

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam merupakan agama yang diturunkan Allah. Islam tidak hanya mengatur masalah ibadah saja tetapi juga mampu menjawab bentuk tantangan pada setiap zaman, termasuk dalam persoalan ekonomi. Prinsip dasar ekonomi yang terdapat dalam al-qur'an yang bersifat universal, dalam artian semua masyarakat muslim harus mengikuti aturan tersebut dalam menjalankan aktivitas ekonomi.¹

Dalam agama Islam, bekerja merupakan bentuk ibadah. Bekerja dengan etika yang baik menurut hukum Islam adalah salah satu jalan menuju kebaikan dunia akhirat. Dalam Islam, nilai-nilai etika, moral dan akhlak, telah diajarkan secara utuh, yaitu nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi manusia seutuhnya. Manusia semacam itu adalah manusia yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan seperti kejujuran, keadilan, kebenaran, kebebasan dan cinta. Setiap orang mungkin memiliki seperangkat ilmu untuk mengarahkan orang lain (manajemen), tetapi semua kembali kepada al-qur'an dan hadits sebagai pedoman utama. Dalam berpegang teguh kepada dua sumber semua nilai

¹ Takdir dkk, "teori perilaku produsen dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional (studi perbandingan)" *Journal of Institution and Sharia Finance*, Vol. 2, No. 1, 2019, 76.

kehidupan ini, Umat islam harus bersikap kaffah dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam usaha.²

Manusia selain sebagai makhluk individu, manusia juga disebut sebagai makhluk sosial, artinya manusia memiliki kebutuhan dan kemampuan serta kebiasaan untuk berkomunikasi dan berintraksi dengan manusia lain. Begitu juga dalam dunia bisnis, manusia memerlukan mitra untuk mengembangkan kehidupan yang layak. Berbisnis sudah menjadi kebutuhan bagi manusia.³

Demikian juga dalam dunia industri saat yang mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga menuntut setiap perusahaan memiliki kemampuan bersaing. Perusahaan harus mampu bersaing untuk memenuhi permintaan konsumen dengan kualitas dan kuantitas yang baik dan harga yang terjangkau. Hal ini menuntut perusahaan untuk melakukan pembenahan di segala aspek perusahaan, salah satunya adalah aspek pembuatan produk. aspek pembuatan produk yaitu inti dari semua sumber daya yang bekerja sama untuk menghasilkan suatu produk.

² Ali Hasan, “*manajemen bisnis syari’ah*” (Yogyakarta : Pustaka pelajar, 2009), 172.

³ Misbahul Ali dkk, “Implementasi manajemen bisnis syari’ah untuk peningkatan volume penjualan di kantin putera UD. Assyarif pondok pesantren salafiyah syafi’iyah Sukorejo Situbondo” *jurnal al-idarah*, Vol.3, No.1, 2022, 3.

Hal ini berdampak pada tingkat persaingan yang semakin kompetitif. Tingkat persaingain ini membuat perusahaan mengevaluasi proses bisnisnya agar tetap bisa bersaing dengan kompetitor. Evaluasi ini bisa dilakukan dengan melakukan mentoring pencapaian produktivitas agar kegiatan yang dilakukan sudah sesuai dengan rencana dan target perusahaan.⁴

Adapun di era globalisasi saat ini persaingan bisnis semakin banyak, baik di pasar domestik maupun pasar global. Meskipun pelanggan tetap ada tetapi tidak bisa di pungkiri bahwa daya beli mereka semakin terbatas, akibatnya pelanggan semakin kritis dalam melakukan pembelian produk yang mereka butuhkan. Dalam hal ini mendorong setiap perusahaan untuk lebih bekerja secara professional agar tetap bersaing dan bertahan, perusahaan harus mampu menarik pelanggan dengan menawarkan produk yang berkualitas baik serta pelayanan yang baik pula. Perusahaan dikatakan sukses apabila memberikan kepuasan bagi para pelanggan.⁵

Oleh sebab itu, peningkatan kualitas merupakan perhatian utama dalam manajemen ditengah kondisi ekonomi yang masih labil. Naiknya, bahan baku, tarif dasar listrik, naiknya BBM, dan lainnya

⁴ Gina Ramayanti dkk, “ Analisis produktivitas dengan metode objective matrix (OMAX) di lantai produksi perusahaan botol minuman” jurnal INTECH teknik industri universitas serang raya, Vol. 6, No. 1, 2020, 32.

⁵ Roidah lina, “Meningkatkan kualitas produk sebagai strategi fundamental dalam bersaing” *scientific journal of reflection*, Vol. 1, No. 1, 2018. 91

mengakibatkan biaya produksi semakin tinggi. Di sisi lain, perusahaan tetap dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik dan volume produksi yang terus meningkat. Oleh sebab itu, kenaikan harga-harga tersebut perusahaan dituntut untuk mengendalikan sistem pembuatan produk guna untuk mencapai produk yang tinggi.⁶

Untuk meningkatkan pendapatan maka yang perlu diperbaiki adalah peningkatan Sumber Daya Manusia nya, dengan adanya Sumber Daya Manusia yang baik kualitas hidup juga akan lebih baik. Masalah Manajemen sdm sering kali terfokus pada gejala yang tampak berkaitan dengan ancaman atau peluang Sumber Daya Manusianya, ini mendorong Manajer memandang gejala yang tampak sebagai masalah sehingga cenderung mengutamakan tindakan atau keputusan yang dibuat.

Manajemen merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Dengan manajemen, daya guna dan hasil guna unsur-unsur manajemen akan dapat ditingkatkan.⁷ Manajemen dituntut untuk melakukan perencanaan anggaran dan pengendalian produksi yang efektif dan efisien sesuai dengan fungsi-fungsi manajerialnya. Sehingga akan menghasilkan produk yang optimal

⁶ Akmad Diantono, “peningkatan produktivitas kerja pada bagian produksi dengan menggunakan metode objective matrix (OMAX), *journal of industrial and systems optimization*, Vol. 3, No. 1, 2020, 22.

⁷ Malayu S.P hasibuan, “ manajemen sumber daya manusia “ (Jakarta : bumi aksara, 2007)

serta keputusan yang tepat untuk kepentingan dan kemajuan perusahaan agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Dengan adanya manajemen diharapkan perusahaan dapat melaksanakan kegiatan yang telah direncanakan sesuai dengan apa yang telah dianggarkan oleh perusahaan, sehingga tidak terjadi penyelewengan-penyelewengan terhadap anggaran pembuatan produk. Pengendalian pembuatan produk yang didukung oleh seorang *controller* yang membantu manajer perusahaan untuk menganalisis, melakukan penilaian, merekomendasi serta memberikan informasi-informasi yang berkaitan dengan kegiatan produksi diharapkan kemungkinan penyimpangan yang terjadi dapat ditekan semaksimal mungkin, sehingga sesuai dengan tujuan usaha, yaitu dalam mencapai aktivitas terhadap produksi.

Bisnis adalah suatu kegiatan usaha atau individu yang terorganisir untuk menjual barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat dan mendapatkan keuntungan. Menurut Bertens menjelaskan bahwa bisnis meliputi aktivitas mengelolah bahan mentah mnejadi barang jadi, mendistribusikannya kepada konsumen, menyediakan jasa, menjual serta membeli barang dagangan ataupun aktivitas yang

berkaitan dengan suatu pekerjaan yang bertujuan memperoleh penghasilan atau keuntungan.⁸

Sejalan dengan dunia bisnis yang terus mengalami perkembangan yang signifikan, dimana setiap perusahaan berlomba-lomba melebarkan sayap atau dengan kata lain melakukan ekspansi bisnis dengan melakukan berbagai macam strategi seperti melakukan promosi atau melakukan berbagai macam inovasi produk.⁹ Bisnis merupakan proses sosial yang terorganisasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memproduksi barang atau menjual produk guna untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat. Masyarakat yang semakin terbuka, kegiatan bisnis harus bersifat fleksibel dan mampu melakukan adaptasi terhadap lingkungan sekitarnya karena kegiatan bisnis berjalan didalam lingkungan masyarakat¹⁰. Seiring dengan berkembangnya industri pakaian di Indonesia dan *trend fashion* yang saling bergantian, toko penjualan yang langsung dari pabrik tekstil pun mulai bermunculan. Sementara ini butik banyak tersebar diseluruh Indonesia yang diramaikan oleh produk-produk dan gaya fashion anak muda jaman sekarang.

Saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa *fashion* bukan hanya sekedar cara kita berpakaian, namun lebih dari itu fashion sudah menjadi *lifestyle* pada kehidupan yang serba modern ini. Dalam memenuhi permintaan

⁸ Syamsul Rizal, "Implementasi marketing Mix dalam upaya kemajuan usaha butik muslimah di kota langsa" *jurnal Ilmiah mahasiswa (JIM)*, Vol.1, No.1, 2017, 2.

⁹ Fadli Rasam, "peran pemasaran dalam kegiatan usaha pada masyarakat di desa jati baru cikampek" *jurnal of applied and economics*, Vol.5, No. 2, 2018. 83

¹⁰ Gugup Kismono, *Bisnis Pengantar edisi dua*, BPFE-Yogyakarta, 2011,4.

masyarakat terhadap kebutuhan sandang ini, banyak pelaku usaha yang semakin hari semakin bertambah untuk menawarkan produk-produk *fashion* yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Di sisi lain beragamnya kebutuhan akan *fashion* yang selalu mengikuti trend menuntut pelaku usaha untuk mengembangkan produk yang berkualitas dan berkuantitas yang ditawarkan pada barang tersebut. Pelaku usaha yang bergerak dalam bidang pakaian muslimah semakin meningkat. Hal ini permintaan di bidang *fashion* dipandang tinggi dengan kemudahan pemasaran *via online* yang tidak membatasi jarak, waktu dan ruang dengan konsumen.¹¹

Berkaitan dengan konsep ekonomi islam memiliki perbedaan mendasar dari konsep ekonomi pada umumnya yakni dari sisi metodologi, aksiologi, dan juga ontosloginya. Konsep ini berkaitan dengan manajemen syariah merupakan salah satu bidang ilmu tergabung pada satu rumpun ilmu ekonomi islam. Sistem ekonomi islam memiliki luhur. Dalam konsep islam, antara pemilik modal dan pekerja diberi penghargaan proporsional atas prestasi kerja sehingga ada kesejajaran.¹²

Ilmu ekonomi islam bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya di bumi atas dasar gotong royong dan partisipasi. Dari

¹¹ Komang Puspariani dkk, "Bauran pemasaran dan keputusan pembelian produk *fashion* pada toko gex enyx olshop di Singaraja" *jurnal manajemen Fak. Ekonomi*, Vol. 7, No. 2, 2020, 82.

¹² Sunarji Harahap, "Implementasi manajemen syariah dalam fungsi-fungsi manajemen" *Implementasi manajemen syariah (Sunarji Harahap)*, Vol.2, No.1, 2017, 213.

definisi di atas tersebut menjadikan manajemen bisnis syariah menjadi suatu bidang ilmu yang sangat bermanfaat dalam setiap kalangan dalam mengorganisasikan segala sumber daya yang dimiliki yang didasari adanya kerjasama antara berbagai unsur organisasi dalam mencapai visi misi organisasi tersebut.¹³

Sebagai seorang muslim sebelum melakukan kegiatan produksi barang harus memperhatikan apakah barang yang akan diproduksi tersebut mengandung *mudarat* atau manfaat, baik atautkah buruk, sesuai dengan konsep islam apa tidak, sehingga nilai pekerjaannya tidak hanya mengejar keuntungan semata.¹⁴ Seorang produsen muslim berupaya mencari keuntungan yang memberikan kemaslahatan tidak hanya bagi dirinya sendiri namun bagi konsumen.

Dengan kata lain ekonomi islam merupakan bagian dari islam itu sendiri. Sehingga segala aktivitas, gerak gerik serta tindakan memiliki keterkaitan satu sama lainnya. Berniat baik akan menimbulkan aktivitas yang baik pula.¹⁵ Maka dalam hal ini islam memandang memproduksi barang yang baik atau kualitas yang baik akan memberikan manfaat baik pula bagi produsen.

Keputusan konsumen dalam pembelian bahwa perilaku konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik konsumen saja tetapi juga

¹³ Ibid

¹⁴ Riyno “pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan brand image terhadap keputusan pembelian produk AQUA di kota pati” *jurnal STIE Semarang*, Vo.8, No.2, 2016, 93.

¹⁵ Ahmad Mahtum, “investasi negara dalam ekonomi” *jurnal ekonomi syariah*, Vol. 1, No. 1, 2018. 44.

dapat dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang meliputi barang, produk, kualitas produk, harga, distribusi, dan promosi.¹⁶

Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya.¹⁷

Kualitas produk sangat tergantung terhadap pengendalian sistem produksinya, oleh sebab itu diperlukannya pengawasan dalam proses produksi yang ketat demi menghasilkan produk yang berkualitas.¹⁸ Kualitas produk merupakan salah satu faktor dimana untuk meningkatkan daya saing produk, selain biaya produksi kualitas menjadi faktor penting karena pelanggan melihat dari kualitas produk untuk membeli suatu barang tersebut.¹⁹

Upaya peningkatan kualitas produk harus dilakukan menyeluruh dan sesuai dengan perkembangan selera konsumen. Hal ini dikarenakan kriteria kualitas setiap barang akan berbeda-beda baik dari tingkat pemakaiannya maupun yang dipilih konsumen, serta tujuan dibuatnya barang tersebut. Kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang terkait dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi pijakan.²⁰

¹⁶ Riyono “pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian produk aqua di kota Pati” *jurnal STIE Semarang*, Vol.8, No.2, 2016, 93.

¹⁷ Kadek ayuk riska oktavenia, “pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone nokia dengan citra merek sebagai pemediasi” *E-jurnal manajemen Unud*, Vol.8, No.3, 2019, 1379.

¹⁸ Rumanintya lisaria putri, “Peningkatan kualitas produk melalui penerapan prosedur dan sistem produksi : studi pada UD wijaya kusuma Blitar” *jurnal WRA*, Vol.4, No.2, 2016. 813

¹⁹ Ni nyoman resmi, “ strategi meningkatkan kualitas produk untuk menang dalam kompetensi ” *jurnal sains dan teknologi*, Vol. 10, No.3, 2011. 134

²⁰ Fandy Tjiptono dkk, “ *total quality management*” (Yogyakarta : andi, 2003), 4.

Produksi dalam ekonomi islam ini merupakan setiap bentuk aktivitas yang dilakukan untuk mewujudkan manfaat atau menambah dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan Allah SWT sehingga menjadi masalah untuk memenuhi kebutuhan manusia, oleh karena itu aktifitas produksi hendaknya berorientasi pada kebutuhan masyarakat luas. Sistem produksi berarti rangkaian yang tidak bisa terpisah dari prinsip produksi serta faktor produksi. Prinsip produksi dalam islam berarti menghasilkan sesuatu yang halal, semua proses produksi mulai dari sumber bahan baku sampai dengan jenis produk yang dihasilkan baik berupa barang maupun jasa.²¹

Untuk meningkatkan daya saing kualitas produk menjadi persoalan penting dalam sebuah bisnis, apalagi bisnis yang bergerak di bidang fashion, apabila sebuah produk memiliki kualitas yang bagus atau memiliki sifat yang sesuai dengan keinginan para pembelinya, maka produk tersebut dianggap cocok oleh konsumen. Produk yang seperti itu dianggap berhasil.²²

Salah satu usaha dalam bidang *fashion* adalah *retail fashion store* atau butik. Banyak macam butik di pusat perbelanjaan hingga butik persewaan dan busana *custom-mode*. Menurut KBBI, butik merupakan toko pakaian eksklusif yang menjual pakaian modern dan

²¹ Muhammad Turmudi, “ produksi dalam perspektif ekonomi islam” *jurnal pemikiran islam*, Vol.XVIII, No. 1, 2017, 39.

²² Ni Nyoman Resmi, “ strategi meningkatkan kualitas produk untuk menang dalam kompetensi” *jurnal sains dan teknologi*, Vol. 10, No.3, 2011, 141.

segala kelengkapannya terutama untuk wanita, dan sesuai mode mutahir. Berdasarkan pengertian tersebut pakaian dibutik dapat dikerjakan manual atau menggunakan mesin.²³

Oleh sebab itu, dalam berbisnis khususnya yang bergerak dibidang fashion harus menganalisis fashion *terupdate* untuk memuaskan para pelanggan. Pelanggan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesinambungan suatu perusahaan tergantung pada pelanggannya. Apabila bisnis tidak kreatif dan inovatif terhadap produk yang ditawarkan kepada pelanggan, maka bisnis akan mudah rugi. Dalam hal ini²⁴. Bisnis Butik Ziezouka Fashion Gallery merupakan salah satu butik yang berada di desa katol timur yang bergerak dibidang fashion berupa baju muslim, baju anak, kerudung dan lain-lain. Butik Ziezouka Fashion Gallery mempunyai daya tarik tersendiri yaitu mampu mendesain dan membuat produk-produk terbaru dan sesuai yang diinginkan kastemer dan juga mengikuti alur dan trend anak-anak remaja sekarang atau Saat ini, Butik Ziezouka Fashion Gallery dalam prosedur penjualannya bisa dilakukan via online dan juga bisa langsung datang kesetore langsung kemudian di butik ini juga membuka dropsipper, bisa juga menjadi reseller di Butik Ziezouka Fashion Gallery, dengan adanya prosedur tersebut dapat membuat konsumen

²³ Jesseline Carissa Novita dkk, "Redesain interior butik gaun clementine couture Surabaya dengan konsep simple enchanting" *jurnal Putra*, Vo.3, No.1, 2021, 26.

²⁴ Komang Puspariani, "Bauran pemasaran dan keputusan pembelian produk fashion pada toko gex enyx olshop di singaraja" *jurnal manajemen fak. Ekonomi*, vol.7, No.2, 2020, 82

semakin mudah untuk berbelanja.²⁵ Produk-produk yang dijual dibutik ini bisa dilihat di tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
produk Butik Ziezouka Fashion Gallery

Nama barang	Jumlah produk / bulan
Baju gamis	350 pcs
Seragam sekolah	200 pcs
Mukena	150 pcs
Kerudung	250 pcs
Cadar	100 pcs

Berdasarkan tabel 1.1 di atas terlihat jelas bahwa di Butik Ziezouka Fashion Gallery ini menjual produk-produk seperti, gamis, seragam sekolah, mukena, kerudung, cadar. Bahkan di butik ini untuk produksi produknya dibatasi karena permintaan dari konsumen tiap bulannya yang meningkat yang awalnya tiap bulan 350 pcs menjadi 400 pcs jadi agar karyawan tidak kewalahan untuk memproduksi barang tersebut produsen membatasi untuk memproduksi barang di karenakan kekurangan tenaga kerja.

²⁵ Dedy Sofian, "penjualan dan pemasaran baju merk kisse :sebuah rekayasa E-commerce" *jurnal of engineering*, vol.1 No.1, 2020, 22.

Di desa katol timur kecamatan. Kokop, Bisnis butik baju muslim untuk kaum hawa ini cukup berkembang, yang awalnya hanya sebagai hobi saja untuk mengisi waktu luang, tetapi hal ini dijadikan sebagai sebuah sumber pendapatan karena banyaknya minat konsumen. Dalam menjalankan bisnis ini masih banyak hal yang masih kurang dalam segi kualitas produk, meskipun produsen memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan, namun dalam pengecekan ulang produk setiap harinya ternyata masih terdapat permasalahan. Permasalahan yang sering dihadapi adalah dari segi jahitan, warna, dan aksesoris dan juga pada pemilihan bahan bakunya tersebut. Namun hal tersebut tidak mempengaruhi daya beli konsumen oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengetahui apakah produk yang dijual sesuai dengan syariat islam atau tidak.

Bisnis pakaian merupakan bisnis yang diminati. Kebutuhan dalam berpakaian merupakan kebutuhan primer dari setiap orang, pakaian dapat juga meningkatkann rasa percaya diri seseorang dan pakaian juga dapat membuat orang lebih terlihat modis dan menarik. Bisnis pakaian sekarang ini semakin berkembang pesat dengan model dan gaya setiap waktunya.

Seperti hal nya dalam penelitian ini, mengambil studi peningkatan kualitas dan kuantitas produk. Ziezouka fashion gallery salah satu bisnis baju muslimah dengan produk-produk baju fashion dengan menonjolkan keberagaman produk dan keunikan yang berbeda dengan bisnis fashion yang lain. Hal ini dapat dilihat dari tabel data penjualan pada Ziezouka Fashion Gallery selama lima tahun terakhir.

Tabel 1.2

Data Penjualan Ziezouka fashion gallery

Periode 2015-2020

Tahun	Penjualan (pcs)	Penjualan
2015	1.575	Rp 143.605.000
2016	1.342	Rp 125.714.000
2017	1.231	Rp 111.311.000
2018	1.101	Rp 110.211.000
2019	975	Rp 91.170.000
2020	825	Rp 84.640.000

Dari tabel 1.2 dapat diketahui terjadinya penurunan penjualan dan mengindikasikan adanya masalah atau penurunan pada Ziezouka Fasihion Gallery. Oleh karenanya perusahaan berupaya melakukan evaluasi guna meningkatkan kualitas dan kuantitas produk sehingga mendapatkan hasil penjualan yang diharapkan.

Salah satu yang menjadi fenomena yang menarik perhatian peneliti dan konsumen yaitu tren pakaian saat ini. Dengan adanya beragam kreatif membuat pakaian muslim semakin cantik dan semakin banyak diminati oleh konsumen khususnya kaum hawa. Namun terlepas dari alasan dibalik fenomena tersebut, semakin banyak muslimah yang semakin anggun dan cantik memakai baju muslimah modern.

Hal ini, bisa dilihat dari semakin maraknya bisnis butik-butik pakaian muslimah modern baik itu perusahaan yang sejenis maupun pedagang-pedagang di pasar tradisional. Dengan keadaan yang seperti ini, tentu saja tidak menuntut kemungkinan butik-butik tersebut akan bersaing ketat dengan butik lainnya yang mengeluarkan produk yang bisa saja sejenis. Oleh karena itu, sudah menjadi keharusan bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk agar memenuhi sasaran yang efektif.²⁶

²⁶ Nurul Mubarak dkk, “strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan butik calista” *I-economic*, Vol. 3, No. 1, 2017, 74.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“ANALISIS MANAJEMEN BISNIS BUTIK ZIEZOUKA FASHION GALLERY UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS DAN KUANTITAS PRODUK DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS DESA KATOL TIMUR KECAMATAN. KOKOP KABUPATEN BANGKALAN)**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

Bagaimana manajemen bisnis dalam aspek pemasaran, produksi, sumber daya manusia dan distribusi pada Butik Ziezouka Fashion Gallery untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk di tinjau dari ekonomi islam?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian permasalahan di atas adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

Untuk mengetahui manajemen bisnis dalam aspek pemasaran, produksi, sumber daya manusia dan distribusi pada Butik Ziezouka Fashion Gallery dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk di tinjau dari ekonomi islam.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan agar dapat membantu akademisi sebagai pedoman di kampus dalam bidang manajemen bisnis khususnya pada mahasiswa ekonomi syariah fakultas keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

2. Bagi Desa atau Kelurahan

Diharapkan penelitian ini agar bisa mengetahui lebih dalam lagi mengenai konsep produksi dalam ekonomi islam agar kedepannya lebih baik.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini sangat diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru terkait dengan analisis bisnis pada Butik Ziezouka Fashion Gallery untuk meningkatkan kualitas barang ditinjau dari konsep produksi dalam islam.

E. KAJIAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang maksimal, maka penulis akan menguraikan pustaka ataupun karya-karya yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang akan dikaji yakni berkaitan dengan manajemen bisnis butik dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk ditinjau dari ekonomi Islam, dalam upaya untuk

menghindari kesamaan judul serta pembahasan yang sudah diteliti. Adapun penelitian terdahulu sebagai penunjang penelitian yang berkaitan dengan pembahasan, diantaranya :

1. Skripsi, Dhanu Aji Aurwoko tahun 2007 Universitas Muhammadiyah Surakarta, dengan judul “Pengaruh Manajemen Usaha Terhadap Penghasilan Usaha Pada Pedagang Kelontong di Kecamatan Jatinom klaten”. Fokus penelitian ini yakni lebih kepada penghasilan usaha kecil dilihat dari manajemen usaha meliputi promosi, penepatan harga dan lokasi pedagang dalam bidang penjualan kebutuhan sehari-hari. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas manajemen, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada objek penelitian dan bidang yang mana objek penelitiannya berada di kecamatan jatinom klaten sedang penelitian penulis berada di desa katol timur dan bidang kajiannya yang dibahas yakni mengenai pengaruh manajemen terhadap usaha pedagang kelantong sedangkan bidang kajian penulis lebih membahas mengenai analisis manajemen dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk.²⁷
2. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, oleh Mochamad Soelton dkk yang berjudul “Implementasi Manajemen Inovasi Terhadap Sumber Daya Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Industry Garmen di DKI

²⁷ Dhanu Aji Purwoko, “ *pengaruh manajemen usaha terhadap penghasilan usaha pada pedagang kelontong di kecamatan jatinom klaten* ” (Surakarta : universitas muhammadiyah surakarta, 2007).

Jakarta”. Pada penelitian ini membahas mengenai pentingnya manajemen inovasi terhadap bisnis, menjadi sangat penting bagi setiap perusahaan untuk melakukan pengembangan inovasi terhadap sumber daya nya, persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada kajian yang dibahas yang mana sama-sama membahas mengenai manajemen. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni terletak pada objek penelitiannya yang mana objek penelitian ini terletak di DKI Jakarta sedangkan penelitian penulis terletak di desa katol timur dan bidang kajian yang dibahas dimana penelitian penulis bidang kajiannya yakni manajemen bisnis dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk.

3. Jurnal ilmu manajemen terapan, oleh Susi Yanti dkk yang berjudul “Implementasi Manajemen Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus di Toko Baju Dewi Busana Kelurahan Sungai Lokan Kecamatan Sadu)”. Dalam penelitian ini memaparkan bahwa implementasi manajemen bisnis Islam dalam meningkatkan pendapatan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni sama-sama membahas manajemen bisnis dalam Islam sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian pengarang adalah terletak pada objek penelitian dan bidang kajian yang dibahas yang mana objek penelitian ini berada di Kelurahan Sungai Lakon Kecamatan Sadu dan bidang kajian yang dibahas adalah peningkatan pendapatan sedangkan penelitian penulis objek penelitiannya berada di Desa

Katol timur dan bidang kajian yang dibahas yakni manajemen bisnis dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dalam ekonomi Islam.²⁸

4. Jurnal Al-Idarah, oleh Misbahul Ali dkk, yang berjudul “Implementasi Manajemen Bisnis Syariah Untuk Peningkatan Volume Penjualan di Kantin 1 Putera UD. Assyarif Pondok Pesantren Salafiyah Syafi’iyah Sukorejo Situbondo” dalam penelitian ini diketahui bahwa peningkatan penjualan di kantin putra dalam segi semua penjualan khususnya kue dan degan jamu adalah dengan tujuan memuaskan konsumen dan tidak membuat kecewa para santri sebagai target utama dalam kenaikan volume penjualan, sehingga pihak kantin memberikan keleluasaan kepada para santri dalam memilih makanan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni membahas tentang manajemen bisnis syariah. Namun perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu tidak dari jenis perdagangan yang sama, sedangkan penelitian penulis objek yang diteliti adalah butik busana muslimah. Selain itu lokasi pada penelitian ini yakni di Pondok Pesantren Salafiyah Syafi’iyah Sukorejo Situbondo dan penelitian penulis di Desa Katol Timur.²⁹

²⁸ Susi Yanti dkk, “implementasi manajemen bisnis islam dalam meningkatkan pendapatan (studi kasus di toko baju dewi busana kelurahan sungai lokan kecamatan sadu)”, Vol. 3, No. 2, 2021.

²⁹ Misbahul Ali dkk, “Implementasi manajemen bisnis syari’ah untuk peningkatan volume penjualan di kantin putera UD. Assyarif Pondok Pesantren Salafiyah Syafi’iyah Sukorejo Situbondo” *jurnal al-Idarah*, Vol.3, No.1, 2022.

F. SISTEMATIKA PENELITIAN

Agar penelitian lebih mudah ditelaah dan dipahami, maka peneliti menyusun hasil penelitian ini menjadi 5 bagian, adapun 5 bagian penulisan ini sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan yang berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II : Berisi tentang teori yang menjelaskan sesuatu yang sedang dikaji agar dapat memecahkan masalah, teori yang dijelaskan berkaitan dengan judul penelitian “Analisis Manajemen Bisnis Butik Ziezouka Fashion dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk di tinjau dari ekonomi Islam (Studi kasus desa Katol Timur)”

BAB III : Metode penelitian pada bab ini membahas metode yang akan digunakan dalam penelitian, seperti: jenis penelitian, pengumpulan data, dan tehnik analisis data.

BAB IV : Berisi tentang hasil penelitian yang diperoleh peneliti dari lapangan, kemudian di analisis terkait dengan manajemen bisnis Butik Ziezouka Fashion Gallery dalam meningkatkan kualitas dan kuantis produk ditinjau dari ekonomi Islam.

BAB V : Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari peneliti atas penelitian yang telah dilakukan. Dapat di artikan juga

sebagai jawaban atas suatu permasalahan yang telah dikaji sebelumnya. Selain itu terdapat saran yang bermanfaat baik bagi peneliti sendiri dan juga pembaca.