

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kontribusi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dalam perekonomian Indonesia menjadi prioritas nasional dalam percepatan pembangunan. UMKM dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup banyak dan menciptakan banyak lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi pengangguran. Salah satu kegiatan UMKM yang dijalankan masyarakat adalah usaha makanan halal, atau disebut usaha Pawon Katering. Kegiatan usaha yang bergerak di industri jasa boga serta usaha katering dan ini telah berkembang sehingga usaha ini menjadi usaha yang lumayan tinggi untuk dijalankan.

UMKM sebagai usaha berskala kecil yang saat ini sedang menjadi pusat perhatian pemerintah karena setiap tahunnya terus menerus mengalami perkembangan serta dipercaya mampu memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian Indonesia. Dalam hal ini peran pemerintah sangat diperlukan guna mewujudkan stabilitas nasional. Upaya yang dapat dilakukan pemerintah adalah lebih memperhatikan serta membuat kebijakan yang tepat agar UMKM dapat bertumbuh semakin pesat. (Safitri, 2019)

Perkembangan UMKM seperti usaha katering menjadi peluang kesuksesan pelakunya dalam berusaha yang dapat dilihat jumlah penjualan yang semakin meningkat dan pendapatan yang meningkat dikarenakan dari kemampuan pengusaha dalam meraih peluang usaha yang ada, berinovasi, luasnya pasar yang dikuasai, dan diharapkan mampu bersaing. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah strategi dalam pemasaran produk agar usaha yang dijalankan dapat mengalami perkembangan secara signifikan. Berbagai sarana dalam memasarkan sebuah produk dapat dilakukan seperti mengiklankan produk pada media sosial, sehingga produk dapat dipasarkan dan usaha yang dijalankan dapat diketahui oleh kalangan masyarakat luas.

Dalam hal ini, UMKM dapat menjadi suatu kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan dapat memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, serta dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Hal ini merupakan salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya. Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menopang pembangunan ekonomi yaitu memberdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai basic pembangunan ekonomi kerakyatan. (Oktaviana, 2018)

Persaingan yang tinggi dalam dunia bisnis mengharuskan setiap produsen untuk mampu melaksanakan dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Penerapan ataupun kegiatan pemasaran membutuhkan konsep strategi pemasaran yang mendasar sesuai dengan kebutuhan serta keinginan konsumen. Seorang pemasar yang menganut sistem syariah tidak menganggap pesaing bisnis sebagai musuh tetapi dianggap sebagai mitra sejajar. Hal ini menunjukkan sistem pemasaran yang menerapkan syariah memiliki posisi yang sangat strategis dikalangan masyarakat, karena pemasaran dengan sistem syariah merupakan salah satu strategi pemasaran yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW. (Reza, 2022)

Persaingan yang semakin luas menyebabkan harus adanya strategi pemasaran yang dapat membuat usahanya tetap berkembang. Agar suatu perusahaan dapat berhasil maka perusahaan tersebut harus melakukan tugasnya melebihi pesaing dalam memuaskan konsumen sasaran. Maka, pada strategi pemasaran haruslah disesuaikan menurut kebutuhan konsumen maupun kebutuhan strategi pesaing, dengan merancang strategi pemasaran yang kompetitif dimulai dengan melakukan analisis terhadap pesaing dibutuhkan suatu strategi, terlebih lagi dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, maka strategi sangat penting yang kemudian disebut strategi pemasaran. (Mastuti, 2021)

Pentingnya strategi dalam pengembangan usaha dimana strategi tersebut berkaitan dengan kekuatan dan peluang yang dipakai oleh suatu

perusahaan untuk mendapatkan keunggulan persaingan di dalam setiap usaha. Strategi pengembangan yang sesuai akan memberikan stabilitas arah dan orientasi yang konsisten untuk beradaptasi dengan lingkungan dan strategi untuk mengembangkan usaha. (Sudrajat, 2020)

Islam juga menghalalkan berbagai usaha seperti halnya perdagangan, perniagaan, atau jual beli yang didalamnya termasuk bisnis. Jual beli atau bisnis dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa, tetapi Allah mengharamkan riba karena didalam riba tidak ada penyeimbang langsung, kecuali kesempatan pemanfaatan uang. (Laeliyah, 2017). Hal tersebut dijelaskan pada salah satu firman Allah didalam Q.S Al-Baqarah: 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

*Artinya: “....dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba....”*

Peraturan terkait usaha catering menurut undang-undang diatur pada Nomor 18/PMK.010/2015 yang menjelaskan bahwa Kriteria Jasa Boga atau Katering yang termasuk dalam jenis jasa yang tidak dikenai pajak pertambahan nilai. Peraturan tersebut menjelaskan bahwa Jasa boga atau catering termasuk jenis jasa yang tidak dikenai Pajak Pertambahan Nilai. (Kemenkeu, 2022)

Dengan berbisnis atau berwirausaha para pelaku usaha bisa mendapatkan penghasilan yang cukup meski hanya dengan sebuah usaha yang kecil, tapi bisa mendapatkan penghasilan yang lumayan besar, itupun jika para wirausaha ini memiliki niat usaha yang bagus untuk memajukan sebuah usaha yang kecil menjadi besar. dengan bermodalkan kemampuan dalam mengelola sebuah usaha, maka mereka bisa mendapatkan profit yang cukup menjanjikan dari usaha tersebut. Seperti pada Usaha Pawon Katering pengembangan suatu usaha tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas.



Dalam hal ini dapat dilihat sebuah perkembangan Usaha Pawon Katering berdasarkan Laporan keuangan dari bulan November 2021 s/d Oktober 2022 sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Laporan Keuangan Pendapatan**

<b>Bulan</b>	<b>Pendapatan Kotor</b>	<b>Pendapatan Bersih</b>
November	Rp. 8.689.000	Rp. 4.000.000
Desember	Rp. 8.500.000	Rp. 4.300.000
Januari	Rp. 8.440.000	Rp. 4.450.000
Februari	Rp. 8.400.000	Rp. 4.400.000
Maret	Rp. 7.500.000	Rp. 3.400.000
April	Rp. 8.450.000	Rp. 4.630.000
Mei	Rp. 8.600.000	Rp. 4.260.000
Juni	Rp. 8.650.000	Rp. 4.300.000
Juli	Rp. 7.690.000	Rp. 3.650.000
Agustus	Rp. 9.335.000	Rp. 5.200.000
September	Rp. 27.000.000	Rp. 9.800.000
Oktober	Rp. 9.500.000	Rp. 5.150.000

(Sumber: Laporan keuangan Pawon Katering milik Ibu Lis)

Berdasarkan data keuangan diatas dapat diketahui bahwa usaha Pawon katering tidak mengalami penurunan, usaha tersebut dapat dikatakan stabil. Pendapatan paling besar di peroleh pada bulan oktober dimana usaha mendapatkan pesanan untuk acara maulid nabi di desa kalitengah, lalu pada bulan september mengalami peningkatan, menurut Ibu Lis pendapatan besar tersebut dikarenakan usaha katering mendapatkan pesanan untuk acara pernikahan sehingga pendapatan bertambah. Kemudian dilihat pada bulan berikutnya usaha tersebut menjadi stabil dan kembali di pendapatan 8 juta. Meskipun usaha mengalami penurunan namun penurunan tersebut tidak drastis dan diangka yang stabil.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Siti Laeliah (2017) yang menyebutkan bahwa usaha katering yang menjadi peluang usaha membuat

kondisi peningkatan persaingan ini tentunya mendorong adanya persaingan bisnis yang semakin ketat, sehingga membuat suatu bisnis termasuk bisnis kuliner berada pada posisi yang mudah dalam kalah saing.

Pada usaha Pawon catering dimana pemasaran yang dilakukan masih sangat sederhana, seperti belum menggunakan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga cakupan wilayah penjualan di pasar masih tergolong sedikit dan belum berkembang jauh. Hal tersebut menjadikan usaha catering menjadi kalah saing dengan usaha catering di wilayah sekitar desa kalitengah, tidak hanya itu pada usaha catering juga dapat dikatakan masyarakat banyak yang menjalankan usaha tersebut sehingga apabila usaha Pawon Catering milik Ibu Lis tidak dapat memaksimalkan strategi pemasaran dan tidak dapat berinovasi dengan baik maka usaha tersebut akan mengalami penurunan hingga kerugian usaha. Apabila strategi pemasaran tidak sesuai dengan usaha yang dijalankan maka strategi tersebut juga akan mendatangkan permasalahan baru pada kegiatan usahanya.

Pendirian usaha Pawon catering dilatarbelakangi oleh meningkatnya jumlah penduduk dari tahun ke tahun, yang diimbangi dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan pangan serta perubahan pola konsumsi masyarakat yang membawa segala sesuatunya kearah yang lebih praktis dan efisien. Adanya perubahan pola konsumsi ditunjukkan oleh kecenderungan masyarakat saat ini untuk mengkonsumsi makanan dan minuman siap saji. Kemudian saat ini banyak masyarakat desa kalitengah yang menyukai kemudahan dan kenyamanan dengan adanya makanan dan minuman yang siap saji, sehingga jasa catering yang dilakukan oleh Ibu Lis sangat membantu dalam hal itu. Oleh karena itu, Ibu Lis memanfaatkan kondisi ini untuk membangun bisnis catering.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai entrepreneurship dan produk halal dengan topik strategi pemasaran produk halal dengan objek penelitian berupa Usaha Makanan Catering, dimana pada objek tersebut menjalankan usaha produk halal.

## B. Perumusan Masalah

Pada penelitian ini terdapat sebuah permasalahan yang ada, yaitu sebagai berikut:

### 1. Identifikasi Masalah

Dalam usaha yang dilakukan oleh Ibu Lis selaku pemilik usaha Pawon katering ini dimana terdapat strategi yang dilakukan untuk mengembangkan usaha katering tersebut yang dapat membawa perkembangan. Dari uraian permasalahan diatas dimana terdapat permasalahan-permasalahan yang ditemukan dalam kegiatan usaha, yaitu sebagai berikut :

- a. Terdapat Usaha Makanan Halal yaitu Pawon Katering yang belum mengalami perkembangan dibidang pemasaran
- b. Terjadi kenaikan dan penurunan pendapatan usaha
- c. Strategi pemasaran yang dilakukan masih tergolong sederhana dan belum memanfaatkan sarana sosial media
- d. Adanya pandangan Islam yang membahas mengenai usaha makanan halal
- e. Penelitian terdahulu yang tidak relevan

### 2. Wilayah Kajian

Penelitian ini termasuk kedalam wilayah kajian Entrepreneurship dan Produk Halal dengan topik Strategi Pemasaran Produk Halal.

### 3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini yaitu pendekatan Kualitatif Deskriptif dengan jenis studi kasus, yaitu melihat metode dalam mengetahui dan memahami seseorang menggunakan praktek inklusif dan menyeluruh yang terdapat pada jenis usaha mikro kecil dan menengah berupa usaha makanan berjenis katering yang dilakukan oleh Ibu Lis pada Pawon Katering.

### 4. Batasan Masalah

Melihat Identifikasi masalah yang ada, maka penulis membatasi masalah agar tidak meluas pokok permasalahannya dan memberi pembahasan yang sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Oleh karena itu

penelitian ini dibatasi yang mana hanya membahas mengenai Strategi Pemasaran Usaha Pawon Katering Desa Kalitengah Cirebon.

#### 5. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran usaha Pawon Katering?
2. Bagaimana efektivitas pemasaran Usaha Pawon Katering?
3. Apa saja kendala yang dihadapi oleh pihak Pawon Katering dalam melakukan pemasaran?

### C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tujuan dan kegunaannya, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk Mengetahui strategi pemasaran usaha Pawon Katering.
- b. Untuk Mengetahui efektivitas pemasaran Usaha Pawon Katering.
- c. Untuk Mengetahui kendala yang dihadapi oleh pihak Pawon Katering dalam melakukan pemasaran.

#### 2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk memahami betapa banyaknya hal yang dipelajari lebih mendalam mengenai umkm seperti makanan halal, dan usaha dalam meningkatkan perekonomian masyarakat.
- b. Bagi masyarakat, adapun kegunaan bagi masyarakat dalam penelitian ini mengenai UMKM untuk menambah ilmu pengetahuan terkait berbagai usaha yang akan dijalankan oleh banyak kalangan & menambah wawasan perekonomian.
- c. Bagi pelaku usaha, bagi pelaku usaha Pawon katering diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dalam mengatasi tingkat permasalahan yang berkaitan dengan pemberdayaan UMKM dan perekonomian sehingga dapat mengambil manfaat terkait suatu strategi dari pengembangan usaha.



#### D. Penelitian Terdahulu

Setelah melakukan penelitian dari berbagai sumber, akhirnya penulis menemukan beberapa penelitian yang menjadi pembanding dan acuan. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan penulis tidak sama atau menghindari anggapan adanya plagiarisme. Adapun penelitian terdahulu yang penulis dapatkan adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti	Persamaan & Perbedaan	Hasil
Firizqika Ayu Mastuti (2021) Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Katering Zahra Ponorogo	<p>Persamaan penelitian ini terletak pada jenis penelitian yang bersifat kualitatif, dan membahas mengenai strategi pemasaran usaha dengan objek katering</p> <p>Perbedaan penelitian ini terletak tidak melihat usaha katering tidak menggunakan sarana media sosial melainkan hanya pembauran kepada</p>	<p>Hasil dari penelitian ini dimana Pelaksanaan strategi bauran pemasaran dengan menggunakan 4P, product, price, place, promotion. Jumlah penjualan saat ini masih mengalami naik turun dan belum sepenuhnya mengalami perkembangan.</p>



	masyarakat sekitar saja.	
Ajat Sudrajat (2020) Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Prepektif Etika Islam (Studi Kasus Pada Usaha Duta Catering Ibu Djito Batu)	Persamaan penelitian ini terletak pada jenis penelitian yang bersifat kualitatif, dan membahas mengenai strategi pemasaran usaha pada katering, serta melihat melalui pemasaran melalui berbagai sarana  Perbedaan penelitian ini terletak pada fenomena	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi-strategi yang diterapkan oleh Duta Catering Ibu Djito, secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada. Namun perlu ada perhatian sedikit dalam hal strategi-strategi yang diterapkan di Duta Catering Ibu Djito agar lebih optimal. Seperti dalam halnya strategi integritas vertikal, perlu adanya perhatian khusus terhadap para pemasok Jikalau terjadi peningkatan pemesanan.
Siti Laeliah (2017) Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islami (Studi Kasus pada Usaha Kang Bagong Catering Semarang)	Persamaan penelitian ini terletak pada jenis penelitian yang bersifat kualitatif, dan membahas mengenai strategi pemasaran usaha dengan objek katering serta melihat dengan pandangan Islam  Perbedaan penelitian ini terletak pada fenomena	Strategi-strategi yang diterapkan oleh Kang Bagong Catering, secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada. Namun, terdapat beberapa hal yang menjadikan strategi-strategi di Kang Bagong Catering belum optimal. Pada strategi integrasi vertikal, kurangnya perhatian terhadap para pemasok (strategi integrasi ke belakang). Dan pada strategi intensif, kurang optimalnya dalam kegiatan

		pemasaran pada strategi pengembangan pasar, sebab Kang Bagong Catering hanya fokus pada strategi penetrasi pasar.
Oktaviana (2018) Skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran UMKM Dalam Perspektif Syariah Marketing (Studi Pada Annyza Catering Magelang)	Persamaan penelitian ini terletak pada jenis penelitian yang bersifat kualitatif, dan membahas mengenai strategi pemasaran usaha dengan objek katering serta pandangan ekonomi Islam Perbedaan penelitian ini terletak pada fenomena	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Strategi yang dilakukan oleh Annyza Catering yakni dari tahap melayani nasi kotak dan bekerja sama dengan beberapa SDIT di kota Magelang. Karena terbukti hasilnya memuaskan pelanggan, sehingga usaha ini pun terus berkembang, dan dengan modal keberanian serta rasa percaya diri yang kuat sehingga di tahun 2015 Annyza catering telah bekerjasama dengan beberapa kampus swasta serta beberapa partai besar. Beberapa strategi yang dilakukan seperti segmentation, targeting, positioning, marketing mix memberikan kemudahan usaha Annyza Catering tetap bertahan hingga saat ini.
Himawan Muhammad Reza (2022) jurnal yang berjudul Analisis	Persamaan penelitian ini terletak pada jenis penelitian yang	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha pada produk rumah makan

<p>Strategi Pemasaran Rumah Makan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha: Studi Kasus Rumah Makan Angkringan Mbah Darsih, Kramat Jati, Jakarta Timur</p>	<p>bersifat kualitatif, dan membahas mengenai strategi pemasaran usaha dibidang makana</p> <p>Perbedaan penelitian ini terletak pada objek yang bukan usaha catering.</p>	<p>Angkringan Mbah Darsih menggunakan bahan-bahan yang halal. Rumah makan Angkringan Mbah Darsih dalam menyajikan produknya sesuai dengan nilai pemasaran syariah yaitu amanah yaitu dengan menyajikan produk-produk yang halal. Sehingga pelanggan Angkringan Mbah Darsih percaya bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan mereka.</p>
<p>Devi Lastina (2019) jurnal yang berjudul Peningkatan Produktivitas Pemasaran UMKM Catering Mpok Atiek Dengan Pendekatan Business Model Canvas Dan Analisis SWOT</p>	<p>Persamaan penelitian ini terletak pada jenis penelitian yang bersifat kualitatif, dan membahas mengenai strategi pemasaran usaha dengan objek catering</p> <p>Perbedaan penelitian ini terletak pada model penelitian yang bersifat canvas &amp; fenomena</p>	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Catering Mpok Atiek sebelum dilakukannya implementasi perbaikan yaitu sebesar 1,0886 dan produktivitas setelah dilakukannya implemetasi perbaikan yaitu sebesar 1,1580, terlihat adanya peningkatan produktivitas harian sebesar 0,0698 atau setara dengan 6,98%. Sedangkan untuk produktivitas total UMKM Catering Mpok Atiek sebelum dilakukannya implementasi perbaikan yaitu sebesar 1,1871 dan produktivitas total setelah dilakukannya implemetasi</p>

		perbaikan yaitu sebesar 1,3173, dari terlihat adanya peningkatan produktivitas sebesar 0,1302 atau setara dengan 13,02%.
Aprilia Kurniati (2021) jurnal yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Umkm Catering Melalui Media Sosial Instagram Menggunakan Strategi Marketing Mix	Persamaan penelitian ini terletak pada jenis penelitian yang bersifat kualitatif, dan membahas mengenai strategi pemasaran usaha dengan objek katering  Perbedaan penelitian ini terletak pada model strategi marketing yang bersifat mix.	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa usaha Win Catering perlahan-lahan mulai banyak mendapat perhatian masyarakat. Hal ini terbukti dengan semakin meningkatnya jumlah follower di Instagram. Manfaat lainnya, dengan strategi pemasaran berupa pemasangan spanduk, pembuatan akun media sosial, dan logo serta kartu nama yang menarik, pelanggan jadi lebih mudah menemukan informasi serta lokasi usaha Win Catering.
Deyanti (2016) Skripsi yang berjudul Efektivitas Pemasaran Hijabstory Cabang Cirebon	Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai usaha jenis mikro kecil menengah dari aspek evektifitas dan pemasarann produk.	Hasil dari penelitian ini adalah pemasaran Hijabstory menggunakan strategi pemasaran atau bauran pemasaran, pertumbuhan pemasaran Hijabstory mengalami peningkatan yang signifikan pada setiap tahunnya dan efektivitas pemasaran Hijabstory dari jumlah total



	Perbedaan penelitian ini terletak pada usaha yang dijalankan berjenis pakaian.	omsetnya terus mengalami peningkatan, maka hal tersebut bisa dikatakan efektif dalam pemasarannya.
Uswatun Nisa (2021) Skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Dalam Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus Warung Klepon Miroso Wonosari Pagu Kediri)	Persamaan penelitian ini terletak pada strategi pemasaran dan membahas perspektif Islam. Perbedaan penelitian ini tidak membahas segi efektivitas.	Hasil penelitian ini yaitu pada Strategi pemasaran makanan tradisional warung klepon miroso Wonosari Pagu Kediri adalah makanan tradisional yang banyak digemari oleh masyarakat. Pemilihan tempat tidak memiliki strategi secara khusus, dimana lokasi warung menjadi satu dengan rumah pemilik dan distribusi masih secara offline atau datang langsung ke tempat. Harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga bahan baku, biaya produksi dan keuntungan.
Rahmad Prinadi (2021) Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Khas Padang diTinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi	Persamaan penelitian terletak pada usaha UMKM dan membahas strategi untuk mengembangkan usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Makan Padang Surya dikota Mukomuko telah menerapkan strategi pengembangan usaha, yaitu strateginya meliputi Strategi produk, Strategi harga dan Strategi penjualan. Serta Tinjauan Ekonomi Islam

Pada Rumah Makan Padang Surya dikota Mukomuko)	Perbedaan penelitian ini tidak membahas efektivitas usaha.	terhadap usaha Rumah Makan telah sesuai dengan prinsip Islam.
--	--	---

### E. Kerangka Pemikiran

Dalam mengembangkan UMKM mengalami beberapa masalah, masalah utama dalam mengembangkan usaha Pawon Katering agar usaha tersebut dapat berkembang dengan baik maka diperlukan kemudahan dalam segi pemasaran produk usaha kepada masyarakat. Pemasaran yang tidak sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pihak pengusaha maka usaha tersebut dapat mengalami penurunan pendapatan bahkan usaha tersebut tidak akan pernah bisa mendapatkan konsumen.

Strategi sebagai bagian dari keseluruhan konsep dimana sebuah usaha dapat mengatur berbagai hal secara menyeluruh dan semua kegiatan dengan tujuan agar usaha yang dijalankan mengalami kemajuan, dapat bersaing dengan usaha pihak lainnya, dan mendapatkan keuntungan. Strategi pemasaran dimana serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran usaha yang dilakukan oleh pihak Pawon katering agar usaha tersebut dapat berkembang dan mengalami kemajuan. Untuk mengetahui gambaran isi penelitian secara keseluruhan maka penulis menggambarkan kerangka penelitian yang dinyatakan dalam bentuk gambar skema sederhana. Skema dari kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1

**Kerangka Pemikiran****F. Metodologi Penelitian****1. Lokasi dan Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada objek pelaku usaha katering yaitu Pawon Katering Ibu Lis yang beralamat pada Desa. Kalitengah, Blok. sipuyu, Rt 07/Rw 03, Jln. Batu Ampar Kec. Tengah Tani, Kab. Cirebon.

**2. Metode Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. (Sugiyono, 2017). Metode kualitatif berusaha mempelajari dan menguraikan makna suatu peristiwa perilaku manusia dalam situasi tertentu menurut pandangan peneliti sendiri.

**3. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti, kemudian masuk

ke dalam studi kasus. Penelitian ini juga bisa dikatakan sebagai penelitian sosiologis yaitu suatu penelitian yang cermat yang dilakukan dengan jalan langsung terjun ke lapangan (Sugiyono, 2017). Sehingga, penelitian ini dilakukan dengan cara tinjauan langsung ke lapangan terkait dengan permasalahan yang diteliti oleh penulis.

#### **4. Data Penelitian**

Data yang dibutuhkan penulis untuk memecahkan masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam penyusunan laporan ini yaitu data mengenai data penjualan selama satu tahun terakhir, pendapatan kotor, keuntungan bersih, dan lain sebagainya.

#### **5. Sumber Data**

Sumber data adalah tempat atau rujukan dimana sumber-sumber data atau informasi yang dapat diperoleh untuk penelitian. Adapun sumber data penelitian ini yaitu: (Sugiyono, 2017)

##### **Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan pihak pengusaha Pawon Katering.

##### **Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data lain atau tambahan yang menunjang serta memperluas data primer, baik yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, maupun dokumen lainnya. Data sekunder yang digunakan penelitian ini berupa dokumen mengenai pendapatan usaha bidang produk halal berupa makanan katering.



## 6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang digunakan oleh peneliti guna mendapatkan informasi atau data yang ada di lapangan untuk keperluan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu: (Sugiyono, 2017)

### a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengambilan data dengan cara menganalisis dan melakukan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku individu atau kelompok secara langsung, sehingga peneliti memperoleh gambaran yang luas tentang masalah yang diteliti.

Dalam hal ini, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap perkembangan usaha pada Pawon katering, untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan fenomena yang dikaji.

### b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik penggalan data melalui percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu, dari dua pihak atau lebih yaitu pewawancara yang mengajukan berbagai pertanyaannya serta narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan.

Bentuk wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam hal ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan informan atau narasumber yang memegang informasi terkait dengan permasalahan penelitian ini yaitu Pengusaha Pawon Katering.

Wawancara terstruktur dilakukan agar pertanyaan-pertanyaan yang diajukan teratur. Sedangkan wawancara tidak terstruktur hanya sebagai pelengkap, karena kemungkinan akan ada pertanyaan yang

perlu di pertanyakan diluar pertanyaan yang telah dibuat atau disiapkan. Wawancara tersebut dilakukan kepada Ibu Lis selaku pemilik usaha, Bapak Kosim selaku suami dan bagian pengantar pesanan, Mas Adi selaku bagian yang belanja bahan baku, dan para konsumen.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian terstruktur dengan cara menetapkan sendiri dan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada informan atau narasumber. Sedangkan dalam wawancara tidak terstruktur, peneliti dapat mengembangkan pertanyaan yang disesuaikan dengan keadaan dari narasumber, sehingga peneliti akan mendapatkan data yang lebih rinci, detail dan mendalam.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara meneliti dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dengan cara meneliti dokumen-dokumen terkait dengan Objek yang diteliti.

### **7. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat-alat yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam rangka memecahkan masalah penelitian atau mencapai tujuan penelitian. (Sugiyono, 2017)

Pada penelitian ini penulis berperan sebagai instrumen utama dalam menjangkau data dan informasi yang diperlukan. Untuk mengumpulkan data dan informasi diperlukan pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan wawancara yang terlampir. Untuk melengkapi instrumen yang digunakan yaitu buku catatan, smartphone, dan catatan tertulis tentang apa yang didengar, dilihat, dialami dan dipikirkan selama berlangsungnya pengumpulan data

## 8. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini teknik keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. (Haryoko & Bahartiar & Arwadi, 2020) teknik triangulasi terbagi menjadi 3, yaitu sebagai berikut:

### a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dengan teknik triangulasi sumber peneliti dapat membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing informan sebagai pembanding untuk mengecek kebenaran informasi.

### b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Apabila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda.

### c. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Sehingga data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada

saat informan masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.

Penulisan ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Dalam triangulasi sumber, dimana penulis melakukan wawancara dengan informan yang berbeda yaitu Pengusaha dan para pegawai untuk mendukung berjalannya penelitian. Sedangkan dalam triangulasi teknik, penulis mengecek hasil penulisan dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga derajat kepercayaan data dapat dikatakan valid.

## 9. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Langkah-langkah teknik analisis data dalam penelitian ini, yaitu: (Sugiyono, 2017)

### a. Analisis Deskriptif

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Analisis data secara deskriptif yaitu teknik analisis data yang berusaha menggambarkan keadaan obyek, suatu kondisi atau lingkungan tertentu untuk menggambarkan fenomena penelitian apa adanya dari sumber data berupa tulisan, perilaku atau lisan tanpa adanya suatu uji hubungan variabel.

### b. Data Reduksi

Data reduksi merupakan data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Dalam hal ini peneliti merangkum, memilih hal-hal pokok, kemudian memfokuskan pada data seputar perkembangan usaha.

### c. Data Display



Penyajian data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dalam penelitian ini data yang digunakan merupakan hasil wawancara atau jawaban dari informan yang disajikan dengan cara menguraikan secara singkat jawaban yang diberikan oleh pihak Pengusaha Pawon Katering yaitu Ibu Lis.

d. Penarikan Kesimpulan

Langkah yang terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Upaya penarikan kesimpulan dilakukan penulis secara terus-menerus selama berada di lapangan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah jika ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel

## G. Sistematika Penulisan

Agar penulisan karya ilmiah ini lebih terarah dan jelas, maka penulis membagi menjadi lima bagian bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan menguraikan secara garis besar permasalahan penelitian meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori berisi penjelasan teoritis mengenai pengertian teori dan penjelasan dari hal yang berhubungan dengan pokok bahasan penelitian agar dapat mendukung penyusunan teori dan konsep.

Bab III Gambaran Umum Usaha Pawon Katering berisi tentang profil usaha meliputi sejarah singkat, tujuan usaha, produk-produk.

Bab IV Hasil dan Pembahasan menguraikan hasil penelitian yang didapat dari objek yaitu pihak Pawon Katering, yang membahas mengenai strategi pemasaran usaha makanan halal, perkembangan usaha tersebut dan teori penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Bab ini merupakan inti dari penelitian dengan menguraikan hasil penelitian berupa data-data yang telah diolah sehingga terlihat hasil akhir dari penelitian ini.

Bab V Penutup merupakan bagian akhir dari penulisan yang akan menunjukkan pokok-pokok penting dari keseluruhan pembahasan. Bab ini memuat jawaban secara singkat dan jelas dari permasalahan yang ditulis pada bagian rumusan masalah diatas serta berisi kesimpulan dan saran.

