

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi, banyak perusahaan baru yang muncul untuk menawarkan produk yang lebih baik lagi. Perusahaan dituntut harus peka dalam menghadapi setiap perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis. Perusahaan harus berusaha meningkatkan kepekaan dengan kebutuhan konsumen agar perusahaan dapat mengetahui produk yang sedang dibutuhkan konsumen. Selain itu, perusahaan dapat memanfaatkan peluang itu dengan menyediakan produk yang bermutu dan memberikan pelayanan yang baik pada konsumen. Dengan demikian, perusahaan perlu memberikan informasi terbaru tentang produk sehingga konsumen bisa mengetahui produk dengan secepatnya.

Produk baru merupakan kunci bagi pertumbuhan penjualan suatu perusahaan. Sekarang ini banyak bermunculan produk baru yang unik dan menarik. Perusahaan yang dapat menciptakan produk yang bermutu dan memiliki manfaat tinggi bagi konsumen akan bertahan. Sebelum membeli produk biasanya konsumen melihat terlebih dahulu manfaat dari produk tersebut. Dalam hal ini, perusahaan harus mempertimbangkan manfaat produk baru tersebut sebelum ditawarkan pada konsumen. Kemudian, perusahaan juga perlu melihat perkembangan selera konsumen dalam pembelian produk. Dengan demikian, produk baru itu dapat menguntungkan perusahaan dan volume penjualan menjadi

naik. Namun perusahaan harus melihat kondisi yang selalu mengalami perubahan secara terus menerus.

Perkembangan usaha peternakan semakin dituntut selalu siap dalam menghadapi era persaingan pengembang peternakan lain seperti halnya perusahaan CV. Maju Jaya. Perusahaan tersebut sebagai perusahaan pengembangan usaha peternakan juga dituntut untuk menghasilkan produk yang inovatif dan kreatif dalam menciptakan produk-produk baru yang mempunyai kualitas terbaik mengingat kebutuhan konsumen semakin berkembang dan selera konsumen yang selalu berubah-ubah. Tuntutan untuk selalu menghasilkan produk baru dilakukan melalui diversifikasi produk.

Adanya persaingan bisnis yang semakin kuat, perusahaan dituntut untuk menghadapi persaingan bisnis tersebut dengan cara yang tepat. Bahkan, perusahaan harus memperhatikan pelaksanaan kegiatan pemasaran produknya. Ada saatnya produk dapat mengalami peningkatan yang menguntungkan perusahaan, akan tetapi ada saatnya produk mengalami penurunan dan merugikan perusahaan. Untuk itu, perusahaan harus mengelola dengan baik dan teliti terhadap pemasaran produknya supaya dapat menguntungkan perusahaan.

Menurut Edward, perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang terlebih dahulu dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang tumbuh dan menawarkan peningkatan dalam produk yang memuaskan kebutuhan itu. Selanjutnya, perusahaan harus tepat dalam memiliki strategi pemasaran karena strategi sangat berperan dalam menghadapi persaingan. Untuk mencapai keberhasilan memang membutuhkan perjuangan yang sangat berat. Akan tetapi,

semua perjuangan itu akan berguna untuk masa depan perusahaan terutama dalam pengembangan produk.¹

Suatu bisnis harus dijalankan dengan baik agar dapat bertahan. Sedangkan untuk memenangkan suatu pasar yang kompetitif, pelaku bisnis harus melakukan kegiatan. Kegiatan tersebut dapat berupa produk yang lebih baik, atau harga yang lebih rendah, atau pelayanan yang lebih baik, atau apa saja yang berhubungan dengan pelanggan. Jika perusahaan dapat mengusahakan produk yang diinginkan konsumen, tentu saja konsumen akan tertarik untuk membeli produk.²

Manajemen operasional menjadi penting untuk sebuah perusahaan atau organisasi, mengingat manajemen operasional salah satu dari tiga fungsi utama perusahaan atau organisasi yaitu fungsi pemasaran dan fungsi keuangan, dimana fungsi operasi sangat berhubungan dengan fungsi lainnya. Pengelolaan operasional merupakan hal yang penting bagi kualitas produk, seperti hasil produksi pakan itik, DOD (Day Old Duck), dan telur asin yang sesuai dengan standar perusahaan dan *quality control* yang dimiliki perusahaan. Semua produk pada CV. Maju Jaya menggunakan kualitas yang terbaik dan sedikitnya cacat pada semua produk yang dihasilkan, serta ketepatan waktu dalam memproduksi dapat memenuhi permintaan konsumen sehingga kepuasan konsumen akan meningkat.

Perusahaan mengutamakan kualitas dalam memproduksi pakan itik, DOD (Day Old Duck), dan telur asin, yang lolos ke tangan pembeli haruslah yang

¹Sri Rahayuingsih, "Analisis Pengaruh Diversifikasi Konsentris Produk Terhadap Volume Penjualan: Studi kasus pada PT. Diamond Baru Yogyakarta," *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2007), hlm. 1.

² *Ibid.*, hlm. 2.

sesuai dengan *quality control* perusahaan. Sesuai dengan visi dan misi yang dimiliki perusahaan, yaitu mendapatkan omzet sebanyak-banyaknya dengan terus mencari pesanan dan mempromosikan produknya dari mulut ke mulut. Hal tersebut karena dari pihak manajemen dan komunitas memiliki banyak kenalan di daerah tersebut. *Word of Mouth Communication* (komunikasi dari mulut ke mulut). Menurut peneliti merupakan sebuah cara promosi penyampaian pesan iklan untuk menginformasikan tentang keberadaan suatu produk kepada target klien yang sifatnya persuasif (membujuk), sehingga orang-orang dapat tertarik dengan produk tersebut.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin terbuka membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Dalam persaingan yang makin kompetitif seperti itu, keberhasilan perusahaan banyak ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu dalam usahanya mendapatkan dan menggunakan barang ataupun jasa. Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. Salah satu

faktor yang memberikan pengaruh dalam keunggulan bersaing suatu produk di pasaran yaitu dengan adanya diversifikasi produk, yaitu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas.

Pelaksanaan diversifikasi produk membutuhkan adanya penelitian yang mendalam mengenai tiap produk yang akan diproduksi, sehingga diperoleh keyakinan akan dapat diperolehnya tingkat keuntungan yang diharapkan. Kadang-kadang perusahaan dapat meneruskan produk yang telah ada, tetapi di lain pihak dapat pula menghentikan produksi produk tertentu, agar keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan.³

Perkembangan usaha peternakan saat ini berkembang pesat khususnya untuk ternak itik. Itik adalah salah satu unggas yang banyak diminati dan layak untuk dikembangkan ataupun dipasarkan. Itik adalah unggas yang banyak di budidayakan di Indonesia terbesar kedua setelah ayam. Itik juga mempunyai prospek usaha yang cukup potensial. Sehingga usaha ternak itik menjadi sumber penghasilan utama dan investasi. Usaha ternak itik telah lama dikenal dimasyarakat. Ternak itik sangat membantu dalam meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat. Model peternakan itik kebanyakan menggunakan cara tradisional yang skala pemeliharaannya kecil dan pemberian pakan yang mengandalkan produk dari pabrik.

Beberapa tahun terakhir, bisnis itik semakin meningkat populasinya, itu dilihat dari banyaknya masyarakat yang memilih untuk memelihara itik. Sehingga

³ Zainarti, "Manajemen Islami Perspektif Al-qur'an," *Jurnal iqra'*, Vol. 08, No. 01, Mei 2014, hlm. 50.

terjadi persaingan yang sangat ketat pada perusahaan, tiap-tiap perusahaan menawarkan harga yang bersaing, produk yang berkualitas, pelayanan yang memuaskan, maka dalam pengelolaan perusahaan dituntut untuk lebih inovatif dalam mengelola produknya menjadi yang lebih unggul. Hal tersebut perlu dilakukan agar perusahaan mampu bersaing dipasar bebas.

Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa banyak peternak itik tidak bisa menjual sendiri hasil produksinya ke pasar besar, di karenakan banyak peternak itik yang kurang mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan untuk menuju ke pasar besar ataupun kota besar. Dipihak lain pedagang dikota besar tidak mungkin membeli produknya langsung kepada peternak dengan skala produksi yang sedikit, karena kurang efisien dan efektif. Oleh sebab itu hasil produksi peternak dijual kepasar lokal disekitarnya atau ketempat pengepul.

Peternak-peternak itik yang tidak bisa mendistribusikan hasil produksinya tersebut menyalurkan hasil produksinya ke salah satu perusahaan yang berada di Desa Bacem Kecamatan Pongkok yaitu CV. Maju Jaya. Perusahaan tersebut selain menerima pasokan dari peternak-peternak itik dari daerah tersebut juga menyediakan beberapa produk diantaranya pakan itik, DOD (Day Old Duck), telur asin dan telur biasa. Jadi bisa saling menguntungkan dari kedua belah pihak, perusahaan bisa memenuhi apa yang di butuhkan peternak seperti pakan itik dan anak itik dan peternak tidak sulit lagi mendistribusikan hasil produksinya. Sehingga semakin banyak peternak baru yang mendistribusikan hasil produksinya tersebut maka semakin besar pula perkembangan perusahaan saat ini.

CV. Maju Jaya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang peternakan yang mempunyai berbagai produk berkualitas baik diantaranya adalah anak itik, pakan Itik, telur asin dan telur biasa. Itik merupakan produk setengah jadi dari telur Itik yang ditetaskan, telur Itik ditetaskan selama 28 hari, ketika sudah menetas maka Itik tersebut dikemas pada sebuah karton dengan isi masing-masing karton 100 ekor. Pakan itik terdiri dari beberapa bahan setengah jadi yaitu Kebi, Konsentrat, gandum, Grit, Karak. Bahan tersebut dicampur menjadi satu sehingga menjadi pakan itik yang berkualitas sesuai dengan nutrisi yang di butuhkan oleh itik. Telur itik yang diambil dari peternak-peternak kecil dikumpulkan digudang dan dipilih sesuai dengan kelasnya, kelas pertama A, kedua B, dan yang ketiga C, setelah telur tersebut dipilih sesuai dengan kelasnya telur-telur tersebut ditahan 2-4 hari untuk menunggu pengambilan dan penyeteroran. Selain itu, sebagian telur juga diolah menjadi telur asin yang mempunyai kualitas baik.

CV. Maju Jaya juga salah satu perusahaan terbesar di bidang penetasan itik. Dilihat dari produksinya selama satu minggu yang mencapai 24.000 anak itik. Dalam satu minggu perusahaan menetas anak itik sebanyak 3 kali yaitu hari senin, selasa dan kamis, setiap satu kali penetasan mencapai 8.000 ekor anak itik. Perusahaan ini mempunyai anak – anak itik yang kekebalan tubuhnya cukup kuat, sehingga banyak peternak itik yang suka dengan kualitas produk dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang pengembangan perusahaan yaitu dengan judul

“Manajemen Operasional dan Diversifikasi Produk dalam Pengembangan Perusahaan CV. Maju Jaya”.

B. Fokus Penelitian

Untuk menjaga penulisan proposal penelitian ini lebih terarah dan menghindari kemungkinan pembahasan yang menyimpang dari pokok permasalahan yang hendak diteliti, maka skripsi ini dibatasi pada manajemen operasional dan diversifikasi produk yang diterapkan pada CV. Maju Jaya untuk mengembangkan perusahaan.

1. Bagaimana manajemen operasional yang diterapkan oleh CV. Maju Jaya untuk mengembangkan perusahaan?
2. Bagaimana diversifikasi produk dalam pengembangan perusahaan pada CV. Maju Jaya berjalan efektif dan efisien?
3. Bagaimana manajemen operasional dan diversifikasi produk dalam pengembangan perusahaan CV. Maju Jaya ditinjau dari perspektif ekonomi syariah?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitiannya sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan manajemen operasional yang diterapkan oleh CV. Maju Jaya untuk mengembangkan perusahaan.
2. Mendeskripsikan diversifikasi produk CV. Maju Jaya dalam mengembangkan perusahaan berjalan efektif dan efisien.

3. Mendeskripsikan manajemen operasional dan diversifikasi produk dalam pengembangan perusahaan CV. Maju Jaya ditinjau dari perspektif ekonomi syariah.

D. Batasan Masalah

Penulisan Proposal mengenai ruang lingkup ini peneliti dibatasi pada objek penelitian :

1. Melakukan penelitian pada manajemen operasional dalam pengembangan perusahaan pada CV. Maju Jaya.
2. Melakukan penelitian pada diversifikasi produk CV. Maju Jaya dalam mengembangkan perusahaan berjalan efektif dan efisien.
3. Melakukan penelitian manajemen operasional dan diversifikasi produk dalam pengembangan perusahaan CV. Maju Jaya ditinjau dari perspektif ekonomi syariah.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut :

Setelah memberikan beberapa hal yang berkaitan dengan tujuan pembahasan, maka dapat diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna antara lain:

1. Kegunaan secara Praktis

a. Bagi penulis

Menambah wawasan pengetahuan dalam dunia praktisi yang sangat disinkronkan dengan pengetahuan teori yang di peroleh pada saat menempuh ilmu di IAIN Tulungagung.

b. Bagi lembaga sendiri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat di gunakan sebagai masukan dan referensi bagi perusahaan atau industri untuk mengambil kebijakan atau keputusan yang dipandang perlu dalam usaha pengembangan perusahaan pada CV. Maju Jaya.

c. Bagi peneliti lainnya

Bagi peneliti lainnya ini di harapkan dapat berguna sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya

2. Kegunaan teoritis

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan teori terutama di bidang Ekonomi Islam, khususnya dalam penyusunan manajemen operasional dan diversifikasi produk dalam pengembangan perusahaan.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari salah presepsi dalam memahami judul proposal skripsi, maka penulis akan menegaskan dan menjelaskan istilah-istilah yang terkait

dengan judul skripsi yang akan diangkat. Pada bagian ini, penulis menegaskan istilah - istilah tersebut ke dalam dua bagian, yaitu:

1. Definisi konseptual

- a. Manajemen Operasional adalah desain, pelaksanaan, dan pengendalian operasi yang mengkonversi sumber daya menjadi barang dan jasa yang diinginkan, dan menerapkan strategi bisnis perusahaan.⁴
- b. Diversifikasi Produk adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas.⁵
- c. Pengembangan Perusahaan adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.⁶
- d. CV. Maju Jaya adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang peternakan khususnya itik yang bertempat di daerah desa bacem kecamatan ponggok kabupaten blitar.

2. Definisi operasional

- a. Manajemen Operasional adalah proses pengambilan keputusan tentang penggunaan sumber daya dari kegiatan produksi dalam rangka menghasilkan

⁴ [Http://rocketmanajemen.com/manajemen-operasional/](http://rocketmanajemen.com/manajemen-operasional/) diakses pada 15 Desember 2017 pukul 09.43.

⁵Sri Rahayuingsih, "Analisis Pengaruh Diversifikasi Konsentris Produk Terhadap Volume Penjualan: Studi kasus pada PT. Diamond Baru Yogyakarta," Skripsi (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2007), hlm. 26.

⁶Mohammad Sabit Bahrudin, "Analisis Bauran Pemasaran dalam Pengembangan Perusahaan pada CV. Maju Jaya," *Skripsi* (Kediri: Universitas Nusantara Kediri, 2017), hlm. 7.

barang atau jasa sehingga mencapai sasaran yaitu tepat waktu, tepat jumlah, tepat mutu, dengan alokasi biaya yang efisien dan efektif.

- b. Diversifikasi Produk merupakan salah satu strategi yang penting di lakukan dalam meningkatkan volume penjualan.
- c. Pengembangan perusahaan adalah suatu aktifitas lembaga atau badan usaha yang menyediakan kebutuhan konsumen.
- d. CV. Maju Jaya adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang peternakan khususnya itik yang bertempat di daerah desa bacem kecamatan ponggok kabupaten blitar.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Maka penulis akan mendeskripsikan sistematika penulisan menjadi 3 bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir, sebagaimana berikut:

1. Bagian Awal

Pada bagian ini berisi: halaman sampul (*cover*), halaman judul skripsi, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi dan halaman abstrak.

2. Bagian Utama (inti)

Pada bagian ini terdiri 6 (enam) bab dengan rincian sebagian berikut:

Dalam bab pertama ini akan dijelaskan gambaran singkat apa yang akan dibahas dalam skripsi, yaitu: latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, identifikasi penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi. Pada bab ini peneliti menggambarkan tentang keadaan dari berbagai hal mengapa skripsi dibuat dengan judul tersebut dan mengidentifikasi dan pembatasan masalahnya serta fokus penelitian, tujuan dilakukan penelitian serta kegunaan penelitian dan penegasan istilah dan hal apa yang akan ada dalam skripsi ini.

Dalam bab kedua ini berisi kajian pustaka yang membahas tentang manajemen operasional, diversifikasi produk, dan pengembangan produk. Kaitannya bab kedua ini dengan bab pertama yaitu pada bab ini menjelaskan mengenai teori dari berbagai variabel yang tercantum dalam judul sehingga dapat menjadi acuan bab selanjutnya.

Dalam bab ketiga ini dijelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, rancangan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian. Pada bab ini penulis menjelaskan secara rinci mengenai cara dan pengaplikasian data yang diperoleh dan cara mengolahnya yang disesuaikan dengan judul skripsi ini.

Dalam bab keempat ini berisi tentang paparan data atau temuan penelitian yang disajikan dalam sebuah pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan penelitian dari hasil analisis data. Paparan tersebut diperoleh dari pengamatan, wawancara, dan deskripsi informasi lainnya. Sehingga dalam bab ini merupakan

penyajian paparan data dari lapangan yang telah disusun sedemikian rupa. Yang meliputi sejarah berdirinya dan perkembangan CV. Maju Jaya, visi dan misi, budaya perusahaan, struktur organisasi serta sistem kepegawaian dan produk - produknya. Dan juga penulis akan memberikan pemaparan atau analisis mengenai hasil dari temuan penelitian.

Dalam bab kelima ini akan dibahas mengenai hasil dari penelitian mengenai implementasi manajemen operasional, diversifikasi produk, dan pengembangan produk pada CV. Maju Jaya. Dan juga kaitannya dengan latar belakang maupun fokus penelitian dan teori yang ada.

Dalam bab keenam ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian yang dilakukan berdasarkan analisis data dan temuan di lapangan, implikasi penelitian dan adapun saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian ini, baik kepada pihak lembaga maupun pihak lain yang ingin mengadakan penelitian lanjutan.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup penulis.