

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan hubungan dengan tujuan jangka panjang, inti dari strategi adalah memilih apa yang akan dilakukan kegiatan yang berbeda atau melakukan kegiatan dengan cara yang berbeda dengan kompetisi.² Strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk mengatasi kesulitan dalam menghadapi strategi perusahaan yang dilakukan. Strategi merupakan tindakan yang harus dilakukan secara terus menerus dan meningkat. Perusahaan harus melihat tentang apa yang diharapkan oleh konsumen, Di dalam melakukan bisnis pada saat ini kecepatan inovasi harus dilakukan oleh setiap pengusaha.

Pada era globalisasi ini, dengan perkembangan teknologi dunia persaingan usaha yang cukup ketat dan meningkat serta selera konsumen berubah secara cepat. Dapat dibuktikan dengan barang atau jasa yang ditawarkan para pesaing banyak yang memiliki kemiripan antara produk satu dengan produk perusahaan lain. Hal ini dikarenakan bahwa produk yang laris dipasaran sehingga pesaing akan meniru dan menghasilkan produk yang sama. Adanya tingkat persaingan yang ketat antar pelaku usaha perusahaan menuntut untuk kreatif, kerja keras dan berinovasi dalam mengembangkan produk guna menghadapi persaingan. Persaingan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menunjukkan kelebihan masing-

² J. Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta:Kencana, 2003), hal.106

masing perusahaan. Pesaing juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersaing dimana pengusaha yang satu dengan pengusaha lainnya dalam memenangkan pangsa pasar.³

Dalam dunia bisnis persaingan saat ini semakin ketat. Banyak pelaku bisnis yang saat ini berlomba-lomba mendirikan usaha dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam menjalankan bisnis tentu saja tidak akan lepas dengan kata persaingan. Banyaknya persaingan yang muncul merupakan sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis, Pelaku bisnis harus memikirkan strategi untuk mempertahankan eksistensinya pada dunia bisnis. Persaingan dalam hal ini bisa berupa kemudahan, kenyamanan, ketepatan waktu, dan kecepatan dalam pelaksanaannya karena persaingan bukan hanya sekedar kepada produktifitasnya melainkan tingkat kualitas produk tersebut.⁴

Dengan adanya perubahan akan menciptakan ide-ide untuk mengatasi persaingan utamanya pada perusahaan yang bergerak di bidang yang sama. Dengan adanya hal ini perusahaan harus menerapkan strategi-strategi untuk mengatasi ancaman dari pesaing, salah satu strategi yang diterapkan oleh perusahaan agar dapat menghadapi persaingan tersebut dengan melakukan pengembangan kualitas produk. Dan semakin besar gerakan perdagangan bebas yang secara otomatis menciptakan persaingan dari semua itu tantangan akan berdampak pada perubahan selera dan

³ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perpektif Islam*, Cet 1, (Jakarta: BPFE, 20004), hal.371

⁴ Kosasih, *Manajemen Strategik*, (Surabaya:Cipta Media Nusantara,2021), hal.3

preferensi konsumen. Perubahan ini pada dasarnya membutuhkan inovasi dan kreativitas setiap pelaku usaha untuk menyempurnakan produk dan mengembangkan produk baru untuk meningkatkan daya saing perusahaan untuk mempertahankan perusahaan.⁵

Setiap perusahaan harus selalu berusaha untuk bertahan, tumbuh, bersaing dan meningkatkan kinerja usahanya untuk mencapai keuntungan yang besar. Inilah sebabnya mengapa perusahaan didorong untuk menerapkan berbagai strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Eksekusi strategi memiliki pengaruh yang kuat dalam meningkatkan daya saing dan menentukan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Karena banyaknya pesaing dalam bidang yang sama, demikian pula setiap perusahaan harus menyusun strategi untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Strategi memainkan peran penting dalam hal ini dan mendukung terciptanya perusahaan yang bisa bersaing.

Banyak strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan, salah satunya adalah dengan menerapkan strategi peningkatan kualitas produk. Peningkatan kualitas produk merupakan salah satu kunci produk perusahaan dengan berkembangnya teknologi, setiap perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan nilai ekonomis dari produk yang dihasilkannya. Strategi peningkatan kualitas produk dapat diwujudkan

⁵ Temmy Wijaya dan Ana Maghfiroh, “Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi: Studi Pada Tape Wangi Prima Rasa di Binakal Bondowoso,” Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan, Vol. 2 No.1, (Universitas Nurul Jadid, 2018), hal.88

melalui inovasi baru dan pengelolaan produk untuk peningkatan, Oleh karena itu perlu memahami strategi peningkatan kualitas produk agar efektif dan efisien.

Pemilik usaha juga menyusun strategi agar produknya laku di tangan konsumen, strategi dapat dijelaskan sebagai rencana yang dibuat oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Kebijakan tersebut meliputi, khususnya bagi perusahaan atau asosiasi yang harus memiliki keunggulan kompetitif, tujuan yang harus dicapai perusahaan serta kebijakan dan tindakan yang harus diatasi agar dapat bersaing. Saat ini, mereka kebanyakan adalah perusahaan swasta. Membangun bisnis membutuhkan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif. Inovasi menciptakan peluang dan menjadikan peluang tersebut sebuah ide jika wirausahawan yang melalui proses menciptakan produk baru dan berbeda dengan terus mengevaluasi peluang dan menganalisis proses secara mendalam dan mempertimbangkan potensi risiko.⁶

Taufiqurokhman menjelaskan dalam bukunya yang berjudul manajemen strategi, secara umum strategi merupakan proses yang menentukan adanya perencanaan pada tujuan perusahaan yang disertai dengan penyusunan untuk mencapai tujuan dan harapan perusahaan. Secara khusus strategi merupakan tindakan yang mengalami Peningkatan sesuai

⁶ Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hal.3

dengan sudut pandang tentang yang diinginkan dan diharapkan oleh para konsumen.⁷

Strategi dibuat oleh pemimpin dalam perusahaan yang berfokus guna meningkatkan kualitas produk dalam bisnisnya. Perusahaan pasti memiliki strategi yang digunakan untuk melancarkan usahanya, strategi perberan penting dalam lancarnya suatu usaha baik usaha besar maupun usaha kecil pasti memiliki strategi demi kelancaran usaha yang dirintis.

Peningkatan kualitas produk menjadi salah satu strategi usaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang merupakan salah satu tujuan dari setiap perusahaan, khususnya untuk produk perlengkapan dapur. Banyak produk yang bervariasi jenis, kualitas dan bentuknya hal ini bertujuan untuk menarik konsumen dan membuat mereka tertarik untuk membeli produk. Oleh karena itu setiap perusahaan harus mampu menciptakan produk dengan spesifikasi yang optimal untuk memaksimalkan kepuasan konsumen dan harus mampu merumuskan strategi untuk meningkatkan daya saing konsumen jasa. Upaya menciptakan dan mempertahankan pelanggan harus menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Strategi yang tepat untuk menarik pelanggan harus kembali dipersiapkan dengan matang. Pelanggan tidak hanya ingin membeli apa yang dibuat perusahaan, tetapi perusahaan harus menemukan cara untuk membuat pelanggan tetap setia pada produk. Dalam hal ini, perusahaan dapat memahami dan meminta pertanggungjawaban harapan dan kebutuhan pelanggan mereka, sehingga

⁷ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategi*, (Jakarta:Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2016), hal.21

memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan.

Tabel 1.1

Jenis barang yang diproduksi PT. Pakis Logam perkasa Indonesia

N o.	Nama Produk
1.	Tatakan kompor
2.	Parutan manual
3.	Parutan mesin
4.	Serok
5.	Asbak
6.	Japit
7.	Sotil
8.	Kerok degan
9.	Sendok bebek
10.	Entong stenlis

Sumber : PT. Pakis Logam perkasa Indonesia

Dengan memperhatikan tabel diatas dapat diketahui bahwa PT. Pakis Logam perkasa Indonesia tidak hanya memproduksi satu produk saja melainkan memproduksi banyak sekali produk. Peranan peningkatan kualitas produk dari perusahaan memiliki posisi yang menentukan nilai dan mengukur tingkat keberhasilan perusahaan dalam meneliti atau menjalani usaha dan harapannya produk tersebut dapat diterima oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Strategi peningkatan kualitas

produk sangat penting untuk diterapkan dalam perusahaan, melihat pada jaman sekarang banyak perusahaan yang menjadi pesaing hal ini dapat diketahui bahwa semakin banyaknya perusahaan didirikan maka semakin ketat persaingan antara perusahaan - perusahaan tersebut. Pada peningkatan kualitas produk tentunya ada faktor pendukung dan faktor penghambat pada peningkatan kualitas produk. Dimana faktor pendukung dijadikan acuan keberhasilan dalam perusahaan, sedangkan faktor penghambat merupakan kendala yang terjadi pada perusahaan tersebut.⁸ Dengan memperhatikan faktor pendukung dan faktor penghambat strategi bersaing dalam peningkatan kualitas produk tersebut, dapat menentukan keberhasilan maupun kegagalan dalam berbisnis.

Penelitian terdahulu terkait peningkatan kualitas produk, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Yusuf Mauluddin dan Maulida Nurwahidah yang berjudul " Rancangan Pengendalian Kualitas Produk Roti dalam Upaya Peningkatan Kualitas Produk di CV. Sari Madani". Hasil dari penelitian ini yaitu mengurangi ketidaksesuaian produk guna untuk meningkatkan kualitas produk, Tujuannya untuk mengetahui pengendalian kualitas produk terhadap permasalahan ketidaksesuaian produk.⁹

Penelitian yang lain yaitu penelitian yang dilakukan oleh Endah Anggraini dan Sri Ekowati dengan judul " Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis". Hasil dari penelitian tersebut yaitu

⁸ Philip Kotler, *Marketing*, Jilid 1, (Surabaya: Erlangga, 1987), hal. 219-276

⁹ Yusuf Mauluddin dan Maulida Nurwahidah, *Rancangan Pengendalian Kualitas Produk Roti dalam Upaya Peningkatan Kualitas Produk di CV. Sari Madani*, Jurnal Kalibrasi, Vol 20 No 1, 32-43, (Garut: Institut Teknologi Garut, 2022), hal.32

keunggulan perusahaan terhadap produk yang memiliki kekuatan atau nilai yang cukup baik dan dapat mendatangkan pelangg. Tujuannya yaitu untuk meningkatkan pangsa pasar dengan membidik optimalisasi dan membuat kerjasama dengan perusahaan baru.¹⁰

Di Desa Pakisrejo, ada perusahaan yang berbisnis dibidang perlengkapan dapur. Usaha yang dimaksud adalah pembuatan peralatan dapur yang terbuat dari logam. Perusahaan semacam itu biasanya memusatkan kegiatan usahanya di pabrik, dan para pekerja biasanya ditempatkan tidak jauh dari gedung produksi. Karena posisi dan hubungan yang sangat dekat (pemilik bisnis dan karyawan), Hal ini memungkinkan untuk membangun komunikasi mereka. Dari kemudahan komunikasi, para karyawan diharapkan dapat bekerja dengan baik. Karena mereka merasa bahwa kegiatan usaha ini adalah milik anggota keluarga, kerabat dan warga setempat yang merupakan tanggung jawab bersama untuk berusaha meningkatkan kualitas produk usaha tersebut .

Tabel 1.2

Data produksi PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia

Bulan	Jumlah	
	Masuk	Keluar
Mei 2022	403.985	180.196
Juni 2022	602.120	581.434

¹⁰ Endah Anggraini dan Sri Ekowati, *Manajemen Strategi Dalam Menghadapi persaingan Bisnis*, Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains, Vol 3 No 1, 76-83, (Bengkulu: Universitas Muhammadiyah, 2022), hal. 80

Juli 2022	750.934	14.060
Agustus 2022	827.591	-
September 2022	-	222.545
Oktober 2022	-	-
November 2022	417.444	261.582
Desember 2022	494.665	348.965
Total	3.133.149	1.608.782

Sumber : PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia

Dari tabel diatas merupakan jumlah produksi pada PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia untuk barang yang masuk berjumlah 3.133.149 pcs. Sedangkan barang yang keluar berjumlah 1.608.782 pcs. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi ini karena lokasi tersebut merupakan bisnis yang berkualitas sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk membeli peralatan dapur dan peralatan rumah tangga jenis ini. Selain daya tariknya bagi konsumen itu sendiri peralatan dapur dari segala jenis juga menarik bagi produsennya dan dapat digunakan sebagai media untuk menyalurkan bakat dan kreativitas mereka. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada strategi peningkatan kualitas produk dalam menghadapi persaingan usaha pada PT. Pakis Logam Perkasa di Indonesia. Hal ini diketahui bahwa kualitas produk adalah kunci untuk meningkatkan kualitas produk dan mengatasi persaingan perusahaan.

Untuk mempertahankan pelanggan perusahaan sangat memperhatikan kualitas produk. Pertumbuhan berasal dari inovasi produk yang melibatkan menciptakan produk baru dan meningkatkan yang sudah ada. Produk ini dirancang sedemikian rupa oleh PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia sehingga dapat bersaing dengan kompetitornya, persaingan harus dimainkan secara sehat. Hal ini diperlukan strategi untuk meningkatkan kualitas produk melalui persaingan supaya perusahaan dapat bersaing.

Dengan strategi tersebut, pelanggan PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia semakin banyak sehingga pelanggannya tidak hanya di daerah Tulungagung saja tetapi juga dari luar Tulungagung. Dapat dikatakan bahwa PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia ini mampu bersaing dengan para pengusaha jenis peralatan dapur dan dapat dijadikan motivasi untuk menciptakan produk yang lebih baik dan berkualitas. Sehingga dalam hal ini peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang **“Strategi Peningkatan Kualitas Produk Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Pada PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia Desa Pakisrejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung”**. Dikarenakan PT Pakis Logam Perkasa Indonesia mengalami kemajuan dan bisa bertahan di era persaingan usaha yang sangat ketat serta bisa meningkatkan kualitas produknya yang unggul dan lebih mempertahankan SOP (Standar Operasional Prosedur) demi menjaga kualitas produknya.

B. Fokus penelitian

1. Bagaimana langkah dalam meningkatkan kualitas produk yang dilakukan oleh PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia?
2. Bagaimana strategi yang diambil oleh PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam menghadapi persaingan usaha dipasar saat ini?
3. Mengapa peningkatan kualitas produk menjadi fokus utama PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui langkah dalam meningkatkan kualitas produk PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia.
2. Untuk mengetahui strategi yang diambil oleh PT. Pakis Logam perkasa Indonesia dalam menghadapi persaingan usaha dipasar saat ini.
3. Untuk mengetahui peningkatan kualitas produk yang menjadi fokus utama PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dalam bidang kontribusi keilmuan khususnya kajian peningkatan kualitas produk dalam persaingan usaha.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan untuk Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung agar berguna dan bisa memahami untuk menganalisis masalah yang sebenarnya terjadi terkait strategi peningkatan kualitas produk dalam menghadapi persaingan usaha yang nantinya akan dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

b. Bagi PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia

Penelitian ini diharapkan akan berfungsi dan dapat membantu penghargaan bagi pihak pengelola PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia, yang sudah memberikan ide-ide nya dalam menerapkan strategi, peningkatan kualitas produk dan cara mengatasi bisnis persaingan usaha.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai referensi. Penelitian ini merupakan bahan informasi tentang strategi, peningkatan kualitas produk, dan cara mengatasi persaingan usaha.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan strategi peningkatan kualitas produk dalam menghadapi persaingan usaha pada PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia adalah sebagai berikut:

a. Strategi

Strategi berarti sebuah langkah untuk mengatasi sebuah tantangan demi tercapainya dalam pencapaian suatu tujuan.¹¹ Strategi merupakan proses penentu rencana pimpinan yang telah berfokus yang memiliki tujuan disertai penyusunan supaya bisa mencapai tujuan.¹²

b. Peningkatan Produk

Peningkatan berarti menambah kapasitas untuk memperbaiki metode hasil dari suatu proses kerja atau memperbaiki suatu proses metode penguatan melalui usaha.¹³

Produk adalah komoditas yang diciptakan atau diproduksi untuk memuaskan kebutuhan konsumen.¹⁴

c. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu karakteristik produk atau layanan yang didasarkan pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan. Produk merupakan hal yang penting bagi perusahaan, ketika pembeli membeli produk mereka merasa cocok sehingga dapat diketahui bahwa produk yang sukses itu membutuhkan penyesuaian produk dengan keinginan dan kebutuhan pembeli. Dengan kata lain,

¹¹ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hal.17

¹² Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), hal.2

¹³ J.S. Badudu, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hal. 1514

¹⁴ Roidah Lina, *Meningkatkan Kualitas Produk Sebagai Strategi Fundamental Dalam Bersaing*, *Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, Vol.1 No.1, (Yogyakarta: STITMA, 2018), hal.94

penciptaan produk akan lebih sesuai dengan permintaan pasar dan pelanggan.¹⁵

d. Persaingan Usaha

Persaingan Usaha adalah Kegiatan yang dilakukan untuk menunjukkan keunggulan masing-masing. persaingan bisnis bisa diartikan sebagai kegiatan persaingan atau kompetisi antara satu pengusaha atau pengusaha dengan pengusaha atau pengusaha lainnya dalam memperoleh pangsa pasar.¹⁶

Dilihat dari sudut pandangnya persaingan merupakan salah satu ciri persaingan yang bisa murni dan sempurna sehingga banyak perusahaan yang tidak bisa membedakannya, setiap penjual adalah bagian yang sangat kecil dari area pasar dan tidak dapat mempengaruhi harga.¹⁷

2. Definisi operasional

Strategi peningkatan kualitas produk merupakan suatu proses atau cara untuk meningkatkan kualitas produk dalam menghadapi persaingan usaha dengan cara ataupun dengan strategi yang digunakan oleh perusahaan. Sedangkan persaingan usaha sendiri merupakan kegiatan bersaing antar pelaku usaha dan berebut untuk meraih pangsa pasar dalam upaya untuk mencapai target.

¹⁵ *Ibid*, hal. 92

¹⁶ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Cet 1, (Jakarta : BPFE, 2004), hal.371

¹⁷ Maryonto, *Dunia Usaha, Persaingan Usaha*, Cet.1 (Semarang:UNISSULA PRESS,2017), hal. 13

F. Sitematika Penulisan

Untuk dapat menyampaikan gambaran dengan jelas, hal ini disusun sebuah sistematika penulisan skripsi yang berisi informasi dan hal-hal yang dibahas dalam setiap bab nya. Adapun masing-masing bab memiliki sub bab yang akan memberikan penjelasan secara terperinci dan sistematis serta berkesinambungan sehingga dapat dipahami.

Bagian awal berisi tentang halaman sampul depan judul dan halama judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, dan abstrak

Bagian isi terdiri dari enam bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup masalah yang terkait dengan masalah yang akan dibahas dalam bab-bab selanjutnya. Bab ini memberikan gambaran tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, sistematika penulisan skripsi

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan dasar teori yang digunakan untuk penelitian, terdiri dari kerangka teori, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual. Peneliti menggunakan teori berikut yaitu meningkatkan kualitas produk dan menghadapi persaingan bisnis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan inti dari pembahasan yang memaparkan hasil penelitian yang berisi deskripsi data penelitian serta menguraikan paparan mengenai data dan temuan penelitian yang disajikan dalam topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah dan analisis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dikumpulkan oleh peneliti melalui prosedur pengumpulan data yang berkaitan dengan strategi peningkatan kualitas produk dalam menghadapi persaingan.

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai pembahasan dengan melakukan analisis hasil temuan dengan teori yang telah ada pada kajian pustaka dan penelitian terdahulu yang menjawab semua permasalahan yang ada.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

Bagian akhir laporan penelitian ini berisikan daftar rujukan dan lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup