

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Dalam beberapa tahun terakhir, ekonomi menjadi salah satu sektor yang paling sering di amati di beberapa negara. Di karenakan pertumbuhan ekonomi tidak berjalan beriringan dengan pertumbuhan penduduk, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Banyak penduduk yang tidak mendapatkan pekerjaan di sebabkan lebih banyak yang mencari kerja sedangkan lapangan pekerjaan yang tersedia sangat terbatas. Hal ini terjadi karena pola pikir masyarakat ketika ingin bekerja cenderung masih berorientasi mencari lapangan kerja. Oleh sebab itu sangat penting untuk mengubah pola pikir yang awalnya berorientasi pada lapangan pekerjaan menjadi berinisiatif membuka lapangan pekerjaan.

Kewirausahaan dapat dijadikan solusi dalam membuka lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat. Kewirausahaan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang dengan menghadirkan produk dan jasa baru yang bertujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan. Jadi wirausaha dapat di pahami sebagai seseorang yang menghadirkan usaha baru dalam dunia bisnis. Ketika seorang wirausaha membuka perusahaan, maka secara tidak langsung perusahaan tersebut membutuhkan tenaga kerja. Hal ini akan berdampak baik bagi negara untuk menyerap tenaga kerja dan mengurangi angka kemiskinan. Kesuksesan seorang

wirausaha ditentukan oleh kemampuan dirinya dalam membaca peluang dan kondisi pasar.<sup>1</sup>

Kegiatan dalam kewirausahaan juga memiliki kegiatan inti yang tidak bisa dipisahkan yaitu kegiatan produksi. Produksi dapat dianalogikan sebagai nafas bagi keberlangsungan ekonomi. Karena tanpa adanya kegiatan produksi, keberadaan aktivitas-aktivitas ekonomi yang lain seperti distribusi, konsumsi dan jual beli akan mustahil bisa berjalan sebagaimana mestinya. Sederhananya produksi dapat dipahami sebagai sistem yang digunakan perusahaan untuk menghadirkan produk dan jasa.<sup>2</sup> Setiap aktivitas produksi yang dilakukan oleh perusahaan harus berpedoman kepada perilaku konsumen karena konsumen menjadi objek sasaran pemasaran sebuah produk yang akan diproduksi. Perilaku konsumen adalah kegiatan yang dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan terhadap pembelian suatu produk atau jasa.<sup>3</sup> Ketika kegiatan produksi yang dilakukan berpedoman pada perilaku konsumen maka kemungkinan besar produk yang diproduksi tersebut akan diterima dengan baik oleh konsumen dipasaran. Sehingga keberadaan perusahaan dapat terus terjaga dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Dewasa ini banyak perusahaan-perusahaan baru yang tumbuh dan memasarkan produknya di tengah-tengah masyarakat, sehingga setiap perusahaan diharuskan untuk terus berbenah dalam melakukan kegiatan produksi agar bisa

---

<sup>1</sup>Yuniar Aviati, *Kompetensi Kewirausahaan ; Teori, Pengukuran dan Aplikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu:2015), 16-18.

<sup>2</sup>Ismail Nawawi Uha, *Isu-Isu Ekonomi Islam ;Komplikasi Pemikiran Filsafat dan Teori Menuju Praktik di Tengah Arus Ekonomi Globa: Buku 2 Nalar Perilaku* (Jakarta: VIV Press Jakarta, 2013), 280.

<sup>3</sup>M. Anang Firmansyah, *Perilaku konsumen: Sikap dan Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 2.

menarik perhatian calon konsumen dan mampu bersaing untuk mempertahankan minat konsumen sehingga tidak berpindah ke perusahaan lain. Keberadaan perusahaan-perusahaan tersebut menimbulkan persaingan dalam menarik perhatian konsumen, sehingga persaingan antar perusahaan tersebut dapat mengindikasikan adanya peningkatan yang cukup baik dari sisi produksi. Dimana setiap kegiatan produksi akan sangat diperhatikan dan di jaga kualitasnya agar kepuasan bisa didapatkan oleh konsumen. Setiap perusahaan tentunya harus memiliki strategi untuk bertahan di dalam persaingan tersebut. Tentunya pemilihan strategi dilakukan dengan menyesuaikan kebutuhan dan kemampuan perusahaan untuk menerapkannya.

Strategi adalah salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam upaya mencapai tujuannya untuk menguasai pasar dan mendapatkan keuntungan. Strategi dapat dipahami sebagai perencanaan yang teliti dari seluruh aktivitas yang akan dilakukan dengan tujuan yang diharapkan oleh perusahaan.<sup>4</sup> Dari sumber yang berbeda strategi dinyatakan sebagai suatu tindakan yang bersifat dinamis dan dilakukan berdasarkan prediksi tentang yang diinginkan oleh konsumen dimasa yang akan datang.<sup>5</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu tindakan yang digunakan oleh perusahaan dalam mengatasi suatu persaingan yang diselesaikan secara teliti berdasarkan prediksi tentang kebutuhan konsumen dimasa mendatang dengan tujuan tertentu yang diharapkan oleh perusahaan.

---

<sup>4</sup>Supriadi, *Strategi Bisnis Syari'ah* (Bandung: Ellunar, 2018), 12.

<sup>5</sup>Tesalonika Lantang, dkk, "Analisis Penentuan Strategi Bersaing pada Usaha Pengolahan Ikan PT. DEHO CANNING COMPANY BITUNG", *Jurnal EMBA*, Vol. 6 No. 4 (September 2018), 3099.

Dalam dunia bisnis, sebuah perusahaan pasti akan menghadapi sebuah persaingan dan tidak bisa dihindari, setiap perusahaan harus menyiapkan strategi tertentu yang cukup cermat untuk bisa bersaing dalam mencapai kesuksesan. Karena kemungkinan adanya produk yang sejenis antar perusahaan itu cukup besar. Oleh sebab itu menyediakan sebuah strategi akan menjadi pembeda bagi setiap perusahaan. Strategi yang tepat dalam menghadapi keadaan tersebut dengan melakukan pengembangan produk.

Pengembangan produk adalah strategi yang digunakan untuk mencari kenaikan penjualan dengan meningkatkan atau mengubah produk dan jasa yang sudah ada.<sup>6</sup> Dalam sumber lain menyatakan pengembangan produk merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan produk-produk baru dan memperbaiki produk yang ada, agar dapat memenuhi tuntutan pasar dan selera konsumen.<sup>7</sup> Dari definisi diatas dapat dipahami bahwa pengembangan produk merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan menghadirkan produk baru atau mengevaluasi produk yang sudah ada, menambah nilai guna dan mengurangi biaya produksinya dengan tujuan meningkatkan pemasaran.

Strategi pengembangan produk akan menjadi penentu bagi keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Dengan adanya perubahan dari selera konsumen, teknologi yang begitu cepat serta persaingan yang cukup ketat maka perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan produk-produk yang telah ada di

---

<sup>6</sup>Dinda Aria, dkk, "Pengaruh Strategi Pengembangan Produk Terhadap Kepuasan Pembelian Pasta Gigi Merek Pepsodent (Studi pada ibu rumah tangga)" *ASSETS*, Vol. 10 No. 1 (2020), 19.

<sup>7</sup>Deyorizky Setyo Nugroho, dkk, "Pengembangan Produk Tempat Sampah Penghancur Plastik Berbasis Green Technology" *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi*, Vol. 4 No. 4 (September, 2018), 167.

pasaran, karena bukan tidak mungkin produk yang dinilai memiliki nilai jual dan dianggap sangat menguntungkan dipasaran akan ditiru oleh perusahaan lain.<sup>8</sup> Maka dari itu perusahaan harus mampu untuk menarik perhatian konsumen dengan mengembangkan produk-produk yang sudah ada dan memberikan inovasi-inovasi baru.<sup>9</sup> Dimana produk-produk lama akan selalu diperbaiki dan dirancang kembali serta produk baru secara intensif terus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan peluang yang ada. Inovasi yang bisa dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan melakukan pembaharuan yang menyangkut produk itu sendiri. Sehingga keberadaan produk yang telah dikembangkan bisa menjadi produk unggulan dan mampu mempertahankan keberadaan perusahaan dalam persaingan di pasaran. Untuk menciptakan produk yang memiliki nilai jual tinggi dalam proses inovasinya perusahaan harus menentukan strategi yang tepat. Dimana strategi tersebut tidak bertentangan dengan tujuan perusahaan, kemampuan keuangan dan teknologi serta sumber daya yang dimiliki.

Prenduan merupakan salah satu desa yang terletak di kabupaten Sumenep, lebih tepatnya termasuk bagian dari kecamatan Pragaan. Desa Prenduan bisa dikatakan letaknya cukup strategis, oleh sebab itu banyak usaha-usaha yang bermunculan dan berkembang disana. Prenduan juga dikenal sebagai pusat *home industry* yang ada di daerah Sumenep. *Home industry* adalah suatu usaha milik individu yang dilakukan di rumah untuk memproduksi sebuah produk.<sup>10</sup> Dari

---

<sup>8</sup>Ahmad Subagyo, *Marketing In Business* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), 104.

<sup>9</sup>Lina Karlinda Sari, dkk, "Strategi Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Penjualan (Studi pada CV. Kajeye Food, Blimbing-Malnag)" *JIAGABI*, Vol.7, No.3, (2018), 39.

<sup>10</sup>Achmad Fawaid, Erwin Fatmala, "*Home Industry sebagai Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro dalam Meningkatkan Financial Revenues Masyarakat*" *Al-Qur'an : Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, Vol.14 No.1 ( Januari-Juni 2020), 113.

beberapa *home industry* yang berada disana yang paling identik dengan desa Prenduan adalah *Home industry* Rengginang. Untuk menemukan *home industry* rengginang di Prenduan terbilang sangat mudah, bahkan tak jarang beberapa *home industry* ada yang berdekatan tempat produksinya. Keberadaan lokasi *home industry* yang berdekatan tersebut dapat menimbulkan persaingan antar *home industry*. Setiap *home industry* dituntut untuk mengadakan produk baru atau melakukan inovasi agar dapat menarik minat konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti menentukan objek penelitian pada sebuah *home industry* rengginang di desa Prenduan, yaitu UD. Praktis yang dirintis oleh Ibu Khotimah.

Prenduan menjadi salah satu desa yang dikenal sebagai pusat *home industry* di wilayah Sumenep karena didukung oleh beberapa faktor. *Pertama*, letak desa Prenduan yang terbilang cukup strategis untuk memulai sebuah usaha, dimana posisinya berada di jalan raya Kabupaten/Provinsi. *Kedua*, keberadaan sebuah pasar yang cukup besar juga menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh para wirausaha. *Ketiga*, keberadaan lembaga-lembaga keuangan yang berbaris rapi dari ujung barat sampai ujung timur Desa Prenduan. Dengan adanya lembaga keuangan tersebut masyarakat sangat mudah untuk mendapatkan sumber modal untuk mengembangkan atau memulai usahanya. *Keempat*, hasil laut yang melimpah menjadi faktor pendorong bagi *home industry* rengginang dan *home industry* bak-dabak. Sehingga untuk memperoleh bahan cukup mudah dan mampu menyerap hasil tangkapan nelayan sekitar daerah desa Prenduan.

**Tabel 1.1**  
**Data Tiga *Home industry* di Desa Prenduan**

No.	Nama <i>Home Industri</i>	Tahun Berdiri	Kisaran Harga	Isi
1.	Anugerah	2010	17.000/bungkus	40 biji
2.	UD. Cap Tiga Merpati	1990	20.000/bungkus	40 biji
3.	UD. Praktis	2000	30.000/bungkus	50 biji

**Sumber data :** Hasil wawancara 2021

Di desa Prenduan terdapat beberapa *home industry* rengginang yang cukup terkenal diantaranya UD. Cap Tiga Merpati, Anugerah dan UD. Praktis (Cap Jempol). Dari beberapa *home industry* tersebut penulis lebih tertarik melakukan penelitian pada UD. Praktis (Cap Jempol). Ada beberapa alasan dari pengambilan keputusan tersebut, diantaranya : *pertama*, dari tahun berdirinya UD. Praktis termasuk salah satu *home industry* yang telah lama berdiri namun masih bisa bersaing dengan *home industry* yang lain. *Kedua*, dari segi lokasi UD. Praktis bisa dinilai kurang strategis, karena UD. Praktis tidak terletak di jalan utama Kabupaten atau Provinsi, lebih tepatnya berada di Dusun Ongga'an Barat, Tamanan, Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep. Jarak lokasi UD. Praktis dari jalan raya Provinsi kurang lebih 700 meter ke utara, namun UD. Praktis bisa membuktikan bahwa lokasi tidak bisa menjadi penghalang untuk bersaing dengan *home industry* yang lainnya. *Ketiga*, di UD. Praktis dari segi harga produknya terbilang cukup mahal dari pada *home industry* yang lain, tapi konsumen masih banyak yang tertarik atau berminat dengan produk-produk dari UD. Praktis. *Keempat*, dari segi produk yang ditawarkan UD. Praktis memiliki beberapa keunggulan salah satunya adalah produk rengginang UD. Praktis ketika

akan di goreng tidak perlu di jemur terlebih dahulu, hal ini telah tertera di label produk yang dipasarkan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Strategi Pengembangan Produk pada UD. Praktis di Desa Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep**”.

## **B. Fokus Penelitian**

Dalam pembahasan ini agar pembahasan tidak terlalu melebar maka peneliti hanya membatasi masalah ini pada *Home industry* Rengginang UD. Praktis (Cap Jempol) dan masalah yang akan diteliti yaitu mengenai strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh UD. Praktis. Berdasarkan uraian diatas yang menjadi fokus penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Produk yang dilakukan pada UD. Praktis di Desa Prenduan?
2. Apakah Strategi Pengembangan Produk yang dilakukan pada UD. Praktis sesuai dengan Perspektif Ekonomi Islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk yang di lakukan pada UD. Praktis di Desa Prenduan.



2. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk dalam perspektif ekonomi Islam pada UD. Praktis di Desa Prenduan.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi serta memberikan pengetahuan yang lebih luas tentang strategi pengembangan produk.

2. Bagi IAIN Madura

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi IAIN Madura yaitu sebagai bentuk sumbangsih pemikiran dan informasi yang bisa dibaca oleh mahasiswa dalam rangka memperkaya referensi baik dalam hal penelitian maupun tugas akademik.

3. Bagi Peneliti

Sebagai bahan pengkajian dalam menambah wawasan dari segi ilmu pengetahuan dan kemampuan tentang bagaimana strategi pengembangan produk yang diterapkan dalam sebuah usaha khususnya pada *home industry* rengginang.

4. Bagi Masyarakat

Sebagai tambahan informasi untuk masyarakat mengenai penerapan strategi pengembangan produk yang baik dan benar dalam perspektif ekonomi Islam, sehingga masyarakat bisa menerapkan hal ini dalam bisnisnya agar dapat mencapai tujuan dan berjalan sesuai dengan harapan.

## **E. Definisi Istilah**

Supaya tidak terjadi kesalahpahaman dalam mengartikan makna dari judul “*Analisis Strategi Pengembangan Produk pada UD. Praktis di Desa Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep*” adalah sebagai berikut :

1. Strategi adalah rencana yang cermat untuk mencapai sasaran khusus.<sup>11</sup>
2. Pengembangan Produk adalah serangkaian kegiatan yang dimulai dengan analisa persepsi dan peluang kemudian memproduksi sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar, dibeli, digunakan atau dikonsumsi dan dapat memenuhi kebutuhan.<sup>12</sup>
3. UD. Praktis adalah salah satu *home industry* yang berada di Desa Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep.

Definisi istilah tersebut menunjukkan bahwa judul penelitian ini merupakan analisis tentang strategi yang digunakan dalam mengembangkan sebuah produk pada suatu usaha, lebih tepatnya yaitu pada UD. Praktis di Desa Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep.

## **F. Kajian Terdahulu**

Tujuan penelitian terdahulu adalah untuk memberikan kerangka kajian empiris dan kerangka kajian teoritis bagi permasalahan sebagai dasar untuk mengadakan pendekatan terhadap masalah yang dihadapi serta dipergunakan sebagai pedoman dalam pemecahan masalah.

---

<sup>11</sup> Udaya, dkk, *Manajemen Stratejik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 6.

<sup>12</sup> Ahmad Subagyo, *Marketing In Business*, 97.

Berikut adalah penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu mengenai strategi pengembangan produk:

**Tabel 1.2**  
**Kajian Terdahulu**

Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Noer Aji Febriyanto (2015)	Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal	Pada penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa strategi pengembangan produk yang diterapkan pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal tidak memberikan pengaruh yang positif atau signifikan terhadap volume penjualan, hal ini dibuktikan dengan melihat data penjualan pada tahun 2013-2014 yang mengalami penurunan secara drastis. <sup>13</sup>	Sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan produk	Metode penelitian yang digunakan sebelumnya memakai metode penelitian kuantitatif, sedangkan pada penelitian ini memakai kualitatif.  Pada penelitian sebelumnya lebih melihat pengaruh strategi pengembangan produk terhadap peningkatan volume penjualan, sedangkan pada penelitian ini lebih melihat

<sup>13</sup> Noer Aji Febriyanto, “Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal” (Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015), 6.

				<p>kepada langkah-langkah strategi pengembangan produk dan pengembangan produk dalam perspektif ekonomi Islam.</p> <p>Objek, tempat dan waktu penelitian juga berbeda</p>
Putri Wulandari N. (2020)	Analisis Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Daya Saing pada Usaha Jakoz oleh-oleh khas Jambi	Pada penelitian yang dilakukan tersebut menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk yang dilakukan di Jakoz dilakukan dengan delapan proses yang sudah sesuai dengan teori Philip Kotler. Dan untuk meningkatkan daya saing Usaha Jakoz juga menerapkan strategi bauran pemasaran. <sup>14</sup>	Sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan produk. Metode penelitian sama-sama memakai pendekatan kualitatif.	<p>Objek, waktu dan tempat penelitian juga berbeda</p> <p>Pada penelitian sebelumnya lebih berfokus pada strategi pengembangan produk dan strategi bauran untuk meningkatkan daya saing. Sedangkan pada penelitian ini melihat pengembangan produk pada</p>

<sup>14</sup> Putri Wulandari N., "Analisis Pengembangan Produk dalam meningkatkan daya saing pada usaha Jakoz oleh-oleh khas Jambi", (Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020), 6.

				perspektif ekonomi Islam.
Yeni Novita Sari (2019)	Analisis Strategi Pengembangan Produk dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan di PT. Golden Leaves Jaya Abadi Kabupaten Malang Jawa Timur	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk yang diterapkan di PT. Golden Leaves Jaya Abadi dengan mengembangkan desain produk baru dan menambah variasi kualitas produk yang lebih baik dengan tujuan untuk mencegah kebosanan pelanggan. <sup>15</sup>	Memakai metode penelitian kualitatif. Menjadikan strategi pengembangan produk sebagai fokus penelitian.	Pada penelitian sebelumnya di fokuskan pada pengembangan produk dan hambatan yang dihadapi. Sedangkan pada penelitian ini juga melihat pengembangan produk dengan perspektif ekonomi Islam. Objek, tempat dan waktu penelitian juga berbeda.

<sup>15</sup> Yeni Novita Sari, "Analisis Strategi Pengembangan Produk dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan di PT. Golden Leaves Jaya Abadi Kabupaten Malang Jawa Timur", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2019), 6.