlomba memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini terdiri dari beberapa bentuk termasuk pemotongan harga, iklan, dan promosi penjualan, variasi, kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar.¹⁸

Strategi adalah suatu rencana aksi yang menyelaraskan sumber-sumber dan komitmen organisasi untuk mencapai kinerja unggul. Keunggulan bersaing/kompetitif adalah suatu manfaat yang ada Ketika suatu Perusahaan

¹⁷Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), 83-84

¹⁸B. N. Marbun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003). 276

mempunyai dan menghasilkan suatu produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para competitor terdekat.¹⁹

Diferensiasi juga ditujukan untuk pasar yang luas dan melibatkan penciptaan produk atau jasa yang dianggap memiliki keunikan disuatu industry. Perusahaan dapat membebankan harga ekstra (premium) bagi produknya dari keunikan tersebut. Tetapi di sisi lain, loyalitas merek bagi sekelompok konsumen akan membuat konsumen tidak mau beralih ke produk atau Perusahaan lain. Perusahaan juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya misalnya; persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, dan pelayanan yang lebih baik.²⁰

Posisi-posisi dalam persaingan:

a. Pemimpin pasar

Pemimpin pasar yaitu pemasar yang mempunyai konsumen paling banyak di pasar . para pemimpin pasar akan mudah mendapatkan kepercayaan pada konsumen saat akan meluncurkan produk.

b. Pesaing pasar

Pesaing pasar yaitu pesaing yang menjadi lawan utama pemimpin pasar. Para pesaing pasar akan berusaha melakukan hal lebih atas apa yang telah dilakukan pemimpin pasar. Para pesaing tidak ingin kalah tanding dengan pemimpin pasar meskipun kalah dalam jumlah konsumen.

c. Pengikut Pasar

¹⁹ Leonardur Saiman, *Kewirausahaan Teori, Praktik dan Kasus-kasus* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 124

²⁰ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategic Untuk Menghadapi Abad 21* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 6.

Pengikut pasar yaitu perusahaan pengikut yang sasaran utamanya dari perusahaan penantang. Pengikut pasar tidak terang-terangan akan mengalami kekalahan.

d. Relung Pasar

Relung pasar yaitu perusahaan yang melakukan produksi barang atau jasa yang memiliki pesaing dan pengikut tetapi juga memiliki pasar yang tidak diperhitungkan dalam pasar. Para relung pasar diibaratkan pemasar yang tidak memiliki konsumen. Para relung pasar mendapatkan pasar sedikit demi sedikit dan pasar mereka tidak berasal dari konsumen pemimpin pasar.

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah proses perencanaan, pemikiran dan pelaksanaan konsepsi, *pricing*, promosi serta pendistribusian barang atau jasa dalam menciptakan pertukaran untuk mencapai tujuan atau sasaran perusahaan. Strategi berasal dari bahasa Yunani terdiri dari dua kata, yaitu "*startos dan ageia*". *Stratos* artinya militer, dan *ageia* artinya memimpin untuk mencapai tujuan. Dengan kata lain, sebagai siasat perang dalam bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan.²¹

Menurut Kotler dan Armstrong strategi pemasaran merupakan suatu proses untuk mendapatkan nilai di mata pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan.²² Strategi pemasaran Kotler tersebut dikenal dengan istilah 4P yakni *place, promotion, product, dan price*.

²¹R.A. Nur Qomariyah. "*Strategi Pemasaran Industri Kecil Kerajinan Kasur Lihab Arafah Palembang*", *Skripsi*, (Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah, 2014), 18. tidak diterbitkan

²²Kuntjoroadi, et al. "Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial". *BISNIS DAN BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 16, no 1.

a. Tempat (*Place*)

Tempat merupakan semua kegiatan yang dilakukan Perusahaan dengan tujuan membuat produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dapat dengan mudah diperoleh pada waktu dan tempat yang tepat.²³

b. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan suatu upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk barang atau jasa kepada konsumen.²⁴ Promosi merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk menarik konsumen dengan cara komunikasi. Promosi menurut basu swastha dan irawan yaitu arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang kepada tindakan dengan menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu pemasaran.²⁵

c. Produk (*Product*)

Produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama pabrik, dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.²⁶

d. Harga (*Price*)

Perencanaan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku atau tidaknya produk dan jasa suatu produk.²⁷

²³Suliyanto “Studi Kelayakan Bisnis “ (Yogyakarta, 2011) 91

²⁴Ibid., 168.

²⁵Tri Weda Raharjo dan Herukmi Septa Rinawati, *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019), 91

²⁶Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*, edisi revisi (Cet XII; Bandung ; Alfabeta 2016), 140.

²⁷Ibid, 152

3. Industri Rumahan

Menurut Muliawan *Home Indusy* adalah perusahaan dalam skala kecil, biasanya perusahaan ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga kerja yang diserap tentu lebih sedikit daripada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya.²⁸

Home berarti rumah, tempat tinggal, ataupun kampung halaman. Sedangkan industri dapat di artikan sebagai kerajinan, usaha produk barang ataupun perusahaan. *Home industry* adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini di pusatkan di rumah. *Home industry* dapat juga diartikan industri rumah tangga karena termasuk dalam kategori usaha kecil yang di kelola keluarga.²⁹

Dampak dari adanya indsuti rumahan bagi ekonomi, sosial dan kesejahteraan Masyarakat/keluarga adalah jika dari segi ekonomi bisah menghasilkan pendapatan tambahan dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang sekitar. Jika dilihat dari sisi sosial lebih ke pengembangan keterampilan misalnya Terlibat dalam produksi tempe dapat membantu masyarakat mengembangkan keterampilan produksi dan manajemen usaha, yang dapat berguna untuk kegiatan ekonomi lainnya. Dari segi kesejahteraan Masyarakat/keluarga dia lebih ke keamanan pangan misalnya Dengan

²⁸Muchsin Riadi, *Home Industri (Fungsi Manfaat, Jenis Usaha, Keunggulan dan kelemahan)*, dikutip dari <https://www.kajianpustaka.com/2019/11/home-industri-fungsi-manfaat-jenis-keunggula-dan-kelemahan.html?m=1> , pada hari rabu, tanggal 26 Agustus 2020, Pukul 19.21 WIB

²⁹Abdul Aziz dkk, *Mekanisme Pasar Produk Usaha Kreatif Home Industri di Desa Bodelor Dalam Teori Ibn Khaldan*, Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam, Vo.2 No.2 (Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon: 207

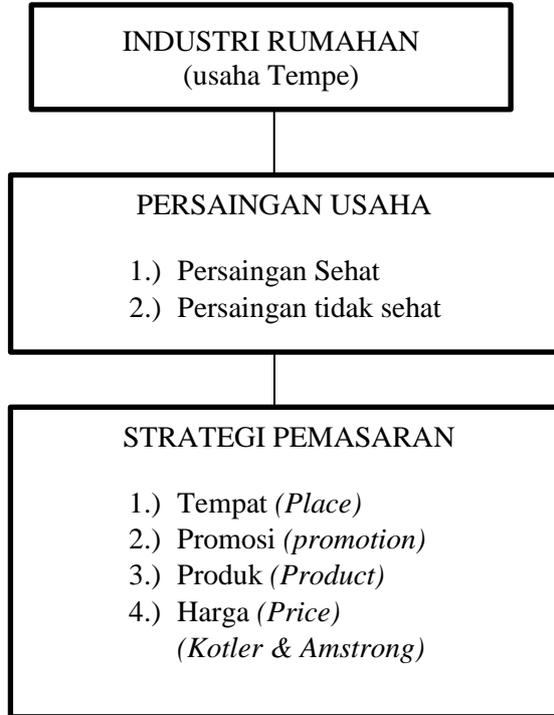
memproduksi tempe secara mandiri, masyarakat dapat memiliki kontrol lebih besar terhadap kualitas dan keamanan pangan yang mereka konsumsi.

Dalam industri rumahan tempe pasti ada yang namanya faktor pendukung dan faktor hambatan. Dalam faktor pendukung misal tingginya permintaan pasar untuk produk tempe itu akan dapat menjadikan faktor positif bagi setiap Perusahaan, karena semakin tinggi permintaan pasar makan akan semakin maju suatu Perusahaan tersebut. Dilihat dari faktor hambatan tentu saja setiap perusahaan pasti ada yang namanya hambatan misalnya persaingan dengan industry besar, ini akan menjadikan penjualan pada setiap Perusahaan akan menurun.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah alur pemikiran peneliti yang memeberikan gambaran tentang isi penelitian secara keseluruhan dan memuat proses maupun langkah-langkah dengan berbagai unsur maupun variabel sehingga penelitian lebih terarah. Untuk lebih jelas peneliti memaparkan kerangka pemikiran dalam suatu gambar dapat di lihat pada halaman berikutnya.

Bagan 2.2
Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang Penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu Penulis berada langsung di lapangan atau lokasi penelitian berusaha untuk mencari dan mendapatkan data-data mengenai objek kajian penelitian dan kemudian berusaha menjawab rumusan masalah penelitian berdasarkan data-data yang diperoleh, dengan cara mendeskripsikannya dalam bentuk narasi. “Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang diupayakan untuk mengamati permasalahan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan sifat objek tertentu”.³⁰ Metode yang digunakan untuk analisa merupakan metode kualitatif.

Terkait dengan penelitian kualitatif, Imron Arifin mengemukakan bahwa “penelitian kualitatif bersifat fleksibel, terbuka dan dapat dikondisikan berdasarkan lapangan penelitian”.³¹

Adapun alasan Penulis menggunakan penelitian kualitatif, karena lebih mudah mengadakan penyesuaian apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara Peneliti dan responden, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi sehingga Penulis berkeyakinan bahwa jenis penelitian yang Penulis gunakan dalam rangka penyusunan karya ilmiah ini sudah tepat dengan judul tesis yang penulis maksud.

³⁰Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 100

³¹Imron Arifin, *Penelitian Kualitaitaif Dalam Ilmu-ilmu Sosial dan Keagamaan* (Malang: Kalimasada Press, 2010),.40

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang dilakukan yaitu di Tempe Samudra karena penulis ingin mengetahui bagaimana Dampak Persaingan yang di hadapi oleh pemilik pabrik tempe dengan pemilik pabrik tempe lainnya dan apa saja strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh pemilih pabrik tempe agar pemasarannya menarik di mata pembeli atau konsumen.

C. Kehadiran Peneliti

Proses penelitian kualitatif, menghendaki kehadiran Peneliti dilokasi penelitian mutlak adanya, sebagai upaya mendapatkan dan mengumpulkan data yang akurat dilapangan. Karena dalam sebuah penelitian kedudukan Peneliti merupakan perencana, instrumen utama, pengumpul data, penganalisis data sampai pada akhirnya peneliti adalah sebagai orang yang melaporkan hasil penelitian, dalam hal ini, peneliti sebagai instrumen utama dimaksudkan sebagai pengumpul data. S. Margono mengemukakan kehadiran peneliti dilokasi penelitian, sebagai berikut:

Manusia sebagai alat (*Instrument*) utama pengumpul data. Penelitian kualitatif menghendaki penelitian dengan bantuan orang lain sebagai alat utama pengumpul data. Hal ini dimaksudkan agar lebih mudah mengadakan penyesuaian terhadap kenyataan-kenyataan yang ada dilapangan.³²

Berdasarkan pernyataan tersebut, kehadiran peneliti dilapangan sangat penting, karena dalam penelitian studi kualitatif, data-data penelitian diperoleh dari orang lain (informan). Oleh karena itu, peneliti harus hadir di lokasi penelitian untuk memperoleh data tersebut. Sebelum penelitian ini dilakukan terlebih dahulu Penulis meminta izin kepada Kepala Instansi Kampus dengan memperlihatkan surat izin dari direktur strata (S1) UIN Datokarama Palu. Surat tersebut berisikan

³²S. Margono *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet. II; Jakarta: Rineka Cipta, 2000),36

permohonan izin bagi Penulis untuk mengadakan penelitian di toko tersebut, dengan demikian kehadiran Penulis di lokasi penelitian dapat diketahui oleh pihak Kampus sehingga. Memudahkan penulis dalam mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

D. Data dan Sumber data

Data merupakan suatu hal yang mutlak diperlukan demi kelengkapan dalam penyusunan proposal, karena data penelitian adalah sumber utama memperoleh gambaran dari permasalahan yang diteliti. Data penelitian dapat dibedakan menjadi tiga yaitu data primer, data sekunder dan data kepustakaan, hal tersebut dapat dilihat pada uraian dibawah ini:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh Penulis secara langsung dengan melakukan observasi terhadap kejadian-kejadian yang ada. Sumber data dalam penelitian kualitatif disebut informan, yaitu orang yang memberikan informasi pada saat wawancara (interview). Menurut Burhan Bungin, “data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama dilapangan”.³³ Sedangkan menurut Husein Umar “data primer merupakan data yang terdapat dari sumber pertama, baik individu atau perorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”.³⁴

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui dokumentasi dan catatan-catatan melalui objek penelitian. Menurut Iskandar, bahwa Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pengambilan atau pengolahan data yang

³³Winarno Surakhmad, *Dasar dan Teknik Research. Pengantar Metodologi Ilmiah* (Bandung: Torsito, 2000),154.

³⁴Husen Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tasir Bisnis*,(Cet. IV; Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2010), 42.

bersifat studi dokumentasi (analisis dokumen) berupa penelaahnya terhadap dokumen pribadi, resmi kelembagaan, referensi-referensi, literatur laporan dan lain-lain yang memiliki relevansi dengan fokus permasalahan penelitian.

Dengan demikian, data sekunder merupakan data pendukung kelengkapan data atau informasi hasil penelitian yang berupa catatan atau print out rancangan dan hasil kegiatan yang dilaksanakan oleh informan.

E. Teknik Pengumpulan data

Mengumpulkan data merupakan langkah penting yang harus dilalui oleh Penulis sehingga ia dapat menemukan jawaban atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Hal ini dikarenakan kualitas data ditentukan oleh kualitas alat pengambil data atau alat pengukurannya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah teknik pengumpulan data dimana seorang peneliti melakukan pengamatan pada mahasiswa yang menjadi objeknya. Tehknik observasi yang digunakan adalah observasi langsung, yaitu mengumpulkan data di lapangan dengan melalui pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti dan hal-hal penting yang penulis temui di lokasi penelitian teknik observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Cholid Narbuku, alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencari secara sistematika gejala-gejala yang diselidiki.³⁵

2. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau si

³⁵Cholid Narbuka dan Abu Achmadi, Metode Penelitian, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002),70

pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara).³⁶

Wawancara juga berarti proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subyek peneliti. Dengan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, wawancara dapat saja dilakukan tanpa tatap muka, yakni melalui media telekomunikasi. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh data informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau merupakan sebuah proses pembuktian sebuah informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya. Dan khususnya penelitian ini wawancara langsung pada informasi dengan bertatap muka dilokasi penelitian, dengan bapak Fauzan Arif selaku pemilik pabrik tempe.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu, menjadikan segala sesuatu yang mendukung kajian ini untuk menjadikan penguat penelitian, seperti dokumen-dokumen. Dokumen itu ada relevannya dengan objek penelitian. Dalam teknik pengumpulan data ini penulis melakukan penelitian dengan menghimpun data relevan dari sejumlah dokumen resmi atau arsip penting yang dapat menunjang kelengkapan data penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan yaitu:

³⁶Muhammad Nazir, Metode Penelitian, (Jakarta: Ghaila Indonesia, 1988), 234.

1. Reduksi Data

Adalah menyeleksi data-data yang relevan dengan pembahasan. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan, sebagaimana yang kita ketahui reduksi data berlangsung terus menerus secara proyek yang berorientasi kualitatif langsung.³⁷

Reduksi data diterapkan pada hasil observasi, interview dan dokumentasi dengan mereduksi kata-kata yang dianggap penulis tidak signifikan bagi penelitian ini, seperti keadaan lokasi observasi dan dokumentasi yang tidak terkait dengan masalah yang diteliti, gurauan dan basa basi informan dan sejenisnya.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka selanjutnya adalah penyajian data yang dimaknai sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencermati penyajian data ini, Penulis akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.³⁸ Penyajian data yakni untuk menghindari kesalahan terhadap data-data yang diperoleh dari lapangan penelitian, model-model data yang disajikan dalam bentuk penjelasan atau penilaian kata-kata sehingga data dipahami dengan benar dan jelas.

3. Verifikasi Data

Data yang telah direduksi dan disajikan akan menghasilkan kesimpulan yang merupakan awal yang bersifat sementara. Jika pada pengumpulan data tahap. Berikutnya tetap didukung dengan bukti-bukti yang valid dan konsisten, maka kesimpulan tersebut merupakan kesimpulan yang kredibel, dapat dipertanggung

³⁷Mathew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analisis*, diterjemahkan Oleh Tjecep Rohendi Rohili Dengan Judul Analisis Data Kualitatif: Buku Tentang Metode-Metode Baru, (Cet. I; Jakarta: UI Pres, 2005), 15-16

³⁸*Ibid*, 16.

jawabkan kebenarannya. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi, yang menemukan makna data yang telah disajikan.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data atau validitas data tidak diuji dengan menggunakan metode statistik, melainkan dengan analisis kritis kualitatif. Adapun pengecekan keabsahan data diterapkan dengan beberapa metode triangulasi, antara lain:

1. Triangulasi dengan sumber, berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini dapat dicapai dengan jalan yaitu: (1) membandingkan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintah (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.
2. Triangulasi dengan metode, terdapat dua strategi, yaitu: (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian, beberapa teknik pengumpulan data dan (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama;
3. Triangulasi penyidik, ialah dengan jalan memanfaatkan penelitian atau pengamat lain untuk mengecek kembali derajat kepercayaan data, memanfaatkan pengamat lainnya, membantu mengurangi kelencengan dalam pengumpulan data.

4. Triangulasi dengan teori, hal ini dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori dan dinamakan penjelasan banding (rival explanation). Dalam hal ini, jika analisis telah menguraikan pola, hubungan, dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis, maka penting sekali untuk mencari tema atau penjelasan pembanding atau penyaing. Hal itu dapat dilakukan secara induktif atau secara logika.³⁹

Disamping penulis gunakan berbagai kriteria dan triangulasi untuk pengecekan keabsahan data di atas, juga penulis melakukan pembahasan melalui diskusi dengan rekan-rekan sejawat. Hal ini digunakan karena merupakan salah satu teknik untuk pengecekan keabsahan data dalam suatu penelitian. Diskusi dengan rekan-rekan sejawat dilakukan untuk mempertahankan agar Penulis tetap tegar mempertahankan sikap terbuka dan kejujuran dari data yang dikumpulkan serta membantu penulis untuk tetap konsisten dan fokus terhadap pokok permasalahan yang dibahas.

³⁹Moleong, *Metodologi*, 178.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Industri Tempe Samudera dan Industri Tempe Asli (H.B) di Kota Palu

1. Sejarah Industri Tempe Samudera dan Industri Tempe Asli (H.B) di Kota Palu

a.) Sejarah Industri Tempe Samudera

Tempe memang telah menjadi makanan khas Nusantara yang bisa didapatkan hampir disetiap daerah. Industri tempe samudera kota palu ini di dirikan oleh bapak Fauzan Arif . Berawal dari ia melihat temannya yang sedang membuat tempe disitu ia bertanya-tanya tentang harga tempe,berapa di produksi dalam sehari sambil bertanya tanya beliau pun memperhatikan cara membuat tempe. Keesokan harinya beliau pergi ke jalan angka di kota palu,dimana pada tahun 2008 di jalan nagka itu ada pabrik tempe dengan nama pabrik bule khas dan ia belajar di pabrik tersebut sambil bertanya-tanya sama pemilik pabrik bule khas itu. Hanya dalam sehari ia memperhatikan cara membuat tempe, beliau paham dan beliau langsung ingin membuat dan menjual tempe tersebut. Pulang dari pabrik tempe bule khas beliau langsung ke pasar dan bertanya pada pedagang-pedagang sayur di pasar dan dia menawarkan tempennya,ternyata langsung banyak peminat tempe nya beliau sedangkan beliau memiliki sarana dan prasarana untuk membuat tempe tapi menurut beliau ini tantangan baginya jadi beliau langsung menerima pesanan orang-orang di pasar. Pertama membuat tempe 5kg seiring berjalannya waktu pembuatan tempe tersebut semakin meningkat. Ketika pembuatan tempe semakin meningkat sampai 40 kg beliau langsung mempekerjakan temannya dalam usahanya seiring berjalannya waktu omset pembelian tempe pada pabrik

tersebut semakin meningkat sampai saat ini beliau menambah karyawan pada usahannya.⁴⁰

b.) Sejarah Industri Tempe Asli (H.B)

Tempe memang telah menjadi makanan khas Nusantara yang bisa didapatkan hampir disetiap daerah. Tempe Asli HB kota Palu diproduksi dengan menerapkan proses yang higienis yang didukung oleh sarana dan prasarana yang higienis pula (menerapkan *Good Hyigiene Production* dan *Good Manufacturing Process*). Singkatan dari HB adalah “Hidup Bahagia”. Industri Tempe Asli HB kota Palu ini didirikan oleh bapak Rudhian Arifin. Berawal dari ia yang termotivasi melihat usaha tempe milik temannya yang berada di Kalimantan terus maju dan berkembang, ia pun mulai mengikuti pelatihan di Institut Pertanian Bogor (IPB) selama 6 bulan, dan setelah selesai tepatnya tahun 2016 ia merantau ke kota Palu dan memulai usaha tempe rumahan di Tavanjuka dengan modal awal yang sebesar Rp. 11.000.000, pada saat itu ia memiliki karyawan sebanyak 3 orang yang terdiri dari 2 laki-laki dan 1 perempuan. Industri tempe HB tersebut pada awal berdirinya hanya memproduksi 20kg kedelai perharinya⁴¹

⁴⁰Fauzan Arif, Pemilik Industri, *Wawancara*. Di Industri Rumahan Tempe Samudera, Jln Samudera 2, (22 maret 2024)

⁴¹ Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *Wawancara*. Di Industri Rumahan Tempe Asli HB, Jln Bungi Indah, (25 Agustus 2024)

Setelah 2 tahun membuka usaha tempe rumahan tepatnya pada awal tahun 2018, bapak Rudhian Arifin memutuskan untuk pindah ke tempat yang lebih luas yaitu di Jln Bungi Indah 1, Kelurahan Nunu, Kecamatan Tatanga, Kota Palu Sulawesi Tengah. Pada tanggal 28 september 2018 industri tempe HB berhenti produksi dan tutup selama 6 bulan karena bencana alam gempa dan tsunami yang terjadi di kota Palu, pada februari 2019 industri tempe HB bangkit dan memulai usahanya kembali.⁴²

Pada tanggal 20 Januari 2020, industri tempe asli HB kota Palu diresmikan langsung oleh Wakil Walikota Palu bapak Sigit Purnomo Said S.Ap sebagai Rumah Produksi Tempe Asli H.B dimana pembangunan ini merupakan kerjasama antara Forum Komunitas Doa Bangsa (FKDB) dengan *United States of America Soybean Export Council (USSEC)* untuk mendukung program palu bangkit. Usaha ini merupakan binaan Forum Komunitas Doa Bangsa (FKDB) yaitu suatu perkumpulan pribadi, pegawai, pengusaha dan pelaksana pendidikan nasional yang bermaksud membangun perekonomian dan pendidikan serta menegakkan supremen hukum, guna mewujudkan kemakmuran dan keadilan di Negara Kesatuan Republik Indonesia. Adapun luas pabrik yang diresmikan adalah 192 M dengan luas lahan 634 M.⁴³

⁴² Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *Wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB, Jln Bungi Indah 1, (25 Agustus 2024);

⁴³ Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *Wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB, Jln Bungi Indah 1, (25 Agustus 2024)

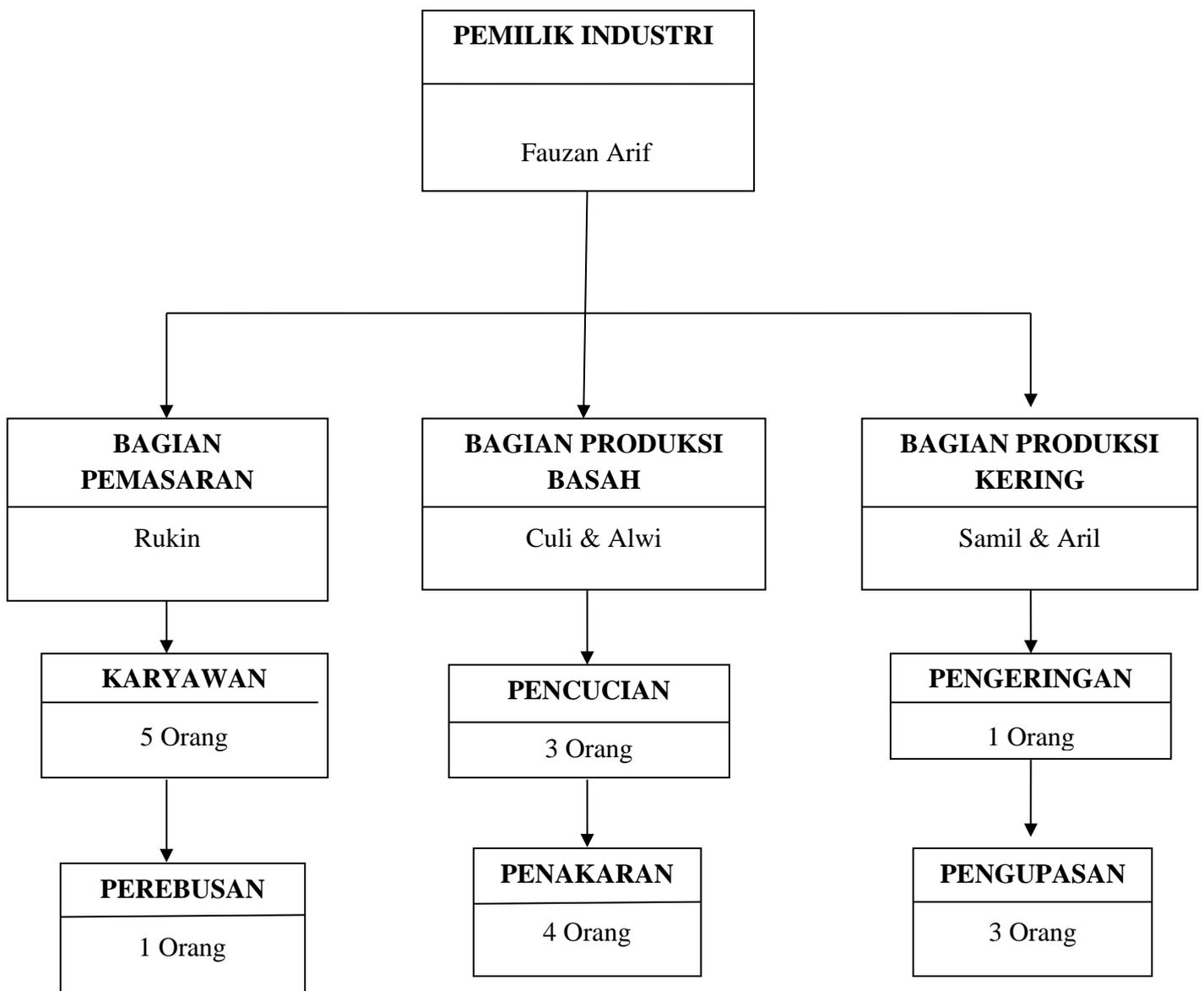
2. Struktur Organisasi Industri Tempe Samudera Dan Tempe Asli HB di Kota Palu

a.) Struktur Organisasi Industri Tempe Samudera

Dalam suatu organisasi sangat diperlukan adanya struktur organisasi. Struktur organisasi adalah susunan unit-unit dengan pembagian tugas untuk masing-masing karyawan. Tidak hanya struktur organisasi yang menunjukkan gambaran pekerja agar lebih terstruktur. Berikut struktur organisasi pada industri tempe Samudera di kota palu.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Industri Rumahan Tempe Samudera Kota Palu



Berdasarkan gambar 4.1 diatas diantaranya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Bagian Pemasaran

Bagian ini dapat dikatakan sebagai perantara antara produsen dengan konsumen, dimana bagian pemasaran bertugas untuk memasarkan 44ad arak44 mengantarkan pesanan tempe yang telah jadi kepada para konsumen tetap dipasar.

b. Bagian Produksi Basah

Bagian produksi basar dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

1) Bagian Pencucian dan Perendaman

Sebelum mengelola kedelai untuk diproses menjadi tempe, kedelai perlu dicuci hingga bersih dan kemudian direndam kedalam air selama 2-3 jam untuk memastikan kedelai yang digunakan bersih. Bagian ini bertanggung jawab atas kualitas kedelai yang nantinya dimasak menjadi bahan baku.

2) Bagian Perebusan

Pada bagian ini bertugas merebus kedelai. Ada yang direbus setengah matang 44ad ara yang sampai matang sempurna.

3) Bagian Pengupasan

Pada bagian ini karyawan bertugas mengupas kulit kedelai dengan mesin.

c. Bagian Produksi Kering

Bagian produksi kering dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

1) Pengerinan dan Peragian

Pada bagian ini tempe yang telah matang di dinginkan menggunakan kipas 44ad ar. Dan jika sudah dingin barulah kedelai dicampur dengan ragi.

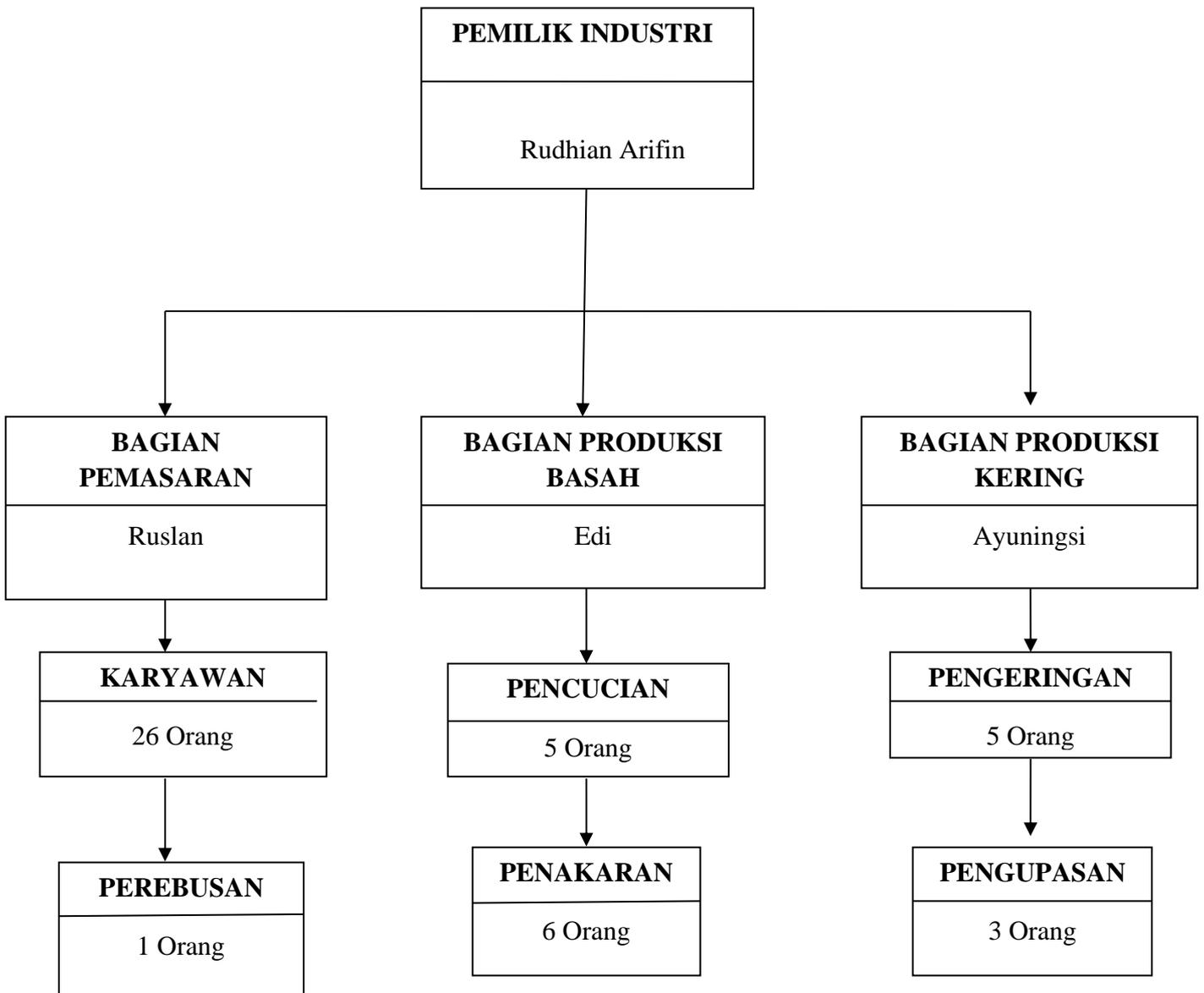
2) Penimbangan dan Pengemasan

Pada bagian ini kedelai ditimbang sesuai berat dan ukuran yang telah ditentukan lalu dikemas dan disusun 44ad arak tempe.

b.) Struktur Organisasi Industri Tempe Asli (H.B)

Dalam suatu organisasi sangat diperlukan adanya struktur organisasi. Struktur organisasi adalah susunan unit-unit dengan pembagian tugas untuk masing-masing karyawan. Tidak hanya struktur organisasi yang menunjukkan gambaran pekerja agar lebih terstruktur. Berikut struktur organisasi pada industri Tempe Asli HB Kota Palu.

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Industri Rumahan Tempe Samudera Kota Palu



Berdasarkan Gambar 4.2 di atas di antaranya dapat dijelaskan sebagai berikut :

a.) Bagian Pemasaran

Bagian ini dapat dikatakan sebagai perantara antara,produsen dengan konsumen, dimana bagian pemasaran bertugas untuk memasarkan tempe dan mengantarkan pesanan tempe yang telah jadi kepada para konsumen tetep di pasar.

b.) Bagian Produksi Basah

Bagian produksi basah dibagi menjadi beberapa bagian yaitu:

1.) Bagian pencucian dan perendaman

Sebelum mengelola kedelai untuk di proses menjadi tempe,kedelai perlu dicuci hingga bersih dan kemudian di rendam kedalam air selama 2-3 jam untuk memastikan kedelai yang digunakan bersih. Bagian ini bertanggung jawab atas kualitas kedelai yang nantinya dimasak menjadi bahan baku.

2.) Bagian perebusan

Pada bagian ini bertugas merebus kedelai ada yang direbus setenga matang dan ada yang sampai matang sempurna.

3.) Bagian pengupasan

Pada bagian ini karyawan bertugas menupas kulit kedelai dengan mesin.

c.) Bagian Poduksi Kering

Bagian produksi kering dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

1.) Pengeringan dan peragian

Pada bagian ini tempe yang telah matang di dinginkan menggunakan kipas angin barulah kedelai dicampur dengan ragi.

2.) Penimbangan dan pengemasan

Pada bagian ini kedelai ditimbang sesuai berat dan ukuran yang telah ditentukan lalu dikemas dan disusun pada arak tempe.

3. Visi dan Misi Industri Tempe Samudera dan Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B) di Kota Palu

a.) Visi dan Misi Industri Tempe Samudera

Visi : agar dari pekerjaan yang kita lakukan bisa menghasilkan keuntungan dan bisa menghidupi kebutuhan hidup.

Misi : memberdayakan segala potensi yang kita miliki baik pengalaman ilmu dan keterampilan dan memanfaatkan peralatan-peralatan yang. Ada. Dan ini juga sangat bermanfaat bagi karyawan dan konsumen.

b.) Visi dan Misi Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B)

Visi: Menjadikan usaha produksi “Tempe Asli HB Kota Palu” ini sebagai usaha rumahan yang mampu bersaing di dunia pasar serta meningkatkan perekonomian daerah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Misi: Membuka lapangan pekerjaan dan memberikan kualitas produk yang terbaik dengan menggunakan bahan yang berkualitas, aman, serta proses produksi yang higienis.

3. Peralatan dan Mesin Yang Digunakan dalam Proses Pembuatan Tempe Samudera dan Tempe Asli HB di kota Palu

a.) Peralatan dan Mesin Yang Digunakan Dalam Proses Pembuatan Tempe Samdera

1. Drum pakai memasak kedelai
2. Drum pakai menampung air
3. Tungku
4. Mesin mengupas kulit kedelai
5. Keranjang
6. Gayung
7. Kipas angin untuk mengeringkan kedelai
8. Takaran
9. Mesin pres
10. Corong
11. Pelastik tempe

Untuk mengetahui kondisi peralatan dan mesin pada industry tempe samudera dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.1
Peralatan pada industri rumahan tempe samudera di kota palu

| No | Alat | Jumlah | Keterangan |
|-----|-----------------------------------------------|---------|------------|
| 1. | Drum pakai memasak | 3 buah | Baik |
| 2. | Drum pakai merendam kedelai dan menampung air | 3buah | Baik |
| 3. | tungku | 3 buah | Baik |
| 4. | Mesin mengupas kulit kedelai | 1 buah | Baik |
| 5. | Keranjang besar | 20 buah | baik |
| 6. | gayung | 5 buah | baik |
| 7. | Kipas angin | 3 buah | Baik |
| 8. | takaran | 5 buah | baik |
| 9. | Mesin pres | 3 buah | baik |
| 10. | corong | 5 buah | Baik |

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat dilihat ada beberapa alat yang digunakan dalam proses pembuatan tempesamudera Hal ini merupakan salah satu faktor yang mendukung kelancaran proses produksi di industri tempe samudera.

b.) Peralatan dan Mesin Yang Digunakan Dalam Proses Pembuatan Tempe Asli HB

- 1.) Panci/dandang besar untuk merebus kedelai
- 2.) Drum pelastik untuk merendam kedelai dan menyimpan air (1200L)
- 3.) Keranjang untuk menyimpan kedelai
- 4.) Mesin pengupas kulit kedelai
- 5.) Gayung
- 6.) Kipas angin untuk mengeringkan kedelai

- 7.) Timbangan
- 8.) Rak penyimpanan tempe
- 9.) Plastik tempe
- 10.) Baskom besar/sedang
- 11.) Boiler

Untuk mengetahui kondisi peralatan dan mesin pada industri tempe asli HB dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Peralatan pada industri Tempe Asli HB Kota Palu

| No | Alat | Jumlah | keterangan |
|-----|------------------------------|---------|------------|
| 1. | Panci/dandang Besar | 3 buah | Baik |
| 2. | Drum Plastik | 25 buah | Baik |
| 3. | Keranjang Besar dan Kecil | 30 buah | Baik |
| 4. | Mesin Pengupas Kulit Kedelai | 2 buah | Baik |
| 5. | Ember | 6 buah | Baik |
| 6. | Kipas Angin | 3 buah | Baik |
| 7. | Timbangan | 4 buah | Baik |
| 8. | Rak Penyimpanan Tempe | 14 buah | Baik |
| 9. | Baskom Besar | 5 buah | Baik |
| 10. | Boiler | 1 unit | Baik |

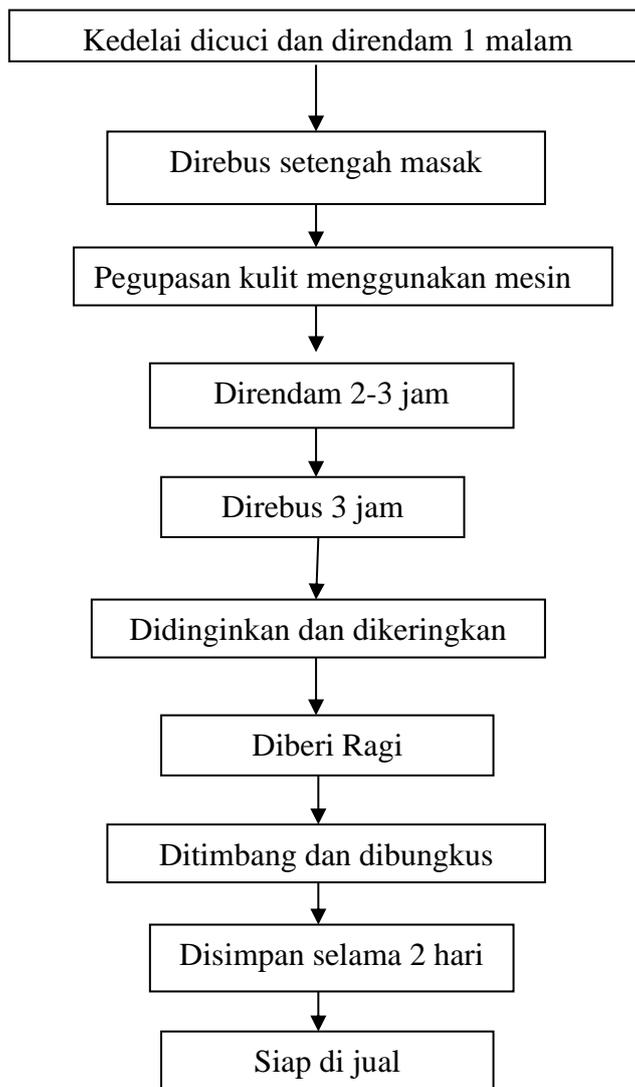
Berdasarkan table 4.1 dan 4.2 dapat dilihat ada beberapa alat yang digunakan dalam proses pembuatan Tempe Samudera dan Tempe Asli HB. Hal ini merupakan salah satu faktor yang mendukung kelancaran proses produksi di industri Tempe Samudera dan Tempe Asli HB.

4. Proses Pembuatan Tempe Samudera dan Tempe Asli HB

a.) Proses Pembuatan Tempe Samudera

Proses pembuatan tempe dapat bervariasi antara satu produsen dengan produsen lainnya meski jamur pembuatan tempe yang digunakan sama, langkah-langkah pembuatannya bisa berbeda satu sama lainnya. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai proses pembuatan tempe samudera Kota Palu, dapat dilihat sebagai berikut:

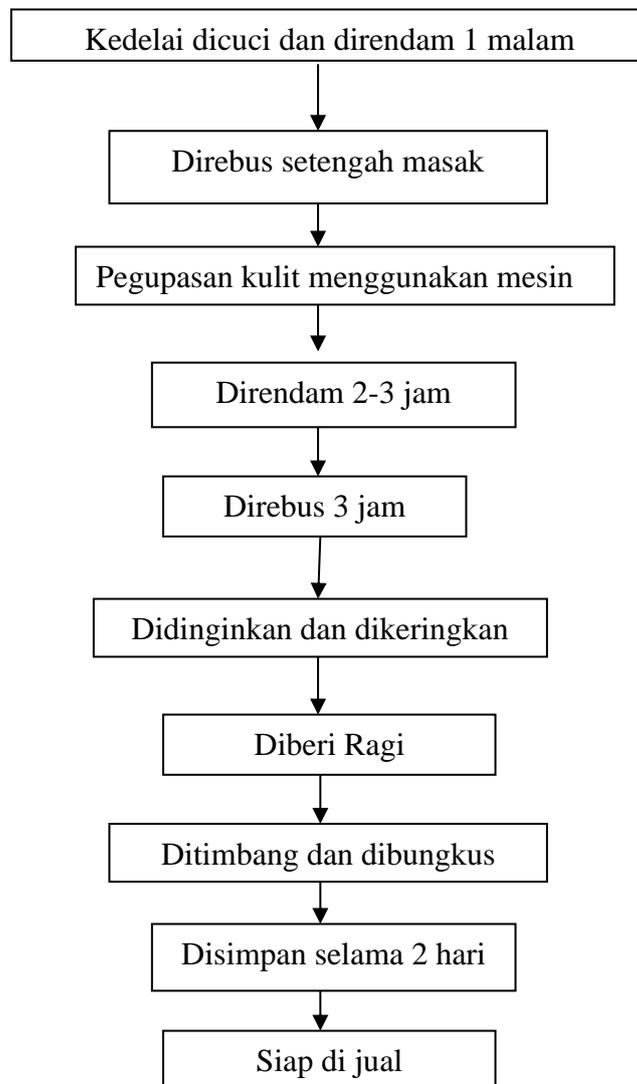
Gambar 4.3
Proses Pembuatan Tempe Samudera di Kota Palu



b.) Proses Pembuatan Tempe Asli HB

Proses pembuatan tempe dapat bervariasi antara satu produsen dengan produsen lainnya meski jamur pembuatan tempe yang digunakan sama, langkah-langkah pembuatannya bisa berbeda satu sama lainnya. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai proses pembuatan tempe Asli HB Kota Palu, dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4.3
Proses Pembuatan Tempe Asli HB di Kota Palu



5. Rincian Biaya Produksi Tempe Samudera dan Tempe Asli HB

a. Rincian biaya produksi tempe samudera

Untuk mengetahui lebih jelas tentang rincian biaya produksi tempe Samudera berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik industri tempe HB terkaitan biaya produksi tempe HB perharinya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3

Rincian Biaya Produksi Tempe Samudera

| No | Bahan | Jumlah | Jumlah (Rp) |
|--------------|-----------------------|-----------|--------------|
| 1. | Kedelai | 800 Kg | 10.000.000 |
| 2. | Ragi | 2 Bungkus | 20.000 |
| 3. | Plastik | - | - |
| 4. | Upah Tenaga Kerja | 5 Orang | 40.000 |
| 5. | Listrik | - | 12.000 |
| 6. | Bahan Bakar Mesin | - | 6.000 |
| 7. | Kayu Bakar | 1 Pickup | 120.000 |
| 8. | Transpotasi Pemasaran | - | 50.000 |
| Total | | | 10. 248 .000 |

Sumber: Industri Tempe Samudera Kota Palu

Berdasarkan tabel diatas dapat kita ketahui bahwa biaya produksi tempe Samudera perharinya menggunakan biaya sebesar Rp. 10. 248. 000 Dan dari 800 kg kedelai dapat menghasilkan 5.000 bungkus tempe ukuran kecil seharga Rp. 1.000/bungkus, 2000 bungkus tempe ukuran sedang seharga Rp. 4.000/bungkus

dan 100 bungkus tempe ukuran besar seharga Rp. 6.000/bungkus. Jadi, industri tempe Samudera mampu menghasilkan tempe 7.100 bungkus dengan ukuran yang berbeda-beda. Adapun total pendapatan yang bisa diperoleh industri tempe Samudera perharinya sebesar Rp. 19.000.000/hari.

b. Rincian biaya produksi tempe samudera

Untuk mengetahui lebih jelas tentang rincian biaya produksi tempe Asli HB berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik industri tempe HB berkaitan biaya produksi tempe HB perharinya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4
Rincian Biaya Produksi Tempe Asli HB

| No | Bahan | Jumlah | Jumlah (Rp) |
|--------------|-----------------------|-----------|--------------|
| 1. | Kedelai | 1000Kg | 12.000.000 |
| 2. | Ragi | 2 Bungkus | 21.666 |
| 3. | Plastik | - | - |
| 4. | Upah Tenaga Kerja | 26 Orang | 50.000 |
| 5. | Listrik | - | 12.500 |
| 6. | Bahan Bakar Mesin | - | 8.000 |
| 7. | Kayu Bakar | 1 Pickup | 125.000 |
| 8. | Transpotasi Pemasaran | - | 60.000 |
| Total | | | 12. 266. 000 |

Sumber : Industri Tempe Asli HB Kota Palu

Berdasarkan tabel diatas dapat kita ketahui bahwa biaya produksi tempe HB perharinya menggunakan biaya sebesar Rp. 12. 266. 000. Dan dari 1000kg kedelai dapat menghasilkan 8.000 bungkus tempe ukuran kecil seharga Rp. 1.000/bungkus, 4000 bungkus tempe ukuran sedang seharga Rp.4.000/bungkus dan 100 bungkus tempe ukuran besar seharga Rp. 6.000/bungkus. Jadi, industri tempe asli HB mampu menghasilkan tempe 12.100 bungkus dengan ukuran yangberbeda-beda. Adapun total pendapatan yang bisa diperoleh industri tempe HB perharinya sebesar Rp. 24.600.000/hari.

B. Dampak Persaingan yang di Hadapi Industri Rumahan Tempe Samudera dan Tempe Asli (H.B) di Kota Palu

Persaingan mempunyai dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif dari persaingan adalah bahwa pelaku usaha menekan harga menjadi lebih rendah dengan cara melakukan efisiensi dan formula lainnya agar pelaku usaha tersebut dapat menarik lebih banyak konsumen dibanding pesaingnya, lalu dengan adanya persaingan, pelaku usaha selalu berlomba-lomba untuk inovasi dan menciptakan produk baru demi terus menjaga pangsa pasar. Selanjutnya adalah pelaku usaha terus melakukan pelayananpelayanan kepada konsumen lebih baik dibanding pesaingpesaingnya. Sedangkan dampak negatif dari persaingan adalah persaingan memerlukan biaya-biaya lebih dari kesulitan-kesulitan tertentu yang tidak ada system monopoli, persaingan menimbulkan lebih banyak pengorbanan dengan keuntungan yang lebih rendah, maka dari itu banyak dari pelaku usaha yang ingin meniadakan adanya persaingan karena dengan menghilangkan persaingan, Persaingan mempunyai dampak positif dan dampak negatif.

Sedangkan dampak negatif dari persaingan adalah persaingan memerlukan biaya-biaya lebih dari kesulitan-kesulitan tertentu yang tidak ada sistem monopoli, persaingan menimbulkan lebih banyak pengorbanan dengan keuntungan yang lebih rendah, maka dari itu banyak dari pelaku usaha yang ingin meniadakan adanya persaingan karena dengan menghilangkan persaingan.⁴⁴

⁴⁴Dwi Aprianti, ''Analisis Dampak Persaingan Terhadap Pendapatan Pedagang Pada Usaha Perabotan Rumah Tangga Di Pasar Gerung Lombok Barat'' (program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2021), 41

1. Dampak Persaingan sehat

a.) Dampak persaingan sehat pada Industri Rumahan Tempe Samudera di Kot palu

Dampak persaingan sehat yang di hadapi oleh pabrik tempe samudera kota palu ada beberapa hal sebagai berikut.

1. Menjaga kepentingan pedagang dalam meningkatkan pendapatan satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang, untuk tetap bersaing tempe samudera akan terus meningkatkan kualitas bahan baku, proses produksi, dan pelayanan kepada pelanggan. Ini akan menciptakan produk yang lebih baik dan tentu saja meningkatkan kepuasan bagi konsumen pada pabrik tempe samudera. Seperti pernyataan dari bapak Fauzan Arif yang mengatakan bahwa.⁴⁵

“Persaingan sehat menjamin tersedianya kualitas barang terbaik untuk menarik minat pembeli pada produk pabrik tersebut. Dampak persaingan sehat juga berpengaruh bagi konsumen, agar konsumen tetap berlangganan pada pabrik tersebut.”

Dari hasil wawancara di atas dengan pemilik industri tempe samudra mengatakan bahwa dengan terjalannya persaingan yang sehat maka akan terjamin tersedianya barang yang berkualitas terbaik, dengan itu akan dapat menarik banyak pembeli dan memperbanyak langganan pabrik tersebut.

2. Persaingan sehat diyakini sebagai cara yang paling baik untuk mencapai pendayagunaan sumberdaya secara optimal guna memenuhi kebutuhan konsumen. Persaingan juga dapat memaksa tempe samudera untuk memperbaiki strategi pemasaran mereka, mendorong tempe samudera

⁴⁵Fauzan Arif, Pemilik Pabrik Tempe Samudera, Wawancara, Selasa 30 April 2024

untuk terus berinovasi dalam produk dan layanan. Hal ini juga dapat mendorong tempe yang lebih berkualitas, variatif dan sesuai selera pasar.

Seperti yang dikemukakan oleh pemilik usaha pabrik tempe samudera bapak Fauzan Arif.⁴⁶

“Membuat para pedagang berinovasi untuk menggunakan modalnya untuk membeli barang dagangan yang paling laris, sehingga para pembeli tidak kecewa karena produk yang diinginkan sudah tersedia”.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa para pedagang didorong untuk berinovasi dengan menggunakan modalnya untuk membeli dagangan yang paing laris, agar produk yang diinginkan pembeli selalu tersedian dan tidak mengecewakan

b.) Dampak persaingan pada industri Tempe Asli HB di Kota Palu

Dampak persaingan yang di hadapi oleh pabrik tempe Asli HB kota palu ada beberapa hal sebagai berikut.

1. Peningkatan pada kualitas produk itu harus ditingkat lagi arena hal tersebut akan menarik suatu konsumen, dan mereka tempe asli HB akan tetap berusaha untuk menggunakan bahan baku terbaik untk produk nya dan menjaga proses produksi agar tetap berkualita, seperti pernyataan dari bapak Rudhin Arifin yang mengatan bahwa.⁴⁷

⁴⁶Fauzan Arif, Pemilik Pabrik Tempe Samudera, Wawancara, Selasa 30 April 2024

⁴⁷ Rudhian Arifin, Pemilik Tempe Asli HB, Wawancara, Senin 26 Agustus 2024

“persaingan mendorong industrii tempe HB untuk terus meningkatkan kualitas produk,rasa, maupun tekstur.hal ini akan memperkuat loyalitas konsumen dan membedakan produk HB dari competitor. Untuk tetap kompetitif indusri HB harus meningkatkan stantar kualitas dan konsistensi produknya. Hal ini bisa menciptakan presepsi positive terhadap merek dan menarik lebih banyak pelanggan”.⁴⁸

Dari hasil wawancara dengan pemilik industri tempe HB penulis menyimpulkan bahwa dengan adanya persaingan suatu usaha dapat mendorong industri tersebut agar terus meningkatkan kualitas pada produk seperti rasa maupun tekstur. Dengan hal tersebut kosumen dapat memili produk yang baik untuk dikonsumsi.

2. peningkatan pelayanan dan kepuasan pada konsumen itu juga harus diutamakan karena konsumen akan tertarik pada usaha seseorang yang peningkatan pelayanan konsumen nya itu memuaskan, seperti pernyataan dari bapak Rudhin Arifin yang mengatakan bahwa.⁴⁹

“persaingan memaksa industi HB untuk lebih memperhatikan kebutuhan dan umpan balik pelanggan. Pelayanan pelanggan yang lebih bail dapat mencakup pengiriman yang lebih cepat, ketersediaan produk yang selalu terjaga,atau program loyalitas pelanggan. Untuk tetap relevan dipasar,indusri tempe HB harus lebih reponsif terhadap tren konsumen, seperti permintaan produk yang lebih sehat, ramah lingkungan, atau berbasis komunitas”.⁵⁰

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa persaingan mendorong industri HB untuk lebih memperhatikan kebutuhan dan umpan balik pelanggan. Pelayanan pelanggan yang baik, sepeti pengiriman cepat

⁴⁸ Rudhian Arifin, Pemilik Tempe Asli HB, Wawancara, Senin 26 Agustus 2024

⁴⁹ Rudhian Arifin, Pemilik Tempe Asli HB, Wawancara, Senin 26 Agustus 2024

⁵⁰ Rudhian Arifin, Pemilik Tempe Asli HB, Wawancara, Senin 26 Agustus 2024

ketersediaan produk yang konsisten, dan program loyalitas penting. Selain itu untuk tetap relevan dipasar industri tempe HB harus lebih reponsif terhadap tren konsumen, seperti permintaan produk yang lebih sehat, ramah lingkungan, atau berbasis komunitas.

2. Dampak Persaingan Tidak Sehat

a.) Dampak persaingan tidak sehat pada industri rumahan tempe samudera di kota palu

Seperti Pengaturan harga yang dilakukan oleh penjual sangat berbeda-beda seperti penjual lain memberikan harga yang sangat murah tetapi modal mereka sangat besar. Berbeda dengan pabrik lain yang memberikan harga yang mahal sedikit karena modalnya sangat rendah. Dan untuk tetap bersaing, ada kemungkinan beberapa produsen mengorbankan kualitas demi harga ini bisa berdampak negatif bagi reputasi produk tempe secara keseluruhan. Seperti wawancara yang dilakukan dengan pemilik pabrik tempe samudera bapak Fauzan Arif.⁵¹

“Bapak Fauzan Arif mengatakan bahwa tidak bisa menurunkan harga barang beliau hanya memberikan bonus kepada setiap konsumen agar kedua-duanya masih mempunyai keuntungan antara penjual dan konsumen.”

Dari hasil wawancara dengan bapak Fauzan Arif, dapat disimpulkan bahwa beliau tidak bisa menurunkan harga barang yang dijual. Namun beliau dapat memberikan bonus kepada konsumennya sebagai cara untuk memberikan keuntungan bagi kedua pihak dan agar masih terjaminnya proses jual beli antara kedua pihak.

⁵¹Fauzan Arif, Pemilik Pabrik Tempe Samudera, Wawancara, Selasa 30 April 2024

b.) Dampak Persaingan tidak sehat Pada Industri Tempe Asli HB di kota palu

Perang harga yang merugikan harga jual yang tidak sehat dan menurunkan nilai produk pada industri tersebut, penurunan harga yang ekstrem juga dapat mempengaruhi profitabilitas tempe asli HB. Jika harga terlalu rendah, ada resiko bahwa kualitas produk akan berpengaruh. Seperti wawancara yang di dengan pemilik pabrik Ttempe Asli HB bapak Rudhian Arifin.⁵²

“Bapak Rudhian Arifin mengatakan bahwa persaingan tidak sehat serigkali memicu perang harga yang tidak bisah realitis. Industri HB mungkin harus menjual produk dengan margin keuntungan yang sangat rendah atau bahkan rugi hanya untuk tetap bersaing. Dalam jangka panjang, ini dapat menyebabkan kerugian finansial dan bahkan bangkrut. Harga terlalu rendah dapatmenciptakan presepsi negative bahwa produksi tempe bernilai rendah, sehingga merusak citra produk dan pasar tempe secara keseluruhan”.⁵³

Dari hasil wawancara dengan bapak rudhian arifin dapat disimpulkan bahwa persaingan tidak sehat sering memicu perang harga yang tidak realistik. Hal ini dapat membuat industri HB terpaksa menjual produk dengan margin keuntungan sangat rendah atau bahkan rugi hanya untuk tetap bersaing. Dalam jangka panjang, hal ini bisah menyebabkan kerugian finansial dan bahkan kebangkrutan. Selain itu,harga yang terlalu rendah dapat menciptakan persepsi negative tentang nilai produk tempe, yang merusak citra produk dan pasar tempe secara keseluruhan

⁵² Rudhian Arifin, Pemilik Tempe Asli HB, Wawancara, Senin 26 Agustus 2024

⁵³ Rudhian Arifin, Pemilik Tempe Asli HB, Wawancara, Senin 26 Agustus 2024

C. Strategi Pemasaran Pada Industri Rumahan Tempe Samudera dan Tempe

Asli (H.B) di Kota Palu

Penelitian ini berdasarkan keadaan yang terjadi di lapangan yaitu di pabrik tempe samudera, peneliti mengambil tema strategi pemasaran yang dilakukan di industri rumahan tempe samudera dalam menghadapi persaingan usaha. Strategi pemasaran yang digunakan peneliti untuk menganalisis menggunakan bauran pemasaran berdasarkan teori kotler dan amstrong yang meliputi produk, harga, promosi, dan lokasi. Narasumber dalam penelitian ini yaitu pemilik pabrik tempe samudera kota palu. Adapun hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

a.) Strategi Produk Pada Industri Rumahan Tempe Samudera dan Tempe asli HB

1. Strategi Produk Industri Rumahan Tempe Samudera Kota Palu dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Penerapan bauran pemasaran tentang strategi produk pada industri rumahan tempe samudera kota palu untuk nmengetahui peneliti melakukan wawancara dengan bapak fauzan arif selaku pemilik pabrik tempe samudera kota palu dalam wawancara sebagai berikut:

“Untuk melengkapi produk kami melakukan penawaran dengan pembeli. Misalkan kami bawa ke pasar produk kami lalu kami tawarkan kepada penjual-penjual dengan melakukan penjualan dengan harga pada biasanya namun, setiap pembelian pasti mendapatkan bonus tambahan produk. Selain itu kami juga selalu menjaga persediaan, kualitas barang dan takaran pada produk yang sesuai agar pembeli tidak kecewa.”⁵⁴

⁵⁴Fauzan Arif, wawancara 10 Mei 2024

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan melakukan penawaran kepada pembeli dengan membawa produk ke pasar dan menawarkan harga yang biasa. Selain itu, setiap pembelian produk akan mendapatkan bonus tambahan. Perusahaan juga selalu menjaga kualitas barang dan takaran produk agar pembeli tidak kecewa.

2. Strategi Produk Industri Rumahan Tempe Asli HB di Kota Palu dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Penerapan bauran pemasaran tentang strategi produk pada industri rumahan tempe Asli HB di kota palu untuk nmengetahui peneliti melakukan wawancara dengan bapak Rudhian Arifin selaku pemilik pabrik tempe samudera kota palu dalam wawancara sebagai berikut:

“Kalau kita berbicara mengenai produk, yang menjadi nilai lebih dari tempe kita di banding yang lain itu dari segi pengemasan, tempe HB merupakan satu-satunya tempe di kota palu yang kemasannya ada labelnya lengkap dengan komposisi, masa pnggunaan dan media sosial. Produk yang digunakan pada tempe asli HB pastinya menggunakan bahan baku kacang kedelai yang berkualitas tinggi. Ini bisa menjadi daya Tarik bagi konsumen yang mencari tempe berkualitas”.⁵⁵

Dari hasil wawancara dengan pemilik industri tempe HB, penulis menyimpulkan bahwa industri tempe HB kota palu berfokus untuk memebedakan tempe HB dengan tempe yang lain dalam menghadapi persaingan,dan produk yang digunakan tempe HB tentu saja menggunakan bahan baku yang bagus agar produk tetap berkualitas dan dapat menarik konsumen.

⁵⁵ Rudhian Arifin, Wawancara 26 Agustus 2024

b.) Strategi harga Pada Industri Rumahan Tempe Samudera dan Tempe asli HB

1. Strategi Harga Industri Rumahan Tempe samudera Kota Palu dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Penerapan bauran pemasaran tentang strategi harga pada industri rumahan tempe samudera di kota palu untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan bapak Fauzan Arif dalam wawancara sebagai berikut:

“Untuk penentuan harga kami mengambil keuntungan minimal yang terpenting produk laku meskipun laba sedikit. Selain itu kami biasanya memberikan bonus setiap pembelian walau harga tempe tidak ada perubahan.”⁵⁶

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa strategi penetapan harga produk dilakukan dengan mengambil keuntungan minimal untuk memastikan produk tetap laku meskipun keuntungan yang diperoleh sedikit. Selain itu, terdapat kebijakan pemberian bonus pada setiap pembelian untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, meskipun harga produk, seperti tempe, tidak mengalami perubahan. Strategi ini bertujuan untuk menjaga daya tarik produk di mata konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Strategi Harga Industri Rumahan Tempe Asli HB di Kota Palu dalam Menghadapi Persaingan Usaha

⁵⁶Fauzan Arif, Wawancara 10 Mei 2024

Penerapan bauran pemasaran tentang strategi harga pada industri rumahan tempe Asli HB di kota palu untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan bapak Rudhian Arifin dalam wawancara sebagai berikut:

“untuk menetapkan harga harus berdasarkan biaya produksi yang efisien sambil mempertimbangkan margin keuntungan yang wajar. Dengan memastikan biaya tetap rendah misalnya,(melalui efisiensi) tempe asli HB dapat menawarkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas.”⁵⁷

Hal tersebut juga diperkuat oleh ayuningsih selaku bagian produksi kering industri tempe HB saat diwawancarai menyampaikan :

“untuk harga tidak jauh berbeda dengan industri tempe lain, bahkan saat harga kedelai naik harga tempe sama kita tetap, berat kedelai dan ukurannya pun tetap sama seperti saat harga kedelai belum naik.”⁵⁸

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa penetapan harga produk tempe asli HB dilakukan dengan berfokus pada efisiensi biaya produksi dan mempertimbangkan margin keuntungan yang wajar. Dengan menjaga biaya tetap rendah, produk ini mampu menawarkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas, sehingga dapat bersaing di pasaran.

c.) Strategi lokasi Pada Industri Rumahan Tempe Samudera dan Tempe asli HB

⁵⁷ Rudhian Arifin, Wawancara 26 Agustus 2024

⁵⁸ Ayuningsih, Karyawan, Wawancara, 26 Agustus 2024

1. Strategi Lokasi Industri Rumahan Tempe Samudera di Kota Palu dalam Menghadapi Persaingan Usaha

“Awal pemilihan lokasi penjualan produk itu sudah pasti di pasar karena pasti masyarakat akan membeli bahan makanan di pasar. Bapak fauzan arif mengambil tempat penjualannya ini di dua pasar,yaitu pasar masomba. Tetapi untuk menambah pemasukan bapak fauzan arif juga menjual di pasar-pasar kecil yang ada di jalan lasoso”⁵⁹

Dari hasil wawancara di atas pemilihan lokasi penjualan produk difokuskan di pasar karena dianggap sebagai tempat utama masyarakat mencari bahan makanan. Bapak Fauzan Arif memutuskan berjualan di dua pasar utama, yaitu Pasar Masomba dan Pasar Impres. Selain itu, untuk meningkatkan pemasukan, beliau juga memperluas penjualan ke pasar-pasar kecil di Jalan Lasoso. Strategi ini bertujuan menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas akses pasar.

2. Strategi lokasi Industri Rumahan Tempe Asli HB di Kota Palu dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Penerapan bauran pemasaran tentang strategi harga pada industri rumahan tempe Asli HB di kota palu untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan bapak Rudhian Arifin dalam wawancara sebagai berikut:

“ Dengan memilih lokasi dekat dengan pusat kota atau daerah yang ramai penduduk, bapak rudhian arifin juga mengatakan bahwa industri tempe HB lebih mudah untuk di jangkau konsumen secara langsung. Ini sangat penting terutama jika ada konsumen yang langsung datang di tempat.”⁶⁰

⁵⁹Fauzan Arif, Wawancara 10 Mei 2024

⁶⁰ Rudhian Arifin, Wawancara 26 Agustus 2024

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Bapak Rudhian Arifin memilih lokasi industri tempe HB di area dekat pusat kota atau daerah padat penduduk agar mudah dijangkau konsumen. Pemilihan lokasi ini dianggap penting, terutama karena memungkinkan penjualan langsung di outlet, sehingga konsumen bisa lebih mudah mendapatkan produk secara langsung.

d.) Strategi Promosi Pada Industri Rumah Tempe Samudera dan Tempe asli HB

1. Strategi Promosi industri rumah tempe samudera di kota palu dalam menghadapi persaingan usaha

Promosi merupakan suatu upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk kepada pelanggan. Penerapan bauran pemasaran tentang strategi promosi pada industri rumah tempe samudera kota palu seperti yang di sampaikan oleh bapak fauzan arif dalam wawancara sebagai berikut:

“Promosi yang kami lakukan melalui media social media berupa whatsapp dan facebook. Selain itu kami selalu membangun komunikasi dengan pelanggan untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Kami juga berkomunikasi baik dengan masyarakat sekitar pabrik agar mereka sering membeli produk tempe kami, dan kami juga sering memberikan bonus produk dalam setiap pembelian baik itu masyarakat ataupun pelanggan di pasar”⁶¹

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi dilakukan melalui media sosial, seperti WhatsApp dan Facebook, untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Selain itu, komunikasi yang baik

⁶¹Fauzan Arif, wawancara 10 Mei 2024

dengan pelanggan dan masyarakat sekitar pabrik terus dibangun guna menjaga kepercayaan dan meningkatkan loyalitas. Sebagai bentuk apresiasi, perusahaan juga sering memberikan bonus produk pada setiap pembelian, baik kepada pelanggan di pasar maupun masyarakat sekitar pabrik.

2. Strategi Promosi Industri Rumahan Tempe Asli HB di Kota Palu dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Penerapan bauran pemasaran tentang strategi promosi pada industri rumahan tempe Asli HB di kota palu untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan bapak Rudhian Arifin dalam wawancara sebagai berikut:

“promosi yang dilakukan pada tempe asli HB menggunakan promosi pada produk yang bermerek dan juga melalui media sosial seperti facebook, Instagram, dan tiktok.”⁶²

Dari hasil wawancara di atas bahwa Tempe Asli HB melakukan promosi melalui produk bermerek untuk meningkatkan pengenalan merek. Selain itu, promosi juga dilakukan melalui media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan TikTok, guna menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk secara online.

⁶² Rudhian Arifin, Wawancara 26 Agustus 2024

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang di jelaskan di atas, maka untuk member pemahaman yang lebih singkat, tepat dan terarah peneliti memaparkan keimpulan sebagai berikut:

1. Dampak persaingan yang di hadapi oleh industri rumahan tempe samudera dan Tempe Asli HB di Kota Palu palu yaitu dampa persaingan sehat dan dampak persaingan tidak sehat. Kedua ini mempunyai perbedaan kalau dampak positif dari persaingan pelaku usaha menekan harga lebih jadi rendah dengan cara melakukan efisiensi dan formula lainnya agar pelaku usaha tersebut dapat menarik lebih banyak konsumen dibanding pesaingnya. Sedangkan Sedangkan dampak negatif dari persaingan adalah persaingan memerlukan biaya-biaya lebih dari kesulitan-kesulitan tertentu yang tidak ada sistem monopoli.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan pada industri rumahan tempe samudera dan Tempe Asli HB di kota palu menggunakan 4p yaitu (Produk, harga, lokasi, promosi). Produk pada tempe samudera tidak memilik label sedangkan produk pada tempe asli HB menggunakan label. Pada Harga tempe samudera dan tempe HB juga memiliki harga-harga yang berbeda setiap ukuran pada produk. Lokasi penjualan tempe samudera hanya di pasar impres, pasar masomba dan pasar-pasar kecil di lasoso. sedangkan pada tempe asli HB penjualan produk nya terdapat di setiap pasar di palu.

Promosi pada tempe samudera yaitu dengan di tawarkan pada penjual-penjual di pasar dan juga melalui media sosial. Sedangkan promosi pada tempe HB dilakukannya dengan menggunakan medsos dan pembeli sendiri yang datang ke tempat produksi produk tersebut.

Dapat disimpulkan kedua produk ini sangat berbeda jauh dari segi produk, harga, lokasi, promosi dan juga pendapatan perhari nya.

B. Saran

1. Bagi usaha tempe yang dilakukan oleh tempe samudera dan Tempe Asli HB di kota palu sebenarnya sudah cukup baik. Bapak fauzan arif dan Rudhian Arifin harus terus membuat inovasi baru sehingga konsumen engan untuk berpindah ke tempat lain dan tetap fokus untuk menjalankan usahanya meski banyak pesaing, dan juga diharapkan mampu mempertahankan strategi bersaing yang sudah diterapkan.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang strategi pemasaran diharapkan mampu mengkaji lebih banyak dan detail terkait strategi pemasaran yang diterapkan oleh suatu usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Aprianti Dwi,"Analisis Dampak Persaingan Terhadap pendapatan Pedagang Perabotan Rumah Tangga Di Pasar Gerung Lombok Barat" (Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah,Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Datokarama Palu), 2021

Asror Khozinatul," Analisis Strategi Persaingan Usaha Pada UD. Berkah Anugrah Dalam Meningkatkan Pendapatan".(Jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negeri ponorogo).2022

Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*,edisi revisi (Cet XII; Bandung ; Alfebata 2016), 140.

Aziz Abdul dkk, *Mekanisme Pasar Produk Usaha Kreatif Home Industri di Desa Bodelor Dalam Teori Ibn Khaldan*, Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam, Vo.2 No.2 (Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon: H. 207

Dewi Euis Puspita, " Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Pada Toko ABC Jenangan Ponorogo)". (Jurusan Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). 2021

Harjoni, "Strategi Bauran Pemasaran Industri Tempe Di Kota Palu Lhokseumawe Dalam Perspektif Ekonomi Syariah",Jurnal At-Tijarah. Vol. 1,No.2(2019):93

Kuntjoroadi, et al. "Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial". BISNIS DAN BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, 16, no 1.

Khamidah, Nihayatun "Strategi Pemasaran UD Karial Khusaini Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Dalam Aspek Nilai Kepuasan Konsumen",(Jurusan Ekonomi Syariah)

Mursid Mansur Chadi,"Penting Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital",*Jurnal Logistik Bisnis* 11,No.2(2021);72

Mujahidin Akhmad, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007),

Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 100

Margono S *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet. II; Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 36

Miles Mathew B dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis*, diterjemahkan Oleh Tjecep Rohendi Rohili Dengan Judul Analisis Data Kualitatif: Buku Tentang Metode-Metode Baru, (Cet. I; Jakarta: UI Pres, 2005), 15-16

Marbun B. N., *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003). 276

Narbuka Cholid dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), 70

Nazir Muhammad, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghaila Indonesia, 1988), 234.

Observasi (Pra Penelitian), dengan wawancara Fauzan Arif, Pemilik Usaha Tempe, Palu, 12 Januari 2024.

Prayoga Ayudha D, *Persaingan Usaha Dan Hukum Yang Mengaturnya Di Indonesia*, (Jakarta: Proyek ELIPS, 2000), 53

Qomariyah R.A. Nur "Strategi Pemasaran Industri Kecil Kerajinan Kasur Lihab Arafa Palembang", *Skripsi*, (Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah,

2014), hlm. 18. tidak diterbitkan

Rangkuti Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategic Untuk Menghadapi Abad 21* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 6.

Raharjo Tri Weda dan Herukmi Septa Rinawati, *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019), 91

Riadi Muchsin,, *Home Industri (Fungsi Manfaat, Jenis Usaha, Keunggulan dan kelemahan)*, dikutip dari <https://www.Kajianpustaka.com/2019/11/home-industri-fungsi-manfaat-jenis-keunggula-dan-kelemahan.html?m=1> , pada hari rabu, tanggal 26 Agustus 2020, Pukul 19.21 WIB

Suhasril Dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Indonesia*, Cetakan Pertama (Bogor: Ghalia Indonesia 2010), 42

Sirait Ningrum Natasya, *Hukum Persaingan di Indonesia*, (Medan Pustaka Bangsa 2004),1

Suprato Rifqi dan Zaky Wahyudin Aziz, *Buku Ajar Manajemen pemasaran*, (Ponorogo: Myria Publisher,2020), 1.

Suliyanto “Studi Kelayakan Bisnis “ (Yogyakarta,2011) 91

Siagian Sondang P., *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara,2008), 83-84

Saiman Leonardur, *Kewirausahaan Teori, Praktik dan Kasus-kasus* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 124

Syaodih Nana, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Rosda Karya, 2006), 60.

Surakhmad Winarno, *Dasar dan Teknik Research. Pengantar Metodologi Ilmiah* (Bandung: Torsito, 2000),154.

Umar Husen, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Cet. IV; Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2010), 42.

Wibowo Dimas Hendika “*Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing*,” *Administrasi Bisnis*, no.1 (2015): 59.

Yanis Muhammad Nazarul,dkk,”*Analisis Strategi Pemasaran Tempe Kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) di Desa Sei Mencirim Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang*”,*Jurnal Agrica*. Vol.11,No.2(2018);94

LAMPIRAN LAMPIRAN

DAFTAR INFORMAN

Dalam penelitian ini penulis melampirkan daftar informan yang merupakan sumber informasi mengenai data yang ditemukan penulis dilapangan pada Industri rumahan Asli H.B . Adapun daftar informan tersebut sebagai berikut:

| NO | NAMA | KETERANGAN | TANDA TANGAN |
|----|----------------|------------------------|--------------|
| 1. | Rudhiab Arifin | Pemilik Usaha | |
| 2. | Ruslan | Bagian Pemasaran | |
| 3. | Edi | Bagian Produksi basah | |
| 4. | Ayuningsih | Bagian Produksi Kering | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fauzan Arif

Nama Usaha : Industri Tempe Samudera

Alamat : Jln. Samudera

Dengan ini menyatakan:

Nama : Yunissa

Nim : 20.5.12.0070

Jurusan : Ekonomi Syariah

Bahwa benar nama tersebut diatas telah melaksanakan Penelitian Observasi untuk memperoleh dalam penyelesaian skripsi dan judul :

“ANALISIS DAMPAK PERSAINGAN DAN STRATEGI PEMASARAN PADA INDUSTRI RUMAHAN TEMPE (Studi Industri Rumahan Tempe Samudra dan Tempe Asli HB di Kota Palu)”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palu, 15 Mei 2024

Pemilik Usaha

Industri Tempe Samudera

Fauzan Arif

Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rudhian Arifin

Nama Usaha : Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B)

Alamat : Jln. Bungi Indah, Kec Tatanga, Kota Palu.

Dengan ini menyatakan:

Nama : Yunissa

Nim : 20.5.12.0070

Jurusan : Ekonomi Syariah

Bahwa benar nama tersebut diatas telah melaksanakan Penelitian Observasi untuk memperoleh dalam penyelesaian skripsi dan judul :

“ANALISIS DAMPAK PERSAINGAN DAN STRATEGI PEMASARAN PADA INDUSTRI RUMAHAN TEMPE (Studi Industri Rumahan Tempe Samudra dan Tempe Asli HB di Kota Palu)”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palu, 15 Mei 2024

Pemilik Usaha

Industri Tempe Asli HB

Rudhian Arifin

DOKUMENTASI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Yunissa
Tempat, Tanggal Lahir : Tinombo, 28 Juni 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke- : 4
Nim : 20.5.12.0070
Agama : Islam
Status : Menikah/pelajar
Alamat Sekarang : Jln. Lando, BTN Grand Lando
No Hp : 0822 6220 8840
Email :

B. Riwayat Pendidikan

A. SDN (Tahun Kelulusan) : SDN Inti 1 Sidoan (2014)
B. MTS (Tahun Kelulusan) : Mts Al-Khairat Sidoan (2017)
C. SMA (Tahun Kelulusan) : SMAN 1 Sidoan (2020)