

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM sendiri merupakan suatu upaya untuk mengembangkan usaha tertentu guna mempercepat pemulihan perekonomian, memadai program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi.²

Sebuah UMKM mempunyai kriteria yang dapat dikelompokkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki masing-masing badan usaha sebagaimana rumusan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, sedangkan pengelompokkan berdasarkan jumlah karyawan yang terlibat dalam sebuah usaha yang tidak dirumuskan dalam undang-undang tersebut.³ UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Pada saat ini UMKM telah banyak dijumpai di berbagai daerah. Salah satu kota yang ada di Jawa Timur yang sudah memiliki banyak UMKM adalah Kabupaten Tulungagung.

Kabupaten Tulungagung telah memiliki berbagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Baik di bidang industri makanan serta yang lainnya. Namun, Kabupaten Tulungagung telah mempunyai banyak usaha-

² Hadion Wijoyo, dkk. *Digitalisasi UMKM*, (Sumatera Barat: Insan cendekia mandiri, 2020), hal.137

³ M. Azrul Tanjung, *Koperasi dan UMKM sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2017), hal.91

usaha yang bergerak di bidang makanan. Hal inilah yang harus dihadapi oleh para pengusaha di bidang makanan, karena menimbulkan persaingan yang begitu pesat.

Pelaku UMKM juga memiliki permasalahan-permasalahan lain yang dihadapi yaitu seperti banyak perusahaan-perusahaan baru yang sejenis sehingga menyebabkan persaingan semakin ketat. Ancaman produk dari luar yang sejenis juga akan mengakibatkan persaingan di pasar. Sehingga, setiap perusahaan harus melakukan strategi yang tepat agar tetap bisa mempertahankan usahanya ditengah persaingan yang pesat.

Dalam kondisi seperti inilah, sebagian besar konsumen dihadapkan dengan kebingungan dikarenakan banyaknya produk yang bersaing untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Sehingga setiap perusahaan harus terus berinovasi dan dituntut untuk senantiasa memproduksi secara efisien bila ingin tetap memiliki keunggulan daya saing. Perusahaan sebagai suatu entitas yang beroperasi dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi, umumnya tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba maksimal, tetapi juga berusaha meningkatkan nilai perusahaan dan kemakmuran pemiliknya.

Untuk itu perusahaan memiliki rencana strategis dan taktis yang disusun dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.⁴ Sehingga semakin tinggi kompetisi yang akan dihadapi oleh sebuah perusahaan dalam melakukan pengembangan dan perluasan pasar mereka, maka diperlukan

⁴ Bambang Riyanto, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), Edisi ke Empat, hal.13

suatu kebijakan yang tepat untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan agar tetap bertahan dan berkembang.

Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk dapat memenangkan persaingan ialah dengan membuat perbedaan produk sejenis yang diproduksi oleh kompetitor. Sehingga konsumen merasakan perbedaan yang bersifat positif dibandingkan dengan produk perusahaan lainya. Konsep ini disebut diferensiasi produk (pembeda produk).

Diferensiasi produk adalah tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari pesaing sehingga hasil yang dapat mempengaruhi pilihan dan kepentingan konsumen yang paling istimewa. Artinya perusahaan berusaha membuat produk yang ditawarkan mempunyai keunggulan atau mempunyai nilai lebih dibandingkan produk kompetitor.⁵

Produk (*Product*) menurut Kottler Amstrong adalah. segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.⁶ Saat ini, bisnis kuliner masih tetap menjadi primadona dan dipercaya dapat terus menerus berkembang di masa-masa mendatang. Selain modalnya yang relatif tidak terlalu besar, usaha ini hanya

⁵ Philip Kotler Amstrong, *Strategi Marketing*, Jakarta: PT. Salemba Empat, 2005)

⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi,1995), hlm 95

akan melibatkan sedikit tenaga kerja dan profitnya cukup menjanjikan serta perputaran uangnya cukup cepat.⁷

Bisnis kuliner memang tidak mengenal krisis. Hal ini disebabkan makanan merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi setiap orang. Usaha penyediaan makanan akan selalu dibutuhkan selama manusia hidup. Saat ini, terjadi peningkatan kebutuhan penyediaan makanan, khususnya makanan siap konsumsi yang dipicu peningkatan kesejahteraan dan kesibukan masyarakat. Masyarakat lebih membutuhkan makanan yang praktis dalam pembuatan, penyajian, maupun cara mengkonsumsinya.⁸

Salah satu Kelurahan yang ada di Kabupaten Tulungagung yaitu Kelurahan Kampungndalem, di mana masyarakat Kampungndalem telah mempunyai begitu banyak usaha yang dijalankan. Usaha-usaha yang mereka dirikan milik mereka sendiri atau bisa disebut *Home Industri*. Salah satunya *home industri* yang ada di Kecamatan Kampungndalem adalah Vico Donut's. Vico Donut's didirikan oleh Bapak Huda pada tahun 2017 dan tepatnya berada di Jalan Jaksa Agung Suprpto No.32.

Mengingat dengan munculnya pesaing yang ada, serta banyaknya pesaing yang terus bermunculan selain dari usaha Vico Donut's ini, maka pelaku usaha harus mampu mempertahankan keunggulan bersaingnya yang berkesinambungan. Karena banyak tantangan yang akan dilewati untuk kedepannya.

⁷ Yosica Mariana, "30 Desain Ruang Usaha Kuliner". (Jakarta: Griya Kreasi, 2016), hal.3

⁸ Yuyun, "38 Inspirasi Usaha Makanan dan Minuman Untuk Home Industry". (Jakarta: PT Agro Media Pustaka, 2010), hal. 1.

Di zaman yang serba modern ini untuk dapat bersaing dengan perusahaan atau industri *bakery* yang lain perlu adanya strategi diferensiasi produk yang tepat untuk mengatasi setiap tantangan yang mungkin muncul. Oleh karena itu, Vico Donut's harus dapat melakukan strategi dengan tepat dengan memperhatikan kemampuan perusahaannya. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti memilih judul skripsi "Strategi Diferensiasi Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Vico Donut's Tulungagung."

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diatas, maka dapat dirumuskan bahwa pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan diferensiasi produk dalam penjualan Vico Donut's Tulungagung?
2. Bagaimana dampak diferensiasi produk dalam penjualan Vico Donut's Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan diferensiasi produk yang dilakukan oleh Vico Donut's Tulungagung.
2. Untuk mengetahui dampak strategi diferensiasi produk dalam penjualan Vico Donut's Tulungagung.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam strategi pemasaran diferensiasi produk dalam meningkatkan volume daya pembelian dalam sebuah bisnis, sehingga hasil yang diharapkan bisa tercapai secara maksimal. Selain itu juga untuk memberikan sumbangsih terhadap keilmuan di bidang manajemen bisnis syariah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan pengalaman belajar yang mampu menumbuhkan kemampuan serta keterampilan dalam melakukan sebuah penelitian. Kemudian dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan yang mendalam terutama yaitu strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan volume penjualan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam kajian ini vico donut's Tulungagung, khususnya tentang diferensiasi produk dan bagaimana pengaruhnya dalam penjualan produk perusahaan agar tercapainya keuntungan optimal yang diinginkan perusahaan Vico Donut's Tulungagung.

c. Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan wawasan bagi mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah

Tulungagung dan menjadi bahan informasi untuk penelitian selanjutnya, supaya dengan adanya penelitian ini dapat memberikan motivasi dan informasi untuk meningkatkan semangat dalam melakukan penelitian sehingga hasilnya lebih baik dan menyeluruh sehingga dapat bermanfaat secara luas terhadap penelitian yang selanjutnya.

E. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka akan banyak permasalahan yang bisa dibahas. Oleh karena itu, dengan segala keterbatasan yang ada dan dengan harapan agar penulisan ini tidak menyimpang dan mengambang, maka peneliti menetapkan batasan penelitian bahwa ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan vico donut's Tulungagung dan kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

F. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami judul serta topik kajian yang diteliti dan terfokus pada kajian, maka peneliti membuat penegasan istilah secara konseptual dan secara operasional. Adapun penjelasan masing-masingnya sebagai berikut:

1. Definisi Secara Konseptual

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat kordinasi tim kerja, mengidentifikasi

faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.⁹

Diferensiasi merupakan strategi yang membuat produk berbeda dengan kompetitor bahkan melibehinya, sehingga hasilnya dapat dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat mempengaruhi pilihan dan kepuasan konsumen yang paling istimewa.¹⁰

Produk (*Product*) menurut Kottler dan Amstrong adalah. segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.¹¹

Penjualan adalah adalah salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya dan bertujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk di distribusikan ke tangan konsumen.¹²

2. Definisi Secara Operasional

Secara operasional penelitian ini bermaksud untuk melihat strategi diferensiasi produk yang diterapkan pada vico donut's Tulungagung yang diterapkan sesuai dengan teori-teori yang ada, dan melihat dari hasil

⁹ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi,2000) hal. 17

¹⁰ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syari"ah dan Sistem Operasional*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), Cet. Ke-1, hal. 444

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi,1995),hal. 95

¹² M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 166.

strateginya apakah sudah berhasil sehingga meningkatkan volume penjualan pada Vico Donut's Tulungagung.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Pada bab ini berisikan berupa kesimpulan penelitian dan merupakan jawaban dari perumusan masalah dalam penelitian. Selain itu pada bab ini juga berisi saran-saran dari penulis selama melakukan kegiatan penelitian. Sistematika ini disusun untuk dapat menyampaikan maksud dan gambaran yang jelas dalam masing-masing bab yang memiliki sub bab, sehingga dapat memberikan penjelasan secara terperinci dan mudah dipahami. Adapun sistematika penyusunan skripsi dibagi menjadi tiga bagian.

Bagian awal berisi tentang halaman sampul depan, halaman judul halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak. Bagian utama terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI terdiri dari teori pengertian Strategi Diferensiasi Produk dan bahasan mengenai variabel, literatur/penelitian terdahulu, kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN terdiri dari lokasi dan jenis penelitian, data yang digunakan, sumber data dan teknik analisa penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN merupakan bagian dari hasil dan temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN merupakan pembahasan hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP menguraikan kesimpulan dan saran

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.