

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Seperti diketahui manajemen pada dasarnya merupakan proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perencanaan pengorganisasian pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Sejalan dengan itu maka manajemen produksi atau operasi merupakan proses pengambilan keputusan didalam usaha untuk menghasilkan barang atau jasa sehingga tepat sasaran yang berupa tepat waktu, tepat mutu, tepat jumlah dengan biaya yang efisien, oleh karena itu manajemen produksi atau operasi mengkaji pengambilan keputusan dalam fungsi produksi, atau operasi.

Melalui kegiatan produksi atau operasi segala sumber daya masukkan perusahaan diintegrasikan untuk menghasilkan keluaran yang memiliki nilai tambah. Produk yang dihasilkan dapat berupa barang jadi, barang setengah jadi dan jasa. Oleh karena itu, kegiatan produksi atau operasi menjadi salah satu fungsi utama perusahaan.<sup>1</sup>

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen. Pemasaran merupakan suatu kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi, dengan mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien, serta mengarahkan arus barang atau jasa yang dibutuhkan dari produsen kepada pelanggan atau klien.<sup>2</sup>

Saat ini, kegiatan dalam bidang pemasaran memiliki peranan yang penting dalam dunia bisnis, hal ini disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dimana perusahaan

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Salemba, Jakarta, hal. 98.

<sup>2</sup> E. Jerome dan William, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 1996, hal. 8.

berhubungan langsung dengan konsumen. Kegiatan pemasaran ini harus memberikan kesan yang baik di mata konsumen, dimana perusahaan harus memberikan layanan serta hasil produk berupa barang dan jasa yang terbaik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada para konsumen, karena kepuasan konsumen menjadi tolak ukur serta keberhasilan perusahaan dalam mengasihkan produk yang berkualitas dan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Peranan dari pemasaran adalah menyediakan arah bagi perusahaan. Konsep pemasaran menekankan bahwa upaya perusahaan seyogyanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan target dan menghasilkan laba.<sup>3</sup>

Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukannya manajemen yang baik dalam pemasaran pada suatu perusahaan. Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Di dalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi.

Pada umumnya tujuan dari didirikannya suatu perusahaan adalah untuk mencari laba semaksimal mungkin serta usaha yang berkesinambungan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu untuk

---

<sup>3</sup> *Ibid*, hal. 42.

menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Misalnya tentang produk yang akan dipasarkan dan pengembangan produknya. Sebab produk yang dipasarkan perlu di manaj sedemikian rupa agar produk laku dipasaran selain produk dimanaj juga perlu dikembangkan agar konsumen tertarik dengan produk-produk baru hasil dari pengembangan tersebut.

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan berupa barang, jasa, informasi dan lain sebagainya untuk memenuhi kebutuhan. Pengembangan produk adalah kegiatan-kegiatan pembuat yang bermaksud melakukan penyesuaian barang untuk dijual atas permintaan pembeli.

Bagi masyarakat Kabupaten Kudus, keberadaan Pasar Kliwon membawa kebanggaan sendiri, khususnya bagi warga Kudus yang berprofesi sebagai pedagang. Pasar Kliwon adalah pasar terbesar di Kota Kudus bahkan salah satu dari tiga pasar grosir terbesar di Pulau Jawa, setelah Pasar Tanah Abang di Jakarta dan Pasar Klewer di Solo, Terbukti, tidak sedikit para pedagang dari luar Jawa juga mengambil dagangannya di sini. “Para pedagang dari Kalimantan, Madura, bahkan dari Maluku pun ada yang mengambil (kulakan) barang dagangannya di sini,” ujar H. Noryoto, salah seorang pedagang konveksi di Pasar Kliwon Kudus. Pasar Kliwon Terdiri dari 2.355 kios yang 75 % nya merupakan kios grosir konveksi dan tekstil.<sup>4</sup>

Nazila Collection menjadi objek penelitian merupakan usaha yang bergerak dibidang pakaian. Salah satu upaya yang dilakukan Nazila collection dalam Memanajemen dan Mengembangkan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus.

Ketertarikan peneliti terhadap objek penelitian ini (*Nazila Collection*) adalah karena usaha ini adalah usaha yang dilakukan dirumah, tidak memproduksi sendiri, tetapi berani ikut bersaing dengan pedagang yang sudah

---

<sup>4</sup> <http://wanitakudus.blogspot.co.id/2013/08/pasar-kliwon-kudus-pasar-grosir-texstil.html>  
Diunduh hari senin Tanggal 21 Maret 2016, jam 19.25 WIB

besar, ketertarikan ini lebih disebabkan karena cara memenaj dan mengembangkan produk yang dimilikinya.

Berdasarkan latar belakang seperti yang telah disebutkan di atas menjadi dasar dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan judul : “Analisis Manajemen dan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus (Studi Kasus di Nazila Collection Prambatan Kudus)”

## **B. Fokus Penelitian**

Untuk mengetahui lebih detail arah pembahasan dari permasalahan di atas, maka dalam penelitian ini terfokus pada Manajemen dan Pengembangan Produk usaha Pakaian Muslimah Dewasa Nazila Collection dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang diatas dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Manajemen usaha Pakaian Muslimah Dewasa Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus?
2. Bagaimana Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus?
3. Apa faktor penghambat Manajemen dan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus?
4. Bagaimana Solusi Nazila *Collection* dalam mengatasi hambatan pelaksanaan Manajemen dan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus?

#### D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk memaparkan Manajemen usaha Pakaian Muslimah Dewasa Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus.
2. Untuk menjelaskan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus.
3. Untuk mendiskripsikan faktor penghambat Manajemen dan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus
4. Untuk memaparkan Solusi Nazila *Collection* dalam mengatasi hambatan pelaksanaan Manajemen dan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus.

#### E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi yang jelas baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut, diantaranya:

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan serta sebagai sarana untuk menambah dan mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan, khususnya tentang Manajemen dan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus.

##### 2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan motivasi bagi para pelaku usaha sekaligus dapat digunakan dalam menjalankan strategi ke depan, khususnya tentang

Manajemen dan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus.

#### **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (Lima) bab, dimana masing-masing bab dibagi menjadi beberapa sub bab. Bagian awal meliputi : halaman judul, nota persetujuan, pengesahan, pernyataan, motto, persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi. Bagian inti terbagi menjadi beberapa bab meliputi :

1. Bab I Pendahuluan

Terdiri dari enam sub bab meliputi : Latar Belakang, Fokus Penelitian, Rumusan masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan Skripsi.

2. Bab II Kajian Pustaka

Terdiri dari tiga sub bab meliputi : Deskripsi Pustaka, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

3. Bab III Metode Penelitian

Terdiri dari tujuh sub bab meliputi : Jenis Penelitian, Pendekatan Penelitian, Sumber Data, Lokasi Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Uji Keabsahan Data, Teknik Analisa Data.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Terdiri dari tiga sub bab meliputi : Hasil Penelitian yang memuat tentang beberapa hal sebagai berikut : pertama gambaran umum Nazila *Collection*, kedua tentang hasil penelitian, yang ketiga mengenai pembahasan.

5. Bab V : Penutup

Terdiri dari dua sub bab meliputi : Kesimpulan, Saran.

Bagian akhir meliputi daftar pustaka, lampiran dan lain-lain.