

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan perekonomian yang pesat di Indonesia dalam rangka pembangunan menyangkut hampir meliputi segala bidang, pada dasarnya tujuan utama pembangunan adalah menciptakan masyarakat adil dan makmur, masyarakat adil dan makmur hanya akan tercapai apabila faktor kebutuhan utama, yaitu sandang, pangan dan perumahan terpenuhi, oleh sebab itu pemerintah memberikan perhatian yang besar terhadap kebutuhan tersebut.

Perkembangan dunia usaha pada dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan. Oleh karena itu, peranan pemasaran semakin penting dan merupakan ujung tombak setiap perusahaan. Keberhasilan usaha suatu perusahaan ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya. Pemasaran merupakan kunci keberhasilan usaha perusahaan.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan

kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.¹

Dengan melihat jumlah penduduk yang semakin meningkat pertahunnya, dapat diperkirakan jumlah konsumsinya juga pasti akan meningkat. Konsumsi akan kebutuhan pokok seperti sandang juga akan mengalami peningkatan. Mengingat hampir 85% masyarakat Indonesia adalah muslim. Jadi dapat dipastikan konsumsi akan penjualan kebutuhan pakaian untuk masyarakat muslim akan semakin meningkat, dari busana muslim anak-anak maupun dewasa. Di bawah ini adalah Tabel jumlah penduduk Tulungagung dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2016.²

Tabel 1.1
Tabel Jumlah Penduduk Tulungagung

<i>Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Sex Ratio Kabupaten Tulungagung Tahun 2010 - 2016</i>				
TAHUN	JENIS KELAMIN		TOTAL	SEX RATIO (Rasio Jenis Kelamin)
	LAKI-LAKI	PEREMPUAN		
2010	482.900	509.417	992.317	94,79
2011	486.232	512.475	998.707	94,88
2012	489.322	515.389	1.004.711	94,94
2013	492.287	517.124	1.009.411	95,20
2014	495.083	520.891	1.015.974	95,05
2015	497.698	523.492	1.021.190	95,07
2016	500.191	525.910	1.026.101	95,11

hadiyanto.org

¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar, Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 167

²Hadiyanto, *Jumlah Penduduk Kabupaten Tulungagung*, <http://hadiyanto.org/angka-statistik/jumlah-penduduk-kabupaten-tulungagung-tahun-2010-2016.html> diakses pada tanggal 30 Juli 2017.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk Tulungagung dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Dapat dipastikan bahwa masyarakat Tulungagung yang muslim juga akan mengalami peningkatan yang dapat mendorong berkembangnya trend busana muslim. Berkembangnya cara berbusana muslim saat ini mulai mengikuti mode fashion yang berlaku di masyarakat. Jadi busana muslim itu sendiri tidak lagi dikatakan sebagai pakaian yang ketinggalan zaman, akan tetapi busana muslim ini akan mengikuti trend fashion sehingga sudah layak untuk disebut sebagai pakaian yang modern.

Salah satu yang mempengaruhi hal tersebut adalah daya beli masyarakat Indonesia yang terus meningkat. Apalagi para produsen busana muslim telah melakukan berberbagai inovasi untuk merancang busana muslim yang sesuai syariat islam namun tetap tampil modis. Seperti yang telah di tetapkan oleh Allah SWT dalam al-Qur'an surat al-A'raf ayat 26:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ
 مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

*Artinya: "Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya telah Kami turunkan kepada kalian pakaian untuk menutup aurat kalian dan perhiasan bagi kalian. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah. Mudah-mudahan mereka ingat."*³

Dari ayat tersebut nampak jelas, adanya firman yang menjelaskan anjuran mengenakan busana muslim maupun pakaian takwa untuk menutup aurat. Akan

³Kementrian Agama RI, *Terjemah Al-Qur'an Al-Karim*, (Bandung: PT. Alma'arif, 1987), hal. 154

tetapi dengan perkembangan zaman yang sekarang ini, busana muslim dijadikan trend bagi banyak orang, seperti hijab syari, baju syari, gamis syari. Walaupun mungkin modelnya seperti ketinggalan zaman, akan tetapi trend baju tertutup ini lagi banyak diminati oleh banyak orang. Tidak hanya dari kalangan ibu-ibu akan tetapi dikalangan anak dan remaja.

Dengan adanya fenomena mode fashion ini, dilirik oleh para produsen baju muslim. Mereka membuat model yang akhirnya dapat diminati banyak orang dan laku terjual banyak. Para produsen berlomba-lomba untuk melakukan inovasi produk. Hal ini juga akan membuat persaingan semakin ketat dikalangan produsen. Dengan kompetisi yang terjadi dalam produsen pakaian muslim saat ini, menjadikan kualitas produksi dan peranan pengembangan produk juga semakin penting guna meningkatkan volume penjualan.

Sedangkan Henry Simamora, pengembangan produk adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengkonversikannya kedalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial. Pencarian produk baru didasarkan pada asumsi bahwa para pelanggan menginginkan unsur-unsur baru dan pengenalan produk baru akan membantu mencapai tujuan perusahaan.⁴

Jadi, dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk merupakan upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk-produk baru, serta memperbaiki atau memodifikasi produk-produk lamanya, agar dapat selalu memenuhi tuntutan pasar dan selera konsumen. Pengembangan produk sangat erat

⁴ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jilid II., Ed. 2., Cet.1., (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hal. 411

kaitannya dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam usaha meningkatkan penjualannya.

Dengan melakukan pengembangan produk maka peluang perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru akan semakin besar. Bila pelanggan bertambah maka penjualan akan semakin besar. Tentu apabila produk yang dijual sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen, seseorang membeli produk bukan karena fisik produk itu semata, tetapi karena manfaat yang ditimbulkan dari produk yang dibelinya tersebut.

Klasifikasi produk berdasarkan pengembangannya di bagi menjadi 3 yaitu: produk inovasi, produk modifikasi dan produk daur ulang. Produk inovasi merupakan produk dengan inovasi terbaru dan berbeda dengan produk sebelumnya. Produk modifikasi merupakan produk yang telah ada sebelumnya di modifikasi sedemikian rupa. Sedangkan, produk daur ulang adalah produk yang telah beredar sebelumnya namun ada pembaharuan baik dari nama produk itu sendiri.⁵

Pada dasarnya, persepsi perkembangan penggunaan busana muslim tidak lagi sederhana. Busana muslim kini diinterpretasikan berdasarkan subjektivitas individu. Misalnya banyak yang memahami bahwa mengenakan busana muslim sebagai perintah agama dan sebuah keharusan, sugesti, dan ada pula yang menganggap sebagai sebuah fashion belaka. Melalui trend ini, pilihan gaya berbusana muslim menjadi lebih variatif. Oleh karena itu, pengembangan produk sangat penting bagi perusahaan. Semakin banyak produk yang ditawarkan maka

⁵ Inggit Belajar, *Manajemen dan Pengembangan Produk*.
<https://inggitbelajar.wordpress.com/2011/11/29/manajemen-dan-pengembangan-produk/>, diakses pada 30 Mei 2017

semakin banyak pembeli yang tertarik sehingga secara otomatis volume penjualan akan meningkat pesat.

Usaha Dagang (UD) Eva Indah adalah salah satu produsen busana muslim di Tulungagung yang memproduksi berbagai macam busana muslim untuk anak-anak sampai untuk dewasa. Usaha ini sudah berjalan sekitar 32 tahun. Berawal dari berdirinya pada tahun 1985 sampai dengan sekarang ini. Perkembangan usaha tidak selalu meningkat. Ada saatnya produsen mengalami penurunan volume penjualan. Jadi volume penjualannya setiap tahun tidak selalu konstan, dengan begitu usaha tersebut harus terus berusaha dan melakukan inovasi produk untuk mengembangkan produk, Agar dapat meningkatkan penjualan yang dapat memaksimalkan profit. Dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 1.2

Volume Penjualan dalam Tahunan

No	Tahun	Volume Penjualan
1.	2013	753.500
2.	2014	730.280
3.	2015	784.500
4.	2016	800.000

Sumber: Data Sekunder, diolah oleh peneliti 2017.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 4 tahun terakhir Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung mengalami volume penjualan yang tidak konstan. Pada tahun terakhir volume penjualan sebanyak 800.000 potong, dengan 1.732.311.500 transaksi. Dari 800.000 potong tersebut menjadi 200.000 seri, karena setiap seri terdiri dari 4-5 potong baju.

Pada tahun 2014 terjadi penurunan di bandingkan tahun sebelumnya dan sesudahnya. Penurunan volume penjualan yang tidak signifikan ini dikarenakan setiap tahunnya perkembangan mode fashion selalu berubah. Jadi, Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung ini di tuntut untuk selalu melakukan inovasi dalam melakukan pengembangan produk untuk meningkatkan penjualannya. Inovasi yang dilakukan Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung adalah menggagas ide untuk menciptakan produk busana muslim yang baru.

Inovasi yang dilakukan Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung dengan melakukan penciptaan produk-produk baru dengan melihat trend fashion sekarang, dengan melalui gagasan ide dan desain yang dimiliki, Model-model busana muslim yang beraneka ragam, dan tentunya dengan harga yang terjangkau. Karena Usaha Dagang ini membidik pangsa pasar dari kalangan menengah ke bawah. Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul *“Peranan Pengembangan Produk dalam meningkatkan Volume Penjualan Busana Muslim di Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung.*

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya pengembangan produk Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan Busana Muslim?

2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung dalam mengembangkan produk?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui upaya pengembangan produk Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung dalam meningkatkan volume penjualan Busana Muslim.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendorong Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung dalam melakukan pengembangan produk.

D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian merupakan pembatasan masalah yang membatasi sebuah penelitian. Batasan masalah ada untuk membatasi bahasan penelitian agar lebih terarah dan fokus. Batasan dari penelitian ini yaitu membahas masalah yang ada di dalam rumusan masalah dan supaya tidak keluar jalur dari pembahasan ini. Dalam penelitian ini penulis membatasi pada masalah-masalah yang terkait peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan busana muslim di Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung.

E. Manfaat Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan akan membawa manfaat yang baik, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi teori peran pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan serta dapat dimanfaatkan sebagai berikut:

- a. Dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan wawasan khususnya mengenai pengembangan produk yang dapat meningkatkan volume penjualan.
- b. Dapat mengubah pola pikir kita untuk lebih kritis dan analitis dalam menghadapi masalah yang terjadi di dunia pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian di harapkan dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak yakni:

- a. Menambah bahan informasi yang mungkin dapat digunakan bagi pihak manajemen pemasaran usaha dagang untuk melaksanakan strategi-strategi yang tepat untuk mengembangkan produknya.
- b. Memberikan ide-ide atau informasi lainnya yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan pihak manajemen pemasaran perusahaan dalam menerapkan strategi pengembangan produk dalam usaha meningkatkan volume penjualan.
- c. Untuk perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung

d. Sebagai referensi sekaligus pengembangan penelitian yang akan datang.

F. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

Untuk menghindari kerancuan pemahaman dari perbedaan cara pandang terhadap judul yang akan diajukan untuk skripsi ini maka kiranya penulis perlu menjelaskan istilah-istilah dalam judul “Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Busana Muslim Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung.

- a. Pengertian Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan.⁶
- b. Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁷
- c. Meningkatkan adalah menaikkan (derajat, taraf dan sebagainya), mempertinggi, memperhebat (produksi dan sebagainya).
- d. Volume penjualan adalah jumlah pendapatan yang diperoleh dari barang yang terjual yang didapat dari penjualan bersih yang didapat dari lapuan rugi laba perusahaan.⁸

⁶ Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta:Pusat Bahasa, 2008), hal. 208.

⁷ Marius p. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 151.

⁸Anonim, *Pengertian Volume Penjualan*, [Http:// Tulisanterkini.com/artikel/artikel-ilmiah/6798-pengertian-volume-penjualan-.html](http://Tulisanterkini.com/artikel/artikel-ilmiah/6798-pengertian-volume-penjualan-.html), di akses pada 15 Mei 2017

- e. Busana muslim adalah model pakaian yang disesuaikan dengan aturan kehidupan penganut agama islam.⁹

2. Penegasan Operasional

Secara operasional “Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Busana Muslim di Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung” adalah pengembangan produk yang dilakukan Usaha Dagang tersebut untuk melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan yang dapat meningkatkan keuntungan. Dengan adanya inovasi terhadap produk yang dihasilkan, sehingga diharapkan pengembangan produk dapat membantu meningkatkan volume penjualan.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dipaparkan dengan tujuan untuk memudahkan penulisan dan pemahaman. Oleh karena itu penulisan skripsi ini di bagi dalam beberapa bab, sehingga pembaca dapat memahami dengan mudah. Adapun sistematika pembahasan skripsi adalah:

Bab I: Pendahuluan

Secara keseluruhan pada bab ini membahas mengenai konsep umum yang nantinya akan menjadi pijakan peneliti dalam mengarahkan penelitiannya.

Bab ini diantaranya membahas mengenai, konteks penelitian atau latar belakang untuk memberi penjelasan dari pembahasan yang diteliti, fokus

⁹ Anonim, *Busana Muslim*, [Http://Id.m.wikipedia.org/wiki/busana-muslim](http://id.m.wikipedia.org/wiki/busana-muslim), diakses pada 12 Mei 2017

penelitian yang berisi rincian pertanyaan-pertanyaan tentang topik-topik inti yang akan digali dalam penelitian yang nantinya juga akan mempresentasikan gambaran yang ingin dicapai atau disebut tujuan dan kegunaan penelitian, juga terdapat penegasan istilah yang diambil dari teori atau pendapat pakar dilanjutkan dengan sistematika pembahasan yang sengaja dibuat untuk memberikan gambaran mengenai tatacara dalam penelitian ini agar tidak melebar diluar konteks penelitian skripsi.

Bab II: Landasan Teori

Dalam landasan teori ini membahas mengenai teori-teori yang berhubungan dengan kajian yang diteliti, diantaranya mengenai pengembangan produk, produk, volume penjualan dan dilanjutkan dengan pemaparan dari penelitian terdahulu sebagai bahan acuan dalam penelitian.

Bab III: Metodologi Penelitian

Didalam bab ini akan dikemukakan cara-cara yang akan digunakan peneliti dalam membuat kerangka penelitian yang akan dilakukan, seperti dengan menjelaskan pengamatan tentang jenis penelitian dan kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan pengecekan keabsahan data serta tahap-tahap penelitian yang digunakan dalam penulisan laporan untuk memperoleh hasil penelitian.

Bab IV: Analisis Data

Pada bab ini berisi tentang deskripsi data-data yang diperoleh peneliti saat melakukan penelitian di lokasi penelitian. Peneliti menuliskan semua data baik data hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi yang berkaitan dengan topik penelitian.

Bab V: Pembahasan

Pada bab ini peneliti melakukan pengolahan data dari data-data yang diperoleh peneliti saat melakukan penelitian dan menjawab semua permasalahan yang diangkat peneliti sesuai dengan fokus masalah berdasarkan fakta, opini dan kajian teori yang relevan.

Bab VI: Penutup

Pada bab penutup ini terdapat kesimpulan dan saran yang diberikan oleh peneliti terhadap lokasi penelitian maupun saran bagi peneliti-peneliti yang akan datang.

Adapun bagian akhir dari skripsi ini memuat tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.