BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perencanaan merupakan sebuah aktivitas yang pertama kali harus dilakukan dalam memulai suatu pekerjaan dimana terdapat sebuah pemikiran yang tekait dengan pekerjaan itu untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Segala sesuatu memerlukan sebuah perencanaan, oleh karena itu perencanaan adalah sebuah keharusan disamping sebuah kebutuhan.[1] Bisnis yang baik harus memiliki perencanaan bisnis yang baik pula dimana perencanaannya haruslah jelas dalam menggambarkan karakteritik bisnis yang sedang akan dilaksanakan. Hal ini bertujuan agar pihak yang terlibat dapat melihat secara transparan dan mengerti dengan jelas mengenai prospek perkembangannya di masa yang akan datang.

Banyak pertimbangan yang harus dilakukan dalam merancang perencanaan bisnis, hal ini bertujuan sebagai dasar perhitungan yang mencangkup perhitungan besarnya permintaan dan proyeksi penjualan, perhitungan harga pokok penjualan, strategi yang akan dilakukan, serta strategi manajemennya pula untuk mengembangkan bisnisnya.[2] Perjalanan sebuah bisnis untuk mencapai kesuksesan tidaklah mudah, keadaan terburuk bisa saja terjadi kapanpun dihadapi oleh wirausahawan dalam mengembangkan usaha (*ekpansi* usaha). Permasalahan yang akan mungkin terjadi salah satunya ialah menyusutnya bisnis (berkurangnya *ekspansi*),

---

[1]Didin Hafidhuddin, Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalm Praktik*, Cet I, (Jakarta: Gema Insani Press,2003), 77

[2]Muhammad Anwar, *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Prenada Prenadamedia Group, 20140, 73

karena sudah tidak dapat bertahan dalam persaingan, bertumbuh, tetapi tidak menguntungkan lagi. [3]

UMKM boleh dikatakan sebagai salah satu solusi masyarakat untuk mengurangi permasalahan pengangguran yang terjadi di negara kita. Sektor-sektor yang dominan digerakkan ekonomi rakyat, maka dapat memelihara pertumbuhan dan sekaligus menciptakan lapangan kerja.[4] Usaha Jenis seperti ini dalam menjalankan proses bisnisnya haruslah memiliki strategi-strategi bisnis yang tepat dan efisen. Mempunyai ciri khas tersendiri dibandingkan dengan competitor adalah salah satu strategi dalam menjalankan bisnis. Wirausahawan haruslah memiliki ide-ide kreatif dan original dalam mengembangkan produknya agar menjadi pembeda dari competitor lainnya. Dengan adanya perencanaan strategi yang baik, maka dengan mudah mencapai tujuan yang diinginkan[5]

Terjun ke dunia UMKM bukan masalah *'gaya-gayaan'* untuk menjadi yang paling baik ketimbang pesaing, namun yang paling penting adalah menjadi yang paling beda. Wirausahawan terus dituntut untuk berkreasi dan melakukan inovasi untuk memasarkan usahanya kepada konsumen. Untuk itu para peaku UMKM haruslah mencari dan menonjolkan keunikan setiap produk yang dimiliki. Apalagi di era modern seperti ini, *creativity economy* seperti sekarang, teknologi, informasi, dan yang terpenting yakni *knowledge* sudah berkembang sangat

---

[3] Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Kerja*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 512
[4] *Ibid*, 248
[5] Mochamad Ammar Faruq, Indrianawati Usman, *"Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasional Usaha Kecil dan Menengah pada Perusahaan Konveksi Scissors di Surabaya"*, Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Tahun 7, No. 3 Des 2014, 175

maju dan seperti barang komoditas. Untuk itu inovasi yang kreatif akan menjadi penentu bagi pertumbuhan suatu UMKM.

Sebagai pelaku UMKM harus terus berinovasi dan membuat aturan main baru di pasar, kalau sudah kecil namun malas berfikir kreatif dan berinovasi untuk itu agar sebuah usaha khususya UMKM dapat berkembang dengan baik maka diperlukan manajemen yang baik. Indikator yang harus ada dalam manajemen mutu meliputi banyak hal diantaranya kepemimpinan, perencanaan strategis, manajemen pengetahuan dan analisa pengelolaan manajemen, pengukuran, sumber daya manusia, dan pencapaian hasil dalam pengembangan usaha. Di sisi lain ada hal yang perlu digarisbawahi lagi dalam mengembangkan bisnis yakni niat dari diri kita sendiri. Mengembangkan usaha kita menjadi lebih besar harus dibarengi dengan niat yang sungguh-sungguh.

Pengembangan produk berkaitan sangat erat dengan keberhasilan suatu perusahaan. Jika pengembangan produk sering dilakukan maka peluang perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru akan semakin besar. Bertambahnya pelanggan maka bertambah pula penjualan dalam suatu usaha. Konsumen akan tertarik jika produk sesuai dengan harapan mereka. Hakikatnya konsumen dalam membeli membeli suatu produk bukan hanya ingin sekedar memilik produk tersebut, melainkan untuk mendapatkan manfaat yang ditimbulkan dari produk yang dibelinya sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya.[6]

[6] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Depok: Rajawali Perss, 2018), 202

Batik telah menjadi poduk khas Indonesia yang di akui dunia. Di setiap daerah, memiliki ciri khas batiknya masing-masing. Salah satunya adalah Batik Lochatara yang gallerinya berlokasi di Jalan Kenanga 07/02 Desa Jajar Kecamatan Wates Kabupaten Kediri hadir dengan memasukan budaya lokal sebagai motif pada kain. Batik Lochatara selalu mengedepankan budaya yang belum banyak dikenal masyarakat sehingga bisa dikenal dan laku.

Batik Lochatara sebagai salah satu batik yang berkomitmen untuk terus mengangkat budaya serta kekayaan alam yang ada di Kediri melalui motif-motifnya yang unik. Sebagai batik yang fokus budaya Kediri, tahun 2018 batik Lochatara juga sempat mendapatkan penghargaan Radar Kediri Award sebagai Batik Budaya. Adapun motif yang di angkat dari batik tulis maupun batik cap di antaranya motif Gumul, Jaranan, Gunung Kelud Nanas Madu, Tondowongso, Adan-Adan, dan masih banyak lagi.

Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dapat dikatakan memiliki modal sumber daya yang besar juga. Dunia usaha diperlukan manusia yang produktif. Meningkatkan bidang pendidikan dan ketrampilan bertujuan agar mampu mengemban tugas dan pekerjaan sebaik mungkin menjadi salah satu usaha konkrit untuk mendorong produktivitas tenaga manusia. Meningkatkan produktivitas mendorong kemajuan setiap usaha.[7] Faktor pendukung dalam kerja produktif meliputi kemampuan kerja yang tinggi, kemampuan kerja yang sesuai dengan isi kerja, lingkungan kerja yang nyaman, penghasilan yang dapat memnuhi

[7] Muchdarsyah Sinungan, *Produktivitas Apa dan Bagaimana*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), 3-4

kebutuhan hidup, jaminan sosial yang memadai, kondisi kerja yang manusiawi dan hubungan kerja yang harmonis.[8]

Produktivitas dapat didefinisikan sebagai sebuah konsep menggambarkan hubungan antara hasil berupa barang produksi yang didapat dengan sumber daya yang dipakai untuk menghasilkan hasil.[9] Produktivitas dalam suatu kegiatan dapat dikatakan meningkat apabila pengembangan program memberikan hasil tambahan sebagai produk sampingan.[10] Produktivitas menentukan tujuan yang efektif, serta menjelaskan bagaimana menggunakan sumber daya secara efisien dan tetap menjaga kualitas yang tinggi serta terus melakukan perbaikan secara berkala.[11]

Dalam melakukan persaingan, perusahaan harus dapat meningkatkan daya saing agar dapat bertahan atau menjadi pemimpin di pasar. Daya saing didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mempertahankan peningkatan produktivitas. Salah satu ukuran keberhasilan kinerja individu, tim atau organisasi terletak pada produktivitasnya. Apabila produktivitasnya tinggi atau bertambah, dinyatakan berhasil. Apabila lebih rendah dari standar atau menurun, dikatakan tidak atau kurang sukses.[12]

Untuk meningkatkan produktivitas ini, Batik Lochatara telah melakukan perbaikan dari segi kinerja sumber daya manusianya. Hal ini dilakukan dengan mengadakan pelatihan-pelatihan khusus untuk

---

[8] Muchdarsyah Sinungan, *Produktivitas Apa dan Bagaimana*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), 3
[9] Basu Swasta, *Pengantar Bisnis Modern,* (Yogyakarta: Liberty Offset,2005), 28
[10] Wibowo, *Manajemen Kinerja,* (Jakarta: Rajawali Press,2013), 109
[11] Basu swasta, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Liberty Offset,2005), 28
[12] Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Rajawali Press,2013), 111

meningkatkan ketrampilan mereka di setiap bidang. Dengan perbaikan *skill* ketrampilan inilah diharapkan bisa meningkatkan minat kerja karyawan dalam pengerjaan produksi Batik Lochatara. Adapun hasil dari perbaikan ketrampilan karyawannya yang melalui pelatihan, terus melakukan pengembangkan ide yang kreatif maka praktik produksi yang yang dihasilkan oleh Batik Lochatara telah mengalami penambahan produk disetiap tahunya. Hal ini bisa dilihat dari data berikut ini:

Tabel 1.1
Data Produksi Batik *And Art* Gallery Lochatara Kediri
(2014-2019)

TAHUN	JENIS	NAMA PRODUK	JUMLAH (pcs)
2014	2	Batik Tulis dan Batik Cap	±10.350
2015	3	Batik Tulis, Batik Cap, dan Produksi baju.	±11.000
2016	3	Batik Tulis, Batik Cap, dan Produksi baju.	±15.650
2017-2018	3	Batik Tulis, Batik Cap, dan Produksi baju.	±17.000
2019	6	Batik Tulis, Batik Cap, Produksi baju, Ecoprint, Tas, Sepatu, Asessoris.	±31.200

Sumber: *Data primer Batik Lochatara yang diolah, 2020*

Tabel 1.1 jika dilihat dari tabel di atas terlihat proses produksi dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan yang sangat baik sehingga dapat dikatakan juga produktivitas nya meningkat. Awal 2014, perusahaan masih fokus dalam pembutan kain batik saja yakni batik tulis dan batik cap dengan modal Rp 5.000.000. Perbandingn produksi pembuatannya yakni 40:60. Pada tahun ini perusahaan belum memproduksi banyak yang

disebabkan masih meningkatkan kemampuan teknik membatik dengan baik. Khusus untuk batik tulis memerlukan waktu 10 hari per lembarnya dan untuk Batik Cap Perusahaan dapat memproduksi ±35 pcs per hari. Tahun 2015, peningkatan produksi tidak jauh beda dengan tahun sebelumnya. Hanya saja pada tahun ini perusahaan mulai memproduksi kain batik menjadi bentuk baju, namun tidak banyak. Dengan bertambahnya produksi baju tersebut, otomatis Perbandingan produksi pembuatan antara kain batik Tulis dan Batik Cap mengalami peningkatan sebesar 50:80.

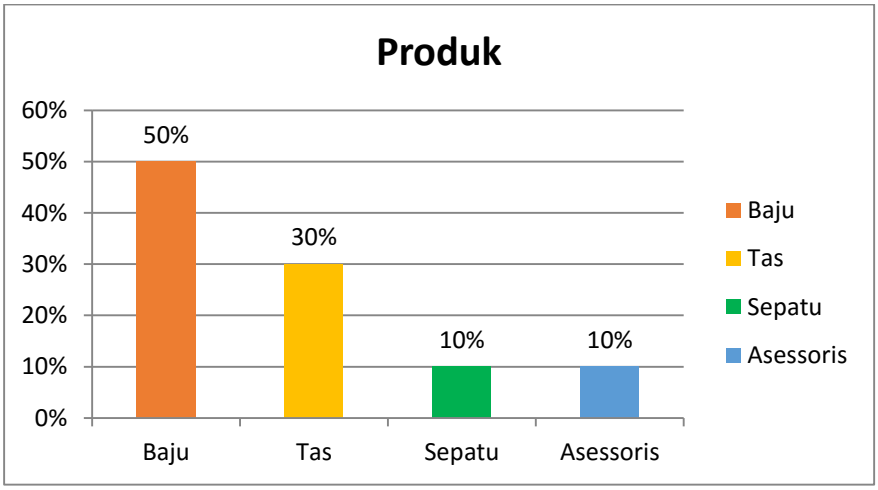
Tahun 2016 perkembangan produksi perusahaan mengalami peningkatan yang sangat baik. Perusahaan mulai banyak mendapatkan pesanan dari berbagai instansi, perorangan, baju untuk event, dan masih banyak lagi. Produksi jenis kain batik Cap sehari dapat memproduksi 50 pcs kain batik Cap, dan untuk Batik Tulis I lembar kain membutuhkan waktu 10 hari karena proses pengerjaannya yang sulit. Selain itu pegawainya dalam sehari dapat memproduksi baju 5 pcs baju, sedangkan khusus untuk pesanan yang dilakukan oleh 2 orang, per orangnya dapat memproduksi 3 pcs baju. Di tahun ini pemasaran mulai membaik dengan bekerja sama dengan tempat pembelanaan yang besar dan mengikuti berbagai event di Kediri, serta mendapatkan berbagai penghargaan di Kediri dan juga Luar negeri seperti Hongkong. Tidak jauh beda dengan tahun sebelumnya, perusahaan mengalami pengembangan yang cukup baik, pesanaan mulai banyak, aktif mengkuti berbagai event, bekerja sama dengan berbagai pusat pembelanjaan untuk strategi pemasarannya.

Kemudian tahun 2017 sampai tahun 2018, perusahaan mulai memproduksi warna bahan alami yang mana sebelumnya menggunakan bahan sintesis. Tahun 2019, Batik Lochatara sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat dari tahu-tahun sebelumnya. Produk yang dihasilkan bertambah menjadi berbagai produk seperti tas, sepatu, asessoris, dan masih sedikit memproduksi kain jenis *ecoprint.* Dalam sehari perusahaan dapat memprodksi 100 pcs kain batik cap, dan sebulan rata-rata menerima pesanan 50-200 pcs seragam. Semakin banyak pesanan maka semakin banyak pula kain batik yang diproduksi.

Dari berbagai macam jenis produk yang dihasilkan oleh Batik lochatara tersebut, bisa dipresentase kan jumlah produk yang dihasilkan dari setiap produknya yakni:

Grafik 1.1

Produk Batik Lochatara



Sumber: *Data Primer yang diolah, 2020*

Pada awal berdirinya, produk batik Lochatara yang dihasilkan hanya kain jenis batik tulis dan Cap saja, dalam satu tahun perusahaan

terus berusaha meningkatkan kemampuan teknik dalam membatik agar lebih baik lagi. Pengembangan yang dilakukan batik Lochatara ini tidak hanya dari produksi kain batiknya saja melainkan juga melakukan berbagai macam pengembangan produk. Buat kalian yang tertarik dengan Batik Lochatara selain pakaian juga ada produk lain. Mulai dari sepatu, bros, syal, tas, dan masih banyak lagi.

Selain strategi pelatihan tenaga kerja etika yang diterapkan dan dijalankan, juga ada beberapa strategi yang diterapkan di Batik Lochatara dengan harapan tercapainya visi dan misi perusahaan mengenai kapasitas produk secara keseluruhan dalam meningkatkan produktivitas. Disini yang digunakan adalah strategi bagaimana meraih kepuasan konsumen. Karena kepuasan konsumen tersebut yang nantinya dapat meningkatkan kepuasan pada penggunaan produk dan jasa serta menghasilkan konsumen yang loyal.

Dalam meningkatkan produktivitas yang tinggi diperlukan manajemen yang baik untuk mencapai tujuan yang dinginkan. Dimasa dewasa ini banyak yang memperkenalkan seperti itu bisnis syariah? Manajemen *Syariah* merupakan suatu seni yang menggunakan metode syariah untuk mengelola semua sumber daya yang dimiliki berdasarkan kitab suci Al-Qur'an dan hadist. Konsep syariah diambil dari hukum Al-Qur'an sebagai dasar pengelolaan unsur-unsur manajemen agar dapat menggapai target yang dituju dan telah diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW.[13] Agama Islam mengajarkan bahwa manajemen mengatur sesuatu

[13] Sunarji Harahap, *"Implementasi Manajemen Syariah dalam Fungsi-fungsi manajemen*", At-Tawassuth, Vol. 2, No. 1, 2017, 211

agar dilakukan dengan baik, tepat, dan terarah maka dari itu dalam memutuskan sesuatu atau dalam mengerjakan sesuatu kita akan terhindar dari rasa keragu-raguan dan melahirkan hasil yang optimal dan bermanfaat.[14]

Manusia akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah SWT atas seluruh aktifitas yang dilakukannya di dunia ini. Aktivitas bisnis yang harus dilaksanakan sesuai dengan ajaran hukum Islam, antara lain seperti apa yang yang menjadi sifat wajib yang dimilik Rosullah yaitu *Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathonah*.[15] Disisi lain ada pula penerepan nilai-nilai etika berdagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW mulai dari cara berpenampilan, pelayanan, persuasi, dan pemuasan terhadap konsumen.[16]

Banyak bermunculan produsen batik yang melakukan promosi sehingga menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar kompetitor. Hal ini membuat Batik Lochatara harus berfikir keras mengatur strategi pengembangan produkDalam melakukan pengembangan produk produsen Batik Lochatara dalam menjalankan usahanya selalu mengedapankan sikap jujur dan berusaha menjauhi penipuan dalam transaksinya. Selain dalam segi pengembangan produknya yang mana bisa dikatakan sudah berlandaskan syariah, dalam berbisnis pemilik Batik Lochatara telah menyiapkan musholah khusus bagi para karyawannya untuk beribadah di jam-jam istirahat. Hal ini guna meningkatkan kapasitas keimanan dalam berbisnis. Islam mengajarkan dalam berbisnis kita dituntut bukan hanya

---

[14] Didin Hafidhuddin, Hendri Tanjung, *Manajemen syariah dalam Praktik,* Cet I, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), 2

[15] Moh. Nasuka, *Etika Pemasaran dalam Perspektif Islma*, Jurnal Muqtasid, Vol. 3, No. 1, Juli, 2012, 69

[16] Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan, 2004), 102.

sekedar mengejar keuntungan didunia saja melainkan juga mengejar keberkahan di akhirat yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan di ridhai oleh Allah SWT melalui kepuasan dan kesejahteraan konsumen.

Berkaitan dengan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui sejauh mana Batik Lochatara menerapkan manajemen yang berbasis syariah dalam mengelolah bisnisnya dengan judul **"STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS DITINJAU DARI MANAJEMEN *SYARIAH* (*Studi Kasus di Batik And Art Gallery Lochatara, Jl. Kenanga 07/02, Jajar, Kec. Wates, Kab. Kediri)"***

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diurakan di atas, maka penulis merumuskan maslah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Produk pada Batik *And Art Gallery* Lochatara, Jl. Kenanga 07/02, Jajar, Kec. Wates, Kab. Kediri?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Produktivitas ditinjau dari Manajemen Syariah pada Batik *And Art Gallery* Lochatar, Jl. Kenanga 07/02, Jajar, Kec. Wates, Kab. Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Pengembangan Produk pada Batik *And Art Gallery* Lochatara, Jl. Kenanga 07/02, Jajar, Kec. Wates, Kab. Kediri.

2. Untuk mengetahui Strategi Pengembangan Produk dalam meningkatkan Produktivitas ditinjau dari Manajemen Syariah pada Batik *And Art Gallery* Lochatara, Jl. Kenanga, 07/02, Jajar, Kec. Wates, Kab. Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

   Penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu dan informasi kepada para pengusaha mengenai strategi pengembangaan usaha serta dapat melatih ide-ide yang kreatif yang dimiliki setiap mahasiswa dalam menulis sebuah makalah namun masih memerlukan perbaikan secara terperinci untuk mencapai tahap kesempurnaan.

2. Kegunaan Praktis

   a. Bagi peneliti melalui penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan intelektual dalam melakukan penelitian

   b. Bagi penelitian lanjutan diharapkan hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai refrensi untuk memberikan informasi tentang pengembanan produk serta dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama di masa yang akan datang.

E. Telaah Pustaka

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis:

1. *Analisis Strategi Pengembangan Produk dan Pasar Ditinjau dari Bisnis Islam (Sudy Kasus di Modern Bakery Jombang)* oleh

Andarwiyah Titi Lestari (2017), mahasiswa IAIN Kediri. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa: Pengembangan produk Modern Bakery dilakukan dengan meluncurkan produk baru berupa kebab serta melakukan percobaan pengembangan pada sektor kuliner. Pengembangan pasar yang dilakukan Modern Bakery yaitu membuka outlet-outlet baru dengan strategi pemilihan lokasi yang strategis, minimnya pesaing, serta meninjau kekuatan perusahaan disbanding pesaing. Pengembangan usaha di Modern bakery Jombang telah sesuai dengan kaidah bisnis Islam, karena tercapainya target *profit* dan *benefit* pada Modern Bakery. Letak persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang ini adalah memiliki persamaan menggunakan metode Kualitatif, serta sama-sama membahas mengenai strategi pengembangan produk. Kemudian perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah pertama, penelitian terdahulu selain membahas mengenai strategi pengembangan produk juga membahas strategi pasar dalam penelitian tersebut, kemudian jika penelitian pertama menggunakan tinjauan Bisnis Islam yang mana pembahasannya lebih meluas, sedangkan pada penelitian sekarang lebih memfokuskan pada manajemen syariah, Kedua, terletak pada objek yang diteliti, penelitian terdahulu objeknya adalah Modern Bakery Jombang, sedangkan penelitian sekarang objeknya adalah UMKM Batik *And Art Gallery* Lochatara, Jl. Kenanga 07/02, Jajar, Kec. Wates, Kab. Kediri.

2. *Implementasi Program Dinas Koperasi Dan UMKM Terhadap Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Kediri di*

Tinjau dari Prinsip Manajemen Islam oleh Alvin Naila Kharimata (2016), mahasiswi IAIN Kediri. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa: Implementasi progam Dinas Koperasi dan UMKM terhadap pemeberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pemberdayaan yang dilakukan sudah merata tapi prosesnya bertahap ke pelaku UMKM. Program dan bentuk kegiatan yang sudah ada masih belum bisa diikuti oleh pelaku usaha hanya sebagian yang mengikuti. Hal ini disebabkan kurangnya aktinya pelaku usaha mencari informasi. Implementasi program sudah sesuai prinsip manajemen Islam. Keadilan, program merata ke semua pelaku UMKM, semua program dilakukan secara bertahap. Amanah dan petanggungjawaban, program dan bentuk kegiatan yang sudah diberikan akan dilaksanakan dengan baik dan semaksimal mungkin. Komunikatif, setiap komunikasi yang dijalankan oleh pendamping dan pelaku UMKM dilakukan sesuai dengan etikannya. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah yang terletak pada objeknya yang mana sama-sama membahas mengenai UMKM dan sama-sama menggunakan tinjauan dari Manajemen syariah. Kedua, yakni menggunakan metode Kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu membahas tentang Implementasi Program Dinas Koperasi Dan UMKM Terhadap Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Kediri, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang Strategi

Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Produktivitas di Batik *Art And Gallery* Lochatara, Jejer, Kec. Wates, Kab. Kediri.

3. *Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Miulan Hijab Semarang)* oleh Yuliana (2015), mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Hasil dari penenlitian ini menunjukkan bahwa peran pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan di Miulah Hijab semarang berkaitan erat antara pengembangan produk dengan penjualan, sedangkan hal yang perlu dilakukan dalam pengembangan produk yakni melalui modifikasi produk, menciptakan poduk baru dan diversifikasi produk. Persamaan yang ditulis oleh Yuliana dengan yang penulis teliti adalah sama-sama memakai pendekatan kualitatif melalui metode analisis deskriptif serta membahas mengenai pengembangan suatu produk. Sedangakan untuk perbedaannya, penelitian yang ditulis oleh Yuliana membahas peranan suatu pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan, sedangkan yang akan diteliti oleh penulis adalah mengenai Meningkatkan Produktivitas Ditinjau dari Manajemen *Syariah*.
4. *Analisis Strategi Bersaing dalam Pengembangan Produk di Home Industri Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo*, oleh Anis Sholihah (2015), mahasiswi UIN Walisongo Semarang. Jenis penelitian ini adalah penelitian studi lapangan dengan analisis deskriptif. Hasil dari skripsi tersebut menunjukkan bahwa strategi bersaing diferensiasi yang dilakukan oleh Kucai Jaya meliputi bahan tambahan yang digunakan untuk produksi, bentuk produk, kualitas

bahan baku serta kemasannya sudah sesuai dengan pandangan Islam, mulai dari cara menghadapi pesaing, produk yang diciptakan, penetapan harga, tempat penjualan dalam layanan purna jual. Persamaan antara skripsi yang ditulis oleh Anis Sholihah dengan yang akan peneliti tulis adalah membahas pengembangan produk. Untuk perbedaannya, skripsi yang ditulis oleh Anis Sholihah menganalisis strategi bersaing yang dilakukan oleh home industri Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo. Sedangkan yang akan ditulis oleh peneliti adalah membahas tentang Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Produktivitas di Batik *Art And Gallery* Lochatara.

5. *Strategi Promosi dan Pengembangan Produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa Menurut Pemasaran Perspektif Islam di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Waru Sidoarjo* oleh Ulul Azmiyatur Rahmah (2019), mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. Hasil penelitian yang diperoleh adalah unit bisnis yayasan pesantren Mukmin Mandiri dalam menjalankan usaha bisnisnya serta sebagai media pembelajaran santri kebanyakan dilakukan secara *offline* langsung berinteraksi dengan konsumen. Bisnis yang dilakukan oleh yayasan pesantren Mukmin Mandiri sudah berkembang dengan baik dilihat karena bisa dilihat dari hasil penjualan yang terus meningkat berdasarkan hasil data diolah. Apabila ditinjau dari segi pemasaran perspektif Islam bahwa strategi promosi yang dilakukan telah menerapkan etika dalam menjual seperti etika marketing Rasulullah, seperti selalu menjaga hubungan dengan pelanggan, berpakaian rapi dan lain sebagainya. Persamaan antara

skripsi yang ditulis oleh Ulul Azmiyatur Rahmah dengan yang peneliti ini tulis adalah sama-sama penelitian deskriptif kualitatif serta membahas pengembangan produk. Untuk perbedaannya, skripsi yang ditulis oleh Ulul Azmiyatur Rahmah menganalisis strategi Promosi dan Pengembangan Produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa Menurut Pemasaran Perspektif Islam, sedangkan yang akan ditulis oleh peneliti adalah membahas tentang Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Produktivitas di Batik *Art And Gallery* Lochatara.