

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kurun tahun-tahun ini usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang ada di negara kita mengalami perkembangan baik dari yang berskala kecil hingga menengah. Hal ini menjadi motivasi pebisnis dalam membangun usahanya, memotivasi UMKM lainya dalam bersaing memasarkan barang dan jasa yang mereka buat. Aktivitas *marketing* menjadi urgen pada perjalanan usaha, dengan pokok tujuan memberikan kebutuhan yang bernilai pada pembeli. Seorang pebisnis atau pengusaha harus mampu beradaptasi dengan adanya dinamisasi yang ada pada dunia usaha.¹

Jumlah UMKM di Kota Kediri mengalami penurunan penjualan. Menurut statistik saat ini, ada hingga 5.435 UMKM di Kota Kediri saja. Omset sekitar 1.600 UMKM menurun secara signifikan. Pertumbuhan ekonomi di Kediri diperkirakan antara 2,5% hingga 3,5% pada tahun 2020. Namun, angka pengangguran kota juga sejalan dengan hal tersebut. Meski pengangguran terbuka mengalami kenaikan sebesar 1,99%, namun nilainya masih tergolong rendah dibandingkan kota-kota lain di Jawa Timur, dengan kenaikan dari 4,22 menjadi 6,21 persen. Selain itu, tingkat kemiskinan kota meningkat dari 7,16 persen menjadi 7,69 persen dalam periode waktu yang sama. Bambang mengaku tidak tahu persis berapa penurunan omzet. Tidak disebutkan berapa banyak penurunan pendapatan perusahaan mana pun. Meski demikian, Pemkot Kediri tentu akan

¹ Kediri(Antara Jatim)

berusaha memberikan solusi, menurut Bambang. Klinik UMKM dan peningkatan pendanaan menjadi dua pilihan. Buktinya, koperasi dan jasa UMKM mengalami peningkatan minat dan menyiapkan rolling stock. Walikota Kediri, Kadin, juga melakukan bagiannya dengan menjadi tuan rumah berbagai acara yang bertujuan membantu bisnis lokal bersiap menghadapi keadaan pandemi dan menghindari menutup pintu mereka untuk selamanya.²

Dari sekian banyak UMKM di kota Kediri, bisnis outlet dibidang susu sapi murni paling banyak digemari pengusaha dengan laba yang terbilang besar. Usaha ini dapat berkembang dengan pesat melalui menu-menu yang unik dengan kombinasi rasa dan suguhan tempat sajian dan menikmati yang indah tanpa meninggalkan menu utamanya yakni susu sapi murni. Menu susu ini ialah minuman sehat yang dapat dikonsumsi orang-orang tanpa adanya Batasan umur. Susu ini ialah susu sehat yang diambil dari hewan sapi dengan berbagai manfaat yang terkandung.³

Pelayanan adalah setiap tindakan atau aktivitas yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan atas layanan tersebut. Pelayanan yang diberikan di Kedai Susu Racik Mak Tam sudah cukup bagus, ramah, dan cepat. Disini kita dapat melihat jika ada pelanggan yang datang langsung disapa dan dilayani, tanpa kita menunggu lama karena respon yang kurang baik. Kedainya pun juga bersih, nyaman untuk orang sembari menunggu pesanan yang mereka pesan. Tempat

²Kediri,koranmemo.com

³Kediri,JurnalJatim.com

yang strategis, ramai dipertengahan perkotaan menjadikan orang mudah mencari Kedai Susu Racik Mak Tam dimana saja.

Tabel 1.1
Data Kedai Susu
Di Kecamatan Mojoroto Kota Kediri
Tahun 2020-2022

No	Nama	Lokasi
1.	Susu Racik Mak Tam	Jl. Penanggungan No. 43 Bandar Lor Kecamatan Mojoroto Kota Kediri
2.	Susu Gothy	Jl. Wilis Mulya No. 12 Campurejo Kecamatan Mojoroto Kota Kediri
3.	Kedai Karmila	Jl. KH Wachid Hasyim No. 161 Bandar Lor Kecamatan Mojoroto Kota Kediri
4.	Moo Mix Susu	Perum Candra Kirana Mojoroto Kecamatan Mojoroto Kota Kediri
5.	Okta Milk	Jl. Gor Jayabaya No. 7 Banjarmhati Kecamatan Mojoroto Kota Kediri
6.	Susu Si Lumba-Lumba	Jl. Pringgodani No RT/RW:02/04 Mrican Kecamatan Mojoroto Kota Kediri
7.	Kedai Kemangi	Bandar Lor Kecamatan Mojoroto Kota Kediri

Sumber Data: Hasil observasi

Dari hasil pemaparan tabel diatas dapat kita lihat Kedai yang berada di Kecamatan Mojoroto Kota Kediri dari ketujuh kedai yang ada hanya ada 3 Kedai yang memiliki Varian rasa yang cukup banyak dibandingkan Kedai Kedai lainnya.

Tabel 1.2
Data Pembandingan Kedai Susu yang berada
Di Kecamatan Mojojoto Kota Kediri
Tahun 2020-2022

No	Bauran Pemasaran	Susu Racik Mak Tam	Susu Gothy	Kedai Karmila
1.	Produk	13 jenis varian rasa, yang banyak digemari pelanggan ada varian rasa original, green tea dan yang baru-baru ini banyak dicari pelanggan ada varian rasa casuding, casuteka dan mix alpukad ketan	10 jenis varian rasa, yang banyak digemari pelanggan cincau, coklat dan capucino. Ada rasa terbaru lagi yaitu rasa madu	12 jenis varian rasa, yang banyak digemari pelanggan ada rasa melon, oreo dan susu tea. Ada rasa terbaru yaitu rasa susu mangga
2.	Harga	Mulai dari harga Rp8.000,00- Rp11.000,00	Mulai dari harga Rp 5.000,00-Rp 6.000,00	Mulai dari harga Rp 8.000,00- Rp 10.000,00
3.	Tempat	Jl. Penanggungan No. 43 Bandar Lor Kecamatan Mojojoto Kota Kediri	Jl. Wilis Mulya No. 12 Campurejo Kecamatan Mojojoto Kota Kediri	Jl. KH Wachid Hasyim No. 161 Bandar Lor Kecamatan Mojojoto Kota Kediri
4.	Promosi	Menggunakan aplikasi Gofood, Gojek, Go car dan langsung di outlet Mak Tam	Mulut ke mulut, brosur	Brosur dan di outletnya

Sumber Data : Hasil observasi

Pentingnya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah UMKM yang diteliti mengalami pengaruh dengan adanya peran diversifikasi produk dan pelayanan dalam meningkatkan penjualan, dengan penelitian ini kita dapat

melihat dan membandingkan suatu UMKM yang telah menggunakan peran diversifikasi produk dan yang belum menggunakan. Karena jika suatu UMKM telah menggunakan atau menerapkan peran diversifikasi maka jika suatu saat nanti dari produknya ada yang sudah tidak ada peminat atau sepi konsumen masih ada varian produk lain yang dapat diminati konsumen.

Mengapa saya memilih lokasi UMKM Kedai Susu Sapi Murni Kota Kediri. karena tempat yang strategis, ramai pengunjung, daftar menunya beraneka ragam makanan dan minuman.

Riset ini berada di kota kediri. Penentuan responden nya adalah pebisnis susu sapi murni. Dari riset yang berjalan ini, akan dilakukan pencarian pengetahuan data terkait para konsumen dan pelaku usaha dengan studi riset *Peran Diversifikasi Produk dan Pelayanan dalam Meningkatkan Penjualan* pada penjual susu sapi murni di Kota Kediri. Dari riset ini akan diketahui seberapa layak usaha yang dilakukan di sector jual beli susu sapi murni yang ada di kota kediri. Dari paparan masalah yang terjadi peneliti berkeinginan meneliti **“Peran Diversifikasi Produk dan Pelayanan dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Kedai Susu Racik Mak Tam Kota Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana diversifikasi produk dan pelayanan di kedai susu racik Mak Tam Kota Kediri?
2. Bagaimana peran diversifikasi produk dan pelayanan dalam meningkatkan penjualan di kedai susu racik Mak Tam Kota Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui diversifikasi produk dan pelayanan di Kedai Susu racik Mak Tam Kota Kediri?
2. Mengetahui peran diversifikasi produk dan pelayanan dalam meningkatkan penjualan di kedai susu racik Mak Tam Kota Kediri ?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Riset ini semoga dapat memaparkan Peran Deversifikasi Produk dan Pelayanan dalam Meningkatkan Penjualan sesuai ekonomi islam yang berlaku

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Penulis

Tambahan pengetahuan akan peran diversifikasi produk dan pelayanan dalam meningkatkan penjualan

- b. Bagi mahasiswa

Bermanfaat dalam hal pengetahuan dan berguna untuk peneliti-peneliti selanjutnya.

c. Bagi Masyarakat

Data data info tentang peran diversifikasi produk dan pelayanan dalam meningkatkan penjualan.

E. Telaah Pustaka

Temuan-temuan ini dirangkum dalam bagian ini, yang mencakup studi sebelumnya (penelitian sebelumnya) tentang topik tersebut. Telah ditemukan melalui penyelidikan ekstensif bahwa topik yang sedang dipertimbangkan adalah baru dan berbeda dari apa pun yang diselidiki sebelumnya. Kita akan membahas beberapa penelitian sebelumnya di bagian ini. Oleh karena itu, penelitian dapat dilakukan dengan tepat.

1. Wardatul Hasanah, Fakultas Ekonomi Universitas Jember, “Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Tape di Kabupaten Bondowoso” menjelaskan, banyaknya industri tape di Kabupaten Bondowoso yang memproduksi produk sejenis mendorong perusahaan untuk melakukan diversifikasi produk. , pengemasan dan ditujukan untuk mengatasi persaingan di pasar dan meningkatkan volume penjualan.⁴
2. Shofwan Khamidi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang dalm penelitian tentang “*Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Penjualan (studi Kasus pada Perusahaan Konveksi “ Faiza Bordir” Bangil Pasuruan)*. Setelah diversifikasi produk, volume penjualan dan pertumbuhan pendapatan masing-masing tumbuh 3,71 persen dan 4,57 persen, berdasarkan rata-rata

⁴ Wardatul Hasanah,”pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Tape Kabupaten Bondowoso”(Skripsi,Universitas Jember,2015).

volume penjualan dan pertumbuhan pendapatan yang diketahui sebelum diversifikasi produk.⁵

3. Liawati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta dalam penelitian tentang “ *Analisis Diversifikasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return, Resiko dan Portofolio*”. Diversifikasi ukuran perusahaan dipelajari untuk melihat apakah terdapat perbedaan tingkat keuntungan, standar deviasi tingkat keuntungan, dan ukuran portofolio. Dari Maret 2004 sampai Desember 2009, 24 perusahaan manufaktur di BEI dipelajari untuk tujuan melakukan penelitian empiris tentang hubungan antara ukuran perusahaan dan keragaman.⁶
4. Albina Chrisnatasari, Universitas Islam Indonesia dalam penelitian tentang “ *Pengaruh Diversifikasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Hemat Energi (LHE) Visalux Pada PT Golden Visalux Batam*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi R-Square= 0.532 yang berarti bahwa diversifikasi produk dan promosi 53% berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan 47% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.⁷
5. Danis Imam bachtiar, Universitas Islam Indonesia dalam penelitian tentang “*Analisis Pengaruh Diversifikasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UKM Gula Kelapa*”. Hasil yang didapat dari metode yang telah

⁵ Shofwan Kamidi, “Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Penjualan (Studi Kasus pada Perusahaan Konveksi “Faiza Bordir” Bangil Pasuruan)”, (Universitas Brawijaya Malang, 2015).

⁶ Liawati, “Analisis Diversifikasi dan Ukuran Terhadap Return, Resiko dan Portofolio, (Studi Kasus kantor BEI)”, (Universitas syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

⁷ Albina Chisnatasari, “Pengaruh Diversifikasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Hemat Energi (LHE) Visalux pada PT Golden Visalux Batam”, (Universitas Islam Indonesia, 2016).

diterapkan yaitu diversifikasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,286 atau 28,6%. Sedangkan harga berpengaruh 0,659 atau 65,9% terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi sebesar 0,609 atau 60,9% menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Yang berarti hubungan menunjukkan diversifikasi dan harga menjelaskan keputusan.⁸

Dari data-data penelitian relevan tersebut penelitian ini berfokus pada *Peran Diversifikasi Produk dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Kedai Susu Racik Maktam Pesantren Kota Kediri)*.

⁸ Danis Imam Bachtiar, " Analisis Pengaruh Diversifikasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UKM Gula Kelapa", (Universitas Islam Indonesia, 2011).