BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan yang keras, dinamis, dan dipenuhi ketidak pastian yang terjadi dihampir semua pasar dewasa ini mengisyaratkan adanya kebutuhan tiap-tiap perusahaan untuk selalu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pelanggan dan tindakan pesaing melalui upaya-upaya penyampaian customer value secara lebih memuaskan kepada pelanggan. Kondisi ini merupakan suatu latar mengapa pengembangan produk baru menjadi keharusan agar perusahaan tetap dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.Upaya pengembangan produk baru dan strategi yang efektif seringkali merupakan faktor penentu kelangsungan hidup suatu perusahaan.[1]

Berbagai cara dilakukan oleh pelaku bisnis agar usaha yang dijalankan tetap bertahan di tengah-tengah persaingan yang ada. Suatu usaha didirikan dan dikelola untuk menghasilkan suatu produk, baik berupa barang maupun jasa. Produk itu dipasarkan dan dijual kepada pihak lain, baik individu, maupun kelompok yang memerlukan produk itu untuk memenuhi sebagian kebutuhannya. Dengan demikian, diperlukan pemasaran yang baik karena

[1] Nurilda Wardiah, Pengembangan Produk Baru dan Model-Model Evaluasi Produk Baru, (Jurnal Manajemen Maranatha Volume 2, Mei 2003), 93-94

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemasaran merupakan salah satubidangfungsional yang peranannya sangat stratejik dalam kehidupan suatu usaha.[2]

Dalam sebuah bisnis perusahaan harus memiliki strategi untuk terus mengembangkan produk baik itu dalam menciptakan produk baru maupun meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Dengan cara ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan atau *profit*.[3]

Pengembangan produk barumemerlukan strategi yang tepat bersama-sama dengan aspek pendukungnya, seperti manusia, infrastruktur, budaya, dan inovasi yang berkelanjutan. Untuk mampu bertahan di pasar, perusahaan senantiasa berusaha dengan berbagai cara untuk berada di depan para pesaingnya dengan menciptakan produk yang sangat baru, proses yang berbeda, memanfaatkan infrastruktur yang sama atau berbeda. Membutuhkan ketrampilan baru, meluncurkan produk evisien untuk menghemat biaya, atau dengan menciptakan produk yang tergolong mudah tetapi dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.Strategi pengembangan produk merupakan suatu tugas dan tanggung jawabbagi sebuah perusahaan, baik perusahaan yang bergerak dibidang jasa maupun perdagangan.Pengembangan produk juga ditujukan untuk meningkatkan keunggulan bersaing bagi perusahaan.

---

[2]Ronald Nangoe, 1996, *Menetapkan Fungsi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 100.
[3]Jeff Madura, 2001, *Pengantar Bisnis*, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat, 84.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bila suatu perusahaan masih tetap ingin bertahan dalam suatu persaingan, tanpa adanya suatu pengembangan produk perusahaan akan mengalami kemunduran dalam usahanya. Pengembangan produk dapat dilakukan oleh perusahaan dengan cara menciptakan produk-produk yang baru yang lebih efektif maupun dengan cara merubah penampilan atau memberi inovasi-inovasi yang baru pada produk-produk yang sudah ada, sehingga dapat lebih menarik pelanggan dan juga ditujukan untuk meningkatkan kembali gairah nasabah atau konsumen kepada produk-produk lama dimana nasabah atau konsumen sudah mulai bosan dengan produk-produk tersebut.

Bisnis pakaian merupakan salah satu bisnis dengan prospek yang menjanjikan.Pakaian merupakan kebutuhan primer bagi manusia. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang mutlak harus dipenuhi dan tidak dapat diganti dengan yang lain, karena jika suatu kebutuhan tidak terpenuhi, orang akan merasa kehilangan dan tidak bahagia. Semakin penting kebutuhan itu bagi manusia, semakin kuat pula perasaan tidak bahagia itu. Seseorang yang tidak puas akan melakukan satu di antara dua hal mencari barang yang akan memuaskannya atau mencoba meniadakan kebutuhannya.[4]

Jilbab bukanlah sembarang pakaian dan semata pakaian,tetapi ia mengandung kehormatan, kemuliaan dan ke-Islaman seseorang. Jilbab ini bukan hanyasekedar simbol pakaian umat Islam yang memberi arti sangat

[4] Philip , 1994, *Marketing*, Herujati Purwoto Jakarta: Erlangga, 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendalam yakni pakaian kebangsaan umat Islamsebagai ibadah/aplikasi kepatuhan teradap perintah Allah SWT dan Rasul-Nya.[5]

Suatu kain yang berfungsi sebagai penutup aurat wanita kini sedang ramai dipergunakan sebagai *trend setter* dunia fashion.Jilbab adalah pakaian yang wajib hukumnya di kalangan perempuan muslimah. Dalam ajaran Islam perempuan muslim dianjurkan menggunakan jilbab untuk menutup seluruh badan kecuali muka dan telapak tangan. Perintah untuk berbusana muslimah yang sesuai syar'i dikhususkan kepada kaum wanita dengan pertimbangan karena yang menjadi pusat perhatian adalah kaum wanita.Oleh karena itu, disaat wanita yang sudah baligh berpergian keluar rumah maka dianjurkan baginya untuk mengenakan busana yang sesuai dengan syar'i, yakni busana yang menutup aurat.Sementara busana yang sesuai dengan syar'i harus memenuhi beberapa syarat tertentu.Perintah berjilbab adalah perintah langsung dari Allah yaknidalam firman-Nya QS.al-Ahzab ayat 59.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّبِيُّ قُل لِّأَزۡوَٰجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَآءِ ٱلۡمُؤۡمِنِينَ يُدۡنِينَ عَلَيۡهِنَّ
مِن جَلَٰبِيبِهِنَّۚ ذَٰلِكَ أَدۡنَىٰٓ أَن يُعۡرَفۡنَ فَلَا يُؤۡذَيۡنَۗ وَكَانَ ٱللَّهُ غَفُورٗا
رَّحِيمٗا ٥٩

Artinya :

"Hai Nabi, katakanlah kepada istri-istrimu dan anak-anak perempuanmu, dan istri-istri orang mukmin, hendaklah mereka menutupkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka, yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk

[5] Dr. Fuad Mohd. Fachruddin, 1984, *Aurat dan Jilbab Dalam Pandangan Mata Islam*, Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya, 41

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang".(QS. al-Ahzab :59).[6]

Firman Allah SWT di atas tersebut secara tegas menerangkan bahwa setiap wanita yang mengaku beriman haruslah memakai jilbab. Ayat di atas juga menjelaskan bahwa Allah SWT memberikan jaminan bagi wanita mukmin yang memakai jilbab bahwa mereka akan lebih aman dari gangguan dibandingkan dengan mereka yang biasa memakai pakaian mini, bahkan lebih berbahaya lagi bagi wanita yang berpakaian auratnya terbuka.Batasan-batasan aurat wanita muslimah mulai dari bagaian muka dan telapak tangan baik dalam keadaan sholat maupun tidak.Disitulah peran jilbab sebagai penutup aurat selain itu juga sebagai identitas kebaikan, kesopanan dan keta'atanseorang wanita muslimah.

Karena ajaran Islam sendiri tidak menentukan corak atau modeljilbab secara lebih rinci, maka jilbab disini lebih merupakan produk dari suatu kebudayaaan.Jadi jilbab hanya sekedar "mode" maka dalam mengenakannya dapat berbeda antara masyarakat satu dengan yang lainnya,tergantung pada selera masing-masing masyarakat yang bersangkutan. Disamping itu mode jilbab juga berubah-ubah dari waktu ke waktu sesuai dengan perubahan zaman saat ini.

Jilbab rajut merupakan suatu produk awal dalam mengkolabarasikan antara jilbab dengan kerajinan rajut yang bisa menjadi peluang usaha untuk

[6]Departemen Agama. 2007. *Syamil al-Qur'an*. Bandung: Syamil.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meramaikan pasar, Keunikan dari tiap rajutan yang saling terkait dalam produk jilbab rajut ini dapat memberikan keuntungan bagi pengrajin.Modal utama dari bisnis tersebut adalah ketrampilan dan ketelitian dalam menghasilkan kerajinan rajut.

Rima Rajut merupakan sebuah usaha rajut berlokasi di jalan Kutisari IV/22 Surabaya 60291.Dari beberapa produk yang ia buat. Rima Rajut menjual berbagai macam produk rajutannya Mulai dari bros kecil rajut seharga Rp 2 ribu hingga busana pengantin rajut seharga Rp 5 juta, dan juga berbagai macam tas rajut, bros rajut, penutup galon rajut, taplak rajut, baju rajut, baby set rajut, handle tas rajut. Dari semua produk rajutan yang ia buat, jilbab menjadi produk unggulannya.[7]

Agar pelaku bisnis dapat bertahan dipersaingan pasar yang ada, diperlukan strategi yang tepat untuk persaingannya.Dengan menciptakan produk baru yang lebih efektif maupun merubah tampilan atau memberi inovasi pada produk yang sudah ada, merupakan strategi Rima Rajut dalam mengembangkan produk jilbab barunya.Jilbab adalah identitas umat islamyangjugasebagai penutup aurat wanita yang kini sedang ramai dipergunakan sebagai fasion. Dari situmenjadi peluang bisnis bagi Rima Rajut untuk mengembangkannya menjadi jilbab rajut.

[7]Ulviyatun Ni'mah “Rima Rajut; Bisnis Rajutan yang Menggembirakan”, di akses pada 8 Maret 2016 di https://ulvi90.wordpress.com/2015/09/19/rima-rajut-bisnis-rajutan-yang-menggembirakan/Html.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berkaitan dengan uraian di atas maka peneliti ingin meneliti tentang,Strategi Pengembangan ProdukJilbab Baru (Studi Kasus Jilbab Rajut Di Rima Rajut Surabaya).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pengembangan produk jilbab rajut di Rima RajutSurabaya ?
2. Apa saja kendala dan cara mengatasinya ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dalam penulisan ini adalah sebagaiberikut :

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk jilbab rajut di Rima Rajut Surabaya.
2. Untuk mengetahui kendala dan cara mengatasinya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

   Untuk refleksi tentang produk tersebut, sehingga pihak Rima Rajut dapat menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas produknya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bagi Penulis

   Semoga hasil penelitian ini sangat bermanfaat bagi para pembaca sebagai sarana untuk menambah pengetahuan mengenai penelitian pengembangan produk baru.

3. Bagi Dunia Akademisi atau Dunia Pendidikan

   Sebagai masukan untuk perkembangan penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran dalam bentuk skripsi untuk menambah referensi bagi penelitian yang sejenis.

E. Devinisi Konsep

Untuk mengindari kekeliruan pemahaman pembaca terhadap maksud judul "Strategi Pengembangan Produk Jilbab Baru (Studi Kasus Jilbab Rajut Di Rima Rajut Surabaya)", maka kiranya perlu dijelaskan istilah-istilah atau kata-kata yang terdapat didalam judul tersebut.

1. Strategi

   Strategi adalah cara terbaik untuk mencapai suatu sasaran atau untuk melaksanakan suatu pekerjaan. Selain itu strategi berarti penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang organisasi atau perusahaan.Pada saat perusahaan ingin memenangkan persaingan pada suatu industri satu hal yang harus diputuskan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaitu siasat yang harus diberlakukan.Keberhasilan Pengembangan suatu siasat tidak lepas dari sumber daya dan kecakapanpendayagunaannya.[8]

2. Pengembangan ProdukBaru

Usaha yang dilakukan perusahaan untuk menghindari penurunan volume penjualan.Pengembangan produk dapat berupa perbaikan dari produk yang sudah ada atau berusaha menciptakan produk baru untuk diproses dan dipasarkan dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada pasar saat ini.[9]

3. Jilbab

Jilbab dalam surat Al-Ahzab 59 yang disebutkan dalam ayatnya dengan kata *al-jalabib* yang merupakan bentuk jamak dari jilbab, yaitu baju kurung yang meliputi seluruh tubuh wanita, lebih dari baju biasa dan kerudung.[10]

4. Jilbab Rajut

Jilbab rajut mirip seperti pashmina, yakni panjang dengan empat sisi.Bagi yang tidak suka bergo, ini adalah alternatifnya karena lebih kasual dan seringkali dikenakan pada kegiatan sehari-hari. Jilbab rajut juga menjadi pilihan favorit wanita-wanita muslim. Mungkin karena detailnya kelihatan sempurna yang diselipkan di sudut-sudut jilbab, dan terkesan sangat mewah

---

[8]Pontas M. Pardede, 2011, *Manajemen Strategik Dan Kebijakan Perusahaan,*Jakarta: Mitra Wacana Media, 28

[9] Okky Rizkia Yustian, 2014, Analisis Pengembangan Produk Susu Murni dan Yoghurt Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) Dalam Rangka Keputusan Bisnis (Studi kasus pada PT. MSA), Jurnal Economics & Business Research Festival 13 Nov. 202

[10]Ahmad Mustofa Al-Maraghi, 1989, *Terjemah Tafsir Al-Maraghi*, Semarang: CV Toha Putra, Juz 22, 59

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bila dikenakan.Belum lagi jika digabungkan bersama aksesoris-aksesoris tambahan yang pastinya menambah kesempurnaan.[11]

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan serta pengertian tentang skripsi,sistematika pembahasan merupakan urutan sekaligus kerangka berfikir dalam penulisan skripsi. Untuk lebih mudah memahami penulisan skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan, sebagai berikut:

Sebelum masuk pada bab pertama serta bab berikutnya, maka penulisan skripsi ini diawali dengan: halaman judul, halaman persetujuan dosen pembimbing, halaman pengesahan tim penguji, halaman motto dan persembahan, halaman pernyataan pertanggungjawaban otentitas skripsi, halaman kata pengantar, daftar isi, daftar tabel kemudian diikuti bab pertama.

Bab pertama:menjelaskan tentang pendahuluan,bab ini berisi latar belakang penulis mengangkat tema yang akan dibahas dalam skripsi, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual dan sistematika pembahasan.

Bab kedua:menjelaskantentang kajian teoritik, bab ini berisi tentang teori-teori apa saja yang dipakai dalam skripsi, menjelaskan tentang teori dankepustakaan dari judul penelitian, terutama langkah yang diambil dalam

[11]http://caramemakaijilbabmu.blogspot.co.id/p/macam-macam-jilbab.htmldi akses pada 8 april 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyelesaian. Bab iniadalah mencocokkan beberapa literatur yang ada, baik dari buku, skripsi, maupun jurnal yang sesuai dengan judul penelitian.

Bab ketiga:menjelaskan tentang metode penelitian, bab ini berisi tentangjenis penelitian yang dipergunakan peneliti untuk mencocokkan data atau informasi yang telah didapat. Sehingga mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi dengan persetujuan dosen pembimbing.

Bab keempat:menjelaskan tentang hasil penelitian, pada bab ini memuat gambaran umum perusahaan, tentang profil perusahaan, sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, produk-produk perusahaan dan strategi pengembangan produk baru serta kendala mengatasi pengembangan produk baru dimana hasil penelitian ini adalah yang terpenting dalam penulisan skripsi.

Bab kelima: menjelaskan tentang penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian, kritik dan saran atas penelitian yang dilakukan penulis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id