

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Inovasi kewirausahaan yakni satu-satunya pilihan di era persaingan yang cukup sengit antara bisnis industri dan tuntutan masyarakat yang meningkat saat ini. Kata Indonesia untuk "*entrepreneur*" yakni "wirausaha". Wirausahawan didefinisikan sebagai mereka yang "cerdas ataupun berbakat dalam mengenali produk baru, menentukan metode produksi baru, mengatur operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, dan mengelola modal operasi", seperti yang tercantum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Wirausahawan yakni orang yang terampil dalam menciptakan bisnis baru. Bahkan, *Merriam Webster* menyebut wirausaha sebagai "*economic leader*" sebab berada di garda terdepan dan terawal bagi satu proses bisnis.²

Agar perusahaan tumbuh dan berhasil, pendirinya harus memiliki keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan perusahaan. Dalam dan dari dirinya sendiri, istilah "pengembangan bisnis" mencakup berbagai kegiatan dan proses menangkap peluang. Tetapi pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang

²Sayu Ketut Sutrisna Dewi, "Konsep dan Pengembangan KEWIRAUSAHAAN DI INDONESIA". (Sleman: DEEPUBLISH, 2017), hal1.

dimulai dari nol ataupun baru memulai usaha sangatlah sulit. Tantangan seperti dana yang tidak mencukupi, kelangkaan pekerja yang belum memadai, hasil ekonomi yang tidak memuaskan, dan sebagainya semua harus diatasi. Teknik pertumbuhan bisnis yang baik bisa membantu keberlangsungan dalam mengatasi tantangan ini. Untuk menumbuhkan bisnis, Seorang wirausaha membutuhkan lebih dari sekadar niat baik, membutuhkan modal dan orang-orang yang tahu apa yang mereka lakukan. Usaha bisa dapat berkembang sebagai perusahaan jika kami menganggap serius pertumbuhan bisnis. Namun, jika kita tidak menganggap ini serius, perusahaan akan mengalami kegagalan.

Meskipun banyak orang menghadapi tantangan dalam dunia bisnis, pengembangan bisnis yang sangat baik dimulai dari individu sendiri. Selanjutnya, rencana bagaimana kita sebagai pemilik bisnis bisa bertahan lama dan menghindari kebangkrutan lebih penting daripada aspek finansial dalam membangun bisnis. Akibatnya, masukan ataupun pengetahuan yang bermanfaat bagi pemilik bisnis sangat penting untuk pengembangan bisnis yang baik.

Sukses dalam bisnis tidak dilarang dalam Islam, asalkan dilakukan sesuai dengan syariat dan tidak bertentangan dengan keyakinan Islam. Islam juga mendorong kegiatan ekonomi, termasuk pertanian, pekerjaan perkebunan, perikanan, distribusi, dan perdagangan. Sebab ekonomi Islam menolak mengambil

keuntungan dan pendapatan jika tidak didasarkan pada pendapatan yang diperbolehkan dari bisnis, penting untuk memperhatikan teknik dan prosedur yang akan berdampak pada hasil ketika bekerja dari perspektif Islam. Sebagaimana yang telah disebutkan dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرْضَىٰ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kepadamu.”
(QS. An-Nisa': 29).

وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ
حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَلِّغَ أَمْرَهُ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

“Dan dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangkanya. Dan barangsiapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu.”
(QS. At-Talaq: 3).

Meringkas dua ayat sebelumnya dalam konteks strategi pembangunan, tindakan strategi pembangunan termasuk interaksi yang bertujuan untuk menghasilkan ataupun mewujudkan tujuan pembangunan seperti yang dicita-citakan, dan berhasil tidaknya rencana itu tergantung ketentuan Allah SWT. Tingkat kepuasan pelanggan yang dicapai sebagai hasil dari strategi pengembangan perusahaan termasuk indikator yang baik dari keberhasilan ataupun

kegagalan strategi. Semakin besar jumlah konsumen yang senang setelah pengiriman produk, semakin berhasil rencananya.³Jika rencana berjalan sesuai rencana, maka perusahaan akan bisa meraup lebih banyak keuntungan dari bisnis yang didirikan dalam bentuk uang.

Bekerja di bidang distribusi, sumber pendapatan utama di pedesaan, yakni salah satu kegiatan wirausaha yang mungkin dilakukan seorang Muslim untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. Selain sektor ekonomi lainnya, pengembangan sektor industri menjadi fokus utama dalam pembangunan ekonomi daerah. Kebanyakan individu, kemudian, harus bergantung pada industri ini untuk mencari nafkah.

Seperti Home industri ataupun biasa disebut sebagai industri rumahan. Home industr imenguntungkan lingkungan sekitar, misalnya, mempekerjakan orang-orang di dalam dan di sekitar tempat usaha. Rumah tangga dan masyarakat bisa memperoleh kemandirian ekonomi melalui pengembangan usaha rumah tangga. Membangun potensi ekonomi masyarakat, mengoptimalkan sumber daya yang tersedia, dan meningkatkan keterampilan kepemimpinan termasuk langkah penting menuju pencapaian otonomi ekonomi dan memastikan kesejahteraan

³Kasmir, "Kewirausahaan", (Jakarta: PT RajaGrafindoPersada, 2011), hal187.

masyarakat. Menciptakan UMKM yakni cara yang bagus untuk membantu masyarakat lokal (UMKM) .Usaha kecil dan menengah (UMKM) berkontribusi terhadap ekspansi ekonomi Indonesia. Di antara banyak inisiatif yang ditujukan untuk mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yakni meliputi: a. melakukan riset dan penilaian pemasaran; b. menyebarkan informasi pasar; c. meningkatkan keterampilan dan teknik manajemen dan pemasaran; d. pasokan alat pemasaran; e. penyediaan dukungan informasi produk, jaringan pemasaran, dan distribusi; f. menyediakan konsultan ahli di bidang pemasaran (UU No.20,2008).⁴

Salah satu bidang bisnis rumahan yang menjanjikan yaitu usaha dibidang pembuatan makanan. Ketika dikombinasikan dengan kreativitas dan keuletan, bisnis bisa sangat berkembang. Selain itu, ada faktor-faktor yang perlu dipikirkan seiring pertumbuhan bisnis makanan, terutama dalam kegiatan produksi. Kemampuan untuk terus berproduksi termasuk faktor kunci dalam memastikan keberlangsungan perusahaan. Seperti yang diharapkan, pendapatan yang diterima sebanding dengan jumlah hasil yang diproduksi.Semakin banyak barang yang diproduksi maka semakin banyak pendapatan yang dihasilkan dan begitu pula sebaliknya

⁴Tati Handayani, dan Pusporini. “Membangun UMKM Syariah”. (Sleman: DEEPUBLISH, 2021), hal 28.

semakin sedikit jumlah barang yang dihasilkan maka semakin sedikit juga pendapatan yang akan diterima.

Strategi bisnis yakni peta jalan yang diikuti untuk mewujudkan tujuannya. *Kotler* mendefinisikan pemasaran (*marketing*) sebagai proses sosial dan manajemen melalui mana individu dan kelompok memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka melalui produksi penawaran dan pertukaran (*exchange*).⁵

Menurut Amirullah Imam Hardjanto, memproduksi barang untuk memenuhi permintaan dan keinginan konsumen yakni apa yang kita sebut "melakukan bisnis", dan tujuan utamanya yaitu menghasilkan uang melalui penambahan nilai dan pemrosesan pertukaran. Pertumbuhan bisnis diwakili oleh pertumbuhan aktivitas, barang, penjualan, pelanggan, laba, dan saluran distribusi serta pertumbuhan nilai dan keunggulan masing-masing.

Dalam bidang industri makanan, Home Industri Bakpia Maharani yang berada di Desa Gembleb, Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek, termasuk kegiatan home industri yang memproduksi pembuatan aneka kue basah (*fresh cake*). Bakpia yang dihasilkan murni tanpa bahan pengawet dan telah mendapatkan izin usaha makanan yang telah memenuhi standar keamanan ataupun olahan produk yang diproduksi oleh UMKM

⁵ Darmanto dan Sri Wardaya, "Manajemen Pemasaran", (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hal.2.

Produk Industri RumahTangga (PIRT). Meskipun produksi ini berjalan dengan lancar namun persaingan di pasaran cukup ketat sehingga tetap diperlukan suatu strategi pengembangan agar produk tetap bertahan di pasar.

Yang membedakan Bakpia Maharani dengan produk bakpia lain yaitu dari segi produk yang dihasilkan. Dimana dalam usaha-usaha home industri produk bakpia lainnya hanya berfokus pada satu jenis produk bakpia saja, berbeda dengan Home Industri Bakpia Maharani selain menjual produk unggulan yaitu bakpia, industri rumahan ini juga menghasilkan beberapa macam produk sejenis kue basah lainnya seperti; cake angka, prol tape, bolu pisang coklat, dan bolen pisang dan masih banyak lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, untuk mengetahui lebih jauh mengenai strategi pengembangan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, penulis tertarik membahas **“Strategi Pengembangan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Home Industri Bakpia Maharani Di Desa Gembleb Kabupaten Trenggalek Ditinjau Dari Pespektif Manajemen Bisnis Syariah”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengambil fokus penelitian yaitu mengenai:

1. Bagaimana strategi pengembangan pada home industri

Bakpia Maharani di Desa Gembleb Kabupaten Trenggalek untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen?

2. Bagaimana strategi pengembangan pada home industri Bakpia Maharani di Desa Gembleb Kabupaten Trenggalek dalam Perspektif Manajemen Syariah?
3. Apa saja kendala yang di alami pemilik usaha Bakpia Maharani di Desa Gembleb Kabupaten Trenggalek dalam kegiatan usaha?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis strategi pengembangan pada home industri Bakpia maharani di Desa Gembleb Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen.
2. Untuk menganalisis strategi pengembangan pada home industri Bakpia Maharani di Desa Gembleb Kabupaten Trenggalek dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah.
3. Untuk menganalisis kendala apa saja yang dialami pemilik usaha Bakpia Maharani di Desa Gembleb Kabupaten Trenggalek dalam kegiatan usaha.

D. Batasan Masalah

Dalam proses pertumbuhan bisnis, banyak hal yang dapat digali dengan penyelidikan dan analisis. Untuk membantu pemahaman dan mencegah kesalahpahaman, penting untuk mendefinisikan batasan yang jelas mengenai istilah yang dipakai dalam penelitian ini untuk mempersiapkan potensi penerapan dan

penyimpangan dari temuan, maka ditentukan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Peneliti berfokus pada strategi pengembangan yang dilakukan oleh usaha home industri Bakpia Maharani di Desa Gembleb Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen.
2. Peneliti berfokus pada strategi pengembangan pada home industri Bakpia Maharani di Desa Gembleb Kabupaten Trenggalek dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah.
3. Peneliti berfokus pada kendala dalam proses pengembangan pada usaha home industri Bakpia Maharani di Desa Gembleb Kabupaten Trenggalek.

E. Manfaat Penelitian

Berikut ini beberapa cara di mana penelitian ini bisa membantu dan memberikan solusi, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Diharapkan bahwasanya temuan penelitian ini akan memberikan kontribusi data baru dan pemahaman baru untuk rencana pengembangan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, penelitian ini bisa menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Home Industri Bakpia Maharani

Temuan penelitian ini diharapkan bisa memberikan data yang bisa menginformasikan dan mengarahkan pengembangan pendekatan baru untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui strategi pengembangan.

b. Bagi Peneliti

Pengetahuan tentang strategi pengembangan untuk meningkatkan kepuasan konsumen diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan sebagai hasil dari penelitian ini, dan informasi yang dikuasi selama perkuliahan yang diperoleh bisa diterapkan.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan menjadi referensi bagi pembaca untuk penelitian lebih lanjut.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual yakni definisi yang menjelaskan fitur topik yang harus diteliti untuk memudahkan pemahaman. Istilah definisi konseptual mengacu pada:

a. Strategi Pengembangan

Besarnya peluang untuk mendirikan sebuah unit usaha baru dengan melihat berbagai potensi yang ada saat ini, tidak memungkinkan dapat membuat unit usaha dapat

berkembang. Peningkatan kapasitas kelembagaan untuk usaha kecil bisa dilakukan oleh sejumlah pelaku, termasuk pemimpin dan pemilik usaha. Pemerintah pusat, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat semua bisa memainkan peran dalam memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan menyediakan sumber daya, dukungan, dan dorongan yang mereka butuhkan untuk berkembang.⁶

b. Kepuasan Konsumen

Menurut *Kotler* kepuasan konsumen yaitu apa yang membuat pelanggan senang ataupun kecewa tentang suatu produk yakni seberapa baik produk itu memenuhi kebutuhannya dan seberapa baik kinerjanya dibandingkan dengan yang diharapkannya. Jika apa yang diterima sesuai dengan apa yang dijanjikan, layanan tersebut bisa dianggap memuaskan. Ini berarti kualitas layanan yakni sejauh mana yang diharapkan antara perbedaan kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima.⁷

c. Manajemen Bisnis syariah

Manajemen bisnis syariah termasuk suatu

⁶Dindin Abdurrohim, “Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM”, (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2020), hal 13.

⁷ Bagus Handoko, “Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan”, Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis, Vol. 18 No. 1, 2017. hal 65.

proses pengelolaan untuk mencapai tujuan pada aktifitas jual beli dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya baik barang ataupun jasa, tetapi dibatasi cara memperoleh dan menggunakannya.⁸

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang dipakai untuk menggambarkan variabel dalam sebuah penelitian. Penelitian ini berjudul “Strategi Pengembangan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Home Industri Bakpia Maharani Di Desa Gembleb Kabupaten Trenggalek Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Bisnis Syariah”.

Berikut yaitu penjelasan yang perlu diuraikan untuk memaparkan beberapa istilah:

a. Strategi

Nanang Fattah & H. Mohammad Ali mendefinisikan strategi sebagai rencana tindakan menyeluruh yang memperhitungkan semua faktor yang relevan dan mempertimbangkan gambaran besar untuk mencapai hasil yang diinginkan. *Chandler* mendefinisikan strategisebagai "proses di mana sebuah organisasi memilih tujuan dan sasaran jangka panjangnya dan aktivitas berikutnya serta

⁸ Sari Fitri, “Pengantar Manajemen Bisnis Syariah”, (Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia ANGGOTA KAPIJAWABARAT, 2022), hal 30.

alokasi sumber daya yang dirancang untuk mewujudkan tujuan tersebut."

Menurut *Kenichi Ohmae*, strategi perusahaan yakni upayanya untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan cara yang baik dengan memanfaatkan keunggulannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya.⁹

b. Pengembangan Bisnis

Dampak baik bagi masyarakat, iklim usaha, kemajuan ekonomi, dan reputasi suatu daerah menjadi alasan untuk mendorong tumbuhnya usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis ekonomi kreatif. Sektor kreatif yakni sektor ekonomi yang bergantung pada kualitas yang melekat pada masyarakat, seperti kemampuan, keterampilan, dan orisinalitasnya. Kreativitas, keterampilan, dan kemampuan termasuk tulang punggung sektor kreatif yang bisa mendongkrak perekonomian dengan menjual ide dan karya seni orisinal masyarakat. Dalam situasi ini, model pengembangan ekonomi kreatif diperkirakan akan bekerja dengan baik untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia.¹⁰

G. Sistematika Penulisan Skripsi

⁹Muhammad Arifin, "Strategi Manajemen Perubahan dalam Meningkatkan Disiplin di Perguruan Tinggi", *Jurnal EduTech*, Vol.3No.1, hal118.

¹⁰Amin Dwi Ananda, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang", *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol.Xjilid.X, hal121.

Sebagai sarana untuk menjelaskan temuan penelitian ini, komentar laporan ini dirinci sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori tentang strategi pengembangan industri, pengertian manajemen strategi, bauran pemasaran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari lokasi penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran penelitian, data dan sumber data, teknik analisa penelitian, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Merupakan bagian dari hasil dan temuan penelitian

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini termasuk pembahasan hasil penelitian tentang

BAB VI PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran.