

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan usaha kecil dan menengah pada kurun waktu ini mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini dikarenakan usaha kecil dan menengah termasuk usaha yang fleksibel sehingga banyak yang memilih untuk mendirikan usaha. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha pada semua sektor ekonomi.¹ Banyaknya usaha-usaha baru tidak menutup kemungkinan timbulnya pesaing-pesaing baru dalam produk-produk sejenis maupun berbeda jenis.

Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan membuat masyarakat memiliki pola hidup yang lebih dinamis, efektif dan efisien. Pola-pola tersebut menuntut perusahaan selaku produsen dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara praktis dan mengikuti arus yang ada. Fenomena tersebut membuat produsen harus pandai dalam berinovasi, seperti produk lama yang dirancang kembali dan mengembangkan produk baru sehingga masyarakat memiliki daya tarik untuk membeli produk tersebut. Perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat agar dapat menghasilkan produk yang memiliki nilai jual dan daya saing yang tinggi, sehingga perusahaan tidak kalah saing dengan pesaing-pesaing yang lain. Karenanya, pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan penting dilakukan guna pengembangan

¹ Tulus T.H. Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 17.

suatu produk yang sesuai selera pasar demi kelangsungan hidup perusahaan. Desain (rancangan) dan pengembangan produk yang mutunya baik adalah kunci kesuksesan dalam berbisnis.²

Perusahaan pastinya memiliki produk untuk ditawarkan ke konsumen seperti dalam bidang kuliner, *fashion*, dll. Pemilihan produk yang sesuai untuk dijual ke pasar adalah faktor yang penting untuk menentukan arah perusahaan, selain itu pemilik usaha harus mampu melihat kondisi kebutuhan dan keinginan pasar, hal itu sejalan dengan definisi produk bahwa produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan kebutuhan maupun keinginan.³ Hal ini akan membuat perusahaan berupaya semaksimal mungkin agar produk yang dihasilkan sesuai kebutuhan pasar sehingga dapat memperluas pangsa pasarnya.

Munculnya banyak pesaing dalam sebuah usaha dengan produk sejenis mengakibatkan pemimpin sebuah perusahaan harus mampu menerapkan strategi pengembangan produk yang sedemikian rupa agar dapat bertahan di pasar. Tujuan utamanya yaitu agar dapat mencapai pasar sasaran yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau menguasai persaingan.⁴ Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong Pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau

² Endang Sulistiya Rini, "Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan", *Ekonomi*, 16:1 (2013): 30.

³ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Pasuruan: Qiara Media, 2019), 2.

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)* (Depok: RajaGrafindo Persada, 2018), 199.

yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan.⁵ Salah satu perusahaan yang harus mampu bersaing dengan usaha lain adalah usaha batik. Munculnya usaha-usaha batik yang tidak sedikit, maka seorang pengusaha batik harus mempertahankan usahanya agar tetap dapat bersaing di pasar.

Strategi tersebut digunakan untuk keberlangsungan sebuah produk yang dimiliki perusahaan, selain itu juga dapat dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan penjualan. Penjualan merupakan proses pertukaran barang antara penjual dan pembeli untuk mendapatkan keuntungan, karena tujuan penjualan adalah memperoleh keuntungan dari barang yang telah diproduksi dan dikelola dengan baik oleh perusahaan.

Pengenalan produk ke masyarakat merupakan hal yang penting, karena dengan mengenalkan produk ke masyarakat maka akan membuat masyarakat mengetahui produk yang telah diciptakan oleh sebuah perusahaan. Pemasaran syariah menurut Kertajaya dan Sula adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.⁶

Salah satu usaha batik yang ada di Kota Kediri yaitu Wecono Asri. Perusahaan tersebut merupakan pengrajin batik yang beralamat di Jl. Dandangan I No. 154 Kota Kediri Jawa Timur dengan nama pemilik Kasiana.

⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2006), 316.

⁶ Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 26-27.

Wecono Asri mampu bertahan ditengah perkembangan yang ada. Hal lain yang menarik perhatian peneliti yaitu pernah melayani konsumen dari staf khusus kepresidenan. Berikut merupakan usaha-usaha batik yang ada di Kota Kediri:

Tabel 1.1

UMKM Batik Kota Kediri

No.	Nama Usaha	Alamat	Produk
1.	Industri Batik	Jl. Kademangan GG. Musholla 1 Lirboyo	Batik Tulis
2.	Batik (Nunung)	Griya Intan Permai JD-80 Dermo	Batik Tulis, cap dan Jumputan
3.	Batik Nisa Collections	Griya Intan Permai Blok A14 Dermo	Jumputan
4.	Dermo Batik	Griya Intan Permai Blok E 6 Dermo	Batik Tulis, cap dan Jumputan
5.	Pembatik Kain (Nur Asna)	Jl. Gunung Agung Dermo	Batik Tulis, cap dan Jumputan
6.	Pengrajin Batik (Aria Ulfa)	Griya Intan Asri 1-22 Dermo	Batik Tulis, cap dan Jumputan
7.	Pengrajin Batik (Suparmi)	Jl. Merbabu Semanding Dermo	Batik Tulis, cap dan Jumputan
8.	Pengrajin Batik (Emi)	Griya Intan Permai JD-1 Dermo	Batik Tulis, cap dan Jumputan
9.	Pengrajin Batik (Nanik)	Griya Intan Asri HD-15 Dermo	Batik Tulis, cap dan Jumputan
10.	Pengrajin Batik (Karti)	Griya Intan Permai Blok GC 22 Dermo	Batik Tulis, cap dan Jumputan
11.	Pengrajin Batik (Rodiah)	Griya Intan Permai Blok HC 03 Dermo	Batik Tulis, cap dan Jumputan
12.	Pengrajin Batik (Trisnawati)	Griya Intan Permai JD-48 Dermo	Batik Tulis, cap dan

			Jumputan
13.	Pengrajin Batik (Ratna)	BTN Rejomulyo Gang 2 No. 253 Kediri Rejomulyo	Batik Tulis
14.	Batik Candramaya (Rina Wijayanti)	Jl. Abusono 62 Kel. Ngampel	Batik Tulis, Cap, Printing
15.	Djajawarsa Batik (Richa Widyasari)	Graha Mukti Regency Blok E10 Tosaren	Batik Tulis
16.	CV. Wecono Asri	Jl. Dandangan I No. 154 Dandangan	Jumputan, Tulis, Cap, Kombinasi, Printing
17.	Mustiko (Lusia Wahyuni)	Jl. Gatot Subroto No. 272 Mrican	Batik Tulis, Cap
18.	Batik Surya 5758 (Hj. Suryati)	Jl. Mayor Bismo Semampir	Batik Tulis

Sumber: Internet.batik.go.id dan umkmkita.kediri

Tabel diatas adalah data yang telah diolah. Perbedaan batik yang ada diatas dengan CV. Wecono Asri adalah Wecono Asri memiliki beberapa jenis batik yakni Jumputan, Batik Tulis, Cap, Kombinasi, dan Printing serta memiliki produk-produk selain lembaran kain batik yakni dari beberapa jenis batik dibuat produk jadi atau siap pakai. Selain itu, CV. Wecono Asri juga pernah melayani konsumen dari staff khusus kepresidenan.

Tabel 1.2

Data Hasil Penjualan Batik CV. Wecono Asri

Tahun 2016-2019

Tahun	2016	2017	2018	2019
Jumlah penjualan	11.460.000	29.275.000	32.590.000	27.277.500

Sumber: Dokumen CV. Wecono Asri yang telah diolah dalam rupiah.

Data penjualan diatas merupakan data yang telah diolah. Batik yang dimiliki Wecono Asri dipatok dengan harga Rp. 125.000 sampai Rp. 300.000 tergantung dari tingkat kesulitan pembuatan. Tahun 2016 Wecono Asri

memperoleh hasil penjualan sebesar Rp. 11.460.000, kemudian pada tahun 2017 meningkat secara tajam lebih dari 2 kali lipat dari penghasilan penjualan tahun 2016 yaitu sebesar Rp. 29.275.000, pada tahun 2018 hasil penjualan juga meningkat yakni sebesar RP. 32.590.000, kemudian di tahun berikutnya yaitu tahun 2019 menurun dengan hasil penjualan sebesar Rp. 27.277.500. Data-data tersebut menunjukkan bahwa penjualan yang dihasilkan Wecono Asri mengalami kenaikan pada tahun 2017 dan 2018 kemudian mengalami penurunan pada tahun 2019, dalam pengembangan produk sudah dipaparkan dalam data sebelumnya. Hal ini menjadi alasan peneliti melakukan penelitian ini dan meninjau dari segi pemasaran syariah.

Seiring perkembangan zaman batik yang mengalami naik turun, karena mudah tergeser oleh usaha batik yang lain maupun pesaing baru. Strategi pengembangan produk batik Wecono Asri dalam meningkatkan penjualan masih perlu untuk ditindak lanjuti agar perkembangannya ke depan semakin membaik.

B. Fokus Penelitian

Pokok masalah dilakukan penelitian berdasarkan latar belakang diatas yaitu:

1. Bagaimana strategi pengembangan produk batik Wecono Asri dalam Meningkatkan Penjualan?
2. Bagaimana strategi pengembangan produk batik Wecono Asri dalam meningkatkan penjualan ditinjau dari *Syariah Marketing*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan rumusan masalah diatas, tujuannya dilakukan penelitian yaitu:

1. Mengetahui strategi pengembangan produk batik di Wecono Asri Dandangan Kota Kediri.
2. Mengetahui Strategi Pengembangan produk batik Wecono Asri dalam meningkatkan penjualan ditinjau dari *syariah marketing* di Wecono Asri Dandangan Kota Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian dapat bersifat teoritis dan praktis. Penelitian kualitatif memiliki manfaat penelitian bersifat teoritis yaitu mengembangkan ilmu, dan bersifat praktis yaitu untuk memecahkan masalah. Adapun kegunaannya adalah:

1. Kegunaan secara teoritis

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan bagi pembaca mengenai strategi pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan batik di CV. Wecono Asri Dandangan Kota Kediri.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tentang strategi pengembangan produk menurut tinjauan *marketing syariah*, tentunya mengenai strategi pengembangan produk

dalam meningkatkan penjualan di CV. Wecono Asri Dandangan Kota Kediri.

b. Bagi CV. Wecono Asri

Bagi CV. Wecono Asri penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam meningkatkan perkembangan produk batik di kota Kediri melalui strategi pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan.

c. Bagi akademik

Kegunaan bagi akademik, penelitian ini diharapkan bisa menambah khasanah keilmuan serta informasi pengembangan ilmu pengetahuan.

E. Telaah Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu mengenai strategi pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan yaitu:

1. Penelitian oleh Miftahur Rahmah dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan, Lampung, 2017, yang berjudul Pengembangan Produk Kopi Cap Semut Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan merupakan penelitian lapangan. Data diperoleh dari observasi, wawancara, serta dokumentasi. Berdasarkan hasil data wawancara hasil penelitian ini menunjukkan pengembangan kopi bubuk cap semut pada kelompok wanita tani melati sudah berkembang dengan baik dilihat dari peningkatan hasil penjualan periode sebelumnya.

Perkembangan produk kopi bubuk cap semut bisa dikatakan sudah baik sesuai dengan kaidah ekonomi islam. Hal itu dilakukan dengan produk yang halal, bermutu dan berkualitas serta tidak ada unsur *gharar*.⁷ Perbedaan pada penelitian ini yaitu penelitian ini objeknya yaitu usaha batik Wecono Asri Dandangan kota Kediri.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nyimas Mardiah dari Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2009 dengan judul Strategi Pengembangan Produk Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Sriwijaya Donat Palembang. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif, variabel yang digunakan adalah strategi pengembangan produk dan peningkatan kualitas produk serta volume penjualan. Penggunaan data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan datanya menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Analisisnya menggunakan analisis kualitatif deskriptif. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa pengembangan produk yang dilakukan oleh usaha Sriwijaya Donat Palembang dilakukan dengan penganekaragaman produk yaitu dengan memproduksi kembali merek Sriwijaya Donat Palembang dengan berbagai rasa dan peningkatan mutu atau kualitas yaitu dengan memperbaiki bahan baku yang digunakan dan melakukan perbaikan dibidang proses pembuatan atau produksi yaitu menambah peralatan mesin mikser atau mesin

⁷ Miftahur Rahmah, "Pengembangan Produk Kopi Cap Semut Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Islam" (Lampung, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan, 2017).

pengadonan.⁸ Perbedaan pada penelitian ini adalah pada penelitian ini hanya menggunakan variabel strategi pengembangan produk dan volume penjualan serta pada objek penelitian ini adalah pada perusahaan batik Wecono Asri di Kota Kediri.

3. Penelitian oleh Yuliani dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2015 dengan judul yaitu Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Di Miulan Hijab Semarang). Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Data dikumpulkan dari pengumpulan data aktual yang relevan atau sumber data (primer dan sekunder) serta melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di Miulan Hijab Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan di Miulan Hijab Semarang berkaitan antara pengembangan produk dengan penjualan.⁹ Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada penelitian ini meneliti pengembangan produk dan volume penjualan pada batik wecono asri.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Noer Aji Febriyanto dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Tahun 2015 dengan judul Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal. Jenis penelitian ini yaitu penelitian

⁸ Nymas Mardiah, "Strategi Pengembangan Produk Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Sriwijaya Donat Palembang" (Palembang, Universitas Muhammadiyah Palembang, 2009).

⁹ Yuliani, "Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Di Miulan Hijab Semarang)" (Semarang, UIN Walisongo, 2015).

lapangan field research. Data yang digunakan yaitu data sekunder. Perolehan data sekunder berdasarkan bukti tertulis yang didokumentasikan dan catatan penjualan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana, analisis deskriptif variabel penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesa, sedangkan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 16.00 for windows. Hasilnya dari pengolahan data diperoleh regresi linier sederhana $Y = 34,150 + 28,112X$. Besarnya pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan adalah 28,112%. Berdasarkan hasil uji t diperoleh t sebesar 5,345 dengan nilai signifikansi 1, dimana nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, dibuktikan dengan data penjualan yang terjadi pada tahun 2013-2014 mengalami penurunan penjualan.¹⁰ Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan objek CV. Wecono Asri.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Indah Fajar Cahyati, N.Lubis, Hari Susanta dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Produk Pada Batik Semarang 16 tahun 2015. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan produk pada Batik Semarang 16 dan dampak faktor internal dan eksternal yang mendorong terjadinya pengembangan produk. Metode pengumpulan data menggunakan

¹⁰ Noer Aji Febriyanto, "Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal" (Skripsi, Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015).

wawancara dan observasi. Informan pada penelitian ini yaitu karyawan Batik Semarang 16. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif. Hasil penelitian ini diketahui strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Batik Semarang 16 adalah dengan mengembangkan desain motif produk dan juga menambah lini produk baru. Faktor eksternal juga berperan dalam mendorong terjadinya pengembangan produk yang lebih efektif.¹¹ Perbedaan pada penelitian ini adalah objek yang dilakukan dalam penelitian ini terletak di Dandangan yaitu pada usaha batik Wecono Asri.

¹¹ IF Cahyati, "Analisis Strategi Pengembangan Produk Pada Batik Semarang 16," 2015, <https://ejournal3.undip.ac.id>.