

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mengembangkan usaha untuk memajukan produk demi keuntungan dan menambah variasi disetiap produk adalah hal yang sering kita jumpai disetiap pedagang atau pemilik usaha dalam dunia perekonomian. Pertumbuhan ekonomi yang baik dapat dilihat dari kegiatan pasar dan pengembangan usaha yang ditingkatkan oleh produsen untuk konsumen.

Manajemen adalah apa yang dilakukan manajer. Dengan kata lain, manajemen adalah proses mengkoordinasikan kegiatan kerja secara efisien dan efektif melalui orang lain. Proses di sini menggambarkan fungsi yang sedang berlangsung atau kegiatan utama pengorganisasian, memimpin, hingga fungsi pengendalian. Sedangkan efisien (tepat) menggambarkan tingkat pemborosan sumber daya yang rendah, yaitu perolehan keluaran atau hasil yang maksimal dengan penggunaan masukan yang minimal, mengingat sumber daya yang terbatas. Selanjutnya, efektivitas (*right on target*) mencerminkan pencapaian tujuan, yaitu melakukan hal-hal yang benar, yang membantu organisasi mencapai tujuannya. Jadi, jika efisiensi mengacu pada penggunaan sarana (sumber daya) untuk menyelesaikan sesuatu, maka efektivitas mengacu pada hasil akhir, yaitu pencapaian tujuan organisasi. (Hery, 2013, hlm. 7).

(Griffin, 2006) mendefinisikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengendalian sumber daya untuk

mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Efektif berarti tujuan dapat dicapai sesuai dengan rencana, sedangkan efisien berarti tugas dilaksanakan dengan benar, teratur, dan sesuai jadwal.(Indartono, 2016, hlm.1).

Kehidupan manusia tidak terlepas dari aktivitas ekonomi dari berbagai aspek. Setiap manusia bebas melakukan aktivitas ekonomi apa saja. Selama aktivitas ekonomi yang dilakukan bukan aktivitas yang dilarang dalam kerangka yang Islami (Siddiqi, 1996, hlm.31).

Beberapa perihal yang dilakukan oleh manusia, salah satunya yaitu bekerja, bekerja adalah fitrah dan sekaligus merupakan salah satu identitas manusia sehingga bekerja yang didasarkan pada prinsip-prinsip imam tauhid, bukan saja menunjukkan fitrah seorang muslim, tetapi sekaligus meningkatkan martabatnya sebagai abdullah (hamba Allah) yang mengelola seluruh alam sebagai bentuk dari cara dirinya mensyukuri kenikmatan dari Allah Rabbabuul'alamin (Tassmara, 1992, hlm.2).

Allah SWT., sangat kaya, Allah memberikan kemanfaatan dari hasil bumi dan fasilitas untuk manusia untuk berkarya agar bisa menghasilkan sesuatu dan memiliki nilai sebagaimana dijelaskan disalah satu firman Allah SWT., dalam QS. Al- Jumu'ah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di Muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

Dari Ayat diatas menjelaskan apabila kewajiban agama sudah dijalankan, maka kita sebagai umat hendaklah mencari pekerjaan yang sudah Allah berikan melalui nikmat-Nya di bumi ini misalnya Sumber Daya Alam yang kita kreasikan agar bernilai tetapi hendaknya setiap usaha libatkanlah Allah agar usaha yang dijalankan memberikan keberuntungan.

Perkembangan suatu bangsa dalam sektor perekonomian, kemajuan ataupun kemunduran ekonomi dalam suatu bangsa ditentukan adanya peranan dari *skill* kreativitas oleh seorang wirausahawan, baik dalam produk maupun jasa. Akan tetapi tidaklah setiap yang dilakukan menjadikan patokan keuntungan utama dengan menghalalkan berbagai kegiatan yang berbau kecurangan atau merugikan orang lain. Dalam ekonomi islam keterlibatan agama dalam berbisnis bagi wirausahawan adalah kekhususan yang keadaannya jelas dilihat pada segala sesuatu yang berlandaskan agama islam.

Adapun faktor utama lainnya dalam berwirausaha adalah modal, tetapi perlu kita koreksi pada kondisi sekarang ini selain modal, pengusaha haruslah memiliki keahlian dan keterampilan tersendiri yang dapat memajukan eksistensi bisnis tersebut. Dapat diartikan memiliki kemampuan dan kemauan untuk berpikir kreatif, mampu membuka peluang usaha yang bisa diproduksi dan memodifikasi baik dari kemasan ataupun menambah varian rasa disetiap produk agar pada saat di pasarkan kepada masyarakat bisa mencoba varian terbaru. Maka dari itu pengusaha harus memikirkan manajemen pengembangan untuk peluang disetiap usaha dengan mengandalkan keterampilan.

Di antara peluang keterampilan dalam produksi cemilan usaha kecil menengah di Kabupaten Hulu Sungai Tengah adalah produksi kacang jaruk. Cemilan kemasan dalam bentuk bungkus khas yang terkenal di Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah, tidak hanya kacang jaruk adajuga dari olahan kue yaitu kue lam, apam dan untuk oleh-oleh satunya yaitu pakasam. Kacang Jaruk ini salah satu cemilan kemasan yang sering dicari oleh konsumen baik di dalam daerah sendiri sampai keluar daerah Barabai. Kacang Jaruk ini banyak dibuat di industri rumah tangga di sejumlah lokasi kabupaten Hulu Sungai Tengah, Seperti Produksi merek UDI, OVEN, Hj. Meldawati, Hj. Ati, dll. Dari beberapa merek produk kacang jaruk khas Barabai, Produksi yang terkenal dan terbesar yaitu Produksi Hj.Sri yati karena bukan hanya dari rasanya yang enak dan gurih tetapi juga sudah terdaftar di Majelis Ulama Indonesia atas kehalalan produk tersebut, untuk pemasarannya sudah baik sampai ruang lingkup provinsi dan bekerjasama dengan ritel modern seperti *Alfamart* dan *Indomaret*.

Kacang Jaruk Produksi Ibu Hj. Sri Yati ini bertempat di Jalan Haruyan Seberang, RT.006/ RW.002, Kecamatan Haruyan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan Kode Pos 71363. Di jalan tersebut terdapat produsen pengelola kacang jaruk, yaitu kacang jaruk produksi Hj. Sri yati dengan merek “Hj. Ati”.

Nama pada kemasan cemilan kacang jaruk Hj. Ati itu adalah diambil dari nama pemilik usaha yaitu Hj. Sri Yati. Usaha tersebut sudah berjalan kurang lebih 11 tahun sejak tahun 2011 dengan seiring berjalannya waktu produk kacang jaruk selalu memberikan kesan untuk konsumennya baik dari kemasan ataupun varian

rasa. Kacang Jaruk ini merupakan cemilan yang bisa dinikmati baik anak- anak sampai orang dewasa, kita tahu kacang memiliki manfaat untuk kesehatan karena terdapat kandungan gizi.

Didalam usaha kecil manajemen pengembangan perlu diperhatikan agar peluang usaha meningkat dengan mengeluarkan varian rasa produk terbaru dengan beriringnya zaman dan banyaknya persaingan kacang jaruk produksi yang lain.

Pengembangan produk merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyempurnakan produknya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan menggunakan strategi diversifikasi. Diversifikasi pada umumnya dirancang untuk mendirikan perusahaan baru di pasar baru untuk mencapai tujuan seperti peluang pertumbuhan baru atau stabilitas penjualan (Oseph P. dan Gordon W, 1994, hlm.34).

Diversifikasi produk adalah salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk di tempat produksi. Dengan diversifikasi produk, tempat produksi berusaha untuk memajukan penjualan. Diversifikasi atau pembaharuan produk bisa dari kemasan atau penganekaragaman produk, yaitu dengan menciptakan produk baru sehingga tidak didasarkan pada satu jenis produk. Dengan demikian tahap pengembangan produk harus diupayakan sedini mungkin agar tidak terjadi kejenuhan antar pelanggan. Upaya pengembangan produk melalui diversifikasi dilakukan dengan menambah

varian rasa kacang jarak produksi Hj. Sri yati yang diperkirakan dapat mengunggah minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Dengan latar belakang yang disebutkan di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana manajemen pengembangan produk kacang jarak produksi Hj. Sri yati dan dituangkan dalam karya tulis ilmiah berbentuk skripsi,

“Manajemen Pengembangan Produk Kacang Jarak Khas Barabai Produksi Hj. Sri Yati Guna Memajukan Penjualan Melalui Diversifikasi Varian Rasa”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pokok pikiran yang dituangkan dalam latar belakang masalah diatas, maka ditemukanlah masalah sebagai berikut. Sehingga dapat dirumuskan :

1. Bagaimana manajemen pengembangan produk kacang jarak khas Barabai melalui diversifikasi varian rasa guna memajukan penjualan ?
2. Bagaimana pengembangan usaha kacang jarak khas Barabai melalui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui manajemen pengembangan produk kacang jarak khas Barabai melalui diversifikasi varian rasa guna memajukan penjualan.

2. Untuk mengetahui pengembangan usaha kacang jaruk khas Barabai melalui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan nantinya diperoleh hasil-hasil yang berguna sebagai bahan informasi dan berguna untuk :

1. Meningkatkan pemahaman wawasan dan pengetahuan tentang permasalahan yang diteliti, baik bagi peneliti sendiri maupun pihak terkait untuk mengetahui secara detail tentang permasalahan manajemen pengembangan produk.
2. Sebagai Sumbangsih pemikiran untuk menambah intelektual khazanah dalam bentuk karya ilmiah untuk pengembangan ilmu pengetahuan di perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya, serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini.
3. Sebagai informasi dan masukan bagi para pengusaha atau pengusaha kacang jaruk lainnya untuk memanfaatkan peluang pada pengembangan produk terutama pada varian rasa.
4. Bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian lebih mendalam pada masalah yang sama tetapi dari sudut pandang yang berbeda.

E. Definisi Operasional/Batasan Istilah

Untuk menghindari perbedaan pandangan mengenai pembahasan dalam penelitian ini, Ada beberapa istilah yang perlu dijelaskan terkait judul penelitian ini yaitu:

1. Manajemen adalah suatu langkah yang dilakukan guna untuk tujuan mengatur apa yang harus dilakukan dengan baik, tepat dan terstruktur dengan efektif dan pimpinan yang akan bertanggung jawab atas jalannya suatu perusahaan dan organisasi. Manajemen dalam penelitian ini yaitu menyelidiki bagaimana yang dilakukan oleh usaha kacang jaruk khas Barabai produksi Hj. Sri Yati.
2. Pengembangan adalah suatu kegiatan yang mengarah lebih baik untuk megembangkan produk dan meningkatkan pendapatan penjualan dengan menciptakan produk baru atau menambah pemasaran agar konsumen tidak berpindah ke produk pesaing. Sedangkan yang dimaksud penulis adalah suatu kegiatan dalam rangka memperluas usaha di kegiatan mencari peluang dari segi kretifitas penambahan varian rasa. UKM yang terkhusus pada usaha kacang jaruk khas Barabai produksi Hj. Sri Yati.
3. Diversifikasi adalah suatu kebijakan upaya untuk mengembangkan produk melalui ide-ide inovatif terbaru guna melayani kepuasan konsumen dipasar dan menstabilkan atau meningkatkan pendapatan penjualan dari peluang pertumbuhan baru. Sedangkan diversifikasi yang penulis maksud disini adalah bagaimana inovasi penambahan ide-ide untuk produk kacang jaruk dalam konteks varian rasa yang nantinya akan menghasilkan peluang untuk

memajukan penjualan.

4. Usaha adalah bisnis yang menghasilkan keuntungan tertentu yang dilakukan dengan modal yang digunakan untuk menciptakan bisnis. Dalam sebuah bisnis terdapat beberapa faktor penting, salah satunya adalah potensi dan peluang bisnis. Sedangkan Usaha yang penulis maksud disini adalah usaha kacang jaruk khas Barabai produksi Hj. Sri Yati yang diteliti dibagian proses pengembangan dari varian rasa, penelitian tersebut berlokasi di Jalan Haruyan Seberang, RT.006/ RW.002, Kecamatan Haruyan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan Kode Pos 71363. Karena pada online market produk kacang jaruk merek Hj. Ati produksi Hj. Sri Yati di produksi di Kecamatan Haruyan Kabupaten Hulu Sungai Tengah yang beribu kota di Barabai yang mana hal tersebutlah dan hal ini diperkuat dengan temuan dari peneliti yang melihat pada online market seperti *shoppe*, toko pedia dan lain-lain yang menyebutkan kacang jaruk Khas barabai produksi Hj. Sri Yati pada judul/*headline* penjualan mereka untuk di daerah kota Barabai. Banyak sekali UMKM yang menjual cemilan kacang jaruk ini dari berbagai produksi, tetapi pasti ada pembeda dari usaha kacang jaruk produksi Hj. Sri Yati ini dengan pelaku UMKM lainnya yaitu produksi ini memiliki kelengkapan surat izin usaha dan sering mewakili daerah HST untuk produk cemilan khas HST atau KALSEL pada pameran-pameran sampai tingkat Nasional. Tetapi untuk permasalahan sekarang produsen masih kurang inovatif dalam produk yangmana nantinya dilakukan varian rasa.

F. Kajian Pustaka/ Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesalahpahaman maka dilakukanlah penelaahan dan untuk memperjelas permasalahan yang peneliti bahas, maka kajian pustaka diperlukan untuk membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti. Berikut ini penelitian sejenis yang telah diteliti, yaitu:

1. Siti Khodijah (2019) Judul: *Manajemen Pengembangan Usaha Hj.Enong Bakery*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat deskriptif. Subjek penelitian ini adalah manajer Hj. Enong Bakery, Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengolahan data yang ada secara editing dan deskripsi. Melalui teknik analisis deskriptif kualitatif penelitian ini menghasilkan temuan-temuan: pertama manajemen pengembangan usaha Hj. Enong Bakery yang berkaitan dengan beberapa aspek yang saling mendukung satu sama lain yaitu aspek manusia, keuangan, manajemen dan organisasi, produksi, serta aspek pemasaran yang dikelola dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan usaha Hj. Enong yang cukup pesat. Kedua kendala yang dihadapi Hj. Enong dalam mengembangkan usaha terletak pada sumber daya manusia (SDM) atau karyawan dalam produksi, bahan baku yang cenderung naik, serta banyaknya usaha yang sejenis yang tentunya dapat menghambat usaha Hj. Enong Bakery dalam mengembangkan usaha.
2. Nur Imron (2017) Judul: *Manajemen Pengembangan Usaha Raja Salad Buah di Banjarmasin*. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field*

research) yang bersifat deskriptif, berlokasi di Banjarmasin. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengolahan data yang ada adalah editing dan deskripsi, data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif. sehingga dapat ditarik kesimpulan. Melalui teknik analisis deskriptif kualitatif, penelitian ini menghasilkan temuan sebagai berikut: pertama, manajemen pengembangan bisnis Raja Salad terkait dengan beberapa aspek yang saling mendukung, yaitu aspek manusia, keuangan, manajemen dan organisasi, aspek produksi dan pemasaran yang dikelola dengan baik. Hal ini terlihat dari pesatnya perkembangan bisnis Raja Salad. Kedua: kendala yang dihadapi Raja Salad dalam mengembangkan usaha berupa keterbatasan modal dan cuaca yang tidak menentu yang tentunya dapat menghambat Raja Salad dalam mengembangkan usaha. Ketiga: berdasarkan tinjauan ekonomi syariah, pengelolaan pengembangan usaha Raja Salad dapat dikatakan sesuai dengan syariah. Hal ini terlihat dari apa yang dilakukan para pemimpin bisnis Raja Salad tidak keluar dari syariah Islam dan selalu mengutamakan kejujuran dalam setiap bisnis dan menjelaskan apa yang perlu dijelaskan. Melaksanakan perencanaan bisnis yang matang, dengan memiliki struktur atau kerangka organisasi yang jelas, dan selalu memperhatikan kebersihan dan kehalalan bahan baku serta menghindari secara tegas bisnis yang mengandung unsur riba.

3. Puji Cahyo Astik (2017) judul: *Pengembangan Produk Melalui Diversifikasi dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (studi pada pabrik roti sari asri hadimulyo timurmetro pusat)*. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif dengan teknik analisis kualitatif dan metode berpikir induktif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk melalui diversifikasi dalam upaya meningkatkan volume penjualan telah dilakukan dengan sebaik-baiknya oleh pemilik pabrik Asri Sari Roti. Strategi yang diterapkan adalah strategi produk dimana perusahaan lebih cenderung mengutamakan sisi produk. Sehingga kebijakan strategi diversifikasi merupakan salah satu langkah yang dilakukan untuk mengatasi penurunan volume penjualan.
4. Albertus Prakas Sanjaya (2020) judul: *Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Penjualan Mesin Diesel (studi pada toko sinar teknik kutoarjo)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang efektif untuk peningkatan penjualan mesin diesel pada Toko Sinar Teknik melalui analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan beberapa pemegang kepentingan Toko Sinar Teknik. Selain metode wawancara, penulis juga menggunakan metode observasi untuk memperdalam data yang didapat. Data sekunder

diperoleh melalui studi pustaka dari Toko Sinar Teknik serta dokumentasi penulis. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, strategi pemasaran yang efektif digunakan untuk peningkatan penjualan mesin diesel berada di kuadran 1 yakni mendukung strategi agresif (SO) dengan melakukan beberapa strategi.

Secara keseluruhan, perbandingan penelitian sebelumnya dengan penulis adalah subjek dan objek dalam analisis penelitian, serta metode penelitian.

G. Sistematika Pembahasan (Out Line Sementara)

Penyusunan laporan penelitian ini untuk memberikan gambaran mengenai isi bahasan skripsi yang terdiri dari 5 (lima) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah yang membahas bagaimana kerangka dasar berpikir dibalik masalah yang akan diteliti. Masalah yang telah diuraikan pada latar belakang masalah kemudian akan diteliti dengan menyusunnya dalam rumusan masalah. Setelah perumusan masalah diputuskan tujuan penelitian yaitu hasil yang diinginkan peneliti dari informan atau responden. Agar tujuan penelitian tidak menyimpang dari tujuan yang dimaksudkan, maka peneliti membuat definisi operasional untuk membatasi teori-teori dalam penelitian ini. Untuk memudahkan penulisan laporan ini, peneliti juga membuat *literature review*, dan terdapat sistematika penulisan.

Bab II LANDASAN TEORI, Pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yakni teori tentang Manajemen (pengertian manajemen, fungsi manajemen, manajemen strategi), Pengembangan produk (pengertian pengembangan produk, tujuan pengembangan produk, tahapan pengembangan produk, pengertian produk halal, pengertian analisis SWOT serta fungsi dan manfaatnya, Diversifikasi Produk (pengertian diversifikasi produk, tujuan diversifikasi produk, dan strategi diversifikasi produk), Bab dua ini nantinya yang akan menjadi dasar teori yang akan digunakan peneliti dalam menganalisis data pada bab empat.

BAB III METODE PENELITIAN, dalam metode penelitian ini terdiri atas jenis dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN, yang berisi tentang pemaparan mengenai manajemen pengembangan produk yang dilakukan oleh usaha kacang jarak khas Barabai produksi Hj. Sri Yati serta hasil pengembangan usaha kacang jarak khas Barabai melalui analisis SWOT tersebut yang terdiri dari hasil wawancara, analisis dan pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP, yang berisi jawaban atas masalah/esensi dan isi skripsi secara keseluruhan yang akan dimasukkan dalam simpulan dan dilengkapi dengan saran oleh peneliti untuk peneliti selanjutnya.