

**STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK INDUSTRI
KERAJINAN SEMEN ORNAMEN CITA KARYA ART
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
DI DESA KEMBANG KUNING KABUPATEN PASURUAN**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syari'ah



Oleh:

Amatullah Afifah
083134110

Dosen Pembimbing

M.F.Hidayatullah, S.H.I,M.S.I
NIP. 19760812 200801 1 015

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOVEMBER 2017**

**STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK INDUSTRI
KERAJINAN SEMEN ORNAMEN CITA KARYA ART
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
DI DESA KEMBANG KUNING KABUPATEN PASURUAN**

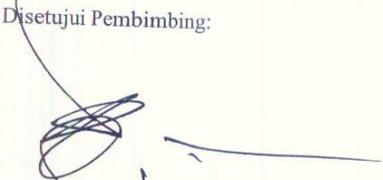
SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syaria'ah

Oleh:

Amatullah Afifah
083134110

Disetujui Pembimbing:


M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I
NIP. 19760812 200801 1 015

**STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK INDUSTRI
KERAJINAN SEMEN ORNAMEN CITA KARYA ART
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
DI DESA KEMBANG KUNING KABUPATEN PASURUAN**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syaria'ah

Hari : Jumat

Tanggal : 12 Januari 2018

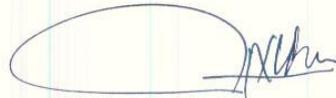
Tim Penguji

Ketua,



Nikmatul Masrurroh, M.E.I
NIP.198209222009012005

Sekretaris,



Dr. Nurul Widyawati.I.R.S.Sos.M.Si
NIP.197509052005012003

Anggota:

1. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

()

2. M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I

()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Moch. Chotib, S.Ag.,MM
NIP.197107272002121003

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (An-Nisa:29)¹

IAIN JEMBER

¹Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: GemaRisalah, 1986)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT segenap rasa syukur atas nikmat dan karunia yang Engkau berikan. Sholawat serta salam tak lupa saya haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang mana telah membawa kita dari jaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yakni Addinul Islam. Sehingga dengan ini saya dapat menyelesaikan skripsi ini, dan skripsi ini akan saya persembahkan kepada:

1. Mamaku Siama dan Ayahku Moch. Suroso yang sangat aku sayangi dan aku cintai karena mereka berdua selalu memberikan semangat dan motivasi serta selalu mendoakan saya dalam segala hal, yang tak pernah kenal lelah mendidik saya. Semoga Allah selalu memberikan umur panjang serta keberkahan didalam hidup keduanya. (Amiin)
2. Mbak-mbakku Sri Ishma dan Dewi Alfarisa yang aku sayangi karena mereka berdua telah banyak membantu saya, memberikan masukan, dan semangat kepada saya. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan, rejeki yang melimpah serta keberkahan hidup kepada keduanya. (Amiin)
3. Abang-abangku Ahmad Husni, Ahmad Bagus dan Ahmad Zidni yang aku sayangi karena mereka bertiga yang telah mendukung dan memberikan masukan kepada saya. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan, rejeki yang melimpah serta keberkahan hidup kepada ketiganya. (Amiin)

4. Adikku Dini Fajriyah yang sangat aku sayangi terimakasih untuk waktu luang dan selalu menemani aku menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan keberkahan didalam hidupnya. (Amiin)
5. Teman-teman seperjuangan K3 Ekonomi Syariah Angkatan 2013.
6. Almamater kebanggan kami IAIN Jember.



ABSTRAK

Amatullah Afifah, M.F.Hidayatullah, 2017: *Strategi Diversifikasi Produk Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Desa Kembang Kuning Kabupaten Pasuruan.*

Cita Karya Art merupakan salah satu industri yang bergerak dibidang kerajinan. Industri kerajinan Semen ornamen yang banyak digunakan untuk hiasan rumah, bangunan, masjid. Dalam pembuatannya Cita Karya Art harus memperhatikan nilai fungsi serta kegunaan untuk memenuhi kebutuhan individu dan para konsumennya. Dimana salah satu faktor utama yang harus dipertahankan adalah kualitas, desain yang unik, macam-macam bentuk, serta inovasi.

Fokus kajian yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana Strategi diversifikasi industri kerajinan semen ornamen di Cita Karya Art? 2) Apakah strategi diversifikasi industri kerajinan semen ornamen dapat meningkatkan volume penjualan di Cita Karya art ?,

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui strategi diversifikasi industri kerajinan di Cita Karya Art. 2) Untuk mengetahui strategi diversifikasi industri kerajinan semen Ornamen dapat meningkatkan volume penjualan di Cita Karya Art.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, sedangkan metode pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun validitas data yang digunakan adalah triangulasi sumber dan metode atau teknik, serta analisis datanya adalah kualitatif deskriptif.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan: 1) Strategi diversifikasi yang digunakan oleh Cita Karya Art adalah strategi terpusat yaitu merupakan penambahan jenis baru pada produk dengan lini produk yang sudah ada. Tujuan dari Cita Karya Art mendiversifikasikan produknya adalah untuk meningkatkan volume penjualan pada industri kerajinannya dan lain halnya Cita Karya Art ingin menambah jenis-jenis desain dan variasi pada setiap produknya. 2) Strategi diversifikasi produk pada kerajinan semen ornamen mengalami peningkatan pada penjualannya dan unitnya setiap tahunnya. Terbukti dari hasil tabel pada volume penjualan setiap tahunnya. Dimana pada tahun 2007 mengalami peningkatan sebesar 8 juta rupiah sampai pada tahun 2016 sebesar 200 juta rupiah dan unitnya 167 unit sampai dengan 2318 unit. Peningkatan volume penjualan itu dikarenakan adanya diversifikasi pada jenis –jenis produknya sehingga Cita Karya Art mengalami peningkatan pada penjualannya.

Kata Kunci : Strategi Diversifikasi, Volume Penjualan

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat taufik dan hidayah-Nya, sehingga penyusun mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Diversifikasi Produk Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Desa Kembang Kuning Kabupaten Pasuruan”

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW. sebagai sang revolusioner sekaligus yang telah membawa kita dari zaman Jahiliyah atau kebodohan hingga zaman terang benderang yakni Addinul Islam, serta para Sahabat, Tabi’in dan para umat yang senantiasa berjalan dalam risalahnya,

Sebagai tugas akhir dan sekaligus prasyarat dari kelulusan tingkat setrata satu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember tahun akademik 2017/2018, tentunya dalam penyusunan skripsi ini juga tidak akan lupa kami ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr.H Babun Suharto, SE, MM Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember yang telah memfasilitasi kami selama proses kegiatan belajar mengajar di lembaga ini.
2. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
3. Bapak M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember sekaligus Pembimbing skripsi kami yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan di tengah-tengah kesibukannya meluangkan waktu memberikan bimbingan dan memberi pengarahan kepada kami.

4. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I Selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
5. Bapak Agung Parmono, S.E, M.Si Selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Syariah.
6. Segenap dosen-dosen dan guru-guruku tanpa terkecuali yang telah membimbing dan mengamalkan ilmunya.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih mempunyai banyak kekurangan, sehingga masih perlu tahap penyempurnaan. Namun walau dengan refrensi dan waktu yang terbatas, penulis mencoba untuk menyusunnya berdasarkan kemampuan yang penulis miliki dan untuk lebih menyempurnakan tentu tidak lepas dari kritik dan saran yang bersifat konstruktif dan para pembaca ini.

Penulis

Amatullah Afifah
NIM. 083 134 110

IAIN JEMBER

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN..... | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 4 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 5 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 5 |
| E. Definisi Istilah | 7 |
| F. Sistematika Pembahasan..... | 9 |
| BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN | |
| A. Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| B. Kajian Teori..... | 19 |
| 1. Diversifikasi..... | 19 |
| 2. Volume Penjualan..... | 26 |

BAB III METODELOGI PENELITIAN

| | |
|-----------------------------------------|----|
| A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian..... | 37 |
| B. Lokasi Penelitian..... | 38 |
| C. Subyek Penelitian..... | 39 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 41 |
| E. Analisis Data..... | 43 |
| F. Keabsahan Data..... | 45 |
| G. Tahap-Tahap Penelitian..... | 46 |

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| A. Gambaran Objek Penelitian..... | 48 |
| 1. Sejarah Singkat Berdirinya Industri Kerajinan CitaKarya Art | 48 |
| 2. Visi dan Misi..... | 50 |
| 3. Letak Geografis..... | 50 |
| 4. Struktur Organisasi..... | 51 |
| 5. Bahan yang digunakan Untuk Membuat Semen Ornamen..... | 53 |
| 6. Jenis-Jenis Semen Ornamen..... | 54 |
| B. Penyajian Data dan Analisis | |
| 1. Strategi diversifikasi produk industri kerajinan semen ornamen di Cita Karya Art..... | 62 |
| 2. Strategi diversifikasi produk industri kerajinan semen ornamen dalam meningkatkan volume penjualan di Cita Karya Art..... | 65 |
| C. Pembahasan Temuan..... | 75 |

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 81

B. Saran..... 82

DAFTAR PUSTAKA 84



LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Maktrik Penelitian
2. Pernyataan Keaslian Tulisan
3. Pedoman Penelitian
4. Surat Izin Penelitian Skripsi dari IAIN Jember
5. Surat Balasan jawaban penelitian dari Cita Karya Art
6. Formulir Pengumpulan data
7. Daftar Informan
8. Dokumentasi
9. Biodata Penulis



DAFTAR TABEL

| | | |
|------|--------------------------------------------------------------|----|
| 1.1 | Penelitian Terdahulu | 16 |
| 4.1 | Jenis Semen Ornamen Kerawang | 54 |
| 4.2 | Jenis Semen Ornamen Kotak Pilar | 56 |
| 4.3 | Jenis Ornamen Loster | 59 |
| 4.4 | Jenis Semen Ornamen Resplang | 61 |
| 4.5 | Volume Penjualan Sebelum Diversifikasi Tahun 2005-2006 | 68 |
| 4.6 | Volume Penjualan Setelah Diversifikasi Tahun 2007-2008 | 68 |
| 4.7 | Volume Penjualan Setelah Diversifikasi Tahun 2009-2010 | 69 |
| 4.8 | Volume Penjualan Sebelum Diversifikasi Tahun 2011-2012 | 70 |
| 4.9 | Volume Penjualan Sebelum Diversifikasi Tahun 2013-2014 | 72 |
| 4.10 | Volume Penjualan Sebelum Diversifikasi Tahun 2015-2016 | 73 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri Kecil Menengah (IKM) memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia. Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi menyebabkan persaingan usaha kecil menengah semakin ketat. Para produsen juga semakin kreatif dan inovatif dalam menarik konsumen, kunci keberhasilan pengaruh IKM dalam menghadapi persaingan adalah memberikan inovasi produk terbaik sehingga akan menambah nilai pengusaha IKM dimata konsumen, seperti pengusaha semen ornamen yang secara bersamaan menghasilkan berbagai macam bentuk dan desain produk yang berkualitas.¹

Cita Karya Art merupakan industri yang bergerak dibidang kerajinan. Pengrajin semen ornamen dituntut untuk menghasilkan desain produk yang inovatif dan kreatif dalam menciptakan produk produk baru yang mempunyai kualitas terbaik mengingat kebutuhan konsumen semakin berkembang dan selera konsumen yang selalu berubah ubah. Tuntutan untuk selalu menghasilkan bentuk dan desain baru dilakukan melalui diversifikasi produk.

Diversifikasi adalah strategi mengembangkan produk baru untuk pasar baru. Situasi yang mendukung penerapan strategi ini adalah jika

¹Lucius Hermawan, “Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olahan Tahu Khas Kediri”.
Jurnal JIBEKA Vol. 9, No. 2, 2015, 26 – 32.

sudah tidak ada lagi peluang pertumbuhan untuk produk atau pasar saat ini, lingkungan pasar yang dilayani sangat tidak stabil dan bertambah pada fluktuasi penjualan atau laba, dan perusahaan bermaksud mengoptimalkan kompetensi lainnya.²

Sedangkan diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh perusahaan terutama jika perusahaan tersebut telah berada dalam tahap kedewasaan. Dengan diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak akan bergantung pada jenis produknya saja, tetapi perusahaan juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya (produk diversifikasi), karena jika salah satu jenis produknya tengah mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya.³

Diversifikasi produk juga diterapkan pada produk kerajinan semen ornamen yang berada di desa kembang kuning adalah sebagai desain, bentuk, dan warna setiap produk kerajinan semen. Salah satu diversifikasi produk dari produk semen ornamen adalah bentuk dan desain dari semen tersebut. Alasan pengusaha industri kerajinan semen ornamen melakukan diversifikasi produk.

Strategi diversifikasi produk adalah upaya mencari dan mengembangkan produk dan pasar yang baru, atau kedua nya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. Yang dimaksud yaitu suatu kegiatan yang dilakukan dengan

² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 148.

³ Fajar, *Pemasaran*, 50.

mengembangkan produk selain bertujuan mempertahankan produk yang dihasilkan juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan yang berdampak juga pada peningkatan perusahaan. Maka dari itu suatu perusahaan melakukan strategi diversifikasi produk karena strategi diversifikasi produk adalah salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

Volume penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan, dalam menghasilkan barang atau jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang/jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba.

Salah satu industri yang melakukan diversifikasi dalam produknya adalah Cita Karya Art yang terletak di desa Kembang Kuning kabupaten Pasuruan. Cita karya Art melakukan inovasi dan kreasi terhadap setiap produknya. Yaitu terdapat desain desain yang menarik dan unik seperti desain *kerawang, gewel, kotak pilar, porbel, loster, dan resplang*. Perubahan desain ini menarik perhatian konsumen untuk membeli kerajinan tersebut hal ini tentunya menguntungkan bagi pihak Cita Karya Art karena dapat meningkatkan volume penjualan. Dari hasil diversifikasi kerajinan semen ornamen mengalami peningkatan pada

penjualannya. Terbukti dari hasil tabel pada volume penjualan setiap tahunnya. Dimana pada tahun 2007 mengalami peningkatan sebesar 8 juta sampai pada tahun 2016 sebesar 200 juta. Peningkatan volume penjualan itu dikarenakan adanya diversifikasi pada jenis –jenis produknya sehingga Cita Karya Art mengalami peningkatan pada penjualannya.

Hal ini memunculkan ide peneliti untuk mengangkat judul “Strategi Diversifikasi Produk Industri Kerajinan Semen Ornamen dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Cita Karya Art (Desa Kembang Kuning Kabupaten Pasuruan)”.

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya⁴.

Ada pun fokus penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini dirunuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi diversifikasi produk industri kerajinan semen ornamendi Cita Karya Art ?
2. Apakah strategi diversifikasi produk industri kerajinan semen ornamen dapat meningkatkan volume penjualan di Cita Karya art ?

⁴Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. (Jember: STAIN Jember Press, 2014), 44.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.⁵

Untuk mengetahui Strategi produksi dalam upaya meningkatkan volume penjualan kerajinan semen ornamen didesa Kembang Kuning.

1. Untuk mengetahui strategi diversifikasi industri kerajinan di Cita Karya Art.
2. Untuk mengetahui strategi diversifikasi industri kerajinan semen ornamen dapat meningkatkan volume penjualan di Cita Karya Art.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini disamping tujuan yang ingin dicapai, juga diharapkan nantinya bisa memberikan kontribusi yang positif dan beberapa manfaat yang ingin diperoleh sebagai bentuk penerapan dari hasil penelitian yang akan dilakukannya.

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuktikan teori yang sudah ada dengan praktek dilapangan menyatakan bahwa peningkatan volume penjualan bisa dilakukan dengan diversifikasi produk.⁶

⁵ Ibid., 45

⁶Raja Prestasi.com/2009/04/strategi-pengembangan-pasar.

Jadi diversifikasi produk merupakan cara membuat sesuatu menjadi lebih beragam atau tidak terpaku pada satu jenis saja. Sebuah pasar akan berkembang apabila ada perkembangan produk didalamnya.

2. Secara Praktis

Manfaat praktis adalah manfaat dari penelitian yang akan kita lakukan yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari secara langsung.

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi:

a. Bagi peneliti

1) Sebagai wadah untuk menambah pengetahuan dan pemahaman tentang Strategi diversifikasi industri kerajinan semen ornamen dalam meningkatkan volume penjualan di Cita Karya Art.

2) Sebagai proses untuk belajar dan menambah kemampuan dalam prosedur penulisan dan penelitian ilmiah.

b. Bagi masyarakat

1) Penelitian ini diharapkan berfungsi untuk sumber informasi dan pengetahuan tentang strategi Strategi diversifikasi kerajinan semen ornamen dalam meningkatkan volume penjualan di Cita Karya Art

2) Agar para karyawan dapat melihat kemajuan dan prospek serta proses untuk mengetahui potensi dan kemajuan dari diversifikasi semen ornament yang berada di Cita Karya Art.

c. Bagi lembaga IAIN Jember.

1) Penelitian ini diupayakan dapat memberikan kontribusi dalam menambah dan mewarnai nuansa ilmiah di lembaga IAIN Jember.

2) Penelitian ini sebagai tambahan literatur atau referensi, bagi pihak lembaga IAIN Jember dan mahasiswa yang ingin menambah wawasan tentang strategi diversifikasi industri kerajinan semen ornamen dalam meningkatkan volume penjualan.

d. Bagi Industri kerajinan semen ornamen

1) Dapat digunakan sebagai rujukan untuk melihat prospek produk-produk semen ornamen.

2) Dapat dijadikan koreksi dan bahan pertimbangan apabila membuat produk yang baru.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian penelitian di dalam judul penelitian.⁷Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.

⁷STAIN, *Karya Ilmiah*, 45.

Dari judul Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian penelitian di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.

Dari judul “Strategi diversifikasi produk industri kerajinan semen ornamen dalam meningkatkan volume penjualan di Cita Karya Art Desa Kembang Kuning Kabupaten Pasuruan”.

Maka hal-hal yang perlu dijelaskan lebih awal sebagai berikut:

1. Strategi Diversifikasi

Strategi Diversifikasi adalah strategi mengembangkan produk baru untuk pasar baru. Situasi yang mendukung penerapan strategi ini adalah jika sudah tidak ada lagi peluang pertumbuhan untuk produk atau pasar saat ini, lingkungan pasar yang dilayani sangat tidak stabil dan bertambah pada fluktuasi penjualan atau laba, dan perusahaan bermaksud mengoptimalkan kompetensi lainnya.⁸

Jadi diversifikasi produk itu adalah cara mengembangkan pasar dengan cara menciptakan atau menambah peluang bisnis baru yang tidak sama dengan bisnis yang sekarang digeluti.

2. Kerajinan Semen Ornamen

Kerajinan adalah Hal yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan (kerajinan tangan)/ kerajinan yang terbuat dari

⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2008), 148.

berbagai bahan. Dari kerajinan ini menghasilkan hiasan atau benda seni maupun barang pakai.

Sedangkan kerajinan semen ornamen adalah komponen produk seni yang ditambahkan atau sengaja dibuat dengan tangan yang bertujuan sebagai hiasan yang terbuat dari semen.⁹

3. Volume penjualan

Volume penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan, dalam menghasilkan barang atau jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang atau jasa tersebut kepada masyarakat.

Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menjual barang atau jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba.¹⁰

F. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan ini akan dijelaskan kerangka pemikiran yang digunakan dalam menyusun skripsi ini, sehingga dapat dipelajari dan dipahami oleh pembaca. Disini dijelaskan sebagai berikut:

BAB I yang berisi tentang gambaran umum penelitian yang akan dilakukan, disini terdiri dari beberapa sub yaitu; Latar Belakang Masalah,

⁹http://misbahazzahra74.blogspot.co.id/2014/09/normal-0-false-false-false-in-x-none-ar_24.html
10 juni 2017

¹⁰ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), 141.

Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Istilah dan Sistematika Pembahasan.

BAB II yang berisi tentang kajian kepustakaan yang memuat: Penelitian Terdahulu dan Kajian Teori, berkenaan dengan masalah penelitian yang hendak dipecahkan sesuai dengan fokus penelitian dan tujuan penelitian.

BAB III disini menjelaskan tentang kerangka pemikiran yang meliputi: metode penelitian yang mencakup: Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Subyek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Metode Pengumpulan Data, Analisis Data, Keabsahan Data, dan Tahapan-Tahapan Penelitian.

BAB IV berisi Penyajian dan Analisis Data yang memuat tentang Gambaran Obyek Penelitian, Penyajian Data dan Analisis, serta Pembahasan Temuan.

BAB V Bab lima berisi Penutup yang Memuat Kesimpulan dan Saran.

IAIN JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti juga melihat hasil penelitian lain. Berikut akan peneliti jelaskan perbedaan dan persamaan antara peneliti ini dengan peneliti lain.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Shofwan Khamidi Universitas Brawijaya Malang "*Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi "Faiza Bordir" Bangil-Pasuruan)*". Fokus dari hasil penelitian ini adalah apa pengaruh strategi diversifikasi terhadap penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi "Faiza Bordir" Bangil-Pasuruan). Jenis penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini adalah Pelaksanaan kebijakan diversifikasi produk yang dilakukan oleh perusahaan telah mendorong peningkatan penjualan. Produk baru yang dihasilkan dalam diversifikasi produk telah memberikan kontribusi yang baik dalam volume penjualan total dan omzet penjualan total sesudah diversifikasi produk.¹¹

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lucius Hermawan (2015) Universitas Ma Chung "*Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olahan Tahu Khas Kediri*". Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana

¹¹Shofwan Khamidi, "*Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi "Faiza Bordir" Bangil-Pasuruan)*." (Jurnal Universitas Brawijaya Malang).

penerapan Strategi Diversifikasi produk pangan olahan tahu khas Kediri pada Industri Kecil Menengah di Kota Kediri. Jenis pendekatan kualitatif dengan analisis data deskriptif. Hasil penelitian ini adalah alasan partisipan menerapkan strategi diversifikasi produk pada perusahaan mereka karena kerugian yang didapat akibat tahu yang tidak habis terjual harus dibuang atau dijual dengan harga yang sangat murah, oleh karena itu partisipan memiliki ide untuk membuat stik tahu dari tahu yang tidak habis tersebut untuk menutupi kerugian yang diterima.¹²

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Sri Rahayuningsih (2007) Universitas Sanata Dharma Yogyakarta “*Analisis Pengaruh Diversifikasi Konsentris Produk Terhadap Volume Penjualan Studi Kasus Pada PT.Diamond Baru Yogyakarta*”. Fokus dari penelitian ini adalah apakah ada pengaruh positif secara parsial lini produk *con block* dan genteng beton terhadap volume penjualan. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Hasil penelitian ini adalah Diversifikasi konsentris lini produk *con block* secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Hal ini membuktikan bahwa konsumen memilih produk yang kuat dan tahan lama.¹³

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Siti Normasari (2016) IAIN Jember “*Penerapan strategi marketing mix dalam meningkatkan penjualan di toko hakaido cake dan bakery rokojambi perspektif etika*

¹²Lucius Hermawan, “*Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olahan Tahu Khas Kediri*”, (Tesis Universitas Ma Chung, 2015).

¹³Sri Rahayuningsih, “*Analisis Pengaruh Diversifikasi Konsentris Produk Terhadap Volume Penjualan Studi Kasus Pada PT.Diamond Baru Yogyakarta*”. (Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2007)

bisnis islam". Fokus penelitian ini adalah bagaimana dinamika peningkatan penjualan ditoko jokaido cake dan bakery Rogojampi. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah setiap perusahaan pasti memiliki strategi atau taktik tertentu dalam memasarkan barang yang diproduksinya, dan pada took hokaido dalam melakukan srategi pemasarannya selain dengan menyediakan lebih dari 40 macam roti dengan rasa yang berbeda.¹⁴

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yuliatul Hasanah (2017) IAIN Jember "*Strategi pengembangan pasar melalui pengembangan produk dan diversifikasi produk (studi kasus pusat penelitian kopi dan kakau Indonesia Desa Renteng Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember)*". Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan pasar melalui diversifikasi produk coklat di pusat penelitian kopi dan kakao Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Hasil penelitian ini adalah bahwasannya puslitkota termasuk kedalam jenis diversifikasi horizontal karena dalam prakteknya puslitkota menciptakan produk yang baru untuk menarik perhatian para pelanggannya.¹⁵

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sri Hartati dan Sartono Putro (2017) *Diversifikasi Produk Tepung Pati Garut (Maranta*

¹⁴Siti Norma Sari, *Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Penjualan Genteng Pada UD. Bahagia Di Desa Taman Sari Wuluhan*, (Skripsi, IAIN Jember, 2016).

¹⁵Yuliatul Hasanah, *Strategi Pengembangan Pasar Melalui Pengembangan Produk dan Diversifikasi Produk (Studi Kasus Pusat Penelitian Kopi dan Kakau Indonesia Desa Renteng Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember)* (Skripsi, IAIN Jember, 2017).

arundinaceae, Linn.) Menjadi Sohun. Fokus penelitian ini adalah bagaimana Diversifikasi produk tepung pati Garut (*maranta arundinaceae*) menjadi sohun. Jenis penelitian Pembuatan sohundalam penelitian ini mengadopsi cara yang dilakukan oleh peneliti Roisah (2009) dan jugamenunjukkan bahwa penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap, meliputi (1) Penentuan rasio tepung pati garut dan air untuk proses gelatinisasi, (2) Penentuan rasio tepung untuk gelatinisasi dan tepung kering/mentah(3)Pemilihanproses pemasakan antara perebusan dan pengukusan terhadap helai adonanpasca pencetakan. (4) Pengujian *Total Cooking Loss* sohun pati garut serta (5). UjiSensoris. Hasil penelitian ini adalah Pengembangan produk tepung patigarut yang potensial salah satunya adalahdengan dibuat menjadi produk sohun karenadalam pembuatan sohun kebutuhan bahandasar pati adalah dominan.Sohun merupakanproduk berbentuk benang atau pita pipih sepertimie terigu, tetapi dibuat dari pati (Haryadi, 2014). Cara-cara pembuatan sohun dari berbagai pati sangat beragam di beberapa wilayah dengan tingkat penerapan teknologi yang beragam untuk menghasilkan bentuk-bentuk dan ukuran yang beragam, yaitu meliputi bentuk-benrtuk benang lembut, benang besar, pita atau lembaran.¹⁶

Berdasarkan penelitian jurnal yang dilakukan oleh Yengki Eka Okta KarneliWijaya (2017) Kampus Bina Widya “*Pengaruh Diversifikasi*

¹⁶Sri Hartati dan Sartono Putro, “*Diversifikasi Produk Tepung Pati Garut Menjadi Sohun*”. (Jurnal Fakultas Pertanian, Program Studi Teknologi Hasil Pertanian dan Universitas Veteran Bangun Nusantara, 2017).

Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kentucky Fried Chicken (KFC) Metropolitan City Pekanbaru.

Fokus penelitian bagaimana Pengaruh Diversifikasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kentucky Fried Chicken (KFC) Metropolitan City Pekanbaru). Jenis penelitian menggunakan studi pada pelanggan kentucky fried chicken. Hasil dari penelitian ini mengenai diversifikasi produk pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Metropolitan City Pekanbaru dikategorikan baik, artinya bahwa dalam melaksanakan diversifikasi produk telah berjalan baik. Indikator inovasi produk memiliki skor tertinggi dibandingkan indikator keanekaragaman produk. Hal ini membuktikan bahwa inovasi produk yang dilakukan Kentucky Fried Chicken (KFC) Metropolitan City Pekanbaru sudah baik. Seperti menciptakan produk yang inovasi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.¹⁷

Berdasarkan penelitian jurnal yang dilakukan oleh Jan Horas V Purba (2005) Sekolah tinggi ilmu kesatuan ekonomi “*Strategi Diversifikasi Produk Terhadap Tingkat Omzet Penjualan (Studi Kasus Pada PT Surya Pratama*”. Fokus masalah bagaimana strategi diversifikasi produk terhadap tingkat omset penjualan. Jenis penelitian menggunakan studi kasus lapangan. Hasil penelitian dengan melakukan diversifikasi type maka akan memperkuat tujuan perusahaan yaitu untuk meningkatkan omset pada penjualan, dimana dengan melakukan pengembangan *typei* sejenis namun

¹⁷Yengki Eka dan Okta Karneli Wijaya, “*Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kentucky Fried Chicken (KFC) Metropolitan City Pekanbaru*”. (Jurnal Kampus Bina Widya, 2017)

lay out / denah berbeda, keadaan ini menjelaskan bahwa perusahaan memperluas usahanya.¹⁸

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| NO | Nama | Judul | Persamaan | Perbedaan |
|----|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Shofwan Khamidi (Universitas Brawijaya Malang) | “Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi “Faiza Bordir “ Bangil-Pasuruan). | Persamaannya sama-sama melakukan penelitian tentang strategi diversifikasi produk | Jenis penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus. |
| 2 | Lucius Hermawan (2015) Universitas Ma Chung. | “Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olahan Tahu Khas Kediri” | Persamaannya sama-sama melakukan penelitian tentang strategi diversifikasi produk | Perbedaannya terletak pada obyeknya yaitu olahan tahu khas Kediri sedangkan milik peneliti adalah produk kerajinan semen. |
| 3 | Sri Rahayuningsih (2007) Universitas Sanata Dharma Yogyakarta | “Analisis Pengaruh Diversifikasi Konsentris Produk Terhadap Volume Penjualan Studi Kasus Pada PT.Diamond Baru Yogyakarta”. | Persamaannya sama-sama melakukan penelitian tentang strategi diversifikasi produk. | Metode penelitian menggunakan studi kasus. |
| 4 | Siti Normasari (2016) IAIN Jember | Penerapan strategi marketing mix dalam meningkatkan penjualan di toko hakaido cake dan bakery rokojambi perspektif etika bisnis islam. | Persamaannya disini sama-sama membahas tentang strategi meningkatkan volume penjualan | perbedaannya terletak pada objeknya. |

¹⁸Jan Horas V Purba, “Strategi Diversifikasi Produk Terhadap Tingkat Omzet Penjualan (Studi Kasus Pada PT Surya Pratama”, (Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Kesatuan Ekonomi,2005)

| NO | Nama | Judul | Persamaan | Perbedaan |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | Yuliatul Hasanah (2017) IAIN Jember | Strategi pengembangan pasar melalui pengembangan produk dan diversifikasi produk (studi kasus pusat penelitian kopi dan kakau Indonesia Desa Renteng Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember). | Persamaannya sama-sama melakukan penelitian tentang strategi diversifikasi produk | Jenis penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus. |
| 6 | Joefer Pratama Sahetapy,(2013) jurnal EMBA, Universitas Sam Ratulangi Manado | Diversifikasi produk, Strategi merek, pengaruhnya terhadap keputusan pembelian meubel UD Sinar Sakti Manado. | Penelitian sama – sama menggunakan variabel Diversifikasi produk. | Jenis penelitian ini menggunakan lokasi, serta indikator pada diversifikasi produk menggunakan keragaman produk, kualitas produk dan kesesuaian. |
| 7 | Sri Hartati dan Sartono Putro (2017) Jurnal Fakultas Pertanian, Program Studi Teknologi Hasil Pertanian dan Universitas Veteran Bangun Nusantara | Diversifikasi Produk Tepung Pati Garut (<i>Maranta arundinaceae</i> , Linn.) Menjadi Sohun. | Penelitian sama – sama menggunakan variabel Diversifikasi produk terhadap pembuatan tepung sohun. | Jenis penelitian Pembuatan sohundalam penelitian ini mengadopsi cara yang dilakukan oleh peneliti Roisah (2009) dan jugamenunjukkan bahwa penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap, meliputi (1) Penentuan rasio tepung pati garut dan air untuk proses gelatinisasi, (2) |

| NO | Nama | Judul | Persamaan | Perbedaan |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | Penentuan rasio tepung untuk gelatinisasi dan tepung kering/mentah(3) Pemilihan proses pemasakan antara perebusan dan pengukusan terhadap helai adonan pasca pencetakan. (4) Pengujian <i>Total Cooking Loss</i> sohun pati garut serta (5). Uji Sensoris. |
| 8 | Netty Widyastuti Pusat Teknologi Bioindustri, Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi. Gedung 2, BPP Teknologi, | Diversifikasi produk olahan jamur tiram (<i>Pleurotus ostreatus</i>) sebagai makanan sehat | Penelitian sama – sama menggunakan variabel Diversifikasi produk. | Jenis penelitian menggunakan studi pelanggan |
| 9 | Yengki Eka dan Okta Karneli Wijaya (2017) Jurnal Kampus Bina Widya | Pengaruh diversifikasi produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan Kentucky Fried Chicken (KFC) Metropolitan City | Penelitian sama – sama menggunakan variabel Diversifikasi produk. | Penelitian ini menggunakan penelitian studi pada pelanggan kentucky fried chicken. |
| 10 | Jan Horas V Purba (2005) Sekolah tinggi Ilmu Kesatuan Ekonomi. | Strategi Diversifikasi Produk Terhadap Tingkat Omzet Penjualan (Studi Kasus Pada PT Surya Pratama | Penelitian sama – sama menggunakan variabel Diversifikasi produk | Penelitian ini menggunakan penelitian studi kasus. |

B. Kajian Teori

1. Diversifikasi

Banyaknya istilah diversifikasi seperti internasional atau multinasional, diversifikasi aset, diversifikasi investasi, diversifikasi usaha, diversifikasi produk, dan diversifikasi pangan menunjukkan banyaknya jenis perluasan usaha yang bisa dilakukan oleh pemasar untuk memperluas bisnisnya sebagai seorang entrepreneur.

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) arti diversifikasi adalah penganekaragaman usaha untuk menghindari ketergantungan pada ketunggalan kegiatan, produk, jasa, atau investasi.¹⁹

Diversifikasi adalah strategi mengembangkan produk baru untuk pasar baru. Situasi yang mendukung penerapan strategi ini adalah jika sudah tidak ada lagi peluang pertumbuhan untuk produk atau pasar saat ini, lingkungan pasar yang dilayani sangat tidak stabil dan bertambah pada fluktuasi penjualan atau laba, dan perusahaan bermaksud mengoptimalkan kompetensi lainnya.²⁰

Pada dasarnya strategi diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang penting di dalam meningkatkan volume penjualan. Strategi diversifikasi adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan,

¹⁹Departemen Pendidikan Nasional/Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ke-3*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 271.

²⁰Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2008), 148.

profitabilitas, dan fleksibilitas. Diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu.²¹

a. Diversifikasi Konsentris

Dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran, teknologi dengan produk yang sudah ada.

b. Diversifikasi Horisontal

Dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.

c. Diversifikasi Konglomerat

Dimana produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

Dari sudut pandangan pemasaran kebaikan diversifikasi produk adalah kemampuan untuk menawarkan lebih banyak pilihan kepada para langganan. Pemasaran sering berpendapat bahwa penjualan akan turun bila perusahaan tidak menjual produk sebanyak yang dijual para pesaing. Para manajer pemasaran juga sering berpendapat bahwa garis produk yang semakin lebar akan semakin mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Tetapi,

²¹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-3, (Yogyakarta: ANDI, 1997), 132.

diversifikasi produk yang terlalu tinggi akan membuat fungsi pemasaran makin sulit. Terlalu banyak macam produk akan membingungkan langganan yang tidak dapat membedakan produk-produk sejenis. Hal ini juga akan menyulitkan pemberian latihan bagi orang-orang penjualan, dan pengelolaan akan lebih mahal. Bagaimanapun juga, para manajer pemasaran cenderung lebih menyukai lebih banyak variasi produk.

Dari sudut pandangan operasi, diversifikasi produk akan meningkatkan kompleksitas proses produksi, memperpendek proses produksi, dan mempersulit penentuan peralatan dan tenaga kerja. Para manajer operasi sering lebih menyukai lebih sedikit variasi produk.²²

Menurut J. Nijman diversifikasi sebagai suatu bagian daripada strategi produk ialah perluasan pengembangan barang dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan, dengan jalan penambahan produk atau jasa. Yang baru, yang dimaksud baru, yakni di dalam rangka pengembangan barang yang ada. Dalam hal ini, dibedakan antara diversifikasi *praktis*, yang berarti peningkatan jumlah warna, model, ukuran, dan sebagainya, dengan diversifikasi *strategis*, yang mengandung konsekuensi produk yang sama sekali *berlainan*.²³

²² T.Hani Handoko, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, (Yogyakarta: BPFE, 2011), 44-51.

²³ R.S.H.J.Nijman, S.E Van Der Wolk, *Strategi Pemasaran Modern*, (Jakarta: Erlangga, 1997), 139.

1.) Pengertian Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk adalah penambahan produk baru yang mempunyai fungsi produk, proses produksi atau teknologi, dan atau sasaran pasarnya berbeda dengan produk lama. Diversifikasi produk dapat dibedakan dalam beberapa pola. Perbedaan tersebut didasarkan pada kombinasi penggunaan fasilitas produksi atau teknologi (*konvergen* atau *divergen*) dan atau fasilitas pemasaran (*konvergen* atau *divergen*).

Diversifikasi produk ditujukan untuk membuat produk tahan lebih lama, mengarah kepada produk siap konsumsi/digunakan untuk memenuhi selera konsumen, kebutuhan dan harapan konsumen, memperluas pasar, mempermudah transportasi, menyerap tenaga kerja, member nilai tambah, pendapatan dan lain sebagainya. Untuk diversifikasi produk ini diperlukan kreatifitas, inovasi, penelitian, modal, promosi atau komunikasi pemasaran, bantuan dari pemerintah untuk usaha kecil dan menengah.

Diversifikasi produk artinya menganekaragamkan produk. Jadi produk diawali dari satu produk utama sehingga dapat dibuat berbagai produk. Pada umumnya produk makanan tradisional tidak menggunakan teknologi tinggi, yang sangat berperan disini adalah kreatifitas, inovasi, jeli melihat peluang pasar, berani memulai, dan berpromosi. Diversifikasi tetap

berorientasi pada pasar yakni mempertimbangkan kebutuhan, selera, harapan, daya beli dan segmen pasarnya.

Jadi diversifikasi produk itu adalah cara mengembangkan pasar dengan cara menciptakan atau menambah peluang bisnis baru yang tidak sama dengan bisnis yang sekarang digeluti. Secara sederhana dapat dimaknai sebagai kegiatan atau tindakan untuk membuat sesuatu menjadi lebih beragam atau tidak terpaku hanya pada satu jenis saja. Didalam dunia bisnis, diversifikasi ini seringkali di indentikkan dengan ungkapan”tidak menaruh telur didalm satukeranjang”. Salah satu tujuan diversifikasi produk adalah untuk memaksimalkan keuntungan sehingga arus kas perusahaan dapat lebih stabil. Hal ini juga dilakukan dengan tujuan untuk melebarkan sayap perusahaan di pasar atau untuk mengembangkan pasar.

Ada dua jenis diversifikasi produk yaitu:

- a. Diversifikasi terpusat, merupakan penambahan produk baru yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, dimana produk itu memiliki sinergi teknologi dan atau pemasaran dengan lini produk yang ada.
- b. Diversifikasi Horizontal, merupakan penambahan produk baru yang dilakukan sebuah perusahaan untuk dapat mencari produk yang baru yang menarik bagi pelanggannya saat ini walaupun

teknologinya tidak berhubungan dengan produk yang ada saat ini.²⁴

Menurut Fandy Tjiptono Diversifikasi bisa beraneka macam yaitu: (1) diversifikasi konsentrik, yaitu berekspansi ke produk lain yang masih berkaitan dengan produk inti (misalnya, produsen pasta gigi memasarkan pula sikat gigi), (2) diversifikasi konglomerat, yaitu masuk ke industry yang berkaitan dengan industry atau produk saat ini (misalnya, perusahaan kecap mendirikan *play group* komersial).²⁵

Telah dimaklumi menggunakan alternatif diversifikasi, yang terjadi ialah bahwa suatu perusahaan secara sadar melibatkan diri dalam kegiatan bisnis yang sesungguhnya baru baginya. Artinya suatu perusahaan menguasai yang lain yang kegiatannya bersifat sinergi dengan kegiatan perusahaan dalam bentuknya sekarang.

Pengalaman banyak perusahaan yang melakukan diversifikasi menunjukkan bahwa alasan apapun yang digunakan untuk melakukan diversifikasi, motif melakukannya pada dasarnya sama saja, yaitu antara lain adalah:

- a) Menambah nilai saham perusahaan
- b) Mempercepat laju pertumbuhan perusahaan

²⁴Fajar, *Pemasaran*, 50.

²⁵Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2008), 148.

- c) Lebih menjamin penghasilan karena dengan jumlah penjualan yang meningkat.
- d) Meluncurkan produk baru apabila ternyata produk yang selama ini dihasilkan dan dipasarkan dinilai sudah mencapai puncak kemanfaatannya sehingga mungkin tidak diminati oleh para pengguna jika terus dipertahankan dipasaran. Peningkatan efisiensi.²⁶

2.) Tujuan Diversifikasi

Tujuan yang sangat mendasari strategi diversifikasi produk yaitu untuk memperkecil adanya sebuah resiko ataupun kemungkinan-kemungkinan yang terjadi pada sebuah perusahaan. Jika ada produk dengan inovasi baru yang dihasilkan akan membuat konsumen lebih tertarik dan mengkonsumsinya. Selain itu dengan strategi diversifikasi produk ini dapat memberikan banyak pilihan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan. Secara garis besar, strategi diversifikasi dikembangkan dengan berbagai tujuan diantaranya yaitu:

- a. Meningkatkan pertumbuhan bila pasar atau produk yang ada telah mencapai tahap kedewasaan dalam *Product Life Cycle (PLC)*.
- b. Menjaga stabilitas, dengan jalan menyebarkan fluktuasi laba.

²⁶Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000), 152.

- c. Meningkatkan kredibilitas di pasar modal.²⁷

3.) Manfaat Strategi Diversifikasi

Manfaat tentang strategidiversifikasi yaitu:

- a. Perusahaan dapat mengerahkan *full capacity* karena tidak tergantung pada satu macam produk.
- b. Dapat memaksimalkan profitnya dengan cara mengadakan ekspansi penisahaan.
- c. Penemuan-penemuan baru yang menguntungkan bagi calon konsumen.
- d. Dengan mengadakan strategi diversifikasi produk, perusahaan tidakbergantung pada satu pasar saja.²⁸

2. Volume Penjualan

Pada umumnya, tujuan penjualan di nyatakan dalam volume penjualan tujuan ini dapat di peroleh berdasarkan penentuan apakah volume penjualan yang ingin dicapai berdasarkan pada wilayah operasi. Dalam hal ini, perusahaa yang harus melakukan strategi penjualan yang dimaksud strategi penjualan adalah memindahkan posisi pelanggan ketahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka.²⁹

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan

²⁷Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 132.

²⁸Ibid, 133.

²⁹Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategi* (Yogyakarta: Andi Offset,2008), 249.

penjualan yang menghasilkan laba dan meningkat. Pada umumnya, tujuan penjualan dinyatakan dalam volume penjualan. Tujuan ini dapat diperoleh berdasarkan penentuan apakah volume penjualan yang ingin dicapai berdasarkan pada wilayah operasi.

Dari penjelasan mengenai penjualan, penjualan selalu dihubungkan dengan istilah volume penjualan. Volume penjualan merupakan salah satu bentuk baku dari kinerja perusahaan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dapat dilihat dari kondisi volume penjualan secara keseluruhan. Volume penjualan disini juga sebagai salah satunya ialah dengan meningkatkan volume penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan.

Dalam hal ini, perusahaan yang harus melakukan strategi penjualan yang dimaksud strategi penjualan adalah memindahkan posisi pelanggan ketahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka.³⁰

Volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu yang didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik.

Volume penjualan menurut pendapat yang dikemukakan oleh *John Downes* dan *Jordan Eliot Goodman* yang dikutip oleh Susanto Budidharmo yaitu: "Volume penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa

³⁰Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategi*, 249.

tertentu. Sedangkan menurut *Swastha* “Volume penjualan merupakan suatu studi mendalam tentang masalah “Penjualan bersih” dari laporan rugi laba perusahaan (laporan operasi). Manajemen perlu menganalisa volume penjualan total, dan juga volume itu sendiri.”³¹

Volume penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Dalam menghasilkan barang atau jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang atau jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menjual barang atau jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba.

Jadi pengertian diatas dapat menyimpulkan bahwa volume penjualan merupakan suatu tingkatan keberhasilan penjualan produk yang dinilai menurut satuan mata uang berdasarkan hasil usaha yang dilaksanakan.

a. Faktor Penghambat Penjualan

1) Penurunan loyalitas merek

Para konsumen mungkin kurang royal terhadap merek dari pada sebelumnya. Ini sebagian di sebabkan oleh kenyataan

³¹ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), 141.

bahwa merek merek telah semakin seru, sehingga membuat konsumen lebih sering berganti merek.

2) Kondisi alam

Indonesia mempunyai dua kondisi alam di antaranya musim kemarau dan musim hujan. Kondisi alam ini tidak menentu dimana hujan berlangsung pada bulan oktober sampai februari musim kemarau berlangsung pada bulan maret sampai bulan september. Kondisi alam ini yang seperti ini sangat mempengaruhi proses produksi menggunakan bantuan matahari yang sangat baik.

3) Masalah penjualan

Masalah persediaan barang, lokasi usaha yang kurang baik dan lain lain.

4) Masalah yang ditimbulkan oleh pelanggan

Kolektibilitas piutang, jumlah pelanggan yang selalu kecil, dan lain lain.

5) Rantai nilai produk manajemen produksi

6) Belum tersedianya sistem informasi pasar produk yang baik sehingga penjual dan pembeli seringkali menemui kesulitan dalam memenuhi keinginannya.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Besar kecilnya hasil penjualan dipengaruhi oleh 2 (faktor) yaitu sebagai berikut:

- 1) Perubahan harga jual atau satuan produk
- 2) Perubahan harga jual ini ditentukan oleh keadaan pasar yang sulit dikendalikan oleh perusahaan sehingga akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan.
- 3) Perubahan volume produk yang dijual atau dihasilkan
- 4) Perubahan volume produk yang dijual mempunyai hubungan langsung dengan kegiatan bagian penjualan. Adanya kenaikan volume yang dijual berarti bagian penjualan bekerja secara aktif (dengan anggapan bahwa biaya pemasaran tetap, dengan naiknya volume penjualan berarti perusahaan semakin efisien dalam operasinya).³²

c. Faktor Pendukung Penjualan

- 1) Pelanggan

Tugas utama sebuah perusahaan adalah menciptakan pelanggan, pelanggan merupakan pemaksimal nilai. Menurut ahli pemasaran don doper dan mutha “satu satunya nilai yang dapat di ciptakan perusahaananda adalah nilai yang berasal nilai dari pelanggan, itu nilai yang andamiliki sekarang dan nilai masa

³² Munawir, *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Ke-2, (Yogyakarta: YPKN, 2002), 217.

depan. Satu bisnis di sebut jika berhasil mendapatkan, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan. Pelanggan merupakan satu satunya alasan perusahaan membangun pabrik, memperkerjakan karyawan, membuat serat optik, atau melibatkan diri dalam aktifitas bisnis apapun, tanpa pelanggan, anda tidak mempunyai bisnis.

2) Sumber daya manusia

Sumber daya manusia (tenaga kerja) menunjukkan kemampuan manusia dari suatu bangsa, agar sumber daya manusia bernilai, setiap individu harus di latih untuk dapat melakukan pekerjaan yang membutuhkan keterampilan, tanpa sumber daya manusia tidak mungkin produktif dalam menggunakan baik sumber daya alam maupun mudal.³³

3) Bahan mentah /bahan baku

Bahan baku adalah salah satu unsur penting yang sangat mempengaruhi kegiatan produksi suatu industri. Tanpa bahan baku yang cukup maka proses produksi dapat terhambat dan bahan terhenti. Untuk itu pasokan bahan mentah cukup baik dari dalam maupun luar negeri dapat melancarkan dan mempercepat perkembangan suatu industri.

³³Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Riekacipta, 2000),5.

4) Teknologi

Perubahan teknologi dapat mempengaruhi bahan baku, operasi serta produk perusahaan karena perubahan teknologi dapat memberi peluang yang besar untuk meningkatkan hasil, tujuan dan mengancam kedudukan perusahaan. Dari tahun ke tahun perkembangan teknologi terus dilakukan dengan tujuan untuk membantu manusia dalam melakukan proses pekerjaan/produksi suatu barang, sehingga barang-barang yang dihasilkan dalam waktu yang lebih pendek, dengan jumlah yang lebih banyak dan kualitas yang lebih tinggi.

5) Manajemen produksi dan operasi

Peranan manajemen dalam pelaksanaan sistem produksi dan operasi adalah agar dapat mencapainya tujuan yang diharapkan perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa dalam jumlah yang ditetapkan dengan kualitas yang ditentukan dan waktu yang telah direncanakan dengan biaya yang serendah mungkin. Manajemen produksi dan operasi berusaha mengkombinasikan dan mengelola faktor-faktor produksi dengan teknik pengelolaan yang demikian rupa, sehingga barang dan jasa dapat dihasilkan secara efektif dan efisien baik dalam jumlah kualitas atau mutu, dengan waktu dan biaya yang diharapkan.³⁴

³⁴Sofyan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia), 9.

6) Manajemen mutu.

Mutu barang dapat di artikan sebagai faktor faktor yang terdapat dalam suatubarang/hasil yang dapat menyebabkan barang/hasil tersebut dapat memuaskankebutuhan pelanggan.Peran manajemen dalam hal ini sangat penting sekali karena dengan menghasilkan mutu yang tinggi maka dapat menghadapi persaingan pasar dan dengan mutu yang tinggi perusahaan akanmendapatkan nilai kepuasan pelanggan yang tinggi pula.³⁵

d. Tujuan Dari Penjualan

Tujuan dari penjualan yaitu pengusaha atau penjual bisa sukses apabila memilih satu tujuan, dan tujuan tersebut akan menjadi kenyataan apabila dilaksanakan dengan kemampuan dan kemauan yang memadai pada umumnya perusahaan mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkan untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut terealisasi apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Perusahaan mempunyai tujuan utama dalam penjualan antara lain :

- 1) Mendapatkan volume atau nilai penjualan
- 2) Mendapatkan laba
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan³⁶

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan hasil dari kegiatan penjualan yang

³⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Peranhalindo,1997),143.

³⁶Basu Swastha, dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Ke-2, Cetakan Ke-5, (Yogyakarta : LIBERTY, 1997), 404.

dilakukan pihak produsen dalam hal ini perusahaan ketangan konsumen dalam usahanya mencapai sasaran yaitu memaksimalkan laba untuk periode yang sudah ditentukan.

Ada beberapa indikator dari volume penjualan adalah sebagai berikut:

1. Mencapai volume penjualan

Menurut *Swastha* penjualan adalah interaksi antara individu yang saling bertemu maka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.

2. Mendapatkan laba

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh *J Wild, KR Subramanyan* bahwa : “Laba merupakan selisih pendapatan dan keuntungan setelah dikurangi beban dan kerugian. Laba merupakan salah satu pengukuran aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan atas dasar akuntansi akural”. Menurut pendapat yang dikemukakan oleh *Hendrikson* yang diterjemahkan oleh *Suwarjon* bahwa : “Laba adalah selisih dari pendapatan dan biaya, dimana jumlah pendapatan lebih besar dari pada biaya”.

3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Kemampuan perusahaan untuk menjual produknya akan meningkatkan volume penjualan bagi perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan untuk menunjang

pertumbuhan perusahaan dan perusahaan akan tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat antar perusahaan.

Usaha-usaha untuk mencapai tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para penjual. Dalam hal ini perlu adanya kerjasama yang rapi diantara fungsionaris dalam perusahaan (seperti bagian produksi yang membuat produknya, bagian keuangan yang menyediakan dananya, bagian personalia yang menyediakan tenaganya, bagian promosi, dan sebagainya) maupun dengan para penyalur. Namun demikian semua ini tetap menjadi tanggung jawab dari pimpinan (*top manager*), dan dialah yang harus mengukur seberapa besar sukses atau kegagalan yang dihadapinya. Untuk maksud tersebut pimpinan harus mengkoordinir semua fungsi dengan baik termasuk dalam penjualan.³⁷

Menurut *Fandy Tjiptono* pada umumnya tujuan penjualan dinyatakan dalam volume penjualan. Tujuan ini dapat dipecah berdasarkan penentuan apakah volume penjualan yang ingin dicapai itu berdasarkan penentuan apakah per wilayah operasi atau per sales person di dalam suatu wilayah operasi. Tujuan operasi juga biasanya dalam *target gross margin*, tingkat

³⁷Ibid, 405.

pengeluaran maksimum, atau pencapaian tujuan tertentu seperti merebut pelanggan pesaing.³⁸



³⁸Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-3, 250.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data, tujuan, dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.³⁹

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan jenis kualitatif yaitu yang akan digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna.⁴⁰

Menurut Imron Arifin, penelitian kualitatif pada hakikatnya mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.⁴¹

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode

³⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 3.

⁴⁰Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 3.

⁴¹Imron Arifin, *Penelitian Kualitatif dalam Ilmu-ilmu Sosial dan Keagamaan* (Malang: Kalimasahada, 1996), 3.

kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

Sedangkan dikatakan deskriptif karena data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.⁴²

Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif ini karena memudahkan peneliti dalam menggambarkan dan menyimpulkan serta menganalisis sebuah data terlebih penggunaan pendekatan kualitatif ini sesuai dengan sifat masalah yang diteliti yaitu tentang Strategi Diversifikasi Industri Kerajinan Semen Ornamen dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Cita Karya Art (Desa Kembang Kuning Kabupaten Pasuruan).

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, Tempat yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu di Desa Kembang Kuning kabupaten Pasuruan. Peneliti memilih lokasi di desa Kembang Kuning di Pasuruan dikarenakan rasa keingintahuan peneliti akan desain dan bentuk produk sebelum terjadi diversifikasi dan sesudahnya oleh Cita Karya Art. Adapun alasan peneliti memilih lokasi di desa Kembang Kuning adalah:

1. Terdapat inovasi, desain dan keunikan dalam bentuk kerajinannya.
2. Cita Karya Art merupakan salah satu pelaku industri yang menggunakan strategi diversifikasi dalam mengelola semen ornamen.

⁴²Sudarwan Denim, *Menjadi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 51.

C. Subyek penelitian

Dalam penelitian ini, subyek penelitian atau informan ditentukan dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan, atau mungkin dia sebagai ketua sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/ situasi sosial yang diteliti.⁴³

Begitu juga, karena dengan menggunakan *purposive sampling* data yang terkumpul memiliki variasi yang lengkap dengan melibatkan pihak yang dianggap paling mengetahui dan memahami fenomena yang ada. Pertimbangan yang digunakan dalam menentukan informan yaitu berdasarkan beberapa hal, antara lain:

1. Bapak Mustaqim selaku pengusaha sekaligus pemilik tempat industri Cita Karya Art.
2. Bapak Roni selaku karyawan semen ornamen.
3. Bapak Man selaku karyawan semen ornamen.
4. Bapak Faris selaku karyawan semen ornamen.
5. Ibu Dewi selaku bagian keuangan dan menawarkan produk kepada pembeli.
6. Bapak yono selaku karyawan semen ornamen.

⁴³Sugiyono, *Metode Penelitian*, 218.

Adapun sumber data yang digunakan peneliti adalah:

1. Sumber data primer, yaitu informasi yang bersumber dari pengamatan langsung ke lokasi penelitian. Peneliti menggunakan sumber data primer melalui wawancara dengan pihak terkait, diskusi dengan bapak pimpinan cita karya art dan para karyawan cita karya art.

Berikut beberapa jenis data yang diperoleh dari beberapa informan:

- a. Bapak Mustaqim selaku pengusaha sekaligus pemilik tempat industri Cita Karya Art.
 - b. Bapak Roni selaku karyawan semen ornamen.
 - c. Bapak Man selaku karyawan semen ornamen.
 - d. Bapak Faris selaku karyawan semen ornamen.
 - e. Ibu Dewi selaku bagian keuangan dan menawarkan produk kepada pembeli.
 - f. Bapak yono selaku karyawan semen ornamen.
2. Sumber data sekunder yakni data kedua yang diperoleh dengan mengambil beberapa sumber bacaan yang berkaitan dengan data primer. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan jurnal, dan lain-lain. Pada sumber data sekunder, data yang diambil bukan data dari lapangan langsung, karena merupakan data pendukung yang berasal dari dokumen buku-buku maupun literatur lain dari Cita Karya Art.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁴⁴

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut;

1. Obsevasi

Observasi adalah pengamatan atau penginderaan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses, atau perilaku. Alat pengumpul datanya disebut panduan observasi dan sumber datanya berupa benda tertentu, kondisi dan situasi tertentu, proses atau perilaku tertentu.⁴⁵

Dalam penelitian ini menggunakan metode observasi secara nonpartisipatif, artinya pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan. Peneliti hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan.

Dalam observasi tahapan yang digunakan pada observasi terseleksi, karena pada tahapan yang observasi terseleksi ini peneliti telah menguraikan fokus yang ditemukan sehingga datanya lebih rinci.

Dengan melakukan analisis komponensial terhadap fokus, maka pada

⁴⁴Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumu Aksara, 2009), 63.

⁴⁵Saifuddin Aswar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, Cet. VIII,2007), 91.

tahap ini peneliti telah menemukan karakteristik, perbedaan, serta menemukan hubungan satu kategori dengan kategori lain.⁴⁶

Data yang akan diperoleh dalam observasi ini meliputi:

- a. Sejarah berdirinya Cita Karya Art
 - b. Letak geografis
 - c. Visi dan Misi Cita Karya Art.
 - d. Struktur Organisasi
 - e. Bahan yang digunakan
 - f. Jenis-jenis semen ornamen.
2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan tersebut dilakukan oleh dua belah pihak yaitu pewawancara (yakni pihak yang mengajukan pertanyaan) dan pihak terwawancara (yakni yang memberikan jawaban atas pertanyaan).⁴⁷

Ditinjau dari pelaksanaannya, peneliti memilih wawancara Interview (wawancara) bebas, dimana wawancara bebas menanyakan apa saja, tetapi juga mengingat data apa yang akan dikumpulkan.⁴⁸

Dalam hal ini peneliti menggunakan jenis wawancara yang ketiga, yaitu wawancara bebas terpimpin. Metode *interview* atau wawancara ini peneliti gunakan untuk mendapatkan data tentang:

⁴⁶Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 71.

⁴⁷Moleong, *Penelitian Kualitatif*, 77.

⁴⁸Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Suatu Produk*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 132.

- a. Sejarah berdirinya Cita Karya Art
- b. Visi dan Misi Cita Karya Art
- c. Bahan-bahan yang digunakan dalam memproduksi
- d. Struktur organisasi
- e. Jenis-jenis semen ornamen.

3. Dokumen

Dokumen adalah barang-barang tertulis. Didalam melaksanakan metode ini, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁴⁹

E. Analisis Data

Menurut Masri dan Sofyan, Analisa Data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁵⁰ Disini peneliti menggunakan analisis data yang dilakukan secara interaktif.

Menurut Miles dan Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. analisa data yang dilakukan secara interaktif harus melalui proses data dibawah ini:

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian*, 240.

⁵⁰Marzuki, *Metodologi Riset: Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial* (Yogyakarta: Ekonisia, 2015), 90.

1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang memang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah temuan. Oleh karena itu, kalau peneliti dalam melakukan penelitian, menemukan segala sesuatu yang dipandang asing tidak kenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data.

2. Penyajian data (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, tabel, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.

Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*". Yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verivication*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti akan menjadi lebih jelas.⁵¹

Telah dikemukakan tiga hal utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar, untuk membangun wawasan yang disebut “analisis”. Dalam pandangan ini tiga jenis kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data itu sendiri merupakan proses siklus dan interaktif. Peneliti harus bisa bergerak diantara empat “sumbu” kumparan itu selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak balik diantara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan selama sisa waktu penelitiannya.⁵²

F. Keabsahan Data

Untuk menguji terhadap keabsahan data disini peneliti menggunakan uji validitas. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi dengan objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid data yang tidak

⁵¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 246-253.

⁵²Matthew B. Miles dan A. Michael Hiberan, *Analisa Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru* (Jakarta: UI Pres, 2007), 19.

berbeda anatar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.⁵³

kevalidan data yang diperoleh di lokasi penelitian, validitas data sangatlah penting untuk dipergunakan. Adapun validitas data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁵⁴

G. Tahap- Tahap Penelitian

Usaha mempelajari kualitatif tidak lepas dari usaha mengenal tahap-tahap penelitian. Penelitian dilakukan dengan beberapa tahapan. Adapun tahap-tahap penelitian secara umum yaitu terdiri dari tiga tahap itu meliputi tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap analisa data.

1. Tahap Pra-Lapangan. Tahap pra-lapangan terdiri dari tujuh bagian yakni meliputi sebagai berikut:
 - a. Menyusun rancangan penelitian.
 - b. Memilih lapangan penelitian.
 - c. Mengurus perizinan.
 - d. Menjajaki dan menilai lapangan.
 - e. Memilih dan memanfaatkan informan.
 - f. Menyiapkan perlengkapan penelitian.
 - g. Persoalan etika penelitian.

⁵³Sugiyono, *Metode Penelitian*, 269.

⁵⁴Ibid.,274.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan. Pada tahap ini dibagi menjadi tiga bagian yakni:

- a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri.
- b. Memasuki lapangan.
- c. Berperan serta sambil mengumpulkan data.

1) Mengikuti dan memantau kegiatan serta kondisi masyarakat.

2) Mencatat data.

3) Mengetahui tentang cara mengingat data.

4) Kejenuhan data.

5) Analisis data.

3. Tahap analisa data

a. Reduksi data, memilih data-data yang telah diperoleh disesuaikan dengan kebutuhan dalam penelitian.

b. Penyajian data, menyajikan dengan jelas data-data yang telah dipilih dan sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian. Sehingga mudah untuk dipahami.

c. Verifikasi/penarikan kesimpulan, memberikan kesimpulan atas hasil analisis terhadap data-data yang ada.⁵⁵

⁵⁵Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 127-148.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art

Industri Cita Karya Art yang berada dibawah dipimpin Bapak Mustaqim yang mana memulai usahanya sejak tahun 2005 silam yang bertempat di Bedali Lawang Malang. Sejak berdirinya industri Cita Karya Art dalam proses produksi dilakukan secara manual yang mana menggunakan cetakan atau wadah untuk mencetak karena memang proses produksi dilakukan secara individu (perorangan) atau manual. Pada waktu itu Bapak Mustaqim mencoba memulai usahanya dengan memproduksi gypsum, yang mana dulu Bapak Mustaqim adalah seorang karyawan yang bekerja ditempat pembuatan gypsum. Namun setelah itu beliau mempunyai ide untuk mencoba membuat usaha sendiri bersama 2 rekannya yaitu Bapak Sulin dan Bapak Roni. Dari sanalah Bapak Mustaqim dan para rekannya memproduksi gypsum yang biasa digunakan untuk tempelan didalam ruangan.⁵⁶

Seiring berjalannya waktu lebih tepatnya pada tahun 2007 Bapak Mustaqim ingin mencoba membuat sesuatu yang baru yaitu dengan menambah berbagai jenis macam bentuk ornamen seperti gewel, krawang,

⁵⁶Mustaqim, *Wawancara*, Pasuruan, 20 September 2017

loster, kotak pilar, resplang, mahkota, porbel dan lain lain. Dimana bahan yang digunakan sama halnya dengan cara membuat gypsum akan tetapi ditambah dengan bahan bahan lainnya. Jenis macam ornamen ini merupakan hasil dari diversifikasi atau penambahan produk baru.

Hasil dari penambahan produk ternyata respon masyarakat positif dan produk tersebut banyak diminati oleh masyarakat khususnya daerah malang dan sekitarnya. Bahkan banyak pemborong dari berbagai daerah membeli kerajinan ornamen dari industri Cita Karya Art.

Menurut Bapak Mustaqim dalam memasarkan produk-produknya Cita Karya Art menggunakan teknologi seperti blog resmi Cita Karya Art dan media seperti spanduk sebagai alat untuk memasarkan produk-produknya. Awalnya Cita Karya Art hanyalah sebuah Usaha kecil yang mempunyai 2 karyawan akan tetapi seiring berjalannya waktu Cita Karya Art sudah mampu mempunyai 40 karyawan. Terdapat beberapa bagian karyawan yaitu:

- 1) Bagian produksi ornamen
- 2) Bagian pemasangan.
- 3) Bagian keuangan.
- 4) Bagian pengiriman.⁵⁷

Bagian produksi disini terbagi menjadi 2 bagian yaitu: 1) bagian mencetak 2) bagian mengeringkan. Kemudian bagian pemasangan hanya diperlukan jika ada orang yang melakukan pemesanan dan sekaligus

⁵⁷ Mustaqim, *Wawancara*, Pasuruan, 20 September 2017

proses pemasangan ornamen. Namun disini pada dasarnya pekerjaan para karyawan sama saja yaitu sama-sama memproduksi semen ornamen setiap harinya. Jadi semua karyawan yang mempunyai bagian tertentu setiap harinya tetap memproduksi semen ornamen.⁵⁸

2. Visi dan Misi Cita Karya Art

Adapun Cita Karya Art memiliki Visi dan Misi dalam menjalankan kegiatan yaitu :

a. Visi

Cita Karya Art mempunyai tujuan yaitu ingin terus menambah desain dan variasi serta hasil produk yang berkualitas dari semen ornamen sehingga akan tetap menarik perhatian konsumen.

b. Misi

Menggunakan bahan-bahan yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas dengan memperhatikan desain yang bagus , kuat, dan tidak mudah patah.⁵⁹

3. Letak Geografis Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art

Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art ini beralamatkan di Jl. Raya Malang No.128, Sengonan, Purwosari, Pasuruan Jawa Timur. Berdasarkan denah lokasi Cita Karya Art berada di kiri jalan raya. Selain itu Cita Karya Art yang mempunyai tempat yang sangat strategis dimana tempat ini berada di depan pom bensin arah menuju Pasuruan.

⁵⁸ Mustaqim, *Wawancara*, Pasuruan, 4 Oktober 2017

⁵⁹ Mustaqim, *Wawancara*, Pasuruan, 20 September 2017

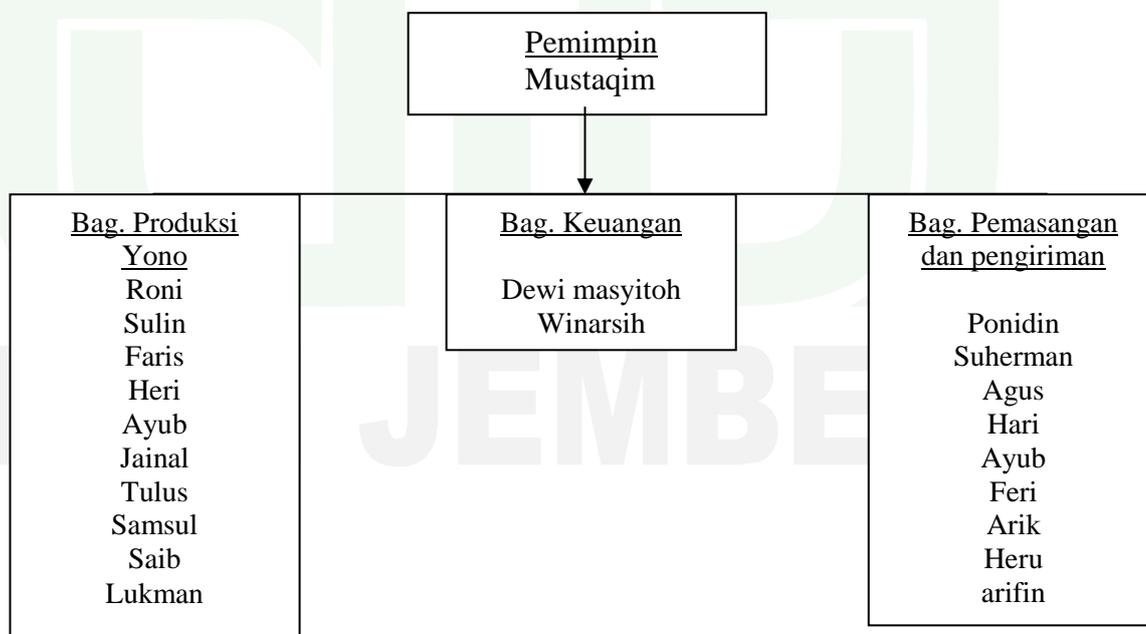
4. Struktur Organisasi

Suatu sistem organisasi yang baik akan membantu kelancaran usaha atau operasi perusahaan. Adanya struktur organisasi akan menjadikan pembagian tugas yang tegas dan formal, serta terlihat adanya batas batas wewenangnya dan tanggung jawab seorang atasan dan bawahan terhadap masing masing tugasnya.

Struktur organisasi yang ada di Cita Karya Art Pasuruan adalah struktur organisasi atasan dan bawahan, yaitu struktur yang wewenangnya mengalir dari pemimpin ke bawahan masing masing sampai pada pekerjaan dalam masing masing bagian. Struktur organisasi yang ada di Cita Karya Art dapat dilihat pada gambar berikut:

Bagan 4.1

Struktur Organisasi Cita Karya Art⁶⁰



Sumber: Industri Cita Karya Art

⁶⁰ Mustaqim, *Wawancara*, Pasuruan, 4 Oktober 2017

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing masing bagian dalam struktur organisasi antara lain:

a. Pemilik

Tugas Pemilik atau pemimpin adalah

- 1) Menentukan langkah langkah untuk mencapai tujuan perusahaan.
- 2) Memberikan petunjuk dan bimbingan kepada bawahan.
- 3) Bertanggung jawab atas karyawan dan aktivitas perusahaan.

b. Bagian administrasi dan keuangan

Bagian administrasi bertanggung jawab terhadap kegiatan administrasi dan mencatat transaksi serta laporan keuangan.

c. Bagian produksi

Bagian yang bertanggung jawab terhadap baik atau buruknya kualitas produk yang dihasilkan serta menjaga ketetapan produksi sehingga pesanan dapat dikirim tepat waktu.

d. Hari dan Jam Kerja

Setiap perusahaan yang didirikan pasti memiliki jadwal kerja yang pasti masing masing pihak yang berkepentingan merasa tidak dirugikan dan proses produksi dapat berjalan dengan lancar sebagaimana mestinya. Jadwal kerja yang ditentukan oleh Cita Karya Art yaitu

Hari : Senin-Minggu

Jam Kerja : 08.00-18.00

Jadwal ini berlaku untuk semua karyawan di Cita Karya Art dan jam istirahat serta izin dilakukan secara bergantian.

5. Bahan Yang digunakan Untuk Membuat Ornamen⁶¹

- a) Pasir Lumajang
- b) Oli bekas
- c) Air
- d) Mil (semen putih)
- e) Viber
- f) Kawat
- g) Cetakan

Bahan bahan yang digunakan oleh Bapak Mustaqim yaitu menggunakan pasir, oli bekas, air, mil (semen putih), semen tiga roda, kawat, dan viber. Campurkan semen tiga roda dengan air aduk rata kemudian siapkan cetakan ornamennya. Lalu tuangkan oli bekas secara merata didalam cetakan setelah rata masukkan semen yang sudah tercampur air kedalam cetakan. Setelah itu masukkan viber secara merata kemudian tabur pasir bersamaan dengan mil dan semen diratakan dan digoyangkan cetakan bertujuan hasil produk rapi dan bagus serta tidak mudah pecah.

⁶¹ Faris, *Wawancara*, Pasuruan, 5 Oktober 2017

6. Jenis-Jenis Semen Ornamen

a. Kerawangan

Kerawangan adalah panel berlubang-lubang sejenis *ayour relief* (seni ukir tembus) yang berfungsi sebagai sekat, ventilasi udara ataupun pencahayaan alami.

Tabel 4.1⁶²
Jenis Semen Ornamen Kerawang

| No | Jenis Kerawangan | Harga | Ukuran |
|----|-------------------|-----------|-----------|
| 1 | Bintang Timbul | 100.000,- | P.96 D.55 |
| 2 | Bintang Enam | 65.000,- | P.60 D.40 |
| 3 | Bintang Tenggelam | 65.000,- | P.80 D.40 |
| 4 | Bunga | 40.000,- | P.60 D.30 |
| 5 | Silang | 75.000,- | P.96 D.56 |
| 6 | Mahabrata | 65.000,- | P.70 D.55 |
| 7 | Matahari | 100.000,- | P.96 D.55 |

Kerawang Bintang Timbul



Kerawang Bintang Enam



⁶²Dewi, *Wawancara*, Pasuruan 5 Oktober 2017

Kerawang Bintang Tenggelaam

Kerawang Bunga

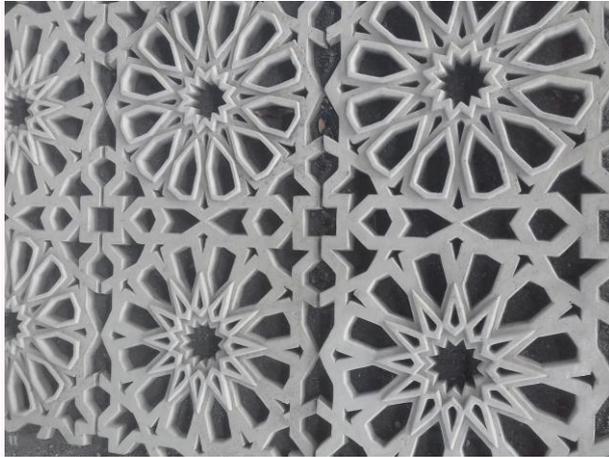


Kerawang Silang

Kerawang Mahabrata



Kerawang Matahari



b. Kotak Pilar

Merupakan jenis semen ornamen yang terdiri dari umpak, kotak pilar dan mahkota tutup biasanya digunakan untuk penyangga depan teras rumah.

Tabel 4.2⁶³

Jenis Semen Ornamen Kotak Pilar

| No | Jenis Kota Pilar | Harga |
|----|------------------|-----------|
| 1 | Umpak | 125.000,- |
| 2 | Kotak Pilar | 40.000,- |
| 3 | Mahkota Tutup | 350.000,- |

⁶³ Dewi, *Wawancara*, Pasuruan 5 Oktober 2017

Umpak



Kotak Pilar



Mahkota tutup



IAIN JEMBER

c. Porbel

Porbel disini digunakan sebagai tempelan tembok dan tidak memiliki jenis.Sedangkan harga Rp.100.000,-

**d. Gewel**

Gewel disini digunakan sebagai tempelan atap rumah yang berbentuk segitiga dan gewel tidak memiliki jenis akan tetapi ukirannya berbeda. Jenis ornamen ini dipatok harga Rp.950.000,-

IAIN JEMBER



e. Loster

Loster yaitu adalah jenis semen ornamen yang digunakan untuk angin-angin rumah.

Tabel 4.3⁶⁴
Jenis Ornamen Loster

| No | Jenis Loster | Harga Rp |
|----|-------------------|-------------|
| 1 | Persegi Minimalis | 35.000,- |
| 2 | Bunga | 55.000,- |
| 3 | Timbul | 200.000,- |
| 4 | Bintang | 50.000,- |

Loster Persegi Minimalis

Loster Bintang

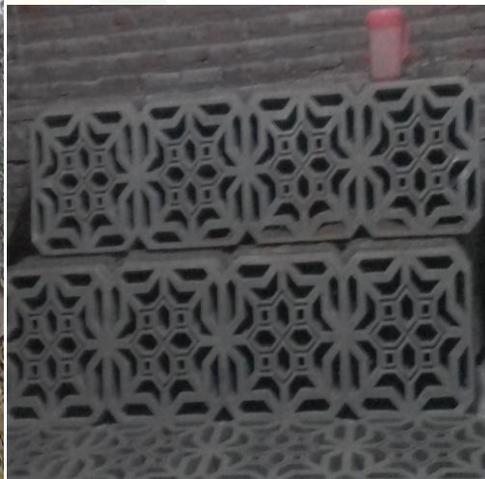
⁶⁴ Dewi, *Wawancara*, Pasuruan 5 Oktober 2017



Loster Bunga



Loster Timbul



f. Resplang

Resplang yang digunakan untuk hiasan atap pinggir rumah. Dan harganya sesuai menurut ukuran.

IAIN JEMBER

Tabel 4.4⁶⁵
Jenis Semen Ornamen Resplang

| No | Jenis Resplang | Harga Rp |
|----|------------------|-----------|
| 1 | Resplang Klasik | 450.000,- |
| 2 | Resplang Korbels | 150.000,- |
| 3 | Resplang Ceplok | 200.000,- |
| 4 | Resplang Masjid | 125.000,- |

Resplang Klasik



Resplang Ceplok



Resplang Korbels



Resplang Masjid



⁶⁵Dewi, *Wawancara*, Pasuruan 5 Oktober 2017

B. Penyajian Data dan Analisis

Data pokok dari penelitian dari skripsi ini mengenai diversifikasi kerajinan semen ornamen di Cita Karya Art Desa Kembang Kuning Kabupaten Pasuruan. Data-data tersebut dikumpulkan dengan metode observasi, interview, dan dokumentasi. Dalam hal ini yang menjadi fokus dan kegiatan penelitian adalah mengenai strategi diversifikasi industri kerajinan semen ornamen di Cita Karya Art yaitu:

1. Strategi Diversifikasi Produk Industri Kerajinan Semen Ornamen di Cita Karya Art

Produk baru merupakan produk-produk yang baru bagi perusahaan dan telah mengalami modifikasi dari produk yang sudah ada, duplikasi dari produk pesaing, akuisisi produk, ataupun produk yang benar-benar inovatif.

Sedangkan diversifikasi terpusat merupakan penambahan produk baru yang dilakukan oleh setiap perusahaan atau industri, dimana produk tersebut mempunyai teknologi dengan produk yang sudah ada tersebut.

Strategi ini merupakan langkah awal yang harus dijalankan oleh setiap perusahaan atau industri. Seperti pengrajin semen ornamen agar dapat tercapai tujuannya. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan langkah-langkah tertentu. Misalnya, pengrajin di Cita Karya Art ingin menjual hasil kerajinannya kepada konsumen maka harus melakukan langkah yang tepat.

Cita Karya Art dalam memproduksi semen ornamen sebagai mana yang diungkapkan oleh Bapak Mustaqim selaku pimpinan industri Cita Karya Art sebagai berikut:

“Saya sebagai pemilik Cita Karya Art ini sebenarnya kurang paham dengan apa yang disebut *strategi diversifikasi*, Akan tetapi disini saya akan memberitahukan bahwasannya Cita karya Art hanya menambah berbagai macam variasi dan inovasi produk yang sudah ada sebelumnya namun disini saya kembangkan dengan berbagai macam jenis-jenisnya. Salah satu jenis produk disini yang sangat diminati oleh konsumen seperti *Kerawangan, Kotak Pilar, Porbel, Loster, Resplang, Mahkota, dan Gewol*. Variasi dan desain disini sangat dibutuhkan agar para konsumen tertarik dengan bentuk ornamen yang tidak hanya-hanya itu saja. Dan salah satu yang harus kami diperhatikan disini yaitu kualitas produknya yang mana semen ornamen tersebut agar produk kuat dan tidak mudah hancur”.⁶⁶

Pernyataan ini juga disampaikan bersama bapak Sulin salah satu karyawan yang bekerja di Cita Karya Art pada tanggal 4 Oktober 2017 yang menyatakan bahwa:

“Tujuan kami sendiri menambah jenis-jenis ornamen disini menjadi berbagai macam variasi dan desain yang berbeda adalah agar para konsumen yang ingin membeli tidak bosan dengan adanya desain dan variasi produk yang hanya mengandalkan itu saja. Cita Karya Art ini memang sudah berdirinya dari tahun 2005 sampai sekarang. Dari situlah kami ingin agar Cita Karya Art lebih terkenal yaitu caranya dengan menambahkan produk dengan jenis-jenis serta variasi produk yang banyak agar para pembeli tidak merasa bosan”.⁶⁷

Pernyataan ini juga sesuai dengan hasil wawancara bersama bapak Roni selaku Karyawan pada tanggal 5 Oktober 2017 yang menyatakan bahwa:

⁶⁶ Mustaqim Selaku Pimpinan Cita Karya Art, *Wawancara*, Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art 28 September 2017

⁶⁷ Sulin Selaku Bagian Produksi Kerajinan Semen Ornamen, *Wawancara*, Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art 4 Oktober 2017

“Kami disini menambah produk baru (*diversifikasi*) dengan tetap menggunakan bahan produk yang yang sudah ada. Kami hanya ingin menambah produk baru dimana produk awal itu hanyalah gypsum. disini kami mencoba mendiversifikasi atau menambah sejenis gypsum namun berbeda *bentuk, desain, variasi, dan Jenisnya*”⁶⁸.

Cita Karya Art sendiri mempunyai tujuan dan alasan melakukan strategi diversifikasi disini adalah agar masyarakat atau para konsumen tidak bosan dengan jenis-jenis produk Cita Karya Art yang lama. Sebenarnya produk Cita Karya Art hanya menambah produk baru akan tetapi tidak mengganti produk yang lama. Karena dari penambahan produk tersebut terciptanya jenis dan variasi yang berbeda seperti *Kerawang, Kotak Pilar, Porbel, Loster, Gewel, dan Resplang* serta jenis produk lainnya. Ini sudah membuktikan bahwa strategi yang dipakai Cita Karya Art lebih condong kepada Diversifikasi terpusat yaitu dimana produk-produk baru yang diperkenalkan kepada konsumen dalam hal pemasaran itu berhubungan dengan produk yang sudah ada, jadi disini Cita Karya Ar melakukan diversifikasi terhadap produknya tidak lain hanya ingin barang atau produknya lebih dikenal luas oleh masyarakat karena jenis dan variasinya beraneka macam.

Dengan penambahan produk baru atau diversifikasi di Cita Karya Art juga tidak luput dari kualitas produk yang di kembangkan. Disini justru lebih memperhatikan kualitas produk karena apabila produk yang di cetak atau dihasilkan oleh para karyawan tidak sesuai maka akan terjadi kerusakan misalnya produk ornamen yang mudah retak dan pecah karena

⁶⁸ Roni, Selaku Bagian Produksi Kerajinan Semen Ornamen, *Wawancara*, Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art 5 Oktober 2017

itu akan mengakibatkan kerugian dan para konsumen akan merasa kecewa dengan produk yang mudah rusak dan hancur.

Diversifikasi atau penambahan produk baru yang dilakukan oleh Cita Karya Art sangat mempengaruhi laju pertumbuhan karena dengan adanya pengembangan produk otomatis sudah banyak minat konsumen untuk membeli sehingga laba yang diperoleh sangat besar.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pihak Cita Karya Art melakukan diversifikasi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang mana setiap konsumen sudah percaya dengan sebuah produk tersebut serta Cita Karya Art mementingkan kualitas produk sehingga konsumen tidak akan merasa kecewa setelah membeli produk tersebut. Untuk membandingkan hasil dari produk tersebut agar dapat lebih memperbaiki produk-produk sebelumnya supaya hasil produk tersebut lebih baik lagi. Dan berusaha untuk memasarkan produk yang sejenis dengan produk yang sebelumnya intinya memodifikasi produk awal agar lebih baik lagi.

2. Strategi Diversifikasi Produk Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art Dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil dari suatu kegiatan penjualan di dalam perusahaan yang diukur dengan satuan unit. Adanya volume penjualan ini memudahkan perusahaan untuk mengetahui, memperbaiki dan meningkatkan volume penjualan di tahun berikutnya.

Volume penjualan dihitung berdasarkan target yang diasumsikan dengan realisasi yang dicapai. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit, tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Maka kalau volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat. Tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan menurun.

Cita Karya Art mendiversifikasikan produknya selain mempunyai tujuan ingin agar para konsumen tidak bosan dengan jenis semen ornamen tersebut salah satu alasannya juga ingin meningkatkan volume penjualan.

Pernyataan ini sesuai dengan hasil wawancara bersama bapak Faris selaku Karyawan pada tanggal 5 Oktober 2017 yang menyatakan bahwa:

“Setelah kami melakukan diversifikasi atau penambahan produk pada semen ornamen, disini sudah jelas bahwasannya laba yang didapat setiap tahunnya oleh Cita Karya Art selalu bertambah dan ini sudah pasti sangat berpengaruh bagi volume penjualan yang ada disini”.⁶⁹

Pernyataan ini juga sesuai dengan hasil wawancara bersama Ibu Dewi selaku bagian keuangan pada tanggal 5 Oktober 2017 yang menyatakan bahwa:

“Pencetakan produk kerajinan semen ornamen disini tidak terkendala pada kondisi cuaca alam karena disini kami tidak mengeringkan produk semen ornamen melalui cahaya matahari melainkan dibiarkan kering dengan sendirinya. Saya sendiri tidak menemukan kendala alam yang menghambat penjualan kecuali dengan pesanan yang banyak namun barang masih belum terlalu kering”.⁷⁰

⁶⁹Faris, Selaku Bagian Produksi Kerajinan Semen Ornamen, *Wawancara*, Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art. 5 Oktober 2017

⁷⁰Dewi, *Wawancara*, Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art 5 Oktober 2017

Pernyataan ini juga sesuai dengan hasil wawancara bersama bapak Yono selaku karyawan pada tanggal 5 oktober 2017 yang menyatakan bahwa:

“Namanya saja industri yang menjual suatu produk atau barang-barang jualan pasti akan selalu menemui kendala dalam penjualannya. Sama halnya dengan Cita Karya Art mempunyai kendala dalam penjualan karena disini itu jangkauan untuk para konsumen kurang meluas, contohnya Cita Karya Art tidak menggunakan banner hanya menggunakan blog itu juga salah satu menghambat penjualan.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasannya Cita Karya Art mengalami peningkatan volume penjualan dimana laba yang dihasilkan dari tahun ke tahun selalu meningkat. Dengan adanya pendiversifikasian pada produk dapat mempengaruhi peningkatan volume penjualannya dan setiap jumlah unitnya selalu bertambah setiap tahunnya ini dikarenakan adanya penambahan produk dengan desain dan variasi yang unik akan membuat para konsumen tertarik ingin membelinya. Sebagaimana kita lihat pada tabel dimana sebelum Cita Karya Art melakukan diversifikasi pada barangnya dan tabel setelah diversifikasi pada barangnya dan bisa diketahui hasil per unit barang yang terjual setelah Cita Karya Art melakukan diversifikasi. Tabel volume penjualan peningkatan sebelum dan sesudah melakukan diversifikasi pada produk kerajinannya.

Tabel 4.5⁷¹
Volume Penjualan Sebelum Diversifikasi
2005-2006

| Tahun | Nama | Harga Rp | Jumlah (UNIT) | Volume Penjualan |
|---------------|--------------|-------------|------------------|-----------------------|
| 2005 | Gypsum Polos | 15.000,- | 190 | Rp 2.850.000,- |
| | Gypsum Corak | 80.000,- | 156 | Rp 12.480.000,- |
| Jumlah | | | 346 | Rp15.330.000,- |
| 2006 | Gypsum Polos | 15.000,- | 225 | Rp 3.375.000,- |
| | Gypsum Corak | 80.000,- | 100 | Rp 8.000.000,- |
| Jumlah | | | 325 | Rp11.375.000,- |

Tabel 4.6⁷²
Volume Penjualan Setelah Diversifikasi
2007-2008

| Tahun | Jenis Ornamen | Jumlah (Unit) | Harga (Unit) | Penjualan |
|-------------|----------------------------|------------------|-----------------|-----------------------|
| 2007 | • Kerawang Silang | 15 | Rp.60.000,- | Rp.900.000,- |
| | • Kerawang Bintang Enam | 27 | Rp.45.000,- | Rp.1.215.000,- |
| | • Kerawang Bintang Timbul | 31 | Rp.65.000,- | Rp.2.015.000,- |
| | • Kerawang Bunga | 10 | Rp.30.000,- | Rp.300.000,- |
| | • Loster Persegi minimalis | 22 | Rp.35.000,- | Rp.770.000,- |
| | • Loster Bunga | 28 | Rp.45.000,- | Rp.1.260.000,- |
| | • Resplang Klasik | 12 | Rp.250.000,- | Rp.3.000.000,- |
| | • Resplang Masjid | 22 | Rp.75.000,- | Rp.1.650.000,- |
| | JUMLAH | 167 | | Rp.8.940.000,- |
| | • Kerawang Silang | 25 | Rp.60.000,- | Rp.1.500.000,- |
| | • Kerawang | 27 | Rp.45.000,- | Rp.1.215.000,- |

⁷¹Dewi.Wawancara, Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art 5 Oktober 2017

⁷²Dewi, Wawancara, Pasuruan 5 Oktober 2017

| | | | | |
|------|----------------------------|-----|---------------|------------------------|
| 2008 | Bintang Enam | | | |
| | • Kerawang Bintang Timbul | 31 | Rp.65.000,- | Rp.2.015.000,- |
| | • Kerawang Bunga | 15 | Rp.30.000,- | Rp.450.000,- |
| | • Loster Persegi minimalis | 22 | Rp.35.000,- | Rp.770.000,- |
| | • Loster Bunga | 27 | Rp.45.000,- | Rp.1.215.000,- |
| | • Resplang Klasik | 15 | Rp.250.000,- | Rp.3.750.000,- |
| | • Resplang Masjid | 29 | Rp.75.000,- | Rp.2.175.000,- |
| | | 191 | JUMLAH | Rp.13.090.000,- |

Tabel 4.7⁷³
Volume penjualan setelah diversifikasi
2009-2010

| Tahun | Jenis Ornamen | Jumlah (Unit) | Harga (Unit) | Penjualan |
|-------|----------------------------|---------------|------------------------|----------------|
| 2009 | • Kerawang Silang | 26 | 60.000,- | Rp.1.560.000,- |
| | • Kerawang Bintang Enam | 31 | Rp.45.000,- | Rp.1.395.000,- |
| | • Kerawang Bintang Timbul | 40 | Rp.65.000,- | Rp.2.600.000,- |
| | • Kerawang Bunga | 15 | Rp.30.000,- | Rp.450.000,- |
| | • Loster Persegi minimalis | 26 | Rp.35.000,- | Rp.910.000,- |
| | • Loster Bunga | 32 | Rp.45.000,- | Rp.1.440.000,- |
| | • Resplang Klasik | 28 | Rp.250.000,- | Rp.7.000.000,- |
| | • Resplang Masjid | 12 | Rp.75.000,- | Rp.900.000,- |
| | 210 | JUMLAH | Rp.16.255.000,- | |
| 2010 | • Kerawang Silang | 34 | Rp.60.000,- | Rp.2.040.000,- |
| | • Kerawang Bintang Enam | 27 | Rp.45.000,- | Rp.1.215.000,- |
| | • Kerawang Bintang Timbul | 35 | Rp.65.000,- | Rp.2.275.000,- |
| | • Kerawang Bunga | 45 | Rp.30.000,- | Rp.1.350.000,- |
| | • Loster Persegi minimalis | 40 | Rp.35.000,- | Rp.1.400.000,- |

⁷³Dewi.Wawancara, Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art 5 Oktober 2017

| | | | | |
|--|-------------------|-----|---------------|----------------------------|
| | | | | |
| | • Loster Bunga | 65 | Rp.45.000,- | Rp.2.920.000,- |
| | • Resplang Klasik | 15 | Rp.250.000,- | Rp.3.750.000,- |
| | • Resplang Masjid | 29 | Rp.75.000,- | Rp.2.175.000,- |
| | | 217 | JUMLAH | Rp.17.125.000 ,- |

Tabel 4.8⁷⁴
Volume Penjualan Setelah Diversifikasi
2011-2012

| Tahun | Jenis Ornamen | Jumlah (Unit) | Harga (Unit) | Penjualan |
|----------|------------------------------|---------------|----------------|----------------|
| 2011 | • Kerawang Silang | 50 | Rp.75.000,- | Rp.3.750.000,- |
| | • Kerawang Bintang Enam | 86 | Rp.65.000,- | Rp.5.590.000,- |
| | • Kerawang Bintang Timbul | 35 | Rp. 100.000,- | Rp.3.500.000,- |
| | • Kerawang Bunga | 65 | Rp.40.000,- | Rp.2.600.000,- |
| | • Kerawang Bintang Tenggelam | 24 | Rp.65.000,- | Rp.1.560.000,- |
| | • Kerawang Matahari | 15 | Rp.100.000,- | Rp.1.500.000,- |
| | • Kerawang Mahabrata | 10 | Rp.65.000,- | Rp.650.000,- |
| | • Loster Persegi minimalis | 41 | Rp.35.000,- | Rp.1.435.000,- |
| | • Loster Bunga | 45 | Rp.55.000,- | Rp.2.475.000,- |
| | • Loster Timbul | 24 | Rp.95.000,- | Rp.2.280.000,- |
| | • Loster Bintang | 25 | Rp.50.000,- | Rp.1.250.000,- |
| | • Resplang Klasik | 15 | Rp.450.000,- | Rp.6.750.000,- |
| | • Resplang Masjid | 22 | Rp.125.000,- | Rp.2.750.000,- |
| | • Resplang Ceplok | 23 | Rp.200.000,- | Rp.4.600.000,- |
| | • Resplang Korbel | 14 | Rp.150.000,- | Rp.2.100.000,- |
| | • Umpak | 16 | Rp.125.000,- | Rp.2.000.000,- |
| | • Kotak Pilar | 40 | Rp.40.000,- | Rp.1.600.000,- |
| | • Mahkota Tutup | 8 | Rp.350.000,- | Rp.2.800.000,- |
| | • Gewel | 10 | Rp.950.000,- | Rp.9.500.000,- |
| • Porbel | 25 | Rp.100.000,- | Rp.2.500.000,- | |

⁷⁴Dewi.Wawancara, Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art 5 Oktober 2017

| | | | | |
|------|------------------------------|------------|--------------|------------------------|
| | JUMLAH | 593 | | Rp.61.190.000,- |
| 2012 | • Kerawang Silang | 55 | Rp.75.000,- | Rp.4.125.000,- |
| | • Kerawang Bintang Enam | 36 | Rp.65.000,- | Rp.2.340.000,- |
| | • Kerawang Bintang Timbul | 80 | Rp.100.000,- | Rp.8.000.000,- |
| | • Kerawang Bunga | 75 | Rp.40.000,- | Rp.3.000.000,- |
| | • Kerawang Bintang Tenggelam | 35 | Rp.65.000,- | Rp.2.275.000,- |
| | • Kerawang Matahari | 20 | Rp.100.000,- | Rp.2.000.000,- |
| | • Kerawang Mahabrata | 22 | Rp.65.000,- | Rp.1.430.000,- |
| | • Loster Persegi minimalis | 45 | Rp.35.000,- | Rp.1.575.000,- |
| | • Loster Bunga | 52 | Rp.55.000,- | Rp.2.860.000,- |
| | • Loster Timbul | 30 | Rp.95.000,- | Rp.2.850.000,- |
| | • Loster Bintang | 34 | Rp.50.000,- | Rp.1.700.000,- |
| | • Resplang Klasik | 10 | Rp.450.000,- | Rp.4.500.000,- |
| | • Resplang Masjid | 32 | Rp.125.000,- | Rp.4.000.000,- |
| | • Resplang Ceplok | 15 | Rp.200.000,- | Rp.3.000.000,- |
| | • Resplang Korbel | 18 | Rp.150.000,- | Rp.2.700.000,- |
| | • Umpak | 20 | Rp.125.000,- | Rp.2.500.000,- |
| | • Kotak Pilar | 60 | Rp.40.000,- | Rp.2.400.000,- |
| | • Mahkota Tutup | 12 | Rp.350.000,- | Rp.4.200.000,- |
| | • Gewel | 10 | Rp.950.000,- | Rp.9.500.000,- |
| | • Porbel | 25 | Rp.100.000,- | Rp.2.500.000,- |
| | JUMLAH | 652 | | Rp.67.455.000,- |

IAIN JEMBER

Tabel 4.9⁷⁵
Volume penjualan setelah diversifikasi
2013-2014

| Tahun | Jenis Ornamen | Jumlah (Unit) | Harga (Unit) | Penjualan |
|-------|------------------------------|---------------|---------------|-------------------------|
| 2013 | • Kerawang Silang | 82 | Rp.75.000,- | Rp.6.150.000,- |
| | • Kerawang Bintang Enam | 100 | Rp.65.000,- | Rp.6.500.000,- |
| | • Kerawang Bintang Timbul | 45 | Rp. 100.000,- | Rp.4.500.000,- |
| | • Kerawang Bunga | 82 | Rp.40.000,- | Rp.3.280.000,- |
| | • Kerawang Bintang Tenggelam | 70 | Rp.65.000,- | Rp.4.550.000,- |
| | • Kerawang Matahari | 55 | Rp.100.000,- | Rp.5.500.000,- |
| | • Kerawang Mahabrata | 30 | Rp.65.000,- | Rp.1.950.000,- |
| | • Loster Persegi minimalis | 70 | Rp.35.000,- | Rp.2.450.000,- |
| | • Loster Bunga | 52 | Rp.55.000,- | Rp.2.860.000,- |
| | • Loster Timbul | 40 | Rp.95.000,- | Rp.3.800.000,- |
| | • Loster Bintang | 36 | Rp.50.000,- | Rp.1.800.000,- |
| | • Resplang Klasik | 23 | Rp.450.000,- | Rp.10.350.000,- |
| | • Resplang Masjid | 32 | Rp.125.000,- | Rp.4.000.000,- |
| | • Resplang Ceplok | 25 | Rp.200.000,- | Rp.5.000.000,- |
| | • Resplang Korbel | 15 | Rp.150.000,- | Rp.2.250.000,- |
| | • Umpak | 20 | Rp.125.000,- | Rp.2.500.000,- |
| | • Kotak Pilar | 70 | Rp.40.000,- | Rp.2.800.000,- |
| | • Mahkota Tutup | 12 | Rp.350.000,- | Rp.4.200.000,- |
| | • Gewel | 25 | Rp.950.000,- | Rp.23.750.000,- |
| | • Porbel | 35 | Rp.100.000,- | Rp.3.500.000,- |
| | JUMLAH | 919 | | Rp.101.690.000,- |
| | • Kerawang Silang | 84 | Rp.75.000,- | Rp.6.300.000,- |
| | • Kerawang Bintang Enam | 102 | Rp.65.000,- | Rp.6.630.000,- |
| | • Kerawang Bintang Timbul | 47 | Rp. 100.000,- | Rp.4.700.000,- |
| | • Kerawang Bunga | 82 | Rp.40.000,- | Rp.3.280.000,- |
| | • Kerawang Bintang | 75 | Rp.65.000,- | Rp.4.875.000,- |

⁷⁵Dewi.Wawancara, Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art 5 Oktober 2017

| | | | | |
|----------|----------------------------|--------------|----------------|-------------------------|
| 2014 | Tenggelam | | | |
| | • Kerawang Matahari | 60 | Rp.100.000,- | Rp.6.000.000,- |
| | • Kerawang Mahabrata | 34 | Rp.65.000,- | Rp.2.210.000,- |
| | • Loster Persegi minimalis | 75 | Rp.35.000,- | Rp.2.625.000,- |
| | • Loster Bunga | 56 | Rp.55.000,- | Rp.3.080.000,- |
| | • Loster Timbul | 60 | Rp.95.000,- | Rp.5.700.000,- |
| | • Loster Bintang | 36 | Rp.50.000,- | Rp.1.800.000,- |
| | • Resplang Klasik | 30 | Rp.450.000,- | Rp.13.500.000,- |
| | • Resplang Masjid | 34 | Rp.125.000,- | Rp.4.250.000,- |
| | • Resplang Ceplok | 29 | Rp.200.000,- | Rp.5.800.000,- |
| | • Resplang Korbel | 20 | Rp.150.000,- | Rp.3.000.000,- |
| | • Umpak | 40 | Rp.125.000,- | Rp.5.000.000,- |
| | • Kotak Pilar | 100 | Rp.40.000,- | Rp.4.000.000,- |
| | • Mahkota Tutup | 22 | Rp.350.000,- | Rp.7.700.000,- |
| | • Gewel | 35 | Rp.950.000,- | Rp.33.250.000,- |
| • Porbel | 45 | Rp.100.000,- | Rp.4.500.000,- | |
| | JUMLAH | 1235 | | Rp.128.200.000,- |

Tabel 4.10⁷⁶
Volume penjualan setelah diversifikasi
2015-2016

| Tahun | Jenis Ornamen | Jumlah (Unit) | Harga (Unit) | Penjualan |
|-------|------------------------------|---------------|---------------|-----------------|
| | • Kerawang Silang | 125 | Rp.75.000,- | Rp.9.375.000,- |
| | • Kerawang Bintang Enam | 120 | Rp.65.000,- | Rp.7.800.000,- |
| | • Kerawang Bintang Timbul | 84 | Rp. 100.000,- | Rp.8.400.000,- |
| | • Kerawang Bunga | 150 | Rp.40.000,- | Rp.6.000.000,- |
| | • Kerawang Bintang Tenggelam | 75 | Rp.65.000,- | Rp.4.875.000,- |
| | • Kerawang Matahari | 105 | Rp.100.000,- | Rp.10.500.000,- |
| | • Kerawang Mahabrata | 82 | Rp.65.000,- | Rp.5.330.000,- |
| | • Loster Persegi minimalis | 105 | Rp.35.000,- | Rp.3.675.000,- |

⁷⁶Dewi.Wawancara, Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art 5 Oktober 2017

| | | | | |
|------|------------------------------|---------------|---------------|-------------------------|
| 2015 | • Loster Bunga | 100 | Rp.55.000,- | Rp.5.500.000,- |
| | • Loster Timbul | 120 | Rp.95.000,- | Rp.11.400.000,- |
| | • Loster Bintang | 150 | Rp.50.000,- | Rp.7.500.000,- |
| | • Resplang Klasik | 47 | Rp.450.000,- | Rp.21.150.000,- |
| | • Resplang Masjid | 40 | Rp.125.000,- | Rp.5.000.000,- |
| | • Resplang Ceplok | 38 | Rp.200.000,- | Rp.7.600.000,- |
| | • Resplang Korbel | 25 | Rp.150.000,- | Rp.3.750.000,- |
| | • Umpak | 45 | Rp.125.000,- | Rp.5.625.000,- |
| | • Kotak Pilar | 120 | Rp.40.000,- | Rp.4.800.000,- |
| | • Mahkota Tutup | 35 | Rp.350.000,- | Rp.12.250.000,- |
| | • Gewel | 47 | Rp.950.000,- | Rp.44.650.000,- |
| | • Porbel | 50 | Rp.100.000,- | Rp.5.000.000,- |
| | | JUMLAH | 1663 | |
| 2016 | • Kerawang Silang | 250 | Rp.75.000,- | Rp.18.750.000,- |
| | • Kerawang Bintang Enam | 125 | Rp.65.000,- | Rp.8.125.000,- |
| | • Kerawang Bintang Timbul | 150 | Rp. 100.000,- | Rp.15.000.000,- |
| | • Kerawang Bunga | 170 | Rp.40.000,- | Rp.6.800.000,- |
| | • Kerawang Bintang Tenggelam | 275 | Rp.65.000,- | Rp.17.875.000,- |
| | • Kerawang Matahari | 135 | Rp.100.000,- | Rp.13.500.000,- |
| | • Kerawang Mahabrata | 195 | Rp.65.000,- | Rp.12.675.000,- |
| | • Loster Persegi minimalis | 115 | Rp.35.000,- | Rp.4.025.000,- |
| | • Loster Bunga | 126 | Rp.55.000,- | Rp.6.930.000,- |
| | • Loster Timbul | 140 | Rp.95.000,- | Rp.13.300.000,- |
| | • Loster Bintang | 135 | Rp.50.000,- | Rp.6.750.000,- |
| | • Resplang Klasik | 40 | Rp.450.000,- | Rp.18.000.000,- |
| | • Resplang Masjid | 30 | Rp.125.000,- | Rp.3.750.000,- |
| | • Resplang Ceplok | 40 | Rp.200.000,- | Rp.8.000.000,- |
| | • Resplang Korbel | 45 | Rp.150.000,- | Rp.6.750.000,- |
| | • Umpak | 50 | Rp.125.000,- | Rp.6.250.000,- |
| | • Kotak Pilar | 150 | Rp.40.000,- | Rp.6.000.000,- |
| | • Mahkota Tutup | 50 | Rp.350.000,- | Rp.17.500.000,- |
| | • Gewel | 47 | Rp.950.000,- | Rp.44.650.000,- |
| | • Porbel | 50 | Rp.100.000,- | Rp.5.000.000,- |
| | JUMLAH | 2318 | | Rp.239.630.000,- |

Dari hasil tabel diatas bahwasannya bisa kita liat perbedaan dimana pada tahun 2005-2006 dimana Cita Karya Art belum melakukan diversifikasi pada produknya sehingga setiap unit pertahunnya tidak mengalami peningkatan pada penjualannya. Akan tetapi setelah Cita Karya Art melakukan diversifikasi pada produknya pada tahun 2007-2016 bisa dilihat penjualan unit barang pertahunnya melonjak drastis sehingga sangat berpengaruh pada penjualannya. Karena penambahan jenis-jenis pada produk tersebut Cita Karya Art mengalami peningkatan pada volume penjualannya serta memodifikasi dari produk yang sudah ada pada produk, ataupun produk yang benar-benar inovatif.

C. Pembahasan Temuan

Setelah data diperoleh melalui hasil penelitian dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Data tersebut disajikan dan dianalisa melalui pembahasan temuan. Data yang disajikan tersebut merupakan pokok pikiran atau pertanyaan-pertanyaan dari metode penelitian dan kajian teori yang dibahas pada bagian sebelumnya.

1. Strategi Diversifikasi Produk Industri Kerajinan Semen Ornamen di Cita Karya Art

Setelah melakukan penelitian ke Industri kerajinan semen ornamen Cita Karya Art di Desa Kembang Kuning Kabupaten pasuruan. Dapat disimpulkan bahwa bisa dikatakan produk yang ada di Cita Karya Art semakin banyak diminati konsumen setelah melakukan diversifikasi pada produk semen ornamennya.

Strategi diversifikasi yang digunakan di Cita Karya Art disini yaitu jenis diversifikasi terpusat karena Cita Karya Art disini menambah jenis *produk, variasi*,serta adanya inovasi baru pada produk dengan produk yang sudah ada misalnya, *kerawangan, kotak pilar, gewel, loster, resplang*. Dalam hal ini Cita Karya Art menambahkan produk baru namun tidak merubah produk yang lama.

Diversifikasi adalah strategi mengembangkan produk baru untuk pasar baru. Situasi yang mendukung penerapan strategi ini adalah jika sudah tidak ada lagi peluang pertumbuhan untuk produk atau pasar saat ini, lingkungan pasar yang dilayani sangat tidak stabil dan bertambah pada fluktuasi penjualan atau laba, dan perusahaan bermaksud mengoptimalkan kompetensi lainnya.⁷⁷

Diversifikasi yang sebenarnya digunakan dalam teori untuk mengoptimalkan dan untuk memperluas produk tersebut guna untuk menarik perhatian para konsumen. Diversifikasi merupakan strategi mengembangkan produk baru untuk produk baru. Situasi yang mendukung penerapan strategi ini adalah jika sudah tidak ada lagi peluang pertumbuhan untuk produk atau pasar saat ini, lingkungan pasar yang dilayani sangat tidak stabil dan bertambah pada fluktuasi penjualan atau laba, dan perusahaan bermaksud mengoptimalkan kompetensi lainnya.

⁷⁷Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, 148.

Tujuan yang sangat mendasari strategi diversifikasi produk yaitu untuk memperkecil adanya sebuah resiko atau pun kemungkinan kemungkinan yang terjadi pada sebuah perusahaan. Jika ada produk dengan inovasi baru yang dihasilkan akan membuat konsumen lebih tertarik dan mengkonsumsinya. Selain itu dengan strategi diversifikasi produk ini dapat memberikan banyak pilihan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan.⁷⁸

Produk yang sudah di diversifikasi oleh Cita Karya Art yang mempunyai berbagai jenis macam seperti *kerawangan, porbel, kotak pilar, resplang, dan lobster* harus memiliki kualitas yang bagus sehingga para konsumen mempunyai ketertarikan bukan hanya untuk desain dan bentuk melainkan barang yang kualitas bagus dan tahan lama serta tidak mudah pecah.

Pada dasarnya strategi diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang penting di dalam meningkatkan volume penjualan. Strategi diversifikasi adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. Jadi banyak perusahaan maupun industri mulai mendiversifikasi produknya agar menarik perhatian para konsumen.

Cita Karya Art mengalami peningkatan profit yang selalu naik akibat pendiversifikasian yang dilakukannya mengakibatkan

⁷⁸Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 132.

peningkatan volume penjualan yang sangat pesat sehingga bisa dikatakan industri ini mempunyai profit yang sangat besar karena dari penjualan pertahunnya selalu mengalami peningkatan.

Dalam praktiknya, strategi diversifikasi ini mengikuti sebuah proses logis, proses perencanaan penambahan produk yang baru yang terdiri dari analisis terhadap peluang pasar, pemilihan pasar, perencanaan.

Strategi diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang penting di dalam meningkatkan volume penjualan. Strategi diversifikasi adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas.⁷⁹

Dari sudut pandangan pemasaran kebaikan diversifikasi produk adalah kemampuan untuk menawarkan lebih banyak pilihan kepada para langganan. Pemasaran sering berpendapat bahwa penjualan akan turun bila perusahaan tidak menjual produk sebanyak yang dijual para pesaing. Para manajer pemasaran juga sering berpendapat bahwa garis produk yang semakin lebar akan semakin mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Tetapi, diversifikasi produk yang terlalu tinggi akan membuat fungsi pemasaran makin sulit. Terlalu banyak macam produk akan membingungkan langganan yang tidak dapat membedakan produk-produk sejenis. Hal ini juga akan menyulitkan

⁷⁹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 132.

pemberian latihan bagi orang-orang penjualan, dan pengelolaan akan lebih mahal. Bagaimanapun juga, para manajer pemasaran cenderung lebih menyukai lebih banyak variasi produk.

2. Strategi Diversifikasi Produk Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Setelah peneliti melakukan penelitian di Cita Karya Art tentang bagaimana strategi diversifikasi kerajinan semen ornamen Cita Karya Art dalam meningkatkan volume penjualan dapat disimpulkan bahwa Cita Karya Art mengalami peningkatan dalam volume penjualan akibat pendiversifikasian produk yang dilakukan di Cita Karya Art.

Dalam mengetahui volume penjualan kerajinan semen ornamen harus mampu mempertahankan kualitas dan ciri khas yang dimiliki oleh Cita Karya Art. Cita Karya Art mendiversifikasikan semen ornamen bertujuan untuk menambah produk dimana produk awal itu hanyalah gypsum. Di Cita Karya Art mencoba mendiversifikasi atau menambah sejenis gypsum namun berbeda bentuk, desain, variasi, dan bahannya.

Setelah Cita Karya Art mendiversifikasi produk seperti seperti *kerawangan, porbel, kotak pilar, resplang, dan loster* Cita Karya Art melakukan diversifikasi pada produknya pada tahun 2007-2016 penjualan per unit barang pertahunnya melonjak drastis sehingga sangat berpengaruh pada penjualannya. Karena penambahan jenis-jenis pada produk tersebut Cita Karya Art mengalami peningkatan

pada volume penjualannya serta memodifikasi dari produk yang sudah ada pada produk, ataupun produk yang benar-benar inovatif. Berbeda pada sebelum melakukan diversifikasi pada tahun 2005-2006 Cita Karya Art mengalami pasang surut dari segi penjualan barang perunitnya.



BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil dari penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

“Strategi Diversifikasi Produk Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Desa Kembang Kuning Kabupaten Pasuruan.” Diwujudkan dengan berbagai macam produk yaitu:

1. Strategi diversifikasi yang digunakan oleh Cita Karya Art adalah strategi terpusat yaitu merupakan penambahan jenis baru pada produk dengan lini produk yang sudah ada. Tujuan dari Cita Karya Art mendiversifikasikan produknya adalah untuk meningkatkan volume penjualan pada industri kerajinannya dan lain halnya Cita Karya Art ingin menambah jenis-jenis desain dan variasi pada setiap produknya

Dengan adanya pendiversifikasian tersebut Cita Karya Art menambah produk baru dengan jenis dan desain yang berbeda. Dimana produk utama Cita Karya Art adalah *Gypsum Polos dan Gypsum Corak* dengan pendiversifikasian pada jenisnya Cita Karya Art menambahkan produk dengan jenis seperti *Kerawang, Loster, Resplang, Porbel, Kotak Pilar, dan Gewol*.

Selain menambah jenis dan desain Cita Karya Art harus tetap menjaga dan memperhatikan kualitas setiap produknya karena setiap

perusahaan atau perindustrian akan tetap menjadi pilihan para konsumen dengan kualitas bagus dan terjamin.

2. Strategi diversifikasi produk pada kerajinan semen ornamen mengalami peningkatan pada penjualannya dan pada unitnya. Terbukti dari hasil tabel pada volume penjualan setiap tahunnya. Dimana pada tahun 2007 mengalami peningkatan sebesar 8 juta sampai pada tahun 2016 sebesar 200jt. Peningkatan volume penjualan itu dikarenakan adanya diversifikasi pada jenis –jenis produknya sehingga Cita Karya Art mengalami peningkatan pada penjualannya.

B. Saran

Sesuai dengan temuan serta tujuan dan manfaat penelitian ini maka dikemukakan saran-saran sebagai acuan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Kepada pihak Industri agar lebih meningkatkan kinerja dalam manajemen pemasaran.
2. Kualitas produk harus dipertahankan sehingga para konsumen tetap percaya pada produk di Cita Karya Art.
3. Desain dan jenis-jenis semen ornamen sudah bagus dan banyak.
4. Cita Karya Art harus tetap menambah jenis-jenis dan variasi agar bisa meningkatkan profit penjualan.
5. Menambah ide-ide baru untuk terus meningkatkan industri kerajinan Cita Karya Art.

6. Lebih baik Cita Karya Art harus menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk milik sendiri.



DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Panjhi. 2000. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Riekacipta
- Anwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Departemen Pendidikan Nasional/Tim Penyusun Kamus. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ke-3*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Matthew B. Miles dan A. Michael Hiberan. 2007. *Analisa Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru* (Jakarta: UI Pres).
- Marzuki. 2015. *Metodologi Riset: Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial* (Yogyakarta: Ekonisia).
- Moloeng. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Munawir. 2002. *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Kedua*, YPKN, Yogyakarta.
- Mundir. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Jember: STAINJember Press.
- Moleong , Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi* Bandung: PTRemaja Rosdakarya.
- Mardalis. 2009. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* Jakarta: Bumi Aksara.
- Swastha, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: liberty offset.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* Bandung: ALFABETA
- _____. 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Penyusun. 2014. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: STAIN Jember Press
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Van Der Wolk, Nijman. 199. *Strategi Pemasaran Modern*. Jakarta: Erlangga.
- Hasanah, Yuliatul. 2017. Jember “*Strategi Pengembangan Pasar Melalui Pengembangan Produk dan 84 ersifikasi Produk (Studi Kasus Pusat*

Penelitian Kopi dan Kakau Indonesia Desa Renteng Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember). Skripsi IAIN Jember.

Hermawan, Lucius. 2015. *Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olahan Tahu Khas Kediri*. Jurnal: Universitas Ma Chung.

Khamidi, Shofwan. *Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi “Faiza Bordir “ Bangil-Pasuruan)*. Skripsi Universitas Brawijaya Malang.

Purba, Jan Horas V. 2005 “*Strategi Diversifikasi Produk Terhadap Tingkat Omzet Penjualan (Studi Kasus Pada PT Surya Pratama*”, Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Kesatuan Ekonomi.

Sari, Siti Norma. 2016. *Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Penjualan Genteng Pada UD. Bahagia di Desa Taman Sari Wuluhan*. Skripsi IAIN Jember

Rahayuningsih, Sri. 2007. *Analisis Pengaruh Diversifikasi Konsentris Produk Terhadap Volume Penjualan Studi Kasus Pada PT.Diamond Baru Yogyakarta*. Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Sahetapy, Joefer Pratama. 2013. *Diversifikasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado*. Jurnal EMBA Universitas Sam Ratulangi Manado.

Sartono Putro, Sri Hartati. 2017. *Diversifikasi Produk Tepung Pati Garut Menjadi Sohun*. Jurnal Fakultas Pertanian, Program Studi Teknologi Hasil Pertanian dan Universitas Veteran Bangun Nusantara

http://misbahazzahra74.blogspot.co.id/2014/09/normal-0-false-false-false-in-x-none-ar_24.html

<http://rajabprestasi.2004.manajemen-pemasaran>

IAIN JEMBER

| JUDUL | VARIABEL | SUB VARIABEL | INDIKATOR | SUMBER DATA | METODE PENELITIAN | RUMUSAN MASALAH |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Strategi Diversifikasi Produk Industri Kerajinan Semen Ornamen dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Cita Karya Art Desa Kembang Kuning Kabupaten Pasuruan. | Strategi Diversifikasi Produk Industri Kerajinan Semen Ornamen dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Cita Karya Art | Diversifikasi Produk Volume Penjualan | <ul style="list-style-type: none"> a. Diversifikasi terpusat. b. Diversifikasi horizontal. c. Diversifikasi konglomeret <ul style="list-style-type: none"> a. Faktor penghambat penjualan b. Faktor yang mempengaruhi penjualan. c. Faktor pendukung penjualan d. Tujuan dari penjualan | <ul style="list-style-type: none"> 1. Data primer <ul style="list-style-type: none"> a. Pimpinan Cita Karya Art b. Karyawan Cita Karya Art. 2. Data sekunder <ul style="list-style-type: none"> a. Dokumentasi b. Kepustakaan | <ul style="list-style-type: none"> A. Pendekatan Kualitatif B. Jenis penelitian deskriptif kualitatif. C. Metode pengumpulan data <ul style="list-style-type: none"> 1. Observasi 2. Wawancara 3. Dokumentasi D. Analisis data <ul style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Interpretative E. Validitas Triangulasi | <ul style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana Strategi diversifikasi industri kerajinan semen ornamen di CitaKarya Art? 2. Apakah strategi diversifikasi industri kerajinan semen ornamen dapat meningkatkan volume penjualan? |

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amatullah Afifah

NIM : 083134110

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam

Alamat : Jln. Bungur Gg Tugu Kavling Gebang-Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

“ Startegi Diversifikasi Produk Industri Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Desa Kembang Kuning Kabupaten Pasuruan”

Adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya, apabila terdapat kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember,

Saya yang menyatakan



Amatullah Afifah

DAFTAR INFORMAN/NARASUMBER CITA KARYA ART

| No | Nama | Sebagai |
|----|----------------|----------------------------------------------------------|
| 1 | Bapak Mustaqim | Selaku pemilik kerajinan semen ornamen Cita Karya Art. |
| 2 | Bapak Faris | Selaku karyawan kerajinan semen ornamen Cita Karya Art. |
| 3 | Bapak Sulin | Selaku karyawan kerajinan semen ornamen Cita Karya Art. |
| 4 | Bapak Roni | Selaku karyawan kerajinan semen ornamen Cita Karya Art. |
| 5 | Bapak Yono | Selaku karyawan kerajinan semen ornamen Cita Karya Art. |
| 6 | Ibu dewi | Selaku bendahara kerajinan semen ornamen Cita Karya Art. |

PEDOMAN PENELITIAN

A. Pedoman Observasi

1. Letak geografis Kerajinan Semen Ornamen Cita Karya Art
2. Struktur Organisasi Kejamian Semen Ornamen Cita Karya Art
3. Alat yang digunakan untuk memproduksi kerajinan semen ornamen
4. Alasan mendiversifikasi Semen Ornamen di Cita Karya Art

B. Pedoman Wawancara

1. Bagaimana sejarah berdirinya kerajinan semen ornamen Cita Karya Art?
2. Apa strategi yang digunakan di Cita Karya Art?
3. Apa saja jenis-jenis produk yang dijual di Cita Karya Art?
4. Apa produk awal yang diciptakan oleh Cita Karya Art?
5. Apakah ada yang menjadi produk unggulan?
6. Apakah Cita Karya Art menggunakan desain yang fleksibel?
7. Apakah Cita Karya Art mempunyai kualitas yang baik dan konsiten?
8. Apa saja variasi yang ada di Cita Karya Art?
9. Adakah desain akhir dalam tahap pembuatan produk?
10. Apa jenis diversifikasi yang digunakan di Cita Karya Art?
11. Apa alasan Cita Karya Art mendiversifikasi produk?
12. Apa tujuan Cita Karya Art mendiversifikasi produk?
13. Apakah diversifikasi produk ditujukan untuk produk tahan lebih lama?
14. Apakah diversifikasi produk dapat mempercepat laju pertumbuhan pada Cita Karya Art?
15. Apakah tujuan diversifikasi dapat meningkatkan pertumbuhan?
16. Bagaimana volume penjualan setelah Cita Karya Art melakukan Diversifikasi terhadap produknya?
17. Apakah faktor penghambat penjualan?
18. Apakah kondisi alam memungkinkan menghambat penjualan?
19. Adakah masalah yang ditimbulkan oleh pelanggan?
20. Apakah faktor yang mempengaruhi penjualan?
21. Apakah Cita Karya Art menggunakan SDM sebagai faktor yang mempengaruhi penjualan?

22. Apakah bahan mentah yang digunakan untuk mendukung faktor penjualan?
23. Bagaimana cara kerja SDM di Cita Karya Art?
24. Apakah Cita Karya Art menggunakan teknologi untuk mendukung faktor penjualan?
25. Apakah manajemen produksi dan operasi dapat mendukung volume penjualan?
26. Apakah manajemen mutu dapat diartikan sebagai faktor yang memuaskan pelanggan?
27. Apakah tujuan dari penjualan sudah mencapai volume penjualan di Cita Karya Art?
28. Apakah Cita Karya Art mendapatkan laba yang diinginkan?
29. Bagaimanakah menunjang pertumbuhan Cita karya Art akan meningkatkan volume penjualan?

C. Pedoman Dokumentasi

1. Kegiatan produksi di Cita Karya Art meliputi:
 - a. Pencetakan
 - b. Pengiriman
2. Denah lokasi Cita Karya Art
3. Produk-produk yang ada di Cita Karya Art
4. Cetakan yang digunakan di Cita Karya Art



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B-~~097~~In.20/7.a/PP.00.9/ID /2017
Lampiran : 1 (Satu)
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian Skripsi**

Kepada :
Yth. Pimpinan Cita Karya Art
Di Pasuruan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi. Wabarakatuh.

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana S-1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian kepada mahasiswa untuk mengikuti aturan yang berlaku dilembaga bapak/ibu pimpin. Adapun data mahasiswa sebagai terlampir,

Nama : Amatullah Afifah
NIM : 083 134 110
Semester : 9 (Sembilan)
Prodi : Ekonomi Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. Bungur Gg. Tugu kavling- Jember
No TLP : 083853395429
Judul Skripsi : Strategi Diversifikasi Industri Kerajinan Semen Ornamen dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Cita Karya Art (Desa Kembang Kuning Kabupaten Pasuruan)

Demikian Surat izin ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi. Wabarakatuh.

Jember, 03 Oktober 2017
an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
Pengembangan Lembaga



mm

Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
19730830 199903 1 002

**INDUSTRI SENI KERAJINAN SEMEN ORNAMEN
(CITA KARYA ART)**

Produksi Kerajinan Semen, Gypsum dan panel.
Jl. Raya Malang No.128, Sengonan, Purwosari, Pasuruan Jawa Timur.
Telp. 0816564775, 082234999997, 0877717739
Email: www.citakaryaart.com

Hal : **Balasan**

Kepada Yth:

Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Bapak MF. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I

Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mustaqim

Jabatan : Pemilik Cita Karya Art

Menerangkan bahwa,

Nama : Amatullah Afifah

Nim : 083 134 110

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian sampai dengan selesai di Cita Karya Art dari tanggal 04-15 oktober dengan Permasalahan dan Judul :

“Strategi Diversifikasi Produk Industri Kerajinan Semen Ornamen dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Cita Karya Art (Desa Kembang Kuning Kabupaten Pasuruan)

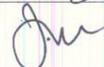
Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terimakasih.

Pasuruan, 15 oktober 2017

Hormat kami,

Cita Karya Art
Produksi Kerajinan Semen, Gypsum dan Panel
Bapak 
Mustaqim 081 656 4775
0822 3499 9997
0877 7177 7739
Mustaqim

**FORMULIR PENGUMPULAN DATA
INDUSTRI KERAJINAN SEMEN ORNAMEN DI DESA KEMBANG KUNING KAB.
PASURUAN**

| Tanggal | Kegiatan | Paraf |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 27-09-2017 | Observasi ke Cita Karya Art tempat pengrajin semen ornamen |  |
| 28-09-2017 | Silaturahmi ke para karyawan pengrajin dan pemilik industri kerajinan semen ornamen. |  |
| 04-10-2017 | Wawancara dengan pemilik industri kerajinan semen ornamen. |  |
| 05-10-2017 | Interview bersama para karyawan pengrajin kerajinan semen ornamen. |  |
| 06-10-2017 | Interview bersama Pemilik di industri kerajinan ornamen serta dokumentasi bersama pemilik. |  |
| 07-10-2017 | Melihat Proses pembuatan semen ornamen bersama para pengrajin. |  |
| 08-10-2017 | Proses pembuatan ornamen bersama bapak faris |  |
| 10-10-2017 | Observasi kerajinan semen ornamen siap kirim. |  |
| 13-10-2017 | Melihat proses pemasangan Ornamen. |  |
| 15-10-2017 | Membuat surat keterangan selesai penelitian di kantor Cita Karya Art. |  |

Pasuruan, 15 Oktober 2017

Cita Karya Art
Produksi Kerajinan Semen, Gypsum dan Panel
Bapak Mustaqim
001 654 4775
0822 3499 9997
0877 7177 7739
Mustaqim
Pemilik Cita Karya Art

DOKUMENTASI



Foto Bersama pemilik kerajinan Cita Karya Art

(27-09-2017)

IAIN JEMBER



Bapak Mustakim pemilik kerajinan Cita Karya Art

(27-09-2017)



Macam-Macam Semen Ornamen

(05-10-2017)



Macam-macam Kerajinan Semen Ornamen

(05-10-2017)



Proses Pengeringan Kerajina Semen Ornamen

(05-10-2017)



Tempat Pencetakan Kerajinan Semen Ornamen

(07-10-2017)

IAIN JEMBER



Proses Pemasangan Semen Ornamen

(07-10-2017)



Proses Pemasangan Semen Ornamen



Proses Pemasangan Semen Ornamen

(07-10-2017)



Proses Pengiriman

(10-10-2017)



Proses Pencetakan oleh karyawan

(10-10-2017)



Proses Pencetakan oleh karyawan

(10-10-2017)



Proses Pencetakan oleh karyawan
(13-10-2017)



Proses Pencetakan oleh karyawan
(13-10-2017)

BIODATA



Nama : Amatullah Afifah
Nim : 083134110
Alamat : Jln. Bungur Gg Tugu Kavling- Gebang

Riwayat Pendidikan:

1. SDN KEBONSARI 06 : Tahun 1998-2004
2. MTSN 1 JEMBER : Tahun 2004-2007
3. SMK KARTINI JEMBER : Tahun 2007-2008
4. MA AL-ISHLAH BONDOWOSO : Tahun 2008-2012
5. IAIN JEMBER : Tahun 2013-2017

IAIN JEMBER