

**STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK BATIK
(Studi Pada *Home* Industri Batik HZ Sokaraja Tengah
Kabupaten Banyumas)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**NURIYAH FATKHUL JANNAH
NIM.1423203064**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2019**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara berkembang mengalami perubahan dari Negara bercorak agraris menuju industri, yang mana dampak dari industri adalah banyaknya persaingan-persaingan dalam perusahaan manufaktur. Suatu usaha tidak akan mampu bertahan ketika perusahaan itu tidak mampu bersaing dengan usaha-usaha lain. Fenomena yang terjadi saat ini banyak usaha yang gulung tikar karena sudah tidak mampu bersaing dengan usaha yang lainnya. Menurut porter, intensitas persaingan dalam suatu industri/perusahaan bukanlah masalah kebetulan atau nasib buruk. Sebaliknya, persaingan dalam suatu industri atau perusahaan berakar dalam struktur ekonomi yang mendasarinya dan berjalan diluar pelaku pesaing yang ada.¹ Oleh karena itu, dalam sebuah bisnis perusahaan harus memiliki strategi untuk terus mengembangkan produk baik itu dalam menciptakan produk baru maupun meningkatkan kualitas produk ataupun pelayanan untuk memuaskan pelanggan khususnya pada *home* industri.²

Produk merupakan salah satu dari faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, di samping harga dan jangkauan distribusinya. Oleh karena itu setiap *home* industri mengembangkan produknya, agar mampu bersaing dengan produk-produk perusahaan di pasar. Unsur yang terpenting dalam produk adalah mutu atau kualitas.³ Mutu atau kualitas suatu barang pada umumnya diukur dengan tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan. Seberapa besar kepuasan yang diperoleh pelanggan tergantung dari tingkat kecocokan penggunaan masing-masing pelanggan. Seorang pengusaha membeli produk yang digunakan sebagai bahan baku akan mengatakan barang

¹ Michael Porter, *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, terj. Tim Binarupa Aksara, (Jakarta: Erlangga, 1994), hlm. 2.

² Jeff Madura, *Pengantar Bisnis, Buku 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 84.

³ Yusuf al-Qardaawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Didin Hafiduddin dkk, (Jakarta: Rabbani Press, 1997), hlm. 25.

tersebut mempunyai kualitas baik jika barang tersebut dirasa cocok penggunaannya dan mempunyai kemampuan memproses bahan baku menjadi barang jadi dengan biaya rendah dan sisa yang minimal. Dengan demikian, kualitas mencakup kegiatan yang berkaitan dengan tercapainya kepuasan pemakai barang tersebut.⁴

Kualitas dianggap sangat penting bagi organisasi karena meningkatkan reputasi perusahaan. Perusahaan yang telah menghasilkan atau jasa yang berkualitas akan mendapat predikat sebagai organisasi yang mengutamakan kualitas, disamping itu juga dengan menghasilkan produk yang berkualitas, akan tercapai sebuah kegiatan produksi yang efektif dan efisien. Oleh karena itu, setiap *home* industri dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifikasi yang terbaik agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi secara optimal.

Upaya peningkatan kualitas harus dilakukan secara menyeluruh dan terus-menerus sesuai perkembangan selera konsumen. Hal ini disebabkan kriteria kualitas untuk setiap barang akan berbeda-beda baik dalam jenis maupun tingkat penggunaannya, selain juga dipengaruhi oleh konsumen serta maksud penciptaan barang tersebut. Menurut Fandy Tjiptono, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁵

Hal tersebut menuntut *home* industri untuk dapat merumuskan kembali strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kemampuan bersaing dalam melayani konsumen. Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Allison menjelaskan bahwa strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi. Strategi adalah pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi.⁶ Strategi yang tepat dapat menarik pelanggan

⁴ Kwat Ismanto, *Manajemen Syariah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 84.

⁵ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm. 4.

⁶ Michael Allison dan Jude Kaye, *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), hlm. 3.

hendaknya disusun secara cermat, agar pelanggan mau membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Lebih dari itu dengan segala kiatnya perusahaan juga harus berupaya agar pelanggan dapat menjadi setia terhadap produk tersebut.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan *home* industri. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama terhadap harapan pelanggan serta kebutuhannya. Dengan demikian *home* industri dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana *home* industri memaksimalkan pengalaman para pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.⁷

Perusahaan tentunya mengharapkan dapat memperoleh keuntungan yang maksimum dalam menjalankan usahanya. Dalam ilmu ekonomi konvensional motif memaksimalkan keuntungan menjadi prioritas utama. Dalam Islam konsep tersebut tidak sepenuhnya salah, karena setiap orang memproduksi barang akan mempunyai tujuan yang sama. Akan tetapi dalam Islam tujuan memaksimalkan keuntungan bukan tujuan utamanya karena tujuan utama tetap akhirat. Akhlak utama dalam produksi yang wajib diperhatikan kaum muslimin, baik secara individual maupun secara bersama ialah bekerja pada bidang yang dihalalkan Allah tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya.⁸

Prinsip dasar ekonomi Islam adalah keyakinan kepada Allah sebagai *Rabb* dari alam semesta. Dengan keyakinan akan peran dan kepemilikan yang absolut dari Allah *Rabb* semesta alam, maka konsep produksi di dalam ekonomi Islam tidak semata-mata bermotif memaksimalkan dunia, tetapi lebih penting untuk mencapai memaksimalkan keuntungan akhirat. Firman Allah SWT:

⁷ M.N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 22.

⁸ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN Yogyakarta, 2004), hlm.

وَأَبْتَعِ فِيمَا َوَاتَكَ اللَّهُ الدَّارَ َأْلْءَاخِرَةَ َوَلَا تَسْ نَصِيكَ مِنْ َألدُّنْيَا َط
 وَأَحْسِنِ كَمَا َو أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ َط وَلَا تَبِعِ َألفَسَادَ فِي َألْأَرْضِ َط إِنَّ اللَّهَ لَا
 يُحِبُّ َألمُفْسِدِينَ⁹

“Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu dari dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”¹⁰

Dalam ayat tersebut mengingatkan manusia untuk mencari kesejahteraan akhirat tanpa melupakan urusan dunia. Artinya, urusan dunia merupakan sarana untuk memperoleh kesejahteraan akhirat. Orang bisa berkompetisi dalam kebaikan untuk urusan dunia, tetapi sejatinya mereka sedang berlomba-lomba mencapai kebaikan di akhirat.¹¹

Para ahli ekonomi menetapkan bahwa produksi terjadi lewat peranan tiga atau empat unsur saling berkaitan alam, modal, dan bekerja. Sebagian ahli lain menambahkan unsur disiplin. Unsur yang utama adalah alam dan bekerja. Produktivitas timbul dari gabungan kerja antara manusia dan kekayaan bumi. Bumi adalah tempat kita untuk bekerja dan berusaha.¹²

Sebagai modal dasar berproduksi, Allah telah menciptakan kekayaan alam untuk manusia dengan berbagai macam jenisnya. Sumber daya alam merupakan amanat dari Allah SWT kepada manusia, sehingga pemanfaatannya harus dipertanggung jawabkan kelak, dan seorang muslim harus menggunakannya dalam kegiatan yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.¹³

Batik adalah corak atau gambar pada kain yang pembuatannya secara khusus dengan menerakan malam kemudian pengolahannya diproses dengan

⁹ QS.Al-Qashas (28):77.

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, (Bandung: Syma Examedia Arkanleema, 2009), hlm.394.

¹¹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam...*, hlm. 104.

¹² Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business and Echonomic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 285.

¹³ Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business and Echonomic Ethics...*, hlm. 43.

cara tertentu.¹⁴ Batik merupakan salah satu karya seni budaya bangsa Indonesia yang dikagumi dunia dan patut dilestarikan keberadaannya serta dibudidayakan secara maksimal, dan batik merupakan industri kerajinan yang merupakan usaha turun-temurun dari generasi ke generasi.

Momen penetapan batik sebagai warisan budaya dunia dari Indonesia, dimanfaatkan secara maksimal oleh para perajin batik di seluruh penjuru Nusantara, tidak terkecuali perajin batik di Banyumas. Busana batik semula hanya digunakan pada hari Swadesi/Jumat saja. Namun karena kenyamanan dan keindahannya, membuat batik kini digunakan hampir disetiap keseharian, baik untuk bekerja, maupun pada saat santai. Demikian pula daerah yang semula tidak mempunyai motif batik, dengan adanya momen tersebut mulai mencari-cari motif-motif batik yang kiranya mewakili daerah tersebut. Demikian juga dengan Banyumas, yang saat ini juga telah memiliki beberapa kampung Batik dalam rangka mengembangkan dan melestarikan kekhasan Banyumas.

Di banyumas sendiri terdapat 2 sentra batik, yang pertama di Banyumas lama dan yang kedua ada di sokaraja. Di Banyumas lama, sentra batik berada di Sudagaran, sebuah kampung yang berasal dari kata “Saudagar” tempat tinggal para saudagar yang sukses dan berhasil. Sementara satunya lagi adalah di Sokaraja salah satunya di Jalan Kauman, Desa Sokaraja Tengah Rt 04 Rw 01 Sokaraja Banyumas. Salah satu tempat yang produktif menghasilkan batik-batik Banyumas adalah *home* industri Batik HZ. Motif batik di *home* industri batik HZ beragam, namun tetap dalam pakem Batik Banyumasan, warna Batik Banyumas cenderung memiliki warna yang lebih gelap dan pekat. Rata-rata Batik Banyumas memang berwarna gelap dan sedikit pekat dari pada warna batik di Jawa Tengah lainnya. Sekarang batik tidak hanya orang tua saja yang memakainya, dewasa bahkan anak muda jaman sekarang banyak yang menyukai batik.¹⁵

¹⁴ Kamus Bahasa Indonesia/Tim Penyusun, *Kamus Pusat Bahasa*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm. 146.

¹⁵ Bapak Ngisomudin, Pemilik Home Industri Batik HZ Sokaraja Tengah, Banyumas Wawancara Langsung pada tanggal 14 Agustus 2018 jam 15:50.

Tabel 1.1
Hasil produksi *home* industri batik HZ Sokaraja Tengah Banyumas
Tahun 2014-2017¹⁶

Tahun	produk (unit)	persentase kenaikan
2014	1320	-
2015	1500	12,00%
2016	1740	13,79%
2017	2040	14,71%

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel diatas tiap tahun jumlah produksi *home* industri Batik HZ Sokaraja Tengah Banyumas mengalami peningkatan. Hasil produksi tersebut untuk menyusun rencana produksi kedepan dan produk ramalan penjualan. Dan hasil produksi tersebut merupakan produk yang dipesan dan untuk persediaan.

Tabel 1.2
Hasil Penjualan *home* industri Batik HZ Sokaraja Tengah Banyumas
Tahun 2014-2017¹⁷

Tahun	Penjualan	persentase kenaikan
2014	1.080	-
2015	1.200	10,00%
2016	1.440	16,67%
2017	1.740	17,24%

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel disajikan diatas tiap tahun jumlah penjualan *home* industri Batik HZ Sokaraja Tengah Banyumas mengalami peningkatan. Untuk terus mencapai volume penjualan yang maksimal dan terus meningkatkan tentunya *home* industri Batik HZ harus memaksimalkan kualitas produk. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan daya saing bagi setiap industri, termasuk dalam hal ini industri kecil di Sokaraja, sejalan dengan meningkatnya jumlah pelanggan dari tahun ke tahun maka peningkatan kualitas produk menjadi suatu hal yang tidak bisa ditawar-tawar lagi, terlebih dalam kompetisi dengan industri-industri dalam

¹⁶ Data produksi diperoleh dari pemilik Home Industri Batik HZ.

¹⁷ Data penjualan diperoleh dari pemilik Home Industri Batik HZ.

memperebutkan pelanggan. Oleh karena itu industri kecil di Sokaraja saat ini lebih berbenah diri dalam memperbaiki kualitas produk untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen.

Seiring dengan terjadinya perubahan pasar mendorong *home* industri Batik HZ untuk membuat langkah antisipasi strategi perusahaan agar perusahaan bisa bertahan bahkan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Dalam rangka menciptakan ruang bersaing maka perusahaan perlu mengadakan pengembangan-pengembangan produk guna melakukan inovasi produk baru yang mampu memberikan keunggulan-keunggulan tertentu, sehingga produk bisa bersaing di pasaran.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK BATIK (Studi Pada *Home* Industri Batik HZ Sokaraja Tengah Kabupaten Banyumas)”**.

B. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami maksud judul skripsi ini, Penulis memberikan penegasan terhadap konsep yang digunakan agar sesuai dengan fokus penelitian, yaitu:

1. Strategi Peningkatan

Strategi adalah konsep multi dimensional yang merangkum semua kegiatan kritis organisasi, memberikan arah tujuan serta memfasilitasi berbagai perubahan yang diperlukan sebagai adaptasi terhadap perkembangan lingkungan.¹⁸

Peningkatan adalah menambah kemampuan, mempertinggi, cara, hasil, proses kerja meningkatkan atau peningkatan adalah proses, cara peruatan meningkatkan dengan cara usaha.¹⁹

Strategi peningkatan yang penulis maksud adalah cara perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

¹⁸ Zulian Yamit, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 1996), hlm. 22.

¹⁹ J.S. Badudu, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hal. 1514.

2. Kualitas Produk

Definisi kualitas sangat beraneka ragam dan mengandung banyak makna. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Menurut Kotler (1997) kualitas adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas kualitas berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.²⁰

Produk adalah barang atau jasa yang berdaya guna, hasil dari proses produksi.²¹

Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (fitness for use) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.²²

Kualitas produk yang penulis maksud adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketetapan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya agar mampu bersaing dengan produk saingannya di pasaran.

3. Home Industri (Bisnis Keluarga)

Bisnis keluarga adalah sebuah lembaga bisnis atau perusahaan yang anggota keluarganya secara langsung terlibat di dalam kepemilikan dan atau jabatan serta fungsi dalam perusahaan.²³ Bisnis keluarga mempunyai karakteristik dengan kepemilikannya atau keterlibatan lainnya dari dua peran atau lebih anggota keluarga yang sama dalam kehidupan dan fungsi bisnisnya.²⁴

²⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Pren Indo, 2003), hlm. 22.

²¹ Eka Yani Arfina, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Tiga Dua, 2005), hlm. 374.

²² Agus Ahyari, *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 65.

²³ Sochimim, *Kewirausahaan Teori dan praktik*, (Yogyakarta: Cinta Buku, 2017), hlm. 42.

²⁴ Justin G. Longenecker, dkk., *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, buku 1, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 35.

Home industri yang penulis maksud adalah rumah usaha produk atau juga perusahaan kecil tentang usaha anggota keluarga yang berkecimpung didalam usahanya.

4. Batik

Batik adalah corak atau gambar (pada kain) yg pembuatannya secara khusus dng menerakan malam kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu.²⁵

Batik HZ Merupakan *home* industri yang menyediakan berbagai macam jenis batik dengan bahan dasar kain batik, seperti baju batik dengan berbagai ukuran dari ukuran anak-anak, dewasa, hingga orang tua baik untuk laki-laki maupun perempuan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Peningkatan Kualitas Produk Batik Pada *Home* Industri Batik HZ Sokaraja Tengah Kabupaten Banyumas?

D. Tujuan dan Manfaat penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi peningkatan kualitas produk pada Batik di *home* industri Batik HZ Sokaraja Tengah Kabupaten Banyumas.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk menambah wawasan keilmuan terkait dengan strategi peningkatan kualitas produk pada *home* industri Batik HZ Sokaraja Tengah Kabupaten Banyumas.

b. Manfaat Praktis

²⁵ Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm. 146.

- 1) Bagi peneliti, hasil penelitian ini sebagai salah satu sarana pendekatan terhadap penerapan teori yang pernah diperoleh selama kuliah dalam prakteknya di lapangan serta untuk menambah wawasan.
- 2) Bagi Akademis, mendukung pelaksanaan program wacana keilmuan dan keislaman yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian terhadap masyarakat serta untuk para penyusun dalam meneliti suatu penelitian selanjutnya.
- 3) Bagi pihak produksi Batik, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan menjadi bahan pertimbangan untuk membantu memecahkan suatu masalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Kajian Pustaka

Telaah pustaka merupakan kajian tentang teori-teori yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, akan penulis kemukakan beberapa teori dan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

Nasution dalam buku yang berjudul tentang *Manajemen Mutu Terpadu* (TQM) menjelaskan tentang total quality management merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atau produk, jasa, tenaga kerja, proses dan lingkungannya.²⁶

Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana dalam buku yang berjudul *Total Quality Management*, yang menukil pendapat Stephen Uslac yang menyatakan bahwa kualitas/mutu bukan hanya mencakup produk dan jasa, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Banyak pakar dan organisasi yang mencoba mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandang masing-masing. Akan tetapi kualitas secara universal meliputi beberapa elemen seperti, kualitas meliputi usaha memenuhi harapan pelanggan.

²⁶ M.N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu...*, hlm. 28.

Mencakup produk, jasa, manusia, proses, lingkungan, merupakan sesuatu yang selalu berubah-ubah.²⁷

Kuat Ismanto dalam buku yang berjudul *Manajemen Syariah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah*, bahwa Total Quality Manajemen merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan suatu usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya.²⁸

Muhammad Haris Adieba dalam jurnal yang berjudul “Analisis Peningkatan Kualitas Produk Batik Menggunakan Pendekatan Quality Function Deployment (Qfd) (Studi Kasus Batik Bl di Pekalongan)” dalam penelitiannya bahwa Berdasarkan hasil penelitian penerapan metode Quality Function Deployment (QFD) pada rencana peningkatan kualitas produk Batik BL Pekalongan berjalan cukup baik, terbukti dengan tingkat kepuasan pelanggan yang masuk kategori tinggi. Penerapan metode Quality Function Deployment (QFD) yang saat ini dilakukan oleh batik BL Pekalongan memfokuskan pada daya tahan dari produk batik BL Pekalongan sehingga daya tahan produk batik tersebut lebih kuat.²⁹

Eddy Purwati Nurlaili dalam jurnal yang berjudul “Penerapan Qfd Dan Analisis Swot Untuk Menetapkan Strategi Peningkatan Kualitas Produk Sayuran Segar” dalam penelitiannya bahwa Tiga atribut utama yang diharapkan ada dalam produk sayuran adalah kesegaran, keamanan pangan dan kebersihan . Analisis QFD menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memenuhi keinginan dan harapan pelanggan secara keseluruhan sudah cukup memuaskan konsumen bila dibandingkan 2 pesaing PT Z Posisi PT Z berada pada kuadran I yang berarti strategi yang paling tepat digunakan adalah strategi S – O yaitu melakukan peningkatan kualitas produk yang dihasilkan

²⁷ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management...*, hlm. 3.

²⁸ Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah...*, hlm. 72.

²⁹ Muhammad Haris ,“Analisis Peningkatan Kualitas Produk Batik Menggunakan Pendekatan Quality Function Deployment (Qfd) (Studi Kasus Batik Bl di Pekalongan)”, *Diponegoro Journal Of Economics*, Volume 5, Nomor 3, 2016, diakses 05 Juli 2018 pukul 20:59.

terutama upaya mempertahankan kesegaran dan jaminan keamanan pangan melalui penerapan HACCP.³⁰

Kemudian, selain mengambil dari buku-buku referensi di atas, penyusun juga melakukan penelaahan terhadap penelitian-penelitian yang sudah ada. Penulis menemukan beberapa penelitian yang sudah ada yang mempunyai kemiripan dengan judul yang penyusun angkat yang dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan masukan dalam penelitian ini.

Tabel 1.3
Penelitian terdahulu

NO	NAMA DAN JUDUL	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN/ PERBEDAAN
1.	Ria Kumalasari “Strategi Just In Time (JIT) sebagai upaya Optimalisasi produksi Perspektif Ekonomi Islam (Study pada <i>Home Industri Sulak Bapak Imam, Munjul, Kab. Purbalingga</i>)”.	Strategi produk Just In Time (JIT) yang diterapkan pada home industri sulak bapak Imam, Munjul, Purbalingga secara umum telah diterapkan, namun terdapat beberapa yang harus dioptimalkan. Seperti pada pengembangan manajemen yang secara khusus menangani aktifitas produksi dan optimalisasi fungsi manajemen yang menangani bahan baku produksi pemasok guna menangani kemacetan dalam berproduksi.	Persamaan: Menggunakan metode deskriptif kualitatif Perbedaan: Cara kerja industri, sedangkan penyusun lebih ke kualitas produk. Lokasi dan objek yang diteliti pun berbeda.
2.	Selvi Evriani Maharani “Strategi Peningkatan Kualitas Produk <i>Home Industri Kerupuk Gendar Desa Klahang</i> ”	Strategi peningkatan kualitas produksi home industri kerupuk gendar desa klahang dengan melakukan tiga cara yaitu strategi peningkatan kualitas	Persamaan: Menggunakan metode deskriptif kualitatif Perbedaan: Pada lokasi dan objek yang diteliti.

³⁰ Enny Purwati Nurlaili, “Penerapan Qfd Dan Analisis Swot Untuk Menetapkan Strategi Peningkatan Kualitas Produk Sayuran Segar”, diakses 20 Desember 2017 pukul 10:30.

	Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.	bahan baku, strategi peningkatan pengolahan dan strategi peningkatan produk.	
3.	Anggun Hidayanti “Implementasi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Produksi Pada Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Industri Kain Lukis Nasrafa Surakarta)”.	produksi dapat dikatakan meningkat apabila sudah memenuhi beberapa kriteria dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Dari segi kualitas ada kriteria yang menunjukkan produk itu berkualitas, antara lain: kinerja, karakteristik, kehandalan dan lain-lain. Sedangkan dari segi kuantitas produk dikatakan meningkat apabila memenuhi kriteria yaitu: Jumlah produk yang dihasilkan lebih banyak dari waktu/periode produksi sebelumnya dan lain-lain.	Persamaan: Menggunakan metode deskriptif kualitatif Perbedaan: Meningkatkan produksi berdasarkan implementasi pengembangan Sumber Daya Manusia dari segi kualitas maupun kuantitas. sedangkan penyusun lebih ke kualitas produk. Lokasi dan objek yang diteliti pun berbeda.
4.	Ayu Rizky Azimatunni`mah “Manajemen Kualitas Produk Home Industri Shuttlecock Trisakti Enterprise Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Desa Lawatan Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal Jawa tengah)”.	Manajemen kualitas home industry shuttlecock Trisakti Enterprise dalam perspektif ekonomi Islam dapat dilihat melalui pengaplikasian fungsi-fungsi manajemen, mulai dari perencanaan hingga pengawasan.	Persamaan: Menggunakan metode deskriptif kualitatif Perbedaan: Memanajemen kualitas produk dari perencanaan hingga pengawasan. Sedangkan penyusun strategi peningkatannya. Lokasi dan objek yang diteliti pun berbeda.
5.	Mohamad Fuad	meningkatkan kualitas	Persamaan:

	“Strategi Meningkatkan Kualitas Produk <i>Home</i> Industri Suka Niki Mandiraja”.	produk meliputi performa,keistimewaan, keandalan, konformasi, daya tahan,kemampuan pelayanan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan sehingga dampak yang ditimbulkan dengan kualitas produk yang tinggi adalah produk tetap diminati konsumen sehingga tetap eksis di pasaran.	Menggunakan metode deskriptif kualitatif Perbedaan: Pada lokasi dan objek yang diteliti
6.	Karunia Fadiana “Strategi Pemasaran dan Peningkatan Kualitas Produk Kerupuk (Studi Kasus di <i>Home</i> Industri Kerupuk Rambak Sumber Rejeki Desa Bawang Kabupaten Banjarnegara)”	Berdasarkan hasil analisis SWOT diketahui bahwa posisi perusahaan berdasarkan kekuatan faktor internal dan eksternal pabrik kerupuk rambak menunjukkan strategi pertumbuhan konsentrasi melalui integrasi horisontal, yang dilakukan dengan memperluas perusahaan dan meningkatkan jenis produk jasa.	Persamaan: Menggunakan metode deskriptif kualitatif Perbedaan: Pada lokasi dan objek yang diteliti kemudian fokus penelitian pada strategi pemasaran dan peningkatan kualitas produk menggunakan analisis SWOT.

F. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan, penulisan skripsi ini penulis membagi ke dalam tiga bagian pokok, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir.

Bagian awal dari skripsi ini memuat pengantar yang di dalamnya terdiri dari halaman judul, halaman pernyataan keaslian, nota pembimbing, halaman pengesahan, motto, kata pengantar, pedoman transliterasi, abstrak, dan daftar isi.

Bagian isi dari skripsi terdiri dari lima bab. Secara spesifik, bagian isi akan memaparkan mengenai inti dari penelitian, yaitu:

Bab I berisi tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, definisi operasional, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teori yang meliputi konsep strategi, konsep peningkatan kualitas produksi, konsep manajemen produksi keset tepes, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

Bab III merupakan metode penelitian meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, fokus kajian, validitas data dan teknik analisis data.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis data, yang meliputi gambaran obyek penelitian, gambaran umum home industri keset tepes, sarana dan prasarana, karakteristik informan, data hasil penelitian dan analisis hasil penelitian.

Bab V merupakan penutup yang berisi kesimpulan, dan saran-saran serta kata penutup sebagai akhir dari pembahasan

Pada bagian akhir skripsi, terdapat daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penyusunan skripsi ini, beserta lampiran-lampiran yang mendukung serta daftar riwayat hidup penyusun.



IAIN PURWOKERTO

BAB V

P E N U T U P

A. Kesimpulan.

Dari hasil analisis studi tentang strategi peningkatan kualitas produk *home* industri Batik HZ Sokaraja Tengah Kecamatan Sokaraja Banyumas dapat disimpulkan sebagai berikut.

Strategi peningkatan kualitas produksi *home* industri Batik HZ Sokaraja Tengah yaitu bahwa kualitas produk erat sekali dengan peningkatan kualitas warna, kualitas batik yang bagus apabila kualitas warnanya kuat, tidak mudah luntur dan tidak mudah pudar, dan selalu mencari corak dan inovasi yang cerdas mengikuti trend masyarakat yang cepat berubah dan cepat bosan. Kualitas dari produk Batik hasil dari *home* industri Batik HZ tidak diragukan karena warnanya yang tidak mudah luntur, banyak kombinasi warna yang bagus, dan banyak pilihan motif. Dalam peningkatan kualitas produk Batik di *home* industri batik HZ berfokus pada warna dan kemudian motif. Disinilah harus pas takaran mengkombinasikan warna satu dengan yang lain agar menghasilkan warna lebih banyak yang belum ada di bahan baku pewarna.

Identifikasikan sub kelompok konsumen, konsumen memiliki keinginan, daya beli, sikap membeli dan menjadi kebiasaan untuk membeli. Pihak pemasar membentuk lingkaran (*circle time*). Sikap dan perilaku konsumen batik dikalangan masyarakat sudah melegenda dengan ciri khas karya dan prestasi bangsa akan karya tradisional. Islam memberkati pekerjaan dunia ini dan menjadikannya bagian dari pada ibadah dan jihad. Bekerja adalah bagian dari ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah SWT, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, masyarakat bisa melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang lebih besar.

B. Saran-saran.

1. Perlu dilakukan intensifikasi pembinaan ketrampilan membatik, antara lain yaitu : (i) mensosialisasikan program diklat batik tulis ala batik

Banyumasan secara formal/non formal (ii) peningkatan tutor atau pendidik seni batik baik melalui peningkatan disiplin maupun kesejahteraannya, (iii) penentuan target setiap tahun disesuaikan dengan potensi riil yang ada.

2. Agar meningkatkan kualitas produk Batik yang mereka produksi atau setidaknya menjaga kualitas yang sudah ada.
3. Bagi pihak yang akan melakukan riset selanjutnya, penyusun menyarankan untuk mengkaji lebih dalam mengenai kajian lain yang belum penulis bahas.

Demikian gambaran tentang upaya untuk meningkatkan kualitas produk batik HZ Sokaraja sebagai ciri budaya batik sebagai kebanggaan Bangsa dan Masyarakat Banyumas khususnya dan Indonesia pada umumnya.

C. Kata Penutup

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan dan kesejahteraan terhadap penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini walau banyak hal yang mengganggu proses penyelesaian skripsi, namun akhirnya terselesaikan juga.

Sebagai manusia biasa yang tidak lepas dari kesalahan dan kekhilafan, penyusun memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam proses penyusunan skripsi ini terdapat banyak kesalahan karena kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT. Penyusun juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini, semoga apa yang telah diberikan secara ikhlas akan mendapatkan ridho dari Alloh SWT berupa pahala yang berlipat-lipat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahyari, Agus. *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*. Yogyakarta: BPFE, 2000.
- Akdon. *Strategi Management For Educational Management*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Allison, Michael dan Jude Kaye. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta : PT. Rineka Cipta, 1997.
- Arfina, Eka Yani. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Tiga Dua, 2005.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 1985.
- Assaury, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, Cet. 7, 2002.
- Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka pelajar, 1998.
- Bryson, M. Jhon. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*, Terj. Miftahudin. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Fred, David R. *Manajemen Strategis*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFEE, 1997.
- . *Manajemen Operasi*, Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE, 2002.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research Jilid I*. Yogyakarta: Andi Offset, 2001.
- Haneef, M. Aslam. *Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2010.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika, Cetakan ketiga, 2014.

- Ismanto, Kuart. *Manajemen Syariah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Kamus Bahasa Indonesia/Tim Penyusun, *Kamus Pusat Bahasa*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Karim, Adiwarmanto A. *Ekonomi Mikro Islami*, Edisi kelima. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Cet ke 7, 2015.
- Khaldun, Ibnu. *Ibnu Khaldun tentang Sosial dan Ekonomi*, editor Rus'an. Jakarta: Bulan Bintang, 2003.
- Koentjaraningrat. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, edisi ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994.
- Kotler, Philip dan Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Pren Indo, 2003.
- Longenecker, Justin G. dkk. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, buku 1. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Madura, Jeff. *Pengantar Bisnis, Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Mangkuprawira, Tb. Sjafri. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Metwally. *Teori dan Model Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Bangkit Daya Insana, 1995.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN Yogyakarta, 2004.
- Mulyasana, Dedy. *Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Cet. III, 2015.
- Mulyadi. *Sistem Manajemen Strategi Berbasis Balanced Scorecard*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.
- Nasution, Arman Hakim dkk. *Manajemen Pemasaran untuk Engineering*. Yogyakarta: Andi Offset, 2006.

- Nasution, M.N. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005.
- Nasution, Mustafa Edwin dkk. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Media Group, 2006.
- Nurindriyanto dan Bambang Supomo. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 2002.
- Peorter, Michael. *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, terj. Tim Binarupa Aksara. Jakarta: Erlangga, 1994.
- Pracoyo, Tri Kunawangsih. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT. Grasindo, 2006.
- Rahman, Arif. *Strategi Dahsyat Marketing Mix For Small Business*, Cetakan Pertama. Jakarta: Transmedia Pustaka, 2010.
- Rakhmawaty, Anita. *Ekonomi Mikro Islam*. Kudus: Nora Media Enterpress, 2011.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Business and Echonomic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Rudianto. *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo, 2006.
- Sochimim. *Kewirausahaan Teori dan praktik*. Yogyakarta: Cinta Buku, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA cv, cet-23, 2016.
- Sugono, Dendy dkk. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta : Pusat Bahasa, 2008.
- Suharsaputra, Uhar. *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama, 2010.
- Suryabrata, Sumardi. *Metode Penelitian*, Cetakan ke V. Jakarta: Rajawali, 1990.
- Tangkilisan, Hessel Nogi. *Manajemen Modern Untuk Sektor Publik*. Yogyakarta: Balairung dan co, 2003.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi, 2003.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.

Yamit, Zulian. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII, 2007.

———. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia, 2001.

Al-Qaradawi, Yusuf. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Didin Hafiduddin dkk. Jakarta: Rabbani Press, 1997.

Non Buku:

Haris, Muhammad. “Analisis Peningkatan Kualitas Produk Batik Menggunakan Pendekatan Quality Function Deployment (Qfd) (Studi Kasus Batik Bl di Pekalongan)”, *Diponegoro Journal Of Economics*, Volume 5, Nomor 3, 2016.

Nurlaili, Enny Purwati. “Penerapan Qfd Dan Analisis Swot Untuk Menetapkan Strategi Peningkatan Kualitas Produk Sayuran Segar”.

Resmi, Ni Nyoman. “Strategi Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Menang Dalam Kompetisi”, *WIDYATECH Jurnal Sains dan Teknologi* Vol. 10 No. 3 April 2011.

Prabowo, Rony. “Strategi Peningkatan Kualitas Produk Dengan Metode Quality Function Deployment Di Pt. Karya Teknik Persada Surabaya”.



IAIN PURWOKERTO