

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dunia usaha semakin lama semakin menunjukkan persaingan yang sengit, karena akan lebih banyak pelaku bisnis yang terjun didalamnya. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari keadaan tersebut adalah konsumen menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan dipasar. Ketatnya persaingan akan memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan produknya dan merebut market share. Untuk menghadapi situasi tersebut, perusahaan harus mampu memberikan nilai lebih dari produk yang dimilikinya baik dari segi kualitas maupun kuantitas.²

Pengembangan Produk merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyempurnakan produknya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang selaluberubah dari waktu kewaktu. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan menggunakan strategi diversifikasi. “Diversifikasi pada umumnya dirancang untuk mendirikan perusahaan baru dipasar baru guna mencapai sasaran-sasaran seperti peluang pertumbuhan baru atau stabilitas penjualan”.

² Joseph P. Guiltinan Dan Gordon W. Paul, Manajemen Pemasaran Strategi Dan Program, Diterjemahkan Oleh agus Maulana, Dengan Judul Asli Marketing Management Strategies And Programs, (Jakarta:Erlangga, 1994 Edisi Ke Dua), h. 34

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen melibatkan keyakinan konsumen pada suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas Tindakan yang diambil dalam melakukan keputusan pembeli. Sebuah keputusan pembelian yang di lakukan atas dasar keinginan konsumen dan kebutuhannya terhadap suatu produk. Untuk melakukan pembelian, konsumen selalu melihat karakteristik suatu produk yang dilihat dari atribut produk yaitu unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian.³

Suatu produk merupakan hal paling penting dari perusahaan, produk dapat berupa barang atau jasa. Pemasar atau produsen harus lebih mengerti akan keinginan dan kebutuhan konsumen seiring dengan kemajuan dunia digital dan UMKM yang di olah agar konsumen tertarik untuk membeli barang atau jasa yang di jual sehingga produk tersebut laku dan meningkat volume penjualanya.

Lingkungan persaingan yang dihadapi oleh perusahaan akan semakin kompleks dan cukup rumit, seperti halnya lingkungan industri pangan yang dihadapkan dengan persaingan bisnis yang cukup ketat, melihat industri pangan masih menjadi sektor andalan dalam memberikan kontribusi pada terlihat dari signifikan angka produk domestik bruto (PDB) industry non- migas, perkembangan industri makanan dan

³ Saleh Siti R, *Pengaruh Product Mix(bauran produk) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung, Jambura : Vol 3, No.2, hlm.55*

minuman semakin kompetitif sehingga mendorong bermunculan perusahaan-perusahaan baru, salah satu olahan industri makanan yang cukup kompetitif di Lamongan adalah Emping Jagung Aisyah. Dimana para industri pangan harus berlomba dan bersaing dalam membuat hasil olahan pangan yang digemari banyak masyarakat, sehingga dengan itu perusahaan akan mampu bertahan ditengah persaingan bisnis.

Konsep produksi adalah salah satu konsep bisnis tertua. Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan lebih menyukai produk yang tersedia secara luas dan murah.⁴ Dimana mudah ditemukan di berbagai tempat yang pasarkan dan harga terjangkau.

Penelitian ini di latar belakang oleh adanya home industri yang ada di Desa Ngembes Kec. Modo Kabupaten Lamongan, Tidak sedikit masyarakat pedesaan yang memiliki perekonomian yang berkecukupan dari hasil usaha home industri yang dijalankannya. Diera sekarang usaha home industri lebih banyak dikenal oleh kalangan masyarakat, karena pada dasarnya usaha usaha home industri banyak dilakukan oleh masyarakat dan tidak sedikit pula usaha home industri yang berada dibawah naungan dinas. Seiring dengan perkembangan zaman saat ini maka dunia usaha turut mengalami perkembangan yang positif. Hal itu terlihat dari banyaknya unit-unit usaha yang semakin bertambah baik usaha dalam skala kecil, menengah maupun skala besar. Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sector industri sangat

⁴ Philip Kotler. *Manajemen pemasaran*. (Jakarta :PT Indeks Kelompok Gramedia. 2005) hlm 20

dibutuhkan untuk menopang perekonomian di Indonesia. Di sisi lain persaingan industri saat ini semakin ketat. Hal ini lah yang membuat produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi di tengah ketatnya pembangunan perindustrian. Produksi home industri merak dikalangan pedesaan demi menunjang kehidupan, tidak sedikit masyarakat pedesaan yang memiliki perekonomian yang berkecukupan dari hasil usaha home industri yang dijalankannya. Di era sekarang usaha *home industry* lebih banyak dikenal oleh kalangan masyarakat, karena pada dasarnya usaha home industri banyak dilakukan oleh masyarakat dan tidak sedikit pula usaha home industri yang berada dibawah naungan dinas. Seiring dengan perkembangan zaman saat ini maka dunia usaha turut mengalami perkembangan yang positif. Hal itu terlihat dari banyaknya unit- unit usaha yang semakin bertambah baik dalam skala kecil, menengah maupun besar. Meningat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sector industri sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian di Indonesia. Di sisi lain persaingan perindustrian saat ini semaikin ketat. Hal inilah yang membuat produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan perindustrian.

Usaha Emping Jagung Aisyah ini termasuk usaha turun temurun awalnya usaha ini didirikan oleh Bapak Sugiono beserta istrinya bu Warti dan sekarang dipegang oleh anaknya yaitu Bapak Rudyanto dan

istrinya Bu Niswatin. Usaha ini terletak di Ds. Ngembes Kec. Modo Kab. Lamongan. Usaha Emping Jagung ini beroperasi sejak 2005 berarti dapat disimpulkan bahwa usaha ini telah berjalan selama 15 tahun. Awalnya usaha ini tidak memproduksi emping melainkan marning jagung lalu seiring berjalanya waktu usaha ini mendapatkan bantuan berupa giling jagung dari Bupati Lamongan dan dikembangkanlah usaha ini menjadi usaha emping seperti ini. Ada masa pandemi covid-19 usaha emping jagung ikut terdampak.

Para distributor yang berasal dari luar kota tidak berani mengambil produk emping jagung ke lokasi, ini akibat dari kurangnya tenaga kerja atau karyawan. Pada musim seperti ini yang tidak setiap hari cuacanya panas jadi ikut mengganggu proses produksi karena sebagian besar proses produksi mengandalkan sinar matahari seperti saat menjemur jagung yang telah selesai digiling dan menjadi emping serta saat emping selesai dijemur lalu diberi bumbu itu juga masih dijemur kembali. Untuk persediaan bahan baku jika pemilik menyetok terlalu banyak jagung maka jagung tersebut hanya akan bertahan selama kurang lebih 3 bulan setelah itu jagung akan bubukendan tidak layak produksi.

Di masa pandemi covid-19 seperti ini para pelaku UMKM sangat penting untuk menerapkan adanya manajemen persediaan bahan baku agar usaha tetap berjalan secara efisien meskipun ditengah pandemi covid-19. Hal ini juga dilakukan oleh usaha Emping Jagung Aisyah,

usaha ini biasanya memproduksi sekitar 1-2 kwintal emping setiap harinya. Sama halnya pada saat masa pandemi covid1-19 usaha ini masih tetap memproduksi 1-2 kwintal. Hal ini dilakukan bukan tanpa alasan, menurut Bu Niswatin semua dilakukan karena jika mengurangi produksi maka itu akan berpengaruh pada bahan baku yaitu jagung, mengapa demikian karena dengan mengurangi jumlah produksi maka sama saja memperpanjang masa ketersediaan bahan baku jagung yang mana telah diprediksi oleh pemilik usah.

Pada tahun 2019 pemasukan di Emping Jagung Aisyah normal atau seperti biasanya masih banyak konsumen atau distributor yang masih beli atau pesan. Namun pada tahun 2020 marak"nya covid-19 karena terjadinya PPKM yang dimana seseorang untuk keluar rumah sangat dibatasi, Emping Jagung Aisyah mengalami penurunan yang sangat dratis seperti toko-toko yang lain yang mengalami penurunan pemasukan.

Tabel 1.1
Perkembangan Realisasi Penjualan
Emping Jagung Aisyah pada 2016-2020

No	Tahun	Jumlah Volume Penjualan Emping Jagung Aisyah Farm (Pcs)
1	2016	1.277.100
2	2017	2.625.000
3	2018	3.000.000
4	2019	1.155.000
5	2020	2.203.500

Sumber : Data Realisasi Penjualan Produk Emping Jagung Aisyah Tahun 2020

Tabel di atas menjelaskan bahwa Emping Jagung Aisyah mengalami peningkatan pada tahun 2016-2018. Namun tidak hanya Emping Jagung Aisyah saja yang mengalami peningkatan, para pelaku UMKM lain yang bergelut dibidang ikan hias juga mengalami peningkatan yang signifikan. Namun Emping Jagung Aisyah mengalami penurunan secara dramatis di Tahun 2019-2020 dikarenakan awal mula ada wabah covid-19 dan masyarakat diwajibkan untuk tetap didalam rumah saja di karenakan adanya PPKM jadi Emping Jagung Aisyah ini terkena imbasnya covid-19.

Setelah di lakukannya penelitian ternyata menurunnya pemasukan bukan hanya karna terdampak covid-19 namun memang kurangnya promosi dari Emping Jagung Aisyah, karna promosi yang dilakukannya hanya melalui mulut kemulut dan sms sama maps saja sedangkan yang

melalui sosial media seperti facebook, shopee dll itu belum ada di Emping Jagung Aisyah.

Produk yang digunakan Emping Jagung Aisyah juga kurang inovasi untuk dikonsumsi di era modern ini karena anak muda lebih berminat di berbagai rasa mungkin untuk rasa original yang gurih dan renyah ini lebih diminati para emak-emak.

Terkait produk yang kurang dari Emping Jagung Aisyah dari segi packaging karena packaging yang digunakan hanya plastik biasa dan stiker saja jadi kurang menarik pelanggan dan permasalahan yang peneliti temukan di lapangan terkait produk, produk emping jagung dari segi packaging kemasannya kurang menarik pelanggan atau konsumen karena hanya menggunakan plastik biasa dan stiker jadi kurang menarik pelanggan, peneliti juga menemukan permasalahan yang lain yaitu dari segi promosi yang kurang atau minim karena promosi yang digunakan emping jagung aisyah hanya melalui sms atau no tlp saja jadi kurang namun sudah ada maps dan permasalahan yang lain terdapat pada inovasi karena produk yang di olah oleh ibu niswatin hanya emping jagung yang original jadi kurangnya inovasi dalam produk emping jagung aisyah.

Data pendistribusian konsumen

Tabel 1.2

Nama kota/kabupaten	Jumlah Barang	Total harga
Kediri	2 kwintal	Rp. 4.400.000
Jombang	1 kwintal	Rp. 2.200.000
Sidoarjo	6 kg	Rp. 132.000
Surabaya	4 kwintal	Rp. 8.800.000
Nganjuk	10 kg	Rp. 220.000

Sumber: data diolah oleh Emping Jagung Aisyah

Dalam pendistribusian, konsumen sendiri yang mengambil produk tersebut langsung ke produsen maka bukan produsen yang mengantarkan barang ke konsumen tetapi konsumen yang mengambil langsung dengan jumlah banyak ke produsen/ pe masok, karena akan di perjual belikan lagi sehingga konsumen mengambil barangnya slalu banyak bahkan 1-2 kwintal atau lebih, ketatnya persaingan bisnis menuntut para produsen untuk selalu aktif dalam memberikan inovasi dan mudah beradaptasi di lingkungan baru perusahaanya, ketatnya persaingan dalam dunia bisnis dibuktikan dengan susahnya mencari pekerjaan, sehingga mendorong setiap individu untuk menciptakan suatu bisnis walaupun dengan modal sedikit mereka tetapampu berkembang, karena di era modern ini sudah ada system dropship dimana para pelaku cukup memasarkan dan menjual produk milik pihak lain tanpa perlu membelinya terlebih dahulu dan itu sangat sangat memudahkan seseorang untuk memulai usaha kecil. Volume penjualan adalah jumlah total dari seluruh hasil penjualan barang atau jasa, semakin banyak barang dan jasa yang diperjual belikan maka akan semakin tinggi pula volume penjualan, dan keuntungan yang diperoleh

akan semakin maksimal. Sehingga volume penjualan merupakan salah satu prioritas yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Dari latar belakang masalah yang ada di atas penelitian yang nantinya mengkaji secara mendalam yang bersangkutan dengan ***“Strategi Pengembangan Produk Emping Jagung Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Emping Jagung Aisyah ds. Ngembes kec. Modo kab. Lamonan)”*** saya mengambil judul ini karena ingin meneliti/mengetahui proses pembuatan produk emping jagung dan cara meningkatkan volume penjualan.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi Fitur UMKM Emping Jagung Aisyah dalam meningkatkan volume penjualan di *Home Industry* Emping Jagung Aisyah Desa Ngembes Kec. Modo Kabupaten Lamongan ?
- b. Bagaimana strategi Mutu UMKM Emping Jagung Aisyah dalam meningkatkan volume penjualan di *Home Industry* Emping Jagung Aisyah Desa Ngembes Kec. Modo Kabupaten Lamongan ?
- c. Bagaimana strategi Daya tahan UMKM Emping Jagung Aisyah dalam meningkatkan volume penjualan di *Home Industry* Emping Jagung Aisyah Desa Ngembes Kec. Modo Kabupaten Lamongan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan Tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis strategi Fitur UMKM Emping Jagung Aisyah dalam meningkatkan volume penjualan di *Home Industry* Emping Jagung Aisyah Desa Ngembes Kec. Modo Kabupaten Lamongan
- b. Untuk menganalisis strategi Mutu UMKM Emping Jagung Aisyah dalam meningkatkan volume penjualan di *Home Industry* Emping Jagung Aisyah Desa Ngembes Kec. Modo Kabupaten Lamongan
- c. Untuk menganalisis strategi Daya tahan UMKM Emping Jagung Aisyah dalam meningkatkan volume penjualan di *Home Industry* Emping Jagung

Aisyah Desa Ngembes Kec. Modo Kabupaten Lamongan

D. Manfaat peneliti

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak, antara lain:

a. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi yang membacanya maupun sebagai pengetahuan tentang pemberdayaan dan pengembangan yang dilakukan oleh Emping Jagung Aisyah dapat dijadikan referensi atau acuan dalam melakukan penelitian maupun suatu pembahasan mengenai masalah yang serupa.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai tambahan literatur bacaan bagi mahasiswa, terutama untuk Emping Jagung Aisyah.

1. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan peneliti mengenai strategi bauran pemasaran Emping Jagung Aisyah dan dapat mengembangkan kemampuan peneliti dalam hal melaksanakan penelitian ilmiah.

2. Bagi Emping Jagung Aisyah

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk meningkatkan volume

penjualan bagi *Emping Jagung Aisyah* di Ngembes Lamongan

3. UIN Sayyid Ali Rahmatullah

Dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran dan menambah sumber referensi bagi Uin Sayyid Ali Ramahtullah Tulungagung, bagi Falkutas Ekonomi dan Bisnia Islam (FEBI), dan jurusan Ekonomi Syariah pada khususnya.

E. Penegasan Istilah

Untuk memahami judul penelitian “Strategi Pengembangan Produk Emping Jagung Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Emping Jagung Aisyah Ds. Ngembes Kec. Modo Kabupaten Lamongan)”, agar tidak keluar dari pengertian yang dimaksud, maka penulis memberikan penegasan dan penjelasan sebagai berikut :

a. Strategi

Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

Elemen-elemen di dalam bauran pemasaran (4P) terdiri dari :
Product, Price, Place, Promotion, yang teridentifikasi berkaitan erat dengan kepuasan pelayanan, yaitu :⁵

1. Produk (*product*)
2. Harga (*price*)
3. Tempat (*place*)
4. Promosi (*promotion*)⁶

b. Pengertian pemasaran

Pemasaran pada dasarnya merupakan salah satu fungsi perusahaan dalam mencari sumber dana serta cara mengalokasikannya secara efisien.⁷

c. Produk

Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

d. Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi

⁵ Dyaloka Puspita Ningrum, "Bauran Pemasaran pada Bisnis Chockles Es Cokelat Di Kota Yogyakarta", *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, Vol. 3, No. 1, 2020, hal. 4

⁶ Ibnu Sina Hi. Jusuf dkk, "Pengaruh Periklanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Grand Dafam Bela Ternate", *Jurnal Manajemen Sinergi (JMS)*, Vol. 5, No. 2, April 2018, hal. 7

⁷ Nana Herdiana Abdurrahma, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung:CV Pustaka Setia,2015), hal.198

produk yang dapat diwujudkan.⁸

e. Volume Penjualan

Penjualan merupakan suatu kegiatan yang penting dalam perusahaan.⁹

F. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

Peneliti mengidentifikasi masalah-masalah dan Batasan masalah agar penelitian dapat lebih jelas dan terfokus. Adapun identifikasi masalah dan Batasan ma

salah yang terkandung di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Identifikasi masalah

Penelitian ini membahas mengenai strategi pemasaran emping jagung untuk meningkatkan volume penjualan agar pemilik dapat mempertahankan loyalitas pembeli. Pada hasil penelitian ini dilandasi oleh penelitian terdahulu dan juga teori-teori yang telah dibaca oleh peneliti.

b. Batasan masalah

Penulisan membatasi penelitian agar tidak memperluas

⁸ Philip Kotler Dan Ghary Armstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, Jakarta, Prenhalindo, 1997, hlm. 320

⁹ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*, (Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama,2003), hlm.9

permasalahan. Peneliti hanya melaksanakan penelitian yang membahas terkait analisis strategi produk umkm emping jagung dalam meningkatkan volume penjualan di kabupaten lamongan.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Bagian Awal, pada bagian awal ini terdapat: Halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman penegasan, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

Bagian utama terstruktur sebagai berikut: bab I pendahuluan terdiri dari: latar belakang masalah/ konteks penelitian, rumusan masalah, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika penulisan skripsi. Bab II kajian Pustaka, terdiri dari kajian focus, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir. Bab III metode penelitian, meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap penelitian. Bab IV hasil penelitian, meliputi: paparan data dan temuan penelitian. Bab V pembahasan, yang berisi tentang analisis dengan cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada. Bab VI penutup, meliputi: kesimpulan dan saran,

Bagian Akhir, pada bagian akhir berisi tentang uraian yang meliputi daftar Pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar Riwayat hidup.