

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan bermasyarakat manusia tak lepas dengan yang namanya kegiatan ekonomi di kehidupan sehari-harinya. Kegiatan ekonomi merupakan salah satu itikad yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pangan, sandang dan tempat tinggal manusia. Tak terlepas dengan kegiatan produksi. Kegiatan produksi dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai kegiatan yang menciptakan manfaat (utility) baik di masa kini maupun di masa mendatang.² Produksi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah menghasilkan,³ dengan pengertian yang luas tersebut, kita memahami bahwa kegiatan produksi tidak terlepas dari keseharian manusia. Produksi dalam istilah konvensional adalah mengubah sumber-sumber dasar ke dalam barang jadi, atau proses dimana input diolah menjadi output. Dalam istilah ini kita mengaitkannya dengan konsep efisiensi ekonomis, yaitu suatu usaha yang meminimalkan biaya produksi dari beberapa tingkat output selama periode yang dibutuhkan. Dengan adanya kegiatan produksi tentu dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu Negara.

²Mustafa Edwin N, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012, hal.102

³Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal.896.

Di negara Indonesia dalam pertumbuhan ekonominya, juga telah berkembang berbagai usaha kecil, menengah dan skala besar. Pemilik usaha berlomba-lomba untuk memasarkan produk yang mereka produksi agar menarik minat para konsumen. Persaingan yang semakin ketat itu akan menuntut suatu perusahaan untuk menerapkan standart kualitas pada yang dihasilkan juga oleh perusahaan lain, sehingga hal ini menimbulkan kompetisi atau persaingan dari perusahaan-perusahaan yang ada. Perusahaan yang satu dan yang lain akan saling berkompetisi agar produk yang dihasilkannya mempunyai kualitas yang paling baik diantara produk yang dihasilkan perusahaan-perusahaan sejenis.⁴ Para pemilik usaha juga saling mengatur strategi agar produk-produk mereka diminati oleh konsumen. Strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapaitujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi : tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif. Saat ini pun telah banyak berkembang usaha-usaha yang dimiliki pribadi oleh seseorang. Untuk membangun usaha dibutuhkan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berfikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan peluang. Ide akan menjadi peluang apabila

⁴ Jaluanto dan Dyah Widyaningrum, *Analisis Kualitas Produk, Biaya Kualitas dan Volume Penjualan*, (Jurnal Ilmiah: UNTAG Semarang), hal. 1-2.

seorang wirausaha bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus-menerus melalui proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda, mengamati pintu peluang, menganalisis proses secara mendalam, dan memperhitungkan risiko yang mungkin terjadi. Untuk memperoleh peluang wirausaha harus memiliki berbagai kemampuan dan pengetahuan seperti kemampuan untuk menghasilkan produk atau jasa baru, merintis usaha baru, melakukan proses atau teknik baru, dan mengembangkan organisasi baru.⁵

Meningkatkan kualitas produk untuk memuaskan konsumen merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan terlebih produk-produk home industry. Banyak produk yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis, mutu, serta bentuk, dimana keseluruhan tersebut ditujukan untuk menarik minat konsumen, sehingga konsumen cenderung akan melakukan aktivitas membeli produk tersebut. Oleh karena itu setiap home industry dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifikasi yang terbaik agar kepuasan konsumen dapat secara maksimal. Oleh sebab itu hal tersebut menuntut home industri untuk dapat merumuskan kembali strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kemampuan bersaing dalam melayani konsumen. Usaha menciptakan dan memperthankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Strategi yang

⁵ Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hal.3.

tepat dapat menarik pelanggan hendaknya disusun secara cermat, agar pelanggan mau membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Lebih dari itu dengan segala kiatnya perusahaan juga harus berupaya agar pelanggan dapat menjadi setia terhadap produk tersebut.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan home industry. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama terhadap harapan pelanggan serta kebutuhannya. Dengan demikian home industry memaksimalkan pengalaman para pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman yang kurang menyenangkan.

Seperti halnya di Kota Blitar juga telah berkembang usaha terdapat sebuah perusahaan yang melakukan bisnis industri yaitu kerajinan. Kerajinan yang dimaksud adalah kerajinan tangan yang terbuat dari batok kelapa, yang berbasis bisnis home industri. Home Industri biasanya memusatkan kegiatan usahanya di sebuah rumah keluarga tertentu dan biasanya para pekerjanya bertempat yang tak jauh dari rumah produksi. Karena secara letak dan emosional hubungan mereka sangat dekat (pemilik usaha dan pekerja), ini memungkinkan untuk menjalin komunikasi mereka. Dari kemudahan dalam berkomunikasi ini diharapkan para pekerja dapat bekerja dengan baik. Karena mereka merasa bahwa kegiatan usaha ini adalah milik keluarga, kerabat dan juga warga sekitar. Hal ini merupakan

tanggung jawab bersama dalam upaya meningkatkan home industri mereka.⁶Home industry ini memproduksi berbagai kerajinan dari batok kelapa di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar.

Bisnis yang menjadi produk unggulan di Kota Blitar adalah Kerajinan tas batok kelapa. Batok kelapa yang merupakan limbah hasil industri ternyata dapat disulap menjadi sebuah kerajinan tangan yang khas dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Pemanfaatan batok kelapa sebagai bahan baku industri kerajinan rumahan ini mempunyai peluang yang sangat besar untuk ditingkatkan sehingga dapat dijadikan alternatif baru untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan incam mereka. Banyak sekali para konsumen yang berminat untuk memiliki tas dari kerajinan batok kelapa. Karena hasil dari produk kerajinan tas batok kelapa ini sangat unik, kreatif, dan kualitasnya tidak kalah dengan tas bermerek lainnya.

Alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini di lokasi tersebut adalah karena dilokasi tersebut merupakan sentra kerajinan tas batok kelapa yang memiliki hasil kerajinan yang sangat unik, menarik, kreatif dan memiliki kualitas yang bagus sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk membeli kerajinan tersebut. Selain memiliki daya tarik tersendiri untuk para konsumen, kerajinan ini juga memiliki daya tarik bagi para

⁶ Izzah Yus Rifa Widyaningrum, *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan pada Home Industry kripik Tempe "Abadi" Singgahan Kecamatan Kartoharjo Kabupaten Magetani*, (Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKPI PGRI Madiun), hal.2.

produsennya. Kerajinan batok kelapa oleh para produsen dapat dijadikan sebagai media mengeksploitasikan bakat dan kreativitas mereka.

Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada strategi peningkatan kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan kerajinan tas batok kelapa di kerajinan Batok “Coco Art”. Kota Blitar. Dimana kualitas produk merupakan kunci dalam meningkatkan volume penjualan. Untuk itu diperlukan identifikasi-identifikasi yang tepat sehingga strategi peningkatan kualitas produk tersebut dapat meningkatkan volume penjualan kerajinan tas batok kelapa.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas, maka adanya strategi peningkatan kualitas suatu produk dalam suatu perusahaan sangat diperlukan dalam meningkatkan volume penjualan. Dari adanya hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan membahas mengenai kualitas produk dalam meningkatkan penjualan, maka terpilih judul **“Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerajinan Tas Batok Kelapa di UD Kerajinan Batok Kelapa Coco Art Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar”**.

B. Identifikasi Masalah

Dengan adanya keterbatasan waktu dan biaya yang digunakan, maka untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian ini penulis membatasi pada masalah-masalah berikut:

1. Strategi Peningkatan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerajinan tas batok kelapa UD. Coco Art Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar.
2. Strategi dalam meningkatkan Kualitas Produk.
3. Kualitas produk dalam meningkatkan Volume Penjualan.

C. Fokus Masalah

1. Bagaimana strategi peningkatan kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan kerajinan tas batok kelapa di Kerajinan Batok Kelapa “Coco Art” Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar?
2. Bagaimana kendala dan solusi dalam strategi peningkatan kualitas produk kerajinan tas batok kelapa yang dijual dalam meningkatkan volume penjualan?

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi peningkatan kualitas produk kerajinan tas batok kelapa dalam meningkatkan volume penjualan.
2. Untuk mengetahui kendala dan solusi yang terjadi dalam meningkatkan volume penjualan kerajinan tas batok kelapa

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat. Adapun manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat secara teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran pada kajian bidang ilmu pemasaran, menambah ilmu pengetahuan dan wawasan.

2. Manfaat secara praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat oleh beberapa pihak, diantaranya:

a. Bagi lokasi

Hasil dari penelitian ini dijadikan sebagai masukan, pertimbangan, dan evaluasi yang dapat digunakan dalam menentukan kebijakan perusahaan untuk kegiatan selanjutnya.

b. Bagi akademik

Hasil penelitian ini dijadikan sebagai sumbangsih pembendaharaan keputakaan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung tentang pemasaran.

c. Bagi peneliti lanjutan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau rujukan bagi penelitian lanjutan pada bidang yang sama dengan variabel yang berbeda.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari adanya pengertian ganda yang dikemukakan dalam skripsi ini, maka perlu dijelaskan dalam penegasan istilah diantaranya adalah:

1. Definisi Konseptual

- a. Strategi adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Maksudnya bahwa dengan adanya strategi tersebut keinginan yang hendak dicapai pihak pabrik.⁷
- b. Peningkatan adalah penambahan kemampuan, mempertinggi, cara, hasil, proses kerka meningkatkan atau peningkatan adalah proses, cara peruatan meningkatkan dengan cara usaha.⁸

⁷ Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,200), hal. 33.

⁸ J.S. Badudu, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hal. 1514

c. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat.⁹

d. Volume Penjualan

Sebagai umpan balik dari kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh perusahaan. Penjualan mempunyai pengertian yang bermacam-macam tergantung pada lingkup permasalahan yang sedang di bahas.¹⁰

e. Kerajinan

Kerajinan adalah hal yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan dari keterampilan tangan (kerajinan tangan), kerajinan yang dibuat biasanya dari berbagai bahan. Dari kerajinan ini dapat menghasilkan hiasan atau benda yang bernilai seni maupun barang pakai.¹¹

⁹ M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, ed. Kedua, (Bogor: Ghalia Indonesia), hal. 1

¹⁰ Yuliana, *Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo), hal. 54-55.

¹¹ [Http://eprints.ung.ac.id/876/6/2013-2-88210-544409012-bab2-10012014113907.pdf](http://eprints.ung.ac.id/876/6/2013-2-88210-544409012-bab2-10012014113907.pdf), diakses pada tanggal 24 September 2019 pukul 10.04 WIB.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan skripsi dengan metode penelitian kualitatif ini, diperinci menjadi tiga bagian utama, yaitu:

Bagian Awal Halaman Sampul Depan, Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Motto, Pesembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

Bagian Inti

BAB I Pendahuluan, terdiri dari: (a) Latar Belakang, (b) Identifikasi Masalah, (c) Fokus Penelitian, (d) Tujuan Penelitian, (e) Manfaat Penelitian, (f) Penegasan Istilah, (g) Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II Kajian Pustaka, terdiri dari: (a) Landasan Teoritis, (b) Penelitian Terdahulu, (c) Kerangka Konseptual.

BAB III Metode Penelitian, terdiri dari: (a) Pendekatan dan Jenis Penelitian, (b) Lokasi Penelitian, (c) Kehadiran Peneliti, (d) Data dan Sumber Data, (e) Teknik Pengumpuln Data, (f) Instrumen Penelitian, (g) Teknik Analisis Data, (h) Pengecekan Keabsahan Temuan, (h) Tahap-tahap Penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian, terdiri dari Paparan Data dan Temuan Penelitian.

BAB V Pembahasan, (Analisis Hasil Temuan Melalui Teori, Penelitian Terdahulu dan Teori yang Sudah Ada).

BAB VI Penutup, terdiri dari: (a) Kesimpulan, (b) Saran.

Bagian Akhir Bagian Akhir ini terdiri dari: (a) Daftar Pustaka, (b) Lampiran-lampiran, (c) Surat Pernyataan Keaslian Tulisan, (d) Daftar Riwayat Hidup