

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan usaha dalam suatu sektor industri merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan apabila ingin mencapai skala yang lebih besar. Terdapat berbagai aspek yang perlu diperhatikan dan dibenahi agar proses perkembangan industri dapat berlangsung lebih cepat, serta mampu memberikan manfaat berupa keuntungan dan nilai tambah bagi industri tersebut (Suparwo et al., 2018).

Tahu adalah salah satu hasil olahan dari kedelai. Meskipun kandungan gizinya belum dapat menyamai sumber protein hewani seperti telur, daging, atau ikan, harga tahu yang lebih terjangkau membuatnya menjadi pilihan utama masyarakat sebagai alternatif sumber protein. Produk ini dikenal luas sebagai makanan tradisional Indonesia yang sering disajikan sebagai lauk pendamping nasi ataupun sebagai camilan. Permintaan pasar yang luas serta tingginya minat konsumen menjadikan tingkat konsumsi tahu di Indonesia tetap tinggi dan cenderung stabil (Rahmawati, 2023).

Berdasarkan data dari Kementerian Pertanian (2021), rata-rata konsumsi tahu di Indonesia selama periode 2020 hingga 2024 tercatat sebesar 8,07 kg, sebagaimana tercantum dalam Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Rata-rata Konsumsi Tahu perkapita Seminggu di Indonesia Tahun 2020-2024

Jenis olahan	Satuan	2020	2021	2022	2023	2024	Rata-rata
Tahu	Kg	8,16	8,23	7,92	7,96	8,10	8,07

Sumber: Kementerian Pertanian, diolah (2021)

Pemilihan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis menjadi faktor utama dalam meraih kesuksesan perusahaan. Kepuasan dan loyalitas konsumen merupakan aspek krusial bagi kelangsungan operasional perusahaan. Setiap aktivitas yang dilakukan perusahaan guna memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen harus mampu menghasilkan keuntungan, yang pada

akhirnya menentukan kapasitas perusahaan dalam mengakses sumber daya unggulan dan menciptakan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, penetapan strategi perusahaan memiliki pengaruh besar terhadap upaya peningkatan kualitas produk dan pertumbuhan jumlah pelanggan secara efektif dan efisien (Fajar, 2022).

Strategi usaha yang diterapkan dengan tepat dapat mendorong peningkatan dalam hal permodalan, tenaga kerja, bahan baku, peralatan produksi, dan lokasi usaha, sehingga pelaku usaha memiliki peluang lebih besar untuk memajukan bisnis mereka. Kemampuan seorang pelaku usaha dalam menjalankan operasional harian mencerminkan sejauh mana proses pengembangan bisnis berlangsung. Pengembangan usaha mencakup berbagai kegiatan yang bertujuan menciptakan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen melalui pengelolaan dan konversi sumber daya yang tersedia. Seluruh proses ini dijalankan oleh pelaku usaha yang telah memulai kegiatan bisnisnya dan menunjukkan tanda-tanda pertumbuhan yang berkelanjutan, yang dapat diidentifikasi dari peningkatan volume produksi, terbukanya peluang pasar baru, serta munculnya inovasi sebagai respons terhadap persaingan (Suwardana, 2018).

Pemasaran merupakan salah satu elemen kunci dalam dunia bisnis. Seorang penjual harus memiliki kemampuan yang baik dalam menjalankan proses pemasaran, karena tanpa pemahaman yang tepat mengenai cara memasarkan produk, risiko kegagalan usaha akan semakin besar. Terlebih lagi, persaingan antar penjual dalam menawarkan produk yang serupa sangat sering terjadi, sehingga efektivitas strategi pemasaran sangat menentukan keberhasilan. Kurangnya kompetensi dalam memasarkan produk dapat menyebabkan seorang penjual kalah bersaing. Oleh karena itu, penting bagi penjual untuk lebih terencana dalam menarik perhatian konsumen, salah satunya dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Kota Cirebon sendiri memiliki struktur ekonomi yang sebagian besar ditopang oleh sektor industri pengolahan, perdagangan, serta perhotelan dan restoran. Banyaknya sektor industri tersebut mendorong masyarakat untuk menjadi lebih inovatif dan kreatif dalam menangkap peluang usaha sebagai sumber mata

pencapaian. Kondisi inilah yang kemudian menjadikan Kota Cirebon sebagai salah satu pusat kegiatan perdagangan di Wilayah III Cirebon (Rizal, 2018).

Desa Tuk Karangsuwung terletak di Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon. Sebagian besar penduduk di desa ini menggantungkan mata pencahariannya melalui kegiatan wirausaha. Beragam jenis usaha yang dijalankan serta jumlah pelaku usaha yang ada di Desa Tuk Karangsuwung dapat dilihat pada gambar berikut:

Tabel 1. 2 Jenis Usaha di Desa Tuk Karangsuwung

Jenis Usaha	Jumlah Usaha
Tahu	7
Tempe	5
Taoge	2
Kerupuk	6

Sumber: Data Desa Tuk Karangsuwung Tahun 2024

Berdasarkan data yang ditampilkan, dapat diketahui bahwa Desa Tuk Karangsuwung memiliki beragam pelaku usaha, dengan usaha produksi tahu sebagai jenis usaha yang paling dominan. Dominasi ini menjadikan para pengusaha tahu di Desa Tuk Karangsuwung cukup dikenal, tidak hanya di kalangan masyarakat lokal, tetapi juga oleh masyarakat dari luar daerah. Usaha tahu ini pun tersebar hampir di seluruh wilayah desa, mencakup hampir setiap Rukun Tetangga yang ada (Sahla et al., 2019).

Salah satu jenis usaha di bidang makanan yang berkembang di Desa Tuk Karangsuwung adalah produksi tahu, yang dikelola oleh para pengrajin tahu. Tahu mentah memiliki potensi untuk diolah menjadi beragam jenis makanan, baik untuk dijadikan peluang usaha oleh konsumen maupun untuk kebutuhan konsumsi harian, sehingga memberikan daya tarik tersendiri bagi usaha ini. Tahu sendiri merupakan makanan yang berasal dari Tiongkok dan telah lama menjadi bagian dari kuliner lokal serta digemari oleh masyarakat. Proses pembuatan tahu dimulai dari pengambilan sari kacang kedelai, kemudian difermentasi menggunakan bahan penggumpal hingga mengendap

dan membentuk tahu. Tahu yang berkualitas ditandai dengan tidak adanya aroma menyengat. Selain fleksibel dalam pengolahan, tahu juga memiliki berbagai manfaat kesehatan karena berbahan dasar kacang kedelai, yang dikenal sebagai sumber protein nabati dan lesitin, serta mengandung vitamin A, vitamin B kompleks, vitamin E, kalsium, fosfor, magnesium, dan zat besi.

Di daerah ini, usaha pengolahan tahu cukup beragam, mulai dari proses produksi yang masih dilakukan secara tradisional menggunakan peralatan sederhana, hingga metode yang menggabungkan teknik tradisional dengan bantuan mesin teknologi. Keberagaman dalam proses produksi tersebut turut berkontribusi terhadap popularitas para pelaku usaha tahu di Desa Tuk Karangsuwung, baik di kalangan masyarakat lokal maupun luar daerah. Letak Desa Tuk Karangsuwung yang strategis, dekat dengan pasar tradisional, menjadi nilai tambah dalam kegiatan pemasaran. Sebagian besar pelaku usaha tahu di desa ini memasarkan produknya secara langsung dengan cara berkeliling ke rumah-rumah pelanggan, sehingga memperluas jangkauan pasar dan menjaga kedekatan dengan konsumen.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa industri tahu di Desa Tuk Karangsuwung menghadapi sejumlah kendala. Beberapa di antaranya meliputi keterbatasan dalam pengembangan sumber daya manusia serta penggunaan faktor produksi yang masih belum optimal. Selain itu, strategi pemasaran yang belum dimaksimalkan turut menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan pasar. Kenaikan harga bahan baku, penurunan daya beli konsumen, dan terbatasnya cakupan pemasaran juga menjadi tantangan signifikan yang menghambat pencapaian tujuan serta target pendapatan para pelaku usaha.

Industri ini termasuk ke dalam kategori usaha kecil, bukan hanya karena keterbatasan modal, tetapi juga karena keuntungan yang diperoleh harus dibagi dengan para pekerja yang terlibat dalam proses produksi. Secara umum, usaha seperti ini cenderung rentan terhadap berbagai permasalahan dalam hal pengembangan usaha. Oleh karena itu, penting untuk terlebih dahulu meninjau data hasil produksi tahu dari Usaha Ibu Rokhmah selama periode tahun 2020 hingga 2024, yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Jumlah Produksi Tahu Ibu Rokhmah Desa Tuk Karangsuwung

No.	tahun	Jumlah Karyawan	Produksi Kedelai/Hari	Produksi Kedelai/Tahun
1.	2020	7 orang	400 kg	146.000 kg
2.	2021	7 orang	400 kg	146.000 kg
3.	2022	7 orang	400 kg	146.000 kg
4.	2023	7 orang	400 kg	146.000 kg
5.	2024	7 orang	400 kg	146.000 kg

Sumber: Pemilik Usaha Tahu Ibu Rokhmah

Berdasarkan Tabel 1.3, dapat diketahui bahwa usaha tahu yang dijalankan belum menunjukkan adanya perubahan signifikan, baik peningkatan maupun penurunan selama periode yang diamati. Jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam Usaha Tahu Ibu Rokhmah dari tahun 2020 hingga 2024 tetap konsisten sebanyak 7 orang. Adapun kapasitas produksi kedelai yang diolah mencapai 400 kilogram per hari.

Salah satu langkah penting untuk mendorong perkembangan usaha adalah dengan menerapkan strategi yang tepat, baik dalam aspek pengelolaan maupun pemasaran produk, sesuai dengan karakteristik usaha yang dijalankan. Secara sederhana, strategi dapat dipahami sebagai taktik atau pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi merupakan penetapan tujuan jangka panjang perusahaan serta pemanfaatan dan pengalokasian seluruh sumber daya penting guna mencapai sasaran yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha, dalam hal ini pengusaha tahu (Husnan, 2019).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat ditarik suatu permasalahan yang dapat dijadikan suatu objek penelitian dengan judul “Pengembangan Usaha Pemasaran Pabrik Tahu Di Desa Tuk Karangsuwung Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kurangnya pengembangan pada aspek sumber daya manusia serta penggunaan faktor produksi yang masih terbatas.
2. Strategi pemasaran yang belum dioptimalkan secara maksimal.
3. Terjadinya fluktuasi harga bahan baku, khususnya kenaikan harga kedelai sebagai bahan utama.
4. Penurunan daya beli masyarakat yang berdampak pada permintaan produk.
5. Jangkauan pemasaran yang masih terbatas sehingga belum mampu mendukung pencapaian tujuan dan target pendapatan perusahaan secara optimal.

C. Batasan Masalah

Penetapan batasan masalah bertujuan untuk menghindari terjadinya penyimpangan dari pokok permasalahan yang telah ditentukan, sehingga penelitian dapat difokuskan secara tepat dan memudahkan dalam proses pemecahan masalah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi pada strategi pengembangan usaha di bidang pemasaran pabrik tahu yang berlokasi di Desa Tuk Karangsuwung, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon.

Untuk mencegah meluasnya cakupan permasalahan dalam penelitian ini, peneliti menetapkan pembatasan objek kajian yang difokuskan secara spesifik pada pengembangan strategi pemasaran usaha pabrik tahu yang berlokasi di Desa Tuk Karangsuwung, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pokok masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengelolaan usaha pabrik tahu di Desa Tuk Karangsuwung Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon?

2. Bagaimana hambatan dan solusi yang dihadapi oleh pengusaha tahu di Desa Tuk Karangsuwung dalam pengembangan usaha pabrik tahu?
3. Bagaimana upaya pengembangan usaha pabrik tahu di Desa Tuk Karangsuwung Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengelolaan usaha pabrik tahu di Desa Tuk Karangsuwung Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon
2. Untuk mengetahui dan menganalisis hambatan dan solusi yang dihadapi oleh pengusaha tahu di Desa Tuk Karangsuwung dalam pengembangan usaha pabrik tahu.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis upaya pengembangan usaha pabrik tahu di Desa Tuk Karangsuwung Kecamatan Lemahabang Kabupaten Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Sebagai upaya untuk memperluas wawasan dan memperdalam pemahaman dalam bidang Ekonomi Islam bagi mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, serta dapat dijadikan sebagai referensi atau acuan bagi penelitian selanjutnya yang relevan.
 - b. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi bagi para pembaca yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber referensi tambahan dalam penyusunan karya tulis ilmiah.
 - c. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi tambahan dalam pengembangan karya ilmiah, khususnya di bidang yang relevan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemilik usaha

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa masukan bagi pelaku usaha pabrik tahu di Desa Tuk Karangsuwung, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon, khususnya dalam hal pengembangan strategi pemasaran, sehingga usaha yang dijalankan dapat tumbuh dan berkembang secara optimal.

b. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan dan mentransformasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, sekaligus untuk memperoleh pemahaman nyata mengenai kondisi dan praktik pengembangan usaha pemasaran pabrik tahu di Desa Tuk Karangsuwung, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon.

c. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Melalui hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa FEBI, serta menjadi referensi yang relevan bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji permasalahan sejenis.

G. Kerangka Pemikiran

Dalam bukunya *Business Research*, Uma Sekaran menjelaskan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual yang menggambarkan keterkaitan antara teori dan berbagai faktor yang dianggap relevan dengan permasalahan penelitian. Untuk menganalisis suatu permasalahan, diperlukan landasan teori yang dikembangkan sebagai dasar pijakan dalam penelitian. Kerangka ini berperan penting dalam membantu peneliti mengarahkan proses pengumpulan data dan informasi guna menyelesaikan isu-isu yang telah diidentifikasi sebelumnya (Sugiyono, 2018).

1. Pelaku usaha

Pelaku usaha merupakan individu, kelompok, atau lembaga yang terlibat dalam aktivitas jual beli maupun penyewaan, serta mampu menerapkan kreativitas dan inovasi dalam menghadapi tantangan usaha, yang berpotensi menciptakan peluang baru. Mereka mencakup setiap orang atau badan hukum yang didirikan dan beroperasi dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik secara perorangan maupun kolektif melalui suatu perjanjian untuk menjalankan kegiatan ekonomi di berbagai sektor. Adapun karakteristik pelaku usaha antara lain: memiliki produk, memperoleh keuntungan dari aktivitas usaha, serta memiliki pengetahuan dasar mengenai bisnis (Fibrianti, 2020).

2. Faktor-faktor produksi

Menurut Elpisah (2022), produksi merupakan suatu proses yang melibatkan penciptaan serta peningkatan nilai guna (utilitas) dari barang dan jasa. Dalam proses ini, faktor-faktor produksi—yang dikenal juga sebagai input—berperan sebagai komponen utama yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk.

Faktor-faktor produksi mencakup sumber daya alam, tenaga kerja, modal, serta keahlian atau kemampuan wirausaha. Sumber daya alam dan tenaga kerja dikategorikan sebagai faktor produksi utama, sementara modal dan keahlian masuk dalam kelompok faktor produksi sekunder (Elpisah, 2022).

3. Strategi

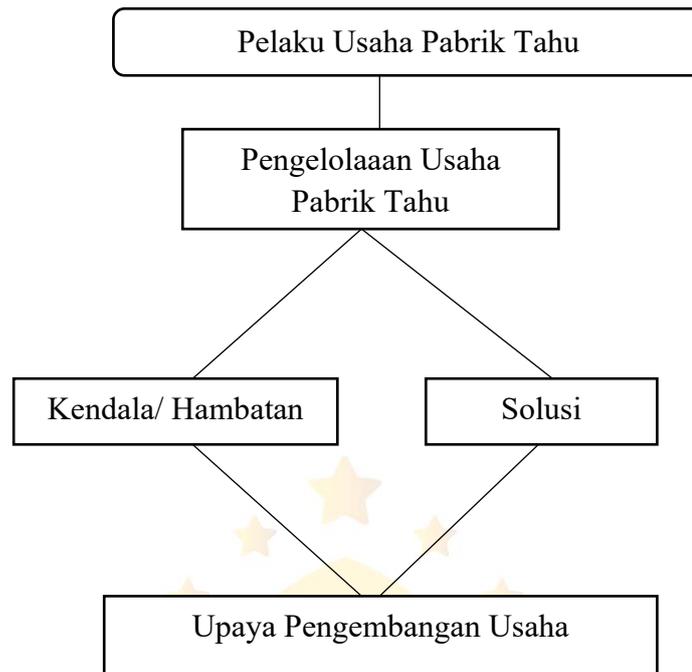
Strategi merupakan serangkaian langkah terencana yang dijalankan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam proses perumusannya, membangun kepercayaan konsumen menjadi hal yang sangat penting. Kepercayaan yang terjalin kuat antar individu dapat menciptakan modal sosial yang solid, yang kemudian membentuk jaringan sosial dalam suatu komunitas atau kelompok. Keberhasilan strategi bersaing juga sangat dipengaruhi

oleh cara perusahaan, khususnya industri kecil, dalam menerapkan metode pemasaran. Sebab, pemasaran memegang peranan penting dalam memperkenalkan produk serta memperluas pangsa pasar. Dalam praktiknya, pemasaran mengacu pada konsep 4P yang meliputi Produk (*Product*), Harga (*Price*), Lokasi/Distribusi (*Place*), dan Promosi (*Promotion*) (Fibrianti, 2020).

4. Pengembangan usaha

Pengembangan usaha merupakan proses yang melibatkan analisis terhadap berbagai peluang pertumbuhan yang tersedia, sekaligus memberikan dukungan serta pengawasan dalam pelaksanaannya. Meski begitu, proses ini belum mencakup pengambilan keputusan strategis untuk langsung mengejar peluang tersebut. Dalam praktiknya, pengembangan usaha dipengaruhi oleh dua jenis faktor utama, yakni faktor internal dari dalam perusahaan dan faktor eksternal dari lingkungan luar. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memahami kedua faktor tersebut agar dapat mendorong peningkatan penjualan secara efektif dan berkelanjutan (Nurhayati, 2021).

Dalam rangka menganalisis permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, dibutuhkan kerangka teoritis sebagai dasar pemikiran yang kuat. Kerangka ini berperan penting dalam membantu peneliti mengarahkan proses pengumpulan data dan informasi yang relevan, sehingga mampu menemukan solusi atas permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat dilihat pada bagan di bawah ini:



Gambar 1. 1 Kerangka pemikiran

Kerangka pikir dalam penelitian ini diawali dengan pengumpulan informasi yang berfokus pada empat aspek utama dalam pengelolaan usaha tahu di Desa Tuk Karangsuwung, yaitu produk, harga, lokasi, dan promosi. Keempat elemen tersebut dijadikan dasar dalam penyusunan daftar pertanyaan yang akan digunakan sebagai sumber utama dalam memperoleh data. Selanjutnya, data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan pendekatan dari Miles dan Huberman, yang mencakup tahapan Pengumpulan Data, Reduksi Data, Penyajian Data (Display Data), serta Penarikan Kesimpulan.

H. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dalam upaya memahami pengembangan usaha pemasaran pabrik tahu yang berlokasi di Desa Tuk Karangsuwung, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Yusuf (2018), pendekatan kualitatif

merupakan metode yang digunakan untuk mengamati fenomena secara alamiah guna memperoleh pemahaman mendalam terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini disajikan melalui deskripsi dari wawancara yang dilakukan dengan para subjek penelitian, sehingga mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi dan kondisi pengembangan usaha pemasaran pabrik tahu di wilayah tersebut.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian lapangan (*field research*), yaitu salah satu metode dalam penelitian kualitatif di mana peneliti terlibat secara langsung di lokasi tempat data dikumpulkan. Pendekatan ini digunakan ketika informasi yang dibutuhkan hanya dapat diperoleh melalui interaksi langsung di lapangan. Dalam praktiknya, peneliti melakukan pengamatan dan berdialog secara langsung dengan subjek yang menjadi fokus penelitian, sehingga memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti (Sugiarti, 2020).

Menurut Sugiarti (2020), penelitian kualitatif didasarkan pada keyakinan bahwa kebenaran bersifat dinamis dan kontekstual, yang hanya dapat dipahami melalui studi mendalam terhadap interaksi individu dengan lingkungan sosialnya. Adapun beberapa karakteristik utama dari penelitian kualitatif antara lain:

1) Mengandalkan lingkungan alami sebagai sumber utama data.

Dalam penelitian kualitatif, fokus utama terletak pada peristiwa-peristiwa yang terjadi secara alami dalam konteks sosial tertentu. Peneliti hadir langsung di lokasi penelitian untuk memahami kondisi nyata yang sedang berlangsung. Selama berada di lapangan, peneliti mengamati situasi, mencatat informasi penting, serta mengajukan pertanyaan secara langsung ketika interaksi sosial sedang berlangsung.

- 2) Bersifat deskriptif analitis. Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, foto, serta catatan lapangan disajikan dalam bentuk naratif, bukan dalam bentuk angka atau statistik. Peneliti menganalisis data tersebut secara mendalam untuk menggambarkan fenomena secara utuh dan menyeluruh.
- 3) Fokus pada proses, bukan hanya hasil akhir. Informasi yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman mengenai pertanyaan seperti *apa*, *mengapa*, dan *bagaimana* suatu peristiwa atau aktivitas berlangsung. Tujuannya adalah untuk menggambarkan proses secara menyeluruh, bukan semata-mata melihat hasil akhirnya saja.
- 4) Berlandaskan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif tidak dimulai dari teori yang sudah ada, melainkan berasal dari pengamatan langsung di lapangan. Peneliti terlibat secara aktif dalam mempelajari fenomena yang muncul secara alami, lalu mencatat temuan, menganalisisnya, menjelaskan hasil pengamatan, menyusun laporan, dan akhirnya menarik kesimpulan berdasarkan proses yang telah dilalui.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merujuk pada area atau tempat yang dipilih sebagai objek observasi dan pengumpulan data. Dalam penelitian ini, lokasi yang dipilih adalah sebuah usaha pabrik tahu yang beroperasi di Desa Tuk Karangsuwung, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon. Alasan pemilihan lokasi ini didasarkan pada kemampuan usaha pabrik tahu tersebut untuk tetap bertahan hingga saat ini, meskipun menghadapi berbagai tantangan dan hambatan dalam operasionalnya. Ketahanan usaha ini dinilai relevan dan menarik untuk diteliti dalam konteks pengembangan usaha dan strategi pemasaran.

3. Subjek Dan Objek Penelitian

a. Subjek

Subjek penelitian merupakan individu, objek, atau entitas lain yang dijadikan sumber informasi dalam proses pengumpulan data. Istilah lain yang umum digunakan adalah *responden*, yaitu pihak yang memberikan tanggapan atau informasi yang dibutuhkan peneliti. Dalam konteks penelitian kualitatif, subjek ini sering disebut *informan*, yakni mereka yang bersedia memberikan data dan wawasan yang relevan untuk menjawab fokus masalah dalam penelitian.

Subjek dalam penelitian ini adalah individu-individu yang memberikan informasi terkait kondisi nyata di lapangan. Untuk memperoleh data yang akurat, diperlukan keterlibatan subjek penelitian yang relevan. Adapun subjek dalam penelitian ini meliputi 1 pemilik usaha, 4 orang karyawan, dan 4 pelanggan dari usaha tahu di Desa Tuk Karangsuwung. Mereka dipilih untuk memberikan gambaran mengenai strategi pengembangan usaha tahu yang dijalankan di wilayah tersebut.

b. Objek

Objek penelitian merupakan bagian sentral yang menjadi titik perhatian dalam sebuah studi ilmiah. Dalam penelitian ini, objek yang dikaji adalah proses pengelolaan dan upaya pengembangan pemasaran pada usaha pabrik tahu di Desa Tuk Karangsuwung, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon.

Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana pelaku usaha lokal, seperti Ibu Rokhmah, mengelola aktivitas usahanya sehari-hari, mengatasi kendala yang dihadapi, serta menerapkan strategi pemasaran untuk mendukung pertumbuhan usahanya.

4. Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan informan, yaitu metode pemilihan sampel secara sengaja

berdasarkan kriteria tertentu. Informan dipilih karena dinilai memiliki wawasan serta pengalaman yang berkaitan langsung dengan kegiatan, sehingga diharapkan mampu memberikan data yang relevan dan mendalam sesuai dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2022).

Pemilihan teknik ini didasarkan pada kebutuhan penelitian akan data dan informasi dari narasumber yang memiliki pengetahuan yang mendalam seperti Pelaku usaha tahu yang telah menjalankan usahanya minimal selama 3 tahun, Memiliki peran langsung dalam proses produksi, pengelolaan, dan pemasaran produk tahu. Bersedia memberikan informasi secara terbuka dan jujur mengenai kondisi usahanya. Pihak yang memiliki pengetahuan dan pengalaman terhadap hambatan serta strategi pengembangan usaha yang dijalankan. Melalui purposive sampling, data yang diperoleh diharapkan lebih tepat sasaran, relevan, dan sesuai dengan tujuan utama penelitian.

Tabel 1. 4 Informan

No	Informan	Jumlah
1	Pemilik Usaha	1 Orang
2	Karyawan	4 Orang
3	Pelanggan	4 Orang

Sumber: Diolah Oleh Peneliti

5. Sumber Data

Data adalah sekumpulan fakta atau bukti yang dikumpulkan dan disusun untuk mendukung tujuan penelitian. Menurut Rijali (2018), apabila data diperoleh melalui kuesioner atau wawancara, maka individu yang memberikan jawaban disebut sebagai responden, yaitu orang yang memberikan tanggapan secara lisan maupun tertulis terhadap pertanyaan yang diajukan peneliti.

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber pertama melalui prosedur pengambilan data seperti wawancara, observasi, serta instrumen pengukuran lainnya yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha, empat orang karyawan, serta empat orang pelanggan usaha tahu yang berada di Desa Tuk Karangsuwung, Kecamatan Lemahabang. Informasi yang diperoleh dari para informan ini memberikan gambaran nyata mengenai kondisi usaha dan strategi pengembangan yang diterapkan. (Sugiyono, 2018).
- b. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber tidak langsung atau disebut juga data tangan kedua. Data ini biasanya dikumpulkan melalui studi kepustakaan, dokumen-dokumen resmi, laporan hasil penelitian sebelumnya, serta publikasi dari dinas atau 42 instansi pemerintah yang relevan. Data sekunder digunakan untuk mendukung dan melengkapi informasi dari data primer, sehingga dapat memperkuat analisis serta memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap objek penelitian.

6. Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan proses menghimpun informasi atau catatan terkait kejadian, karakteristik, maupun fakta-fakta penting yang berkaitan dengan sebagian atau keseluruhan unsur dalam populasi penelitian. Proses ini menjadi langkah penting yang membantu peneliti dalam mendapatkan data yang dibutuhkan (Muri Yusuf, 2018). Dalam penelitian kualitatif, aktivitas ini biasanya dilakukan di lingkungan alami atau kondisi yang sebenarnya, dengan mengandalkan sumber data utama (primer). Teknik yang sering digunakan meliputi observasi langsung, wawancara mendalam, serta dokumentasi, agar pemahaman terhadap situasi yang diteliti bisa diperoleh secara menyeluruh.

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara peneliti dan narasumber untuk menggali informasi berdasarkan pengalaman atau pengetahuan yang dimiliki. Proses ini menggunakan panduan wawancara dan sering memakan waktu karena melibatkan interaksi sosial yang cukup intens (Sugiyono, 2018).

Tahapan wawancara meliputi meminta izin, menyiapkan pertanyaan, mencatat hasil pembicaraan, dan menyusun tindak lanjut dari informasi yang diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai 9 informan. 1 pemilik usaha, 4 karyawan, dan 4 pelanggan dari usaha tahu yang diteliti.

b. Observasi

Observasi adalah proses mengamati langsung suatu objek atau aktivitas untuk memahami fenomena berdasarkan pengetahuan yang sudah dimiliki. Tujuannya adalah menggali informasi penting yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, observasi dilakukan di lapangan dan melibatkan perhatian terhadap ruang, waktu, pelaku, kegiatan, serta suasana yang terjadi.

Metode ini efektif untuk memahami apa yang benar-benar terjadi dalam konteks sosial tertentu, seperti interaksi antar individu atau kelompok. Peneliti mengandalkan indera seperti penglihatan, pendengaran, dan perasaan untuk menangkap fakta-fakta empiris secara langsung (Anggito & Setiawan, 2018).

c. Dokumentasi

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui berbagai sumber, baik dari manusia maupun non-manusia. Sumber manusia mencakup hasil observasi langsung dan wawancara dengan informan, sementara sumber non-manusia meliputi berbagai dokumen dan arsip seperti catatan harian, laporan kegiatan, notula rapat, jadwal, peraturan, anggaran dasar, surat resmi, hingga dokumen lain seperti foto

dan data statistik yang relevan dengan fokus penelitian. Sementara itu, foto menangkap momen tertentu yang memberikan gambaran deskriptif mengenai suatu kondisi pada saat itu. Foto sering digunakan untuk menyampaikan emosi atau suasana tertentu, seperti kegembiraan, kesedihan, semangat, atau kemeriahan. Selain itu, foto juga dapat merepresentasikan kondisi sosial (Yusuf, 2018).

7. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena secara mendalam, baik yang tampak maupun yang tersembunyi. Proses ini melibatkan pengorganisasian dan pengelompokan data ke dalam pola atau kategori tertentu untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis kerja. Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis deskriptif yang menggambarkan fakta dan hubungan antar fenomena secara sistematis dan akurat. Analisis dilakukan setelah seluruh data terkumpul, khususnya terkait strategi pengembangan usaha pemasaran pabrik tahu di Desa Tuk Karangsuwung, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon.

Menurut Miles dan Huberman, analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga data yang diperoleh dianggap cukup atau jenuh. Proses analisis ini mencakup empat tahapan utama, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan atau verifikasi kesimpulan (Sugiyono, 2018).

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan langsung di lokasi penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Strategi pengumpulan data disesuaikan dengan kebutuhan agar fokus dan kedalaman data dapat terus ditingkatkan pada tahap-tahap selanjutnya (Ahmad Rijali, 2019).

b. Reduksi Data (*Reduction Data*)

Data yang diperoleh dari lapangan biasanya cukup banyak dan beragam, sehingga perlu dicatat secara cermat dan sistematis. Semakin lama peneliti berada di lapangan, maka data yang terkumpul akan semakin kompleks. Oleh karena itu, langkah awal analisis dilakukan melalui reduksi data, yaitu merangkum, menyaring, dan memfokuskan hanya pada informasi penting. Proses ini membantu peneliti menemukan tema, pola, serta mempermudah pengumpulan dan pencarian data di tahap berikutnya (Sugiyono, 2016).

c. Penyajian Data (*Data Display*)

Menurut Miles dan Huberman, bentuk penyajian data yang paling umum dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif. Penyajian data ini penting karena membantu peneliti memahami situasi yang diteliti dan merancang langkah selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut. Selain narasi, penyajian juga bisa berupa matriks, jaringan kerja (*network*), atau diagram untuk memperjelas informasi yang diperoleh (Sugiyono, 2016).

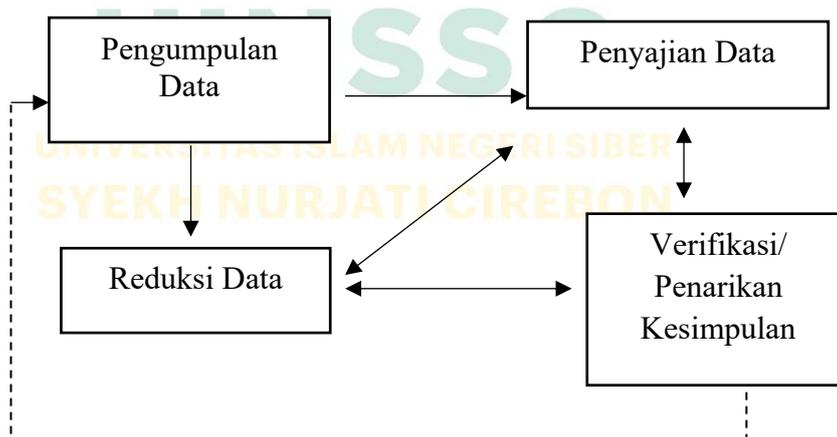
d. Kesimpulan/ *Verification*

Langkah keempat dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap awal, kesimpulan yang diperoleh biasanya masih bersifat tentatif dan bisa mengalami perubahan apabila belum didukung oleh data yang memadai. Namun, jika setelah dilakukan pengecekan ulang ke lapangan kesimpulan tersebut tetap konsisten dan diperkuat oleh data yang valid, maka kesimpulan tersebut dapat dikatakan kuat dan dapat dipercaya. (Sugiyono, 2016).

Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif bersifat dinamis dan dapat mengalami perubahan seiring berjalannya proses penelitian. Hal ini sejalan dengan karakteristik rumusan masalah dalam pendekatan kualitatif yang

bersifat sementara dan terbuka terhadap pengembangan. Kesimpulan yang dihasilkan bukan sekadar jawaban atas pertanyaan penelitian awal, tetapi merupakan temuan empiris yang dapat memberikan pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena. Temuan tersebut dapat berupa klarifikasi terhadap objek yang sebelumnya tidak terdefinisi dengan jelas, pengungkapan hubungan sebab-akibat, pola interaksi sosial, hingga kontribusi terhadap pembentukan hipotesis atau pengembangan teori baru (Sugiyono, 2016).

Kesimpulan dalam penelitian tidak hanya diambil saat proses pengumpulan data berlangsung, tetapi juga perlu melalui proses verifikasi agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Oleh karena itu, peneliti harus terus memeriksa kembali temuan-temuan yang diperoleh untuk memastikan keabsahannya. Secara skematis, proses analisis data dalam penelitian ini mengikuti model analisis interaktif dari Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Proses ini digambarkan dalam bagan berikut:



Gambar 1. 2 Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman

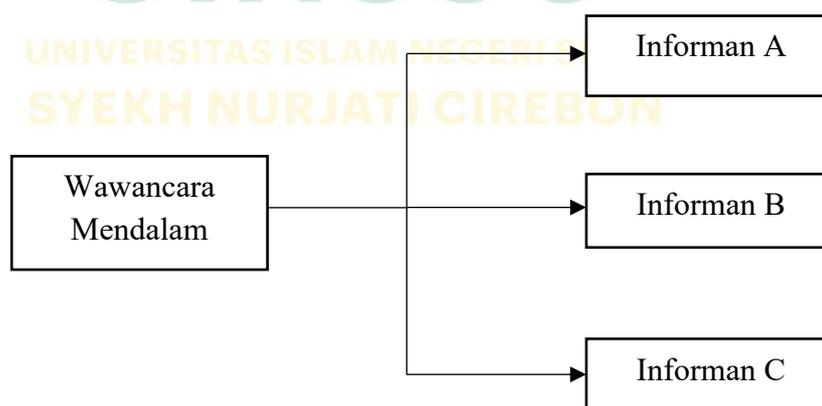
Sumber : Triangulasi Teknik (Sugiyono, 2016)

8. Teknik Uji Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2018), untuk menguji kredibilitas atau kepercayaan terhadap data dalam penelitian kualitatif, dapat dilakukan melalui beberapa cara, salah satunya adalah dengan triangulasi. Mengutip pendapat William Wiersma, triangulasi merupakan bentuk validasi silang dalam penelitian kualitatif yang digunakan untuk menilai kecukupan data berdasarkan kesesuaian dari berbagai sumber atau metode pengumpulan data. Dalam hal ini, Sugiyono menjelaskan bahwa triangulasi mencakup pengecekan data dari berbagai sudut, baik dari segi sumber, teknik pengumpulan data, maupun waktu, guna memastikan keakuratan dan konsistensi data yang diperoleh.

a. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data dilakukan untuk memastikan keakuratan dan kepercayaan data yang dikumpulkan. Caranya adalah dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai narasumber. Setelah data terkumpul, peneliti akan mendeskripsikan dan mengelompokkan informasi tersebut berdasarkan sumbernya. Dari situ, peneliti bisa melihat data mana yang konsisten dan mana yang berbeda, lalu menganalisis lebih lanjut untuk mendapatkan gambaran yang lebih utuh dan mendalam mengenai topik yang diteliti.



Gambar 1. 3 Triangulasi Sumber Data

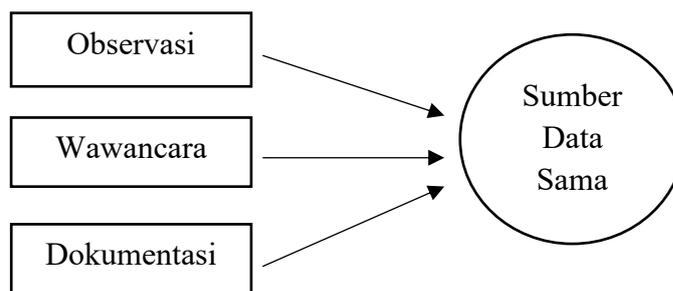
Sumber : Sugiyono Metopel Kualitatif (2018)

Dalam penelitian ini digunakan teknik triangulasi sumber, yaitu menggali informasi yang sama dari berbagai narasumber yang berbeda. Tujuannya bukan sekadar untuk menemukan "kebenaran" mutlak, melainkan untuk memahami bagaimana subjek penelitian memaknai dunia di sekitarnya. Dalam proses ini, bisa saja informasi yang disampaikan oleh informan tidak sepenuhnya tepat menurut teori atau hasil analisis, namun justru dari perbedaan itulah peneliti bisa mendapatkan pemahaman yang lebih kaya dan mendalam tentang realitas sosial yang sedang diteliti.

Mathinson dalam Sugiyono (2018) menyatakan bahwa "nilai dari triangulasi terletak pada kemampuannya dalam memberikan bukti baik yang menunjukkan kesamaan, ketidaksesuaian, maupun kontradiksi." Artinya, analisis data menggunakan triangulasi membantu peneliti melihat apakah data yang dikumpulkan saling menguatkan, bertentangan, atau tidak konsisten. Dengan menggunakan pendekatan ini, data yang dihasilkan cenderung lebih solid, menyeluruh, dan meyakinkan. Dibandingkan hanya mengandalkan satu metode atau sumber, triangulasi memberi kekuatan lebih pada keandalan dan validitas hasil penelitian.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara memeriksa keabsahan data dari sumber yang sama, tetapi menggunakan pendekatan atau metode yang berbeda. Contohnya, informasi yang diperoleh dari wawancara akan dibandingkan dengan hasil observasi dan dokumentasi. Jika ditemukan perbedaan atau ketidaksesuaian, peneliti akan melakukan klarifikasi atau diskusi lebih lanjut dengan informan terkait. Dengan pendekatan ini, hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya. Dalam studi ini, penulis menggunakan tiga metode pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan studi dokumentasi untuk memastikan data yang diperoleh benar-benar valid dan kredibel.



Gambar 1. 4 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

Sumber : Triangulasi Teknik (Sugiyono, 2018)

Berbeda dengan triangulasi sumber, triangulasi teknik digunakan untuk menguji keandalan suatu data dengan cara mengecek kebenaran informasi dari sumber yang sama namun menggunakan metode yang berbeda. Artinya, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi dari satu sumber yang sama. Ketiga teknik ini kemudian dianalisis bersama guna membentuk pemahaman yang utuh dan menyeluruh atas data yang diperoleh. Dalam praktiknya, peneliti bisa menggabungkan observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta dokumentasi terhadap satu sumber informasi secara simultan untuk memperkuat validitas temuan (Sugiyono, 2018).

c. Triangulasi Waktu

Waktu pengumpulan data dapat memengaruhi tingkat kredibilitas informasi yang diperoleh. Misalnya, wawancara yang dilakukan di pagi hari bisa menghasilkan jawaban yang berbeda dibandingkan dengan wawancara di siang hari. Umumnya, data yang dikumpulkan di pagi hari cenderung lebih valid karena informan berada dalam kondisi yang lebih segar. Jika terdapat perbedaan dalam hasil data, maka proses pengumpulan perlu diulang hingga diperoleh informasi yang benar-benar akurat dan dapat dipertanggung jawabkan.

I. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai isi dari penelitian ini, disusunlah sistematika penulisan yang memuat informasi terkait materi penelitian serta berbagai aspek lain yang relevan dan mendukung pembahasan dalam penelitian ini.

Bab I Pendahuluan, Bab ini memuat pembahasan mengenai Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan. Seluruh subbab tersebut disusun untuk memberikan landasan awal yang jelas dan terarah dalam memahami fokus serta ruang lingkup penelitian yang dilakukan.

Bab II Kajian Teori, Bab ini berisi tinjauan pustaka atau kajian teori yang menguraikan berbagai teori yang relevan dengan topik penelitian, termasuk penjelasan mengenai konsep-konsep yang mendasari penelitian, ulasan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis dan relevan

Bab III Deskripsi Objek Penelitian, bab ini berisi tentang , gambaran umum objek penelitian

Bab IV Hasil dan Pembahasan, Bab ini menyajikan hasil penelitian serta analisis yang dilakukan, mencakup pengolahan data dan interpretasi informasi yang diperoleh. Data yang disajikan telah diolah sesuai dengan metode penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, sehingga hasil yang diperoleh dapat menggambarkan temuan penelitian secara sistematis dan objektif.

Bab V Penutup, Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta rekomendasi atau saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan penelitian. Kesimpulan disusun secara ringkas dan jelas untuk merangkum inti dari penelitian, sementara saran diberikan sebagai masukan bagi pihak terkait agar dapat memanfaatkan hasil penelitian secara optimal