

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini perkembangan dunia usaha dapat dilihat melalui semakin banyaknya persaingan di pasar. Munculnya perusahaan-perusahaan yang memproduksi berbagai produk yang sejenis membuat para pelaku usaha harus berfikir keras agar produknya dapat diterima di masyarakat. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus lebih kreatif dan juga inovatif dalam menciptakan ide-ide dan produk baru sesuai dengan minat masyarakat pada saat ini. Dengan adanya inovasi yang lebih kreatif maka produk yang dijual akan mempunyai identitas atau ciri yang khas sehingga tidak sama dengan produk-produk pesaingnya.

Pada dasarnya tujuan seorang pelaku usaha menciptakan suatu produk selain untuk memenuhi kebutuhan konsumen, juga bertujuan agar perusahaannya tetap hidup dan berkembang. Yang mana tujuan tersebut dapat tercapai dengan cara mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Usaha tersebut dapat dilakukan jika perusahaan konsisten dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualannya dengan cara menguasai pasar dan membina hubungan yang baik dengan para pelanggannya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran, konsep, dasar, dan strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 167

Dengan semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk yang sama, maka seorang pelaku usaha harus memikirkan ide-ide baru agar produknya memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri sehingga produknya tetap diminati dan tidak akan kalah di pasaran. Para pengusaha juga harus siap mengambil prakarsa di luar kebiasaan yang telah ada, hal ini dilakukan agar produk tetap diterima pelanggan atau konsumen dan memiliki nilai tambah tersendiri. Nilai tambah yang tercipta tersebut berasal dari keunikan yang ada pada produk yang telah dipasarkan tersebut. Keunikan yang dikehendaki oleh pasar tersebut merupakan keunggulan komparatif yang dapat digunakan perusahaan untuk membentuk menjadi keunggulan dalam persaingan bisnis.<sup>2</sup>

Salah satu strategi yang dapat ditempuh perusahaan dalam menggapai kesuksesan dalam berbisnis yaitu pengusaha dituntut mampu melakukan strategi dalam pengembangan produknya. Dengan adanya strategi-strategi yang terencana dengan matang maka dapat mengarahkan bisnis menuju arah yang tepat dan mengantisipasi adanya kerugian yang mungkin akan terjadi di masa depan. Pelaku bisnis membutuhkan adanya pemikiran mengenai strategi-strategi untuk menjalankan bisnisnya. Pemikiran ini digunakan untuk mengatur kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Strategi-strategi yang digunakan perusahaan bertujuan untuk menghadapi persaingan dalam usahanya, sehingga perusahaan dituntut untuk mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Strategi yang digunakan

---

<sup>2</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2014), hal.

perusahaan yaitu dengan melakukan pengembangan pada produknya. Perusahaan yang terus melakukan pengembangan terhadap produknya dan memuaskan para konsumen maka bisa dipastikan bahwa perusahaan tersebut akan mampu bertahan dan berkembang.<sup>3</sup>

Istilah pengembangan produk memang sudah tidak asing lagi dalam dunia bisnis. Pengembangan produk adalah serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, lalu diakhiri dengan tahap produksi, penjualan serta pengiriman produk kepada konsumen. Produk yang dihasilkan dapat berupa produk jadi, produk setengah jadi ataupun bahan baku produk.<sup>4</sup>

Pengembangan produk suatu perusahaan dapat dilakukan dengan cara memperbaiki produk lama menjadi produk baru bisa dari merek, kemasan maupun menambahkan varian produk baru yang sedang diminati masyarakat sekarang. Pengembangan suatu produk sangatlah erat kaitannya dengan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan penjualannya. Dengan melakukan pengembangan produk maka peluang suatu perusahaan mendapatkan pelanggan baru akan semakin tinggi, apabila pelanggan bertambah maka bisa dipastikan penjualan juga akan semakin meningkat.

Banyak perusahaan yang sudah semakin meningkatkan kesadarannya mengenai betapa pentingnya dan bermanfaatnya pengembangan suatu produk. Produk yang beredar di pasaran saat ini banyak yang menghadapi akhir tahap daur hidup produk atau siklus hidup produk dan harus diganti dengan produk

---

<sup>3</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006), hal. 174-175

<sup>4</sup> Agustinus Purna Irawan, *Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur*, (Yogyakarta: Andi, 2017), hal. 3

yang lebih baru. Dalam pengembangan produk bisa terjadi kegagalan, akan tetapi juga bisa mengalami keberhasilan. Kunci sebuah usaha berhasil dalam pengembangan produk terletak pada pengelolaan organisatoris yang lebih efektif dalam menangani gagasan produk baru, menyelenggarakan penelitian mendalam dan prosedur pengambilan keputusan dalam setiap tahap proses pengembangan produk.<sup>5</sup>

Dalam melakukan pengembangan produk, perusahaan akan mengalami hambatan baik internal maupun eksternal dan hambatan tersebut harus dipecahkan oleh perusahaan. Karena hal tersebut mampu membuat perusahaan gagal dalam proses pengembangan produk dan mengakibatkan perusahaan tidak mampu berkembang dan akan tampil dengan produk lamanya yang kemungkinan sudah berada pada tingkat kejenuhan di pasar. Akhirnya perusahaan tidak mampu bersaing dengan pesaingnya yang telah mampu mengembangkan produknya lebih dulu. Perusahaan harus selalu melakukan pengembangan atas produk yang dihasilkannya agar dapat menghadapi persaingan pasar yang semakin tajam. Perusahaan harus cepat dan tepat dalam mengambil keputusan, serta mengeluarkan ide-ide kreatif, inovatif dan modern supaya dapat diterima oleh masyarakat sehingga persaingan dalam dunia usaha dapat bertahan.<sup>6</sup>

Perusahaan yang mampu bertahan dalam persaingan merupakan perusahaan yang dapat menyesuaikan diri pada perubahan bisnis yang terjadi.

---

<sup>5</sup> M. Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007), hal. 107

<sup>6</sup> Philip Kotler dan G. Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2003), hal. 312

Adapun persaingan menurut syariat Islam bahwa persaingan harus dilakukan secara sehat, adil dan jujur sehingga menjaga silaturahmi yang baik dan mempererat tali persaudaraan antar umat Islam. Seperti halnya yang dijelaskan dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 188 sebagai berikut :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْأُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ  
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ء

Artinya :

“Dan janganlah sebagaimana kamu memakan harta sebageaian yang lain batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu memakan sebagaimana daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahuinya.” (Q.S. Al-Baqarah: 188)<sup>7</sup>

Persaingan bisnis *home industry* Qtello Ayu yang berada di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek masih belum begitu ketat. Dalam cakupan desa hanya *home industry* Qtello Ayu yang memproduksi olahan berbahan dasar singkong ini, sehingga *home industry* Qtello Ayu memiliki peluang yang masing sangat tinggi di Desa Gador. Apalagi sumber daya alam yang juga melimpah karena banyak petani sekitar yang menanam singkong. Akan tetapi persaingan dalam sebuah usaha tetaplah ada, terdapat beberapa pesaing yang berada di luar desa Gador yang mana masih dalam satu kecamatan yang sama. Adanya pesaing-pesaing ini menjadikan pemilik *home industry* Qtello Ayu semakin semangat dalam mengembangkan produknya agar tidak kalah dengan para pesaingnya.

---

<sup>7</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Terjemahan dan Tajwid*, (Jawa Barat: Sygma Creative Media Crop, 2014), hal. 29

Produk *home industry* Qtello Ayu adalah produk yang menjanjikan terhadap pelaku usahanya dan membuat banyak orang melirik untuk membuat produk yang serupa karena proses produksinya yang mudah untuk dipelajari serta hasilnya yang menguntungkan. Maka dari itu, *home industry* Qtello Ayu yang bertempat di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek harus mampu melakukan pengembangan produk. Hal ini dilakukan agar dapat menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

Dalam dunia bisnis persaingan menjadi hal yang tidak bisa dihindari oleh para pelaku bisnis. Maka dari itu perusahaan harus mempersiapkan pemasaran yang efektif dalam mencapai keberhasilan perusahaannya. Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan agar dapat berkembang di suatu pasar. Tujuan tersebut dapat diwujudkan dengan mempertahankan dan meningkatkan laba perusahaan. Mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan dapat dicapai dengan cara mempertahankan dan meningkatkan penjualan produknya dengan cara berusaha dalam mencari pelanggan dan membuat pelanggan yang ada tetap loyal pada produk perusahaan. Semua tujuan tersebut dapat dicapai jika perusahaan mampu menerapkan strategi yang tepat dalam memanfaatkan peluang yang ada khususnya dalam pengembangan produk, sehingga produk bisa tetap eksis di pasaran. Suatu perusahaan harus mampu menciptakan produk yang inovatif dan mampu mengidentifikasi kebutuhan serta keinginan konsumen secara tepat dengan biaya yang rendah. Oleh karena

itu, penetapan strategi pengembangan produk dalam suatu perusahaan sangat perlu dilakukan.<sup>8</sup>

Berdasarkan penjabaran di atas Indonesia memiliki peluang yang sangat tinggi. Indonesia merupakan Negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia. Hal tersebut menyebabkan keberagaman dalam berbagai hal tak terkecuali dari segi makanan atau kuliner. Banyak pelaku bisnis yang berusaha untuk menarik minat masyarakat dengan berupaya mengikuti tren yang sedang berkembang dan mencoba memenuhi kebutuhan masyarakat dengan berbagai produk yang dijual. Karena pada era modern seperti sekarang ini banyak masyarakat yang lebih mengenal makanan yang berasal dari luar Negeri seperti Hotdog, Pizza, Hamburger, Ramyeon dan lain sebagainya. Makanan seperti ini lebih dikenal dan digemari oleh anak-anak muda sekarang.<sup>9</sup> Sedangkan makanan tradisional banyak yang dilupakan atau bahkan banyak yang tidak mengetahuinya khususnya produk dengan berbahan dasar singkong ini. Untuk itu perlu upaya dalam meningkatkan nilai jual singkong dan menjadikan olahan singkong masuk dalam trend kuliner saat ini.

Di Indonesia singkong atau ubi kayu menjadi sumber bahan pangan pokok ketiga setelah padi dan jagung yang banyak tumbuh di dataran Indonesia. Singkong merupakan produk pertanian yang cocok untuk dijadikan olahan dalam berbisnis karena manfaat yang diperoleh dari komoditi tersebut

---

<sup>8</sup> Ulul Azmiyatur Rahmah, *Strategi Promosi dan Pengembangan Produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa Menurut Pemasaran Perspektif Islam di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Waru Sidoarjo*, (Surabaya: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019), hal. 1-2

<sup>9</sup> Saharuddin Didu, "Pengaruh Jumlah Penduduk, Pendidikan dan Pertumbuhan Ekonomi terhadap Kemiskinan di Kabupaten Lebak", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 06 No. 01 April 2016, hal. 108

sangat banyak. Hal ini dapat dilihat dari pangsa pasar yang cukup menggiurkan atas bahan baku singkong tersebut.

Saat ini sudah banyak pengusaha makanan yang melakukan berbagai inovasi pada singkong baik dari segi bentuk maupun rasanya. Pengolahan singkong dewasa ini tidak hanya dilakukan dalam skala besar (pabrik), akan tetapi juga sudah mulai dikembangkan dalam industri rumahan atau biasa disebut dengan *home industry*. *Home industry* adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Kata “*home*” berarti rumah, tempat tinggal, atau kampung halaman. Sedangkan “*industry*” diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang atau perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah.<sup>10</sup>

Salah satu daerah yang dimaksud tersebut adalah Kabupaten Trenggalek. Terdapat banyak *home industry* yang didirikan serta menjalankan usahanya dalam berbagai bidang salah satunya pada bidang usaha makanan berbahan dasar singkong ini. Salah satunya yaitu *home industry* Qtello Ayu yang berada di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek, yang mana usaha ini bergerak di bidang makanan atau kuliner yang mengolah berbagai olahan dengan berbahan dasar singkong baik produk jajanan basah maupun olahan kering.

Produk yang ditawarkan yaitu berupa aneka jajanan basah dan singkong keju krispi. Untuk produk basah yang diproduksi yaitu talam pisang, talam

---

<sup>10</sup> Saifuddin Zuhri, “Analisis Pengembangan Usaha Kecil *Home* Industri Sangkar Ayam dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan”, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2 No. 3, Desember 2013, hal. 47-48



angka dan strawberry, talam lapis, gethuk lindri, gethuk gulung (coklat, pandan, dan strawberry), gethuk bakar, klepon, sarang burung, dan srawut. Dari berbagai macam jenis produk ini, konsumen bebas memilih kombinasi produk yang diinginkan dengan harga yang bervariasi. Semua jenis produk tersebut merupakan jajanan tradisional tempo dulu yang dimodifikasi dan dikemas secara modern dengan tujuan menarik minat beli konsumen. Target pemasarannya mulai dari anak-anak hingga orang dewasa dengan melakukan promosi melalui media sosial.

Dalam memasarkan produknya, tentunya *home industry* Qtello Ayu memiliki strategi pemasaran agar mampu bersaing dengan produk jajanan masa kini mengingat produk-produk yang dijual merupakan jajanan tradisional. Semakin banyak usaha dengan produk yang sejenis mengakibatkan semakin ketatnya persaingan bisnis yang membuat perusahaan dituntut untuk mencari inovasi baru agar mampu bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis. Oleh karena itu, kemampuan bersaing dapat dilakukan dengan cara menerapkan strategi pengembangan produk yang lebih kreatif dan berinovasi.

Berdasarkan fenomena bisnis di atas, peneliti tertarik untuk meneliti *home industry* Qtello Ayu sebagai studi dalam penelitian ini sebab *home industry* Qtello Ayu menjadi salah satu bisnis kuliner yang terkenal dengan produk olahan singkongnya di Kabupaten Trenggalek khususnya di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek. Selain itu, produknya banyak diminati dengan pelanggan yang cukup banyak di tengah persaingan bisnis sejenis yang ada di Kabupaten Trenggalek.

Pemilihan lokasi di *home industry* Qtello Ayu ini sebab jaraknya yang berdekatan dengan rumah peneliti dan *home industry* ini sudah cukup lama berdiri sejak tahun 2018 awal, dengan persaingan yang ada *home industry* ini tetap eksis dan menunjukkan kejayaannya, serta bermacam-macamnya produk yang diproduksi. Oleh karena itu, peneliti beranggapan bahwa *home industry* Qtello Ayu dituntut untuk selalu memiliki strategi dalam pengembangan produknya guna menghadapi persaingan bisnis sehingga peneliti sangat tertarik untuk menggali lebih lanjut mengenai strategi pengembangan produk dalam menghadapi persaingan bisnis yang ada di *home industry* Qtello Ayu.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh *home industry* Qtello Ayu dalam sebuah penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada *Home Industry* Qtello Ayu Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persaingan bisnis *home industry* Qtello Ayu Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek?
2. Bagaimana strategi bersaing *home industry* Qtello Ayu Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam perspektif bisnis syariah?

3. Bagaimana strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh *home industry* Qtello Ayu yang bertempat di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam menghadapi persaingan bisnis?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat memberikan maksud yang bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa persaingan bisnis *home industry* Qtello Ayu Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek.
2. Untuk menganalisa strategi bersaing *home industry* Qtello Ayu Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam perspektif bisnis syariah.
3. Untuk menganalisa strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh *home industry* Qtello Ayu yang bertempat di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam menghadapi persaingan bisnis.

### **D. Batasan Masalah**

Batasan masalah ialah ruang lingkup terhadap masalah untuk membatasi bahasan penelitian agar lebih fokus dan terarah sehingga uraiannya lebih dipusatkan pada rumusan masalah. Adapun batasan masalah dari penelitian ini berfokus pada suasana persaingan *home industry* Qtello Ayu yang bertempat di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam perspektif bisnis syariah. Selain itu, penulis juga akan berfokus pada strategi pengembangan produk yang dilakukan *home industry* Qtello Ayu yang

bertempat di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam menghadapi persaingan bisnis.

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Kegunaan Teoretis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan kemampuan berfikir mengenai praktik dari teori yang telah didapatkan di bangku perkuliahan. Penelitian ini bertujuan mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen bisnis, khususnya yang berkaitan dengan strategi pengembangan produk yang dilakukan *home industry* Qtello Ayu dalam menghadapi persaingan bisnis yang bertempat di Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek.

### **2. Kegunaan Praktis**

#### **a.) Bagi Pemilik Usaha *home industry* Qtello Ayu**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tolok ukur keberhasilan strategi pengembangan produk *home industry* Qtello Ayu dalam menghadapi persaingan bisnis yang kian hari kian sengit karena beranekaragamnya produk-produk baru yang bermunculan saat ini.

#### **b.) Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya dan juga sebagai pembelajaran terutama bagi mahasiswa sebagai dasar pembanding dalam rangka melakukan penelitian lebih lanjut pada bidang kajian ini.

## F. Penegasan Istilah

Tujuan dari penegasan istilah adalah agar pembaca dapat menyatukan dan juga memahami secara jelas mengenai dasar ataupun konsep yang telah dimuat dalam judul “Strategi Pengembangan Produk dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada *Home Industry* Qtello Ayu Desa Gador Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek”, sehingga makna-makna yang akan disampaikan dalam penelitian ini nantinya tidak ada pembaca yang memberikan makna pemikiran yang berbeda.

Dalam penelitian ini peneliti akan menyampaikan beberapa penegasan istilah yaitu secara konseptual dan secara operasional, antara lain:

### 1. Secara Konseptual

#### a) Strategi

Strategi merupakan suatu rencana yang disatukan dalam mencapai tujuan akhir. Strategi merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan secara berbeda atau lebih baik dari kompetitor atau masa lalu untuk memberi nilai tambah kepada pelanggan sehingga mampu dalam mencapai sasaran jangka menengah maupun jangka panjang perusahaan.<sup>11</sup>

#### b) Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan suatu penciptaan produk dengan karakteristik yang baru atau berbeda berupa modifikasi pada

---

<sup>11</sup> Ade Irawan, *Strategi Kebijakan Perizinan Terpadu*, (Yogyakarta: Bintang Pustaka madani, 2020), hal. 27

produk yang sudah ada maupun hanya sekedar modifikasi pada tampilan produk yang sudah ada tersebut yang mana akan memberikan manfaat yang baru atau manfaat tambahan bagi para konsumen atau pengguna.<sup>12</sup>

Adapun yang dimaksud pengembangan produk dalam penelitian ini adalah pengembangan jenis produk olahan singkong yang berawal hanya terdiri dari dua jenis produk yakni gethuk bakar dan klepon, sekarang sudah bertambah berbagai macam produk lainnya. Ada talam pisang, talam nangka dan strawberry, talam lapis, gethuk lindri, gethuk gulung (coklat, pandan, dan strawberry), sarang burung, sawut dan singkong keju (Singju ) Krispi.

c) Persaingan Bisnis

Persaingan bisnis diartikan sebagai kegiatan bersaing antar pebisnis satu dengan pebisnis yang lainnya dalam memenangkan pangsa pasar guna melakukan penawaran terhadap produk baik barang maupun jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang dilakukan.<sup>13</sup>

d) *Home Industry*

*Home industry* adalah kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada

---

<sup>12</sup> Subagya, et. al., *Akuntansi Manajemen Berbasis Desain*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), hal. 43

<sup>13</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, Cet. 1, 2004), hal. 371

masyarakat, mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.<sup>14</sup>

## 2. Secara Operasional

Dari adanya penegasan istilah secara konseptual yang sudah dikemukakan di atas, maka penegasan istilah secara operasional pada penelitian ini ialah untuk dikembangkannya strategi pengembangan produk dalam menghadapi persaingan bisnis agar dapat menghadapi sengitnya persaingan pasar saat ini pada *home industry* Qtello Ayu khususnya pada olahan produk berbahan dasar singkong. Karena apabila strategi pengembangan produk yang dilakukan tepat maka usaha dapat bertahan dalam waktu yang panjang dan berjalan dengan baik sesuai yang sudah direncanakan serta mampu mencapai target penjualan dan mampu menghadapi persaingan bisnis.

## G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk mempermudah pembahasan, penulisan, dan penilaian skripsi. Berikut ini sistematika penulisan skripsi.

### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab pendahuluan terdiri dari: (a) latar belakang masalah, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) batasan masalah, (e) manfaat penelitian, (f) penegasan istilah, dan (g) sistematika penulisan.

---

<sup>14</sup> Nurul Fitri, et. al., "Peran *Home* Industri dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga", (Skripsi: STAIN Lhokseumawe, 2016), hal. 13

## **BAB II Kajian Pustaka**

Pada bab kajian pustaka terdiri dari: (a) teori persaingan bisnis, (b) teori strategi pengembangan produk, (c) teori *home industry*, (d) penelitian terdahulu, dan (e) kerangka berfikir.

## **BAB III Metode Penelitian**

Pada bab metode penelitian terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan data, dan (h) tahap-tahap penelitian.

## **BAB IV Hasil Penelitian**

Pada bab hasil penelitian terdiri dari: (a) gambaran umum objek penelitian, (b) paparan data, dan (c) temuan penelitian.

## **BAB V Pembahasan**

Pada bab pembahasan berisi tentang cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.

## **BAB VI Penutup**

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.