

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia sebagai Negara kepulauan memiliki ciri-ciri spesifik, yang berbeda dengan Negara-negara lain di dunia, sehingga perekonomiannya tentu saja memiliki karakteristik tersendiri, yang berbeda pula dengan Negara-negara lain. Adapun karakteristik perekonomian Indonesia, dipengaruhi oleh: faktor geografi, faktor demografi, faktor sosial, budaya dan politik.¹

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran.² Dengan adanya persaingan ini menuntut setiap perusahaan untuk selalu bersaing dalam menarik konsumen dengan menerapkan strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan.

Jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya. Mempertahankan dan bahkan menumbuhkan permintaan baru tentu bukan perkara mudah bagi para pelaku bisnis. Menurut Philip Kotler pekerjaan pemasaran bukan

¹Basuki Pujoalwanto, *Perekonomian Indonesia Tinjauan Historis, Teoritis, dan Empiris* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 2.

² Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2004), 6.

bagaimana menemukan konsumen yang tepat untuk sebuah produk tapi bagaimana menemukan produk yang tepat untuk konsumen. Dalam hal ini, perusahaan perlu menawarkan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen.³ Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta meningkatnya pertumbuhan ekonomi membuat perubahan pada kebutuhan, keinginan maupun selera konsumen. Perubahan tersebut menuntut perusahaan untuk menyesuaikan barang hasil produksi dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi diversifikasi produk dimana dalam menerapkan strategi tersebut perusahaan berusaha untuk menawarkan produk yang mampu bersaing, sehingga peningkatan penjualan produk dan jasa terus meningkat.⁴ Yaitu upaya perusahaan untuk meningkatkan penjualan melalui penganekaragaman produk, baik lewat pengembangan produk baru atau mengembangkan produk yang sudah ada.⁵

Sesungguhnya strategi diversifikasi produk adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru. Maka dari itu perusahaan melakukan strategi diversifikasi produk karena strategi diversifikasi produk adalah salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh perusahaan terutama jika

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2* (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), 10.

⁴ Gregories Candra, *Strategi Dan Program Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2002), 150.

⁵ Henricus W. Ismanthono, *Kamus istilah ekonomi populer* (Jakarta: Kompas, 2003), 56.

perusahaan tersebut telah berada dalam tahap kedewasaan.⁶

Dalam usaha untuk mempertahankan dan memperluas daerah pemasaran tersebut, dibutuhkan adanya kebijakan pemasaran yang tepat. Pada pasar pembeli (*buyer market*) yang memiliki jumlah barang yang ditawarkan lebih besar daripada jumlah yang dibutuhkan, maka akan menentukan untuk menarik konsumen yang sebanyak banyaknya. Hal ini menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin tajam antara perusahaan yang sejenis. Demikian juga dengan UD. Tunas Madura dalam menjalankan kebijaksanaan untuk meningkatkan volume penjualan dan untuk menghadapi persaingan yang tajam saat ini, perusahaan perlu memperhatikan produk yang dipasarkan, antara lain dengan mengadakan diversifikasi produk yakni kegiatan menambah jenis barang yang dihasilkan, dengan maksud agar dapat lebih mudah memenuhi keinginan konsumen. Dengan adanya diversifikasi produk ini maka konsumen lebih banyak pilihan untuk memenuhi "selera" konsumen. Hal ini penting karena konsumen akan beralih kepada produk yang dirasa dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Ada kemungkinan bila perusahaan mengabaikan diversifikasi produk, maka konsumen akan berpindah pada produk pesaingnya, jika hal tersebut terjadi maka perusahaan akan kehilangan pelanggan atau konsumen dan mengakibatkan volume penjualan akan menurun. Tetapi jika diversifikasi produk dijalankan sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan selera konsumen, maka diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Mengingat tingkat

⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Ke-3* (Yogyakarta: ANDI, 1997), 132.

persaingan terus meningkat, maka pihak perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan termasuk keragaman produk yang ditawarkan, untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggannya atau calon pelanggan lain. Produk adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang sangat strategis terhadap peningkatan volume penjualan.⁷

Aktifitas Produksi yang mampu bertahan dan mendapatkan profit berlimpah pada saat ini adalah yang kompetitif dan inovatif. Dimana aktifitas tersebut, selain ditentukan oleh sumber daya alam dan manusia, juga sangat ditentukan oleh berbagai macam kemajuan dan teknologi yang mampu memberikan inovasi dan efisiensi pada suatu industri. Rasulullah SAW menganjurkan Itqan (Tekun) dalam setiap pekerjaan yang dilaksanakan oleh seorang muslim. Bersifat profesional dalam memproduksi menjadi suatu keharusan bagi seorang produsen muslim.⁸

Islam menganjurkan dan mendorong proses produksi mengingat pentingnya produksi dalam menghasilkan sumber kekayaan. Allah berfirman dalam surah *al-mulk*: 67 ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ^ط

وَالِيهِ النُّشُورُ

⁷ Philip Kotler Dan Lane Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 2008), 519.

⁸ Ika Zunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam perspektif Maqashid al-syariah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 124.

Artinya: “Dialah yang telah menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebagian dari rizkinya, dan hanya kepadanyalah kamu (kembali) setelah dibangkitkan” (QS. al-mulk: 67 ayat 15).⁹

Keinginan untuk bekerja atau memproduksi merupakan fitrah yang berada dalam diri manusia. Nash-nash syariat memberikan perhatian dan mendorongnya pada usaha terbaik berupa anjuran bekerja dan memproduksi. Sumber sumber nash dengan gambaran ini mendorong kaum muslimin untuk mencari keuntungan halal dan baik. Dengan gambarn ini, kaum muslimin akan memperbaiki jiwanya dan merasa cukup dengan rizki yang diperolehnya. Kaum muslim merasa bahwa produksi yang dilakukan ini adalah ibadah kepada Allah. Dengan media produksi, manusia akan membuat pakaian yang dapat menyembunyikan kejelekanya.¹⁰

Dalam perkembangannya, UD. Tunas Madura yang berlokasi di dusun Daleman desa Kadur, Kecamatan Pamekasan ini berfokus dalam memproduksi dan menjual galpalum, besi, pipa dan lain sebagainya. Penjualan dalam UD. Tunas Madura beberapa tahun belakangan hanya berfokus pada barang yang barang-barang bersifat jangka panjang yang menyebabkan konsumen hanya cukup membeli sekali dan hal tersebut mempengaruhi terhadap hasil penjualan pada UD. Tunas Madura itu sendiri.

UD. Tunas Madura seiring berjalanya waktu terus berupaya untuk

⁹ Departemen Agama, Al-Qur'an dan terjemahannya (Jakarta: Pustaka Alfatih, 2009), 403.

¹⁰ Abdullah Abdul Husain at-Tariqi, *Ekonomi Islam: Prinsip, Dasar dan Tujuan* (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), 160.

meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan, berbagai macam strategi dan penerapan telah dilakukan dimana salah satunya adalah menggunakan strategi diversifikasi produknya, UD. Tunas Madura mengembangkan produk yang awalnya hanya menjual barang-barang menjual galpalum, besi, dan pipa menjadi barang yang kemudian bisa menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar. Besi yang awalnya hanya dijual begitu saja kemudian diolah lagi menjadi produk lain yang lebih dibutuhkan oleh konsumen yaitu produk alat rumah tangga seperti tempat piring, jemuran baju, rak vas bunga dan lain sebagainya.

Langkah-langkah yang dilakukan oleh UD. Tunas Madura dalam upayanya meningkatkan pangsa pasar dan menarik lebih banyak konsumen menarik penulis untuk meneliti dan mengetahui lebih dalam, sehingga dalam hal ini peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang **“Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Pada UD. Tunas Madura Perspektif Ekonomi Islam”** dikarenakan UD. Tunas Madura mengalami kemajuan yang dirasa penulis sangat pesat perkembangannya dan penulis sangat tertarik untuk mengetahui apakah ada kendala dalam menerapkan strategi diversifikasi dan bagaimana upaya yang dilakukan UD. Tunas Madura untuk mengatasi permasalahan dalam menerapkan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar dalam perspektif Islam.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, untuk membahas dan mengkaji lebih lanjut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi diversifikasi produk pada UD. Tunas Madura untuk meningkatkan pangsa pasar?
2. Apa dampak yang ditimbulkan dalam menerapkan strategi diversifikasi produk pada UD. Tunas Madura guna meningkatkan pangsa pasar?
3. Apa saja kendala UD. Tunas Madura dalam menerapkan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar?
4. Bagaimana pandangan ekonomi Islam tentang strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar pada UD. Tunas Madura?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada fokus penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendiskripsikan:

1. Untuk mengetahui penerapan strategi diversifikasi produk pada UD. Tunas Madura untuk meningkatkan pangsa pasar.
2. Untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan dalam menerapkan strategi diversifikasi produk pada UD. Tunas Madura guna meningkatkan pangsa pasar.
3. Untuk mengetahui apa saja kendala UD. Tunas Madura dalam menerapkan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar.
4. Untuk mengetahui bagaimana pandangan ekonomi Islam tentang strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar UD. Tunas Madura.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan penelitian ini, besar harapan peneliti agar penelitian ini bisa bermanfaat dalam rangka peningkatan kualitas pendidikan.

Adapun hasil dari penelitian ini dimungkinkan dapat memberikan manfaat kepada:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu penambahan ilmu terkait diversifikasi produk disebuah perusahaan, dan juga penelitian ini diharapkan mampu mendukung teori diversifikasi produk dalam

meningkatkan pangsa pasar, dan juga penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan dibidang pengembangan ilmu ekonomi, khususnya ekonomi syariah.

2. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Bagi Perguruan Tinggi IAIN Madura, dengan hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu sumber kajian bagi kalangan mahasiswa baik sebagai bahan pengetahuan maupun materi perkuliahan dan juga kepentingan penelitian berikutnya sebagai bahan pertimbangan.
- b. Bagi peneliti, tujuan dari sebuah penelitian adalah untuk memperoleh pengetahuan tentang suatu kejadian, teori, dan hal-hal lainnya sehingga bisa menerapkan pengetahuan tersebut. selain itu, sebagai pemenuhan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Strata Satu (S-1) Ekonomi syariah di IAIN Madura.
- c. Bagi civitas Akademika, hasil penelitian ini akan menjadi salah satu sumber kajian mahasiswa khususnya untuk mahasiswa prodi Ekonomi syari'ah, baik untuk bahan materi perkuliahan ataupun penyusunan tugas akhir di periode selanjutnya.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian ini, yaitu:

1. Diversifikasi produk merupakan suatu usaha penganekaragaman sifat dan fisik, barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan untuk digunakan konsumen di dalam memuaskan kebutuhannya.
2. Pangsa pasar adalah sebuah persentase perusahaan yang menunjukkan seberapa besar dominasi suatu perusahaan terhadap pasar yang ditargetkannya.
3. Usaha Dagang (UD) adalah suatu badan usaha yang dijalankan secara mandiri oleh satu orang saja dan tidak memerlukan suatu partner (rekan) dalam menahkodai usahanya.
4. Perspektif Ekonomi Islam adalah suatu pandangan atau sudut pandang Islam terhadap ekonomi.

F. Kajian Terdahulu

Peneliti meninjau dan melihat beberapa karya atau jurnal terdahulu guna membandingkan dalam penelitian. Kajian terdahulu berfungsi

sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teorik yang akan dilakukan selanjutnya. Berikut beberapa penelitian yang terkait dengan Strategi Diversifikasi Produk, antara lain:

1. Darmayanti Daud, dengan judul "Strategi Pemasaran PT. Bogor Indah untuk meningkatkan Pangsa Pasar Roti". Yang menyimpulkan dimana strategi pemasaran yang digunakan yaitu dengan terus meningkatkan cita rasa maupun varian rasa, kemasan, perluasan area pendistribusian yang bahkan tidak hanya di Indonesia saja, serta terus meningkatkan promosi yang mana memberitahukan kepada masyarakat bahwa harga dari roti tersebut sangatlah terjangkau.
2. Tengku Putri Lindung Bulan, dengan judul "Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Juragan Jasmine Langsa". Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa dengan menerapkan sistem penjualan secara online penerapan strategi diversifikasi produk berjalan efektif. Dimana dengan adanya diversifikasi produk sangat membantu Juragan Jasmine Langsa karena akan memperluas macam barang yang akan dijual dan merupakan sebuah strategi perusahaan untuk menaikkan penetrasi pasar.¹¹
3. Ella Salamah, dengan judul "Diversifikasi Produk Kerupuk Opak Dengan Penambahan Daging Ikan Layur". Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa dengan pemanfaatan ikan layur di Indonesia yang mana masih jarang digunakan untuk bahan baku pembuatan kerupuk,

¹¹ Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Juragan Jasmine Langsa", *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.6 No.1 (2017).

sehingga nantinya akan memberikan cita rasa yang khas. Sehingga nantinya juga akan meningkatkan pemanfaatan ikan layur sehingga masyarakat tidak hanya mengkonsumsi ikan layur untuk dijadikan santapan berat saja seperti digoreng atau dibakar.¹²

4. Andrianus Amheka, dengan judul “Mekanisme dan Diversifikasi Produk Kopra NTT Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Antar Pulau”. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa dengan adanya progam Hi- Link diharapkan dapat meningkatkan UKM mitra produk kopra serta pengetahuan IPTEK tentang bervariasinya fungsi kopra. Sehingga berpengaruh dalam meningkatkan diversifikasi produk kopra melalui kemasan yang menarik dengan hasil produk yang bervariasi sehingga dapat menarik konsumen lokal maupun nasional atau secara tidak langsung dapat memperluas pangsa pasar sehingga dapat dipasarkan salah satunya di Pulau Jawa .¹³
5. Wuri Marsigit, dengan judul “Pengembangan Diversifikasi Produk Pangan Olahan Lokal Bengkulu Untuk Menunjang Ketahanan Pangan Berkelanjutan”. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa dengan pengembangan diversifikasi pengolahan pangan lokal dianggap strategis dalam menunjang ketahanan pangan, terutama berkaitan dengan aspek- aspek promosi ketersediaan pangan yang beragam, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat (penciptaan dan

¹² Ella Salamah, “Diversifikasi Produk Kerupuk Opak Dengan Penambahan Daging Ikan Layur” *Jurnal Buletin Teknologi Hasil Perikanan*, Vol.11 No. 1 (2008).

¹³ Andrianus Amheka, “Mekanisme dan Diversifikasi Produk Kopra NTT Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Antar Pulau”, *Majalah Aplikasi Ipteks NGAYAH*, Vol.7 No.2 (2016).

pengembangan usaha ekonomi produktif).¹⁴

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah ada, peneliti akan memaparkan persamaan dan perbedaan terhadap penelitian terdahulu sebagai berikut.

Tabel 1.1 : Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Strategi Pemasaran PT. Bogor Indah Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Roti	Sama- sama menggunakan strategi pengembangan produk.	Peneliti sebelumnya menggunakan metode analisis SWOT, sedangkan pada penelitian selanjutnya peneliti menggunakan

¹⁴ Wuri Marsigit, "Pengembangan Diversifikasi Produk Pangan Olahan Lokal Bengkulu Untuk Menunjang Ketahanan Pangan Berkelanjutan", *Jurnal Agritech*, Vol.30 No.4 (2016).

			pendekatan kualitatif deskriptif
2	Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Juragan Jasmine Langsa	Sama- sama menggunakan strategi diversifikasi horizontal.	Peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh diversifikasi produk dan pengaruh harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen
3	Diversifikasi Produk Kerupuk Opak Dengan Penambahan Daging Ikan Layur	sama_sama menggunakan strategi diversifikasi produk.	Peneliti ingin mempelajari proses pembuatan opak ikan sebagai upaya pemanfaatan ikan layur dalam diversifikasi produk perikanan.
4	Mekanisme dan Diversifikasi	Sama- sama menggunakan strategi	Peneliti memfokuskan

	<p>Produk Kopra NTT</p> <p>Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Antar Pulau</p>	<p>diversifikasi untuk memperluas pangsa pasarnya.</p>	<p>pada upaya penguatan mekanisasi UKM Kopra yang semakin hari mengalami penurunan baik kualitas atau kuantitas.</p>
5	<p>Pengembangan Diversifikasi Produk Pangan Olahan Lokal Bengkulu Untuk Menunjang Ketahanan Pangan Berkelanjutan</p>	<p>Sama- sama menerapkan strategi diversifikasi produk dalam pengenalan terhadap konsumen.</p>	<p>Peneliti ingin mengetahui dan mengidentifikasi jenis- jenis pangan olahan Bengkulu serta mengkaji bagaimana potensi pengembangannya dalam menunjang ketahanan pangan berkelanjutan</p>

