

**ANALISIS DIVERSIFIKASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS
PENJUALAN PRODUK (STUDI KASUS UD AKAR DEWA JATI KABUPATEN
SITUBONDO)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Progam Studi Perbankan Syariah**

Oleh:

Desi Fitriyah

NIM. E20172026

Dosen Pembimbing:



Dr. Khamdan/Rifa'i, S.E., M.Si

NIP. 196808072000031001

**PERAN MAJELIS SYUBBANUL MUSLIMIN DALAM
PENGEMBANGAN ISLAM DAMAI DI DESA KALIKAJAR
KULON KECAMATAN PAITON KABUPATEN
PROBOLINGGO TAHUN 2005-2020**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Humaniora (S.Hum)
Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora
Program Studi Sejarah Peradaban Islam

Hari : Rabu
Tanggal : 22 Juni 2022

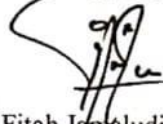
Tim Penguji

Ketua



Dr. Akhiyat S. Ag., M.Pd.
NIP. 19711217 200003 1 001

Sekretaris



Fitah Jamaludin M. Ag.
NIP. 19900319 201903 1 007

Anggota:

1. Dr. Imam Bonjol Juhari. S.Ag., M.Si

()

2. Prof. Dr. M. Khusna Amal, S.Ag., M.Si

()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora



Prof. Dr. M. Khusna Amal, S.Ag., M. Si.
NIP. 19721208 199803 1 001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ

غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya :” Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambil melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”(Qs. Al-Baqarah : 267)¹

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹ <https://quran.kemenag.go.id/sura/2/267>

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana, walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai. Skripsi atau tugas akhir ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua saya (Alm bpk Badri dan almh ibu Sumilah). merskupin kedua orang tua saya sudah meninggal dunia tanpa dukungan support dan doa beliau yang hebat saya tidak akan mampu menempuh jenjang yang setinggi ini.
2. Kakek dan nenek (Sukarsidi dan Saika) yang senantiasa memberikan dukungan penuh, berupa doa, motivasi maupun dukungan materi untuk terus melanjutkan pendidikan.
3. Adikku Afifah riskiyah terimakasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan tugas akhir ini
4. Suami Moh. Romli yang sudah mendukung serta memeberikan semangat dan kasih sayang kepada penulis.
5. Keluarga besar tercinta yang selalu memberikan semangat, nasehat, dan doa selama ini.
6. Seluruh guru sekolah mulai dari TK,SD,SMP, sampai SMA, Guru ngaji ,Guru madrasah dan Dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Terimakasih juga untuk sahabat-sahabat yang sudah memberikan semangat
8. Almamater Universitas islam negeri kiai haji Achmad siddiq jember , terimakasih telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini.
9. Seluruh teman-teman jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017 terkhusus Rekan rekan kelas Ekonomi Syariah 1 yang telah sama-sama saling menguakan untuk tetap bejuagm menyelesaikan pendidikan ini.

ABSTRAK

Desi Fitriyah, Dr. Khamdan Rifa'i, S.E, M.Si : *Analisis diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk (Studi Kasus UD Akar dewa jati Kabupaten Situbondo)*

Diversifikasi produk menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk dalam suatu perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan. Perusahaan berupaya memenuhi selera dan kebutuhan konsumen melalui penganekaragaman produk yaitu menciptakan produk baru sehingga tidak tergantung pada satu jenis produk saja. Produk yang beraneka ragam akan membuat konsumen percaya bahwa berbagai kebutuhannya dapat terpenuhi oleh perusahaan.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana Diversifikasi produk pada UD Akar Dewa jati ? 2) Bagaimana Dampak Diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk pada UD Akar dewa jati?

Tujuan penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah : 1) Untuk mengetahui Diversifikasi produk pada UD Akar Dewa jati. 2) Untuk mengetahui Dampak Diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk pada UD Akar Dewa Jati.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptive. Metode pengumpulan data: Observasi, wawancara, dokumentasi. Metode informan menggunakan teknik purposive. Adapun analisis datanya menggunakan deskriptif. Sedangkan untuk menguji keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber yaitu untuk mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

Hasil penelitian ini adalah : 1. Dalam diversifikasi produk pada perusahaan UD Akar Dewa Jati sangat dibutuhkan karena untuk mengembangkan produk, dan kepuasan konsumen. 2. Pada UD Akar Dewa jati dampak diversifikasi produk sangatlah positif dikarenakan bisa meningkatkan kuantitas penjualan produk, dan mengutamakan kualitas.

Kata kunci : Diversifikasi produk, kuantitas penjualan, produk.

ABSTRACT

Desi Fitriyah, Dr. Khamdan Rifa'i, S.E, M.Si :

Product Diversification become one of customer consideration factor to make decision about product purchase in company to up sale's volume. Company try to fulfil taste and need's consument by heterogeneous product. it create by new product. so, it doesn't depend on the one product only. Heterogeneous product will make customer believe that various needs can be fulfilled by the company.

The Research focuses in this mini thesis are : 1) How to Product Diversification on the UD AkarDewaJati? 2) How about the impact of diversification to improve product selling quantity on the UD AkarDewaJati?

The Research Purposes were 1) to know product diversification on the UD AkarDewaJati. 2) to know the impact of product diversification to improve product selling quantity on the UD AkarDewaJati.

The research was qualitative research that used descriptive. Data collection method were: Observation, Interview, Documentation. Informant method used purposive Technique. Then, data analysis used descriptive. Meanwhile, to check the validityof data use triangulation sources. it was to check the data that collected from many sources.

The Research Result were : 1. The the product diversification on the UD AkarDewajati Company were very needed because to improve product and customer satisfaction. 2. The impact on the UD AkarDewaJati were very positive because it can be improved quantity product selling and prioritize quality.

Keywords : Product Diversification, Selling Quantity, Product.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamiin, dengan rahmat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan penyayang, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahkan kasih sayang, rezeki dan kesehatan serta atas berkah, ridho dan hidayah-Nya, sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ **Analisis diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk (Studi Kasus UD Akar Dewa Jati Situbondo)**”. Sholawat serta salam penulis panjatkan untuk Nabi Muhammad SAW yang mengantarkan kita dari zaman kebodohan kezaman yang terang menderang seperti saat ini, serta yang menjadi tauladan untuk umat muslim.

Skripsi ini tersusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjanasekaligus pertanggung jawaban akhir penulis sebagai mahasiswi jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih ada kekurangan dan kesalahan, maka dari itu penulis dengan penuh kerendahan hat mengaharapkan dan menerima saran dan kritikan dari berbagai pihak untuk dijadikan bahan masukan dan evaluasi untuk perbaikan dan kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya kerja keras, tanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini dan tidak terlepas dari doa, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak serta kritik dan saran yang membantu terselesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang mendalam dan tak terkira kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE.,M.M. selaku Rektor UIN Jember yang telah meberikan fasilitas memadai selama penelitian kuliah.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Jember, sekaligus selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
3. Ibu Nikmah Masruroh, M.E.I selaku ketua program Studi Ekonomi Syariah

4. Ibu nurul selaku Dosen penasehat Akademik (DPA)
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya
6. Semua karyawan dan pemilik UD Akar dewa jati Kabupaten Sitbondoyang berkenan memberikan informasi yang dibutuahn sehingga membantu proses penyelesaian penelitian
7. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung

Penulis mengucapkan rasa terimakasih banyak atas segala doa dan dukungannya. Semoga segala kebaikan, bantuan dan amalan baik dari berbagai pihak di atas mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan . *Aamiin.*

Jember, 23 Mei 2022

Penulis

Desi Fitiyah

NIM.E20172026

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
PERSETUJUAN PEMBIMBING i
HALAMAN PENGESAHANii
MOTTO iii
PERSEMBAHAN iv
ABSTRAK.....	... v
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR.....	... vii
DAFTAR ISI.....	... ix
DAFTAR TABEL xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Fokus penelitian.....	4
C. Tujuan penelitian	4
D. Manfaat penelitian	4
E. Definisi Istilah	6
F. Sistematika pembahasan	7
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	9
A. Penelitian terdahulu	9
B. Kajian Teori	24
a. Strategi.....	24
b. Strategi Diversifikasi produk.....	28
c. Penjualan	33
d. Produk	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Pendekatan dan jenis pendekatan	40
B. Lokasi penelitian.....	40
C. Subyek penelitian.....	41
D. Teknik pengumpulan data	42

E. Teknik analisis data	45
F. Keabsahan data	46
G. Tahap-tahap penelitian	47
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	49
A. Gambaran objek penelitian	49
B. Penyajian data dan analisis	53
C. Pembahasan temuan	64
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Pernyataan keaslian tulisan	
2. Matrik penelitian	
3. Pedoman wawancara	
4. Surat izin penelitian	
5. Surat keterangan selesai penelitian	
6. Jurnal kegiatan penelitian	
7. Dokumentasi penelitian	
8. Biodata penulis	



 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KH ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER

DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Hal
2.1	Persamaan dan Perbedaan	20
4.1	Data Informan	52
4.2	Data Karyawan UD Akar dewa jati tahun 2020	53
4.3	Penjualan Produk di UD Akar Dewa Jati tahun 2010-2021	58
4.4	Junis dan Tipe Produk UD Akar Dewa Jati.....	59
4.5	Produk Diversifikasi UD Akar Dewa Jati	64



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis menunjukkan persaingan yang semakin ketat, karena semakin banyak orang akan masuk pada bisnis . Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing, klien dapat bisa menentukan produk yang sesuai dengan harapannya. Maka akibat terhadap kondisi tersebut adalah konsumen menjadi lebih serta dan pandai dalam meghadapi tiap produk yang dirilis dipasar. Ketatnya persaingan bakal memposisikan pemasar untuk selalu memajukan produknya serta merebut *market share*. Guna menghadapi situasi tadi, perusahaan wajib bisa memberi nilai lebih berdasarkan produk yang kepunyaanya bagus dari segi kualitas juga jumlah.²

Kesenangan pembeli sangat diperlukan bagi bisnis dikarenakan pembeli yang senang dengan produk yang digunakan berarti bisnis tersebut berjalan dengan sempurna. Pembeli senang dengan suatu barang tentu bisa mewujudkan kesetiaan terhadap pembeli. Industri mengupayakan membuat rencana agar bisa mewujudkan kesenangan bagi pembeli seperti strategi diversifikasi produk.³

² Joseph P. Gultinan dan Gordon W. Paul, *Manajemen pemasaran strategi dan program*,(jakarta : Erlangga , 1994 Edisi Ke-2) hal 34

³ Tengku Putri Lindung Bulan, *Pengaruh Diversifikasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Juragan Jasmine Langsa*, Fakultas Ekonomi ,Universitas Samudra ,(Jurnal *Manjemen Dan Keungan*, Vol 6, No.1, 2017),679

Diversifikasi adalah upaya untuk memperluas jenis produk yang hendak dipasarkan guna membentuk semacam rencana bisnis demi meluaskan intrusi pasar. Keinginan mengembangkan usaha sebagai pendorong utama agar Kesempatan memperoleh laba tentu bertambah besar, sebab pembuatan sejumlah barang yang dibutuhkan pembeli semakin besar. karena kerugian dari penjualan barang satu ini bisa diimbangi sama laba dari penjualan barang lain.⁴

Penganekaragaman produk biasanya direncanakan sebagai membangun bisnis baru dipasar baru untuk mendapatkan tujuan seperti peluang perkembangan baru dan pemasaran yang stabil. Penganekaragaman produk merupakan aspek yang menjadi penilaian pembeli dalam mengambil pertimbangan demi membeli produk pada suatu perusahaan guna meningkatkan kuantitas penjualan. Perusahaan berusaha memuaskan keinginan pembeli melalui diversifikasi produk yakni pembuatan produk baru agar tidak tergantung dengan satu model barang saja. Barang terdiversifikasi tentu bisa menjadikan pembeli yakin bahwa perusahaan mampu memenuhi kebutuhan mereka yang berbeda.⁵

Pada awal penelitian UD Akar Dewa Jati adalah suatu perusahaan pertama di situbondo kerajinan dari limbah akar jati yang dimana awal mulanya pengusaha tersebut melihat dari limbah akar jati yang tidak digunakan sehingga pengusaha punya inisiatif untuk membuat akar jati

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴ Lucius Hermawan, "Dilema diversifikasi produk", *jurnal studi Manajemen* (Universitas Ma Chung :2015),143.

⁵ Fandy Tjiptono, Strategi pemasaran, Edisi ke-3, (Yogyakarta : ANDI OFFSET, 2008),132.

tersebut berguna dan bermanfaat, dan disana banyak juga pengusaha yang lain yang membeli kayu akar jati untuk membuatnya juga sehingga sekarang UD Akar Dewa Jati banyak pesaingannya, dan awal produksinya hanya meja dan kursi dan setelah banyak persaingan Maka UD Akar Dewa Jati melakukan penambahan produk seperti piring, gelas dan lain sebagainya.

Alasan peneliti memilih judul tersebut yaitu karenasalah satu pelaku UKM yang menerapkan strategi diversifikasi produk yakni bapak Homaedi Selaku pemilik usaha limbah akar jati. masih kurangnya produk yang dibutuhkan oleh para konsumen sehingga konsumen yang berdatangan tidak mendapatkan apa yang mereka inginkan, pembuatannya masih secara tradisional, penjualannya hingga keluar Negeri tetapi di Daerah sendiri masih belum banyak yang mengenalinya. Dan untuk mengetahui bagaimana strategi Diversifikasi produk akar jati di UD Akar Dewa jati dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk.

Berdasarkan uraian diatas peneliti dapat mengangkat fenomena tersebut dengan judul **“ANALISIS STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PENJUALAN PRODUK (STUDI KASUS PADA UD AKAR DEWA JATI KABUPATEN SITUBONDO)”**.

B. Fokus Penelitian

Berlandaskan pada konteks permasalahan tersebut untuk memfokuskan penelitian, maka fokus penelitian berikut ini :

1. Bagaimana Strategi Diversifikasi produk pada UD Akar Dewa jati ?
2. Bagaimana Dampak strategi Diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk pada UD Akar dewa jati?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ialah menggambarkan maksud penelitian yang akan dilakukan. Tujuan studi mesti berhubungan dengan masalah yang sudah dirumuskan terlebih dahulu.⁶Berdasarkan fokus penelitian, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mempelajari tentang strategi Diversifikasi produk pada UD Akar Dewa jati
2. Untuk mengetahui Dampak strategi Diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk pada UD Akar Dewa Jati

D. Manfaat penelitian

Kegunaan suatu penelitian meliputi bagaimana kontribusi apa yang hendak diberikan setelah penelitian selesai. Kegunaannya bisa bersifat teoritis serta efisien, sesuai bagi penulis, institusi, serta seluruh masyarakat . Dan penggunaan penelitian harus jelas .⁷ Karena penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak. sebagai berikut:

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶ Tim penyusun , *Pedoman penulisan Karya Ilmiah*,(Jember:IAIN Jember,2017),45

⁷ ibid ,45

1. Manfaat teoritis

Penelitian sedikit banyak memperluas wawasan mengenai kuantitas penjualan suatu bisnis yang diukur dalam diversifikasi produk usaha Akar jati. kemudian, penelitian ini diperlukan guna untuk menambah khasanah ilmu wawasan tentang kuantitas produk dengan strategi diversifikasi produk.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Kajian tersebut merupakan pembelajaran agar dapat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi syariah dan Bisnis Islam. Serta untuk menerapkan dan mengembangkan ilmu yang di peroleh di Universitas dan untuk memberikan tambahan pengetahuan mengenai diversifikasi produk.

b. Bagi perusahaan dan pengelola

Selain itu penelitian ini dapat membantu UD Akar dewa jati untuk menetapkan langkah-langkah strategi pemasaran, yang diarahkan pada ketentuan pembeli dengan tujuan untuk meningkatkan kuantitas produk.

c. Bagi UIN Jember

Penelitian diharapkan bisa dijadikan bahan rujukan untuk peneliti lain yang ingin melaksanakan penelitian terutama pada kuantitas produk. Serta dapat menambah kepustakaan bagi perpustakaan UIN Jember.

E. Definisi istilah

Pengertian istilah bermakna mencakup arti istilah bermanfaat yang diuraikan dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk menghindari kesalahpahaman tentang arti dari istilah-istilah yang dimaksud oleh peneliti.⁸

1. Diversifikasi

Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diversifikasi yakni penganekaragaman usaha agar tidak ketergantungan pada satu kegiatan, produk, jasa, atau investasi.⁹

Diversifikasi menjadi upaya untuk menganeekaragaman ragam produk dalam bisnis dan menjadikan barang lebih diminati pasar. Penganekaragaman merupakan kegiatan bisnis yang biasa dilakukan oleh pembisnis. Koltre dan Mastrong mengertikan diversifikasi sebagai strategi perkembangan perusahaan dengan upaya membuka bisnis baru atau membeli perusahaan berbeda di luar produk dan pasar perusahaan yang sudah ada.¹⁰

Jadi , yang di maksud dalam peneliti ini diversifikasi adalah suatu produk yang yang diminati pasar sehingga dapat menumbuhkan perusahaan yang baru

2. Produk

Produk adalah kompenen utama dalam menjalankan bisnis. Jika

Ada produk pasti ada transaksi. Sebaliknya, jika tidak ada produk

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸ Tim penyusun, *pedoman Penulisan Karya Ilmiah*,45

⁹ Kamus besar bahasa indonesia, <https://kbbi.web.id>, diakses tanggal 1 januari 2020 Jam 08.00

¹⁰ Philip Kloter, dan Gary Amrstrong, *prinsip-prinsip pemasaran*, (Jakarta : Erlangga,2008),71.

maka transaksi tidak berjalan. Dalam dunia bisnis, produk dapat berupa barang atau jasa. Produk barang dan jasa tentunya harus diperhatikan saat mau ditawarkan di pasar karena produk ialahh sesuatu yang dibuat, sehingga mengharuskan produk tersebut mendapatkann kemanfaatan.¹¹

Jadi yang dimaksud peneliti mengenai produk yaitu barang atau jasa yang dapat diperjual belikan.

3. Penjualan

Penjualan ialah proses peralihan kepemilikan suatu barang ataupun jasa dari tangan pemilik untuk calon pemilik baru (pembeli) dengan harga yang sudah ditentukan. Tujuan penjualan dari suatu perusahaan ialah guna menaikkan volume penjualan guna mencapai keuntungan yang maksimal.¹²

Jadi penjualan yang dimaksud peneliti adalah suatu produk atau jasa yang bisa menguntungkan atau mendapatkan laba kepada perusahaan.

F. Sistematika pembahasan

Bab I : Bagian kata pengantar mencakup latar belakang, fokus pengkajian, tujuan pengkajian ,dan faedah pengkajian, metode penelitian, serta sistematis pembahasan.

Bab II : analisis literatur, meliputi dari study sebelumnya, dan analisis teori.

¹¹ Abdul Rachman Husein, *7 Motivasion of Islamic Business*, (Jakarta : PT Elec Media Komputindo, 2009), 79.

¹² Philip Kloter, *Manajemen pemasaran*, Edisi : kesebelas Jilid II, (Jakarta :, Indeks, 2005), 668.

Bab III: Metode penelitian, menjelaskan mengenai pendekatan, serta jenis penyelidikan yang dilakukan, tempat penelitian, topik peyelidikan, sistem pengumpulan data, analisis data, kebenaran data, serta tahapan penelitian.

Bab IV : Berbentuk penyajian serta pemahaman data,membahas mengenai penelitian, penyajian data serta pembahasan hasil.

Bab V : penutup memuat kesimpulan serta saran.bagian ini digunakan buat mendapatkan gambaran umum pada hasil penelitian serta memberikan masukan kontruksi terkait sama penelitian ini.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian terdahulu

Dalam pembahasan tersebut, penyelidik mencantumkan hasil penyelidikan sebelumnya terkait pada penelitian yang hendak dilakukan, setelah itu memberikan rangkuman, baik penelitian yang telah terpublikasikan atau yang belum terpublikasikan seperti skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya. Dengan melaksanakan keputusan ini, bahwa penelitian yang hendak dilakukan akan tersusun dengan baik. Hal ini guna menghindari penggandaan pada penelitian ini, kemudian peneliti mencari kajian terhadap tulisan yang sudah ada. Penelitian yang berhubungan dengan diversifikasi produk sebenarnya bukan pertama kali.¹³

Sebelumnya telah ada penelitian yang terkait dengan peneliti tersebut, antara lain penelitian yang sudah dilakukan yaitu :

- a. Peneliti dari Aditya Dwi Setya Budi. 2020. *“Analisis strategi diversifikasi produk jasa kurir dalam menghadapi persaingan pasar (studi kasus pada PT Pos Indonesia persero)”*. Universitas Pasunda Bandung.¹⁴

Metode yang diterapkan yakni studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data terkumpul melalui teknik triangulasi. Teknik pengumpulan data yang diterapkan yaitu studi lapangan dan studi kepustakaan.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹³ Tim penyusun, *pedoman penulisan karya ilmiah*, 45.

¹⁴ Aditya Dwi Setya Budi, *Analisis strategi diversifikasi produk jasa kurir dalam menghadapi persaingan pasar (studi kasus pada PT. Pos Indonesia Persero)*, (Skripsi: Universitas Pasunda Bandung, 2020), 1.

Hasil observasi menentukan maka pelaksanaan strategi diversifikasi produk servis kurir pada PT.Pos Indonesia amat bagus serta termasuk kepada strategi diversifikasi konsentrasi. Produk Q9 *sameday* dan Qcomm bisa merespons keinginan konsumen yang mengharapkan cepat, tepat, aman serta ekonomis. Pemasaran produk kurir membuktikan bahwa *Q9 sameday* masih memiliki penjualan yang rendah dan masih berada pada tahap pengenalan dalam produk *life cycle*. Kendala yang dihadapi yaitu pada program pemasaran seperti layanan *cash on delivery*, jumlah oranger yang sedikit, serta rendahnya kerjasama dengan perseroan agen. Kelemahan dan ancaman menjadi faktor penghambat yang harus dievaluasi kembali oleh PT.Pos Indonesia.

Persamaan sama-sama kualitatif dan membahas tentang diversifikasi produk.

Perbedaannya yaitu data yang di kumpulkan kalau penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Teknik pengumpulan yang peneliti akan di teliti tidak menggunakan studi kepustakaan.

- b. Peneliti dari Ade Siska Mentari. 2020. ”*Pengaruh strategi promosi dan diversifikasi produk terhadap volume penjualan khodijah hijab di Kota Jambi*”. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddi Jambi.¹⁵

Penelitian memakai pendekatan kuantitatif dengan cara pengumpulan data, penyaluran instrumen angket serta didukung

¹⁵ Ade Siska Mentari, *Pengaruh strategi promosi dan diversifikasi produk terhadap volume penjualan khodijah hijab di Kota jambi*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020), vi.

dengan interview, pengamatan, dokumentasi. Sistem kajian data pada penelitian ini mengenakan uji kualitas data, uji asumsi klasik seras kajian regresi linier berganda.

Hasil penelitian, simultan uji F menyatakan bahwa nilai signifikan (0,000,0,05) yang artinya variabel independen strategi promosi (X1) serta diversifikasi produk (X2) secara bersama-sama maupun simultan mempengaruhi daya tampung penjualan (Y) pada khidijah hijab di Kota Jambi.

Persamaannya sama-sama mengkaji tentang diversifikasi produk terhadap penjualan. Serta metode pengumpulan data menggunakan observasi, interview, dan dokumentasi.

Perbedaannya yakni penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode analisis data penelitian yang akan kita lakukan tidak menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.

- c. Peneliti dari Rima Ayuning Tias Palupi. 2019.” *Analisis strategi diversifikasi varian rasa produk dalam upaya meningkatkan volume penjualan (studi kasus produk jenang di UD Teguh Rahardjo Ponorogo*”. IAIN Ponorogo.¹⁶

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah

¹⁶ Rima ayuning tias palupi, *Analisis strategi diversifikasi varian rasa produk dan upaya meningkatkan volume penjualan*, (Skripsi: IAIN Ponorogo, 2019), 66.

induktif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara. Jenis penelitian *field research*.

Hasil penelitian . Terlihat dari data yang terkait penganekaragaman yang dilakukan untuk upaya membuat produk yang sudah diproduksi oleh industri lain, walaupun produk yang diproduksi sama , tetapi terdapat perbedaan pada penambahan varian rasa yang beragam pada produk jenang.

Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji tentang diversifikasi produk dan sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data sebagai hasil observasi, interview, serta dokumentasi, jenis penelitian yaitu *field research*.

Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitian sedangkan pada penelitian yang sedang peneliti lakukan lebih fokus kepada bagaimana diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas produk.

- d. Peneliti dari Zulfina Fauziah. 2019. ”*Analisis faktor yang mendorong diversifikasi produk* “.Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.¹⁷

Pendekatan yang digunakan yakni pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan Angket serta dokumentasi.

Hasil penelitian pada 12 macam memotivasi pelaku usaha konveksi menjalankan diversifikasi, terdapat hasil reduksi menjadi tiga

¹⁷ Zulfina Fauziah, *Analisis faktor yang mendorong diversifikasi produk (studi kasus pada pelaku usaha konveksi Kota Malang*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang,2019),iv.

faktor yakni pertambahan keuntungan, penambahan perantara penjualan, efektivitas kerja, pendapatan beban penjualan, perluasan pasar, akurasi model pakain jadi, penilaian aktivitas operasional, pendapatan biaya konsumen, peluang internal, penggunaan mesin, serta pendapatan biaya pabrik.

Persamaannya adalah sama-sama membahas diversifikasi produk dan menggunakan pengumpulan data dokumentasi.

Perbedaannya yaitu pendekatan kuantitatif dan menggunakan kuesioner/ angket.

- e. Peneliti dari Dian Nur Agustina. 2019. ”Strategi diversifikasi produk industri kecil tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar di tinjau dari perspektif Ekonomi Islam”. IAIN Tulungagung.¹⁸

Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif serta penelitian studi kasus. Teknik analisis data menggunakan model interaktif *miles and Huberman*. Teknik pengumpulan data dengan observasi, interview, serta dokumentasi.

Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa PO. Adi Jaya menjadi salah satu Industri kecil tahu di Kelurahan pakunden yang bergerak pada pembuatan tahu dengan sistem jasa. PO. Adi Jaya melaksanakan strategi diversifikasi produk dengan membuat kreasi olahan tahu yang

dibuat menjadi roti tahu atau *The Tofu*. Dampak dari strategi

¹⁸ Diana Nur agustin, ”strategi diversifikasi produk industri kecil tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di kelurahan pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar di tinjau dari perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2019), xvi.

diversifikasi produk ini dapat berperan dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Persamaannya yakni sama memakai pendekatan kualitatif serta membahas diversifikasi produk. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, interview, serta dokumentasi.

Perbedaannya yaitu dari teknik analisis data, dan fokus penelitian.

- f. Peneliti dari Harry Faishal Aqmal. 2019. ” *Diversifikasi sebagai strategi korporasi dan dampaknya terhadap SUSTAINABILITY BUSSINNES PERFORMANCE (studi kasus pada CV. Rajasa mas jaya desa maos kidul kecamatan maos kabupaten cilacap)*”. IAIN Purwokerto.¹⁹

Studi tersebut menggunakan penelitian (*field research*) dengan model penelitian yakni penelitian kualitatif dengan pendekatan kajian deskriptif. Tata cara pengumpulan data mengenakan teknik observasi, interview, serta dokumentasi. Kebalikannya analisis data dilakukan dengan potongan (harga) data, penyajian setelah itu penarikan kesimpulan.

Hasil telaah memperlihatkan penerapan strategi diversifikasi dilakukan melalui beberapa tahap, diantaranya ialah :terdapatnya gagasan, pemilahan ide, pengembangan sertapeeriksaan skema, pengembangan startegi penjualan, kajian usaha dagang, pengembangan produk, pemeriksaan pasar serta tahap komersialisasi. model

¹⁹ Harry faishal aqmal, *Diversifikasi sebagai strategi korporasi dan dampaknya terhadap SUSTAINABILITY BUSSINNES PERFORMANCE (studi kasus pada CV.Rajasa Mas Jaya Desa Maos Kidul Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap*, (Skripsi :IAIN Purwokerto,2019),vii.

diversifikasi yang dilakukan oleh CV. Rajasa mas jaya yaitu diversifikasi konglomerat dan konsentris. Penerapan diversifikasi pada CV. Rajasa Mas Jaya juga membawa imbas yang bagus buat keberlangsungan ekonomi, sosial, daerah maupun spiritual.

Persamaan sama-sama mengenakan penelitian (*field research*). penelitian kualitatif serta pendekatan kajian deskriptif. Tata cara pengumpulan data menggunakan observasi, interview, serta dokumentasi.

Perbedaan Cuma menelaah diversifikasi. Analisis data , reduksi data, penyajian, kemudian penarikan kesimpulan.

- g. Peneliti dari Sukmah. 2018.”*Pengaruh Diversifikasi produk terhadap volume penjualan koperasi pegawai Republik Indonesia (KPRI)*”. Universitas Negeri Makasar.²⁰

Hasil penelitian yang digunakan yaitu penelitian *field research* dengan desain penelitian deskriptif kuantitatif. bukti yang digunakan ialah data sekunder didapat berdasarkan notulen penjualan dan bukti tertulis. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh penjualan produk Koperasi pegawai Republik Indonesia (KPRI). Pengambilan sampel memakai teknik purposive sampling. mengumpulkan bukti melalui observasi, interview, serta dokumentasi.

kesimpulan penelitian saat ini posisinya sebagai pemasok barang dan jasa yang melayani kebutuhan anggota dan masyarakat,

²⁰ Sukmah, *Pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan koperasi pegawai Republik Indonesia KPRI*, (Skripsi: Universitas Negeri Makasar, 2018) vi.

menyediakan berbagai pilihan produk pada konsumen berdasarkan merek, ukuran dan harga. Hal tersebut dapat dilihat dari tiga tahun terakhir volume penjualan mengalami peningkatan, maka diduga diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan koperasi pegawai Republik Indonesia (KPRI) Universitas Negeri Makasar.

Persamaanya yakni sama-sama membahas diversifikasi produk dan pengumpulan datanya menggunakan observasi, interview, serta dokumentasi.

Perbedaanya ialah terdapat pada desain penelitian yang mana penelitian ini memakai penelitian kuantitatif sedangkan pada peneliti yang akan melakukan penelitian adalah menggunakan kualitatif.

- h. Peneliti dari Tengku Putri Lidung Bulan. 2017. “ *Pengaruh diversifikasi produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada juragan jasmine langsa*”. Universitas Samudra.²¹

Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data kuantitatif, sumber data yang dilakukan yaitu data primer serta data sekunder. Teknik pengumpulan data berupa observasi, interview, serta kuesioner. Metode analisis data dilakukan dalam penelitian yaitu analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian secara uji t variabel diversifikasi produk dan harga memperoleh nilai signifikan $<0,05$ dan dapat dinyatakan bahwa

²¹ Tengku Putri Lindung Bulan, *Pengaruh Diversifikasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Juragan Jasmine Langsa*, (Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol 6, No.1, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, 2017), 679.

diversifikasi produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada juragan jasmine langsa. Untuk uji F diperoleh nilai signifikan $<0,05$ dan dapat dinyatakan bahwa variabel diversifikasi produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada juragan jasmine langsa. Koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa diversifikasi produk dan harga memengaruhi kepuasan konsumen pada juragan jasmine langsa sebesar 49,80%, sedangkan sisanya 50,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Persamaan sama-sama mengkaji tentang Diversifikasi produk dan pengumpulan data berasal dari observasi dan wawancara.

Perbedaannya adalah peneliti yang akan diteliti menggunakan data kualitatif dan dalam pengumpulan data menggunakan observasi sedangkan penelitian di atas menggunakan kuesioner.

- i. Peneliti dari Puji Cahyo Astik. 2017. ” *Pengembangan produk melalui diversifikasi dalam upaya meningkatkan volume penjualan*”. Institut Agama Islam Negeri Metro.²²

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) sementara itu sifat dari penelitian ini adalah deskriptif dengan teknik analisis kualitatif dan metode berfikir secara induktif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²² Puji Cahyo Astik, ” Pengembangan produk melalui diversifikasi dalam upaya meningkatkan volume penjualan (studi pada pabrik Roti Sari Asri Hadimulyo Timur Metro Pusat)”, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2017),xiv.

Hasil penelitian, yaitu pengembangan produk melalui diversifikasi dalam menaikkan daya muat pemasaran yang telah dijalani dengan sebegus mungkin oleh pemilik pabrik Roti Sari Asri. Strategi yang sudah digunakan produk strategi produk yang mana perusahaan lebih condong mengutamakan dari sisi produk. Alhasil prosedur strategi diversifikasi menjadi satu langkah yang diambil untuk mengatasi penurunn kuantitas penjualan. Walaupun telah menggunakan cara penganekaragaman jenis produk tetapi daya muat pemasaran masih belum bisa menembus angka pada masa kejayaan yakni berkisar Rp.2.160.000 per-tahun sebaliknya setelah digunakan diversifikasi ,daya muat pemasaran Cuma menebus hingga Rp. 1.159.200 per-tahun dengan demikian pengembangan produk melalui diversifikasi dirasa belum dapat memberikan imbas yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan.

Persamaanya yaitu sama-sama kualitatif. Jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan. sumber data yang dipakai sumber data sekunder dan primer.

Perbedaannya yaitu pada fokus penelitian dimana penelitian yang akan diteliti membahas analisi diverifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk.

j. Peneliti dari Wahidah Abdullah Fahmi Faisal. 2016 .“*Pengaruh*

Diversifikasi produk terhadap kinerja pemasaran pada PT Bank

Mandiri (persero) TBK Kanwil X Makassar". Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.²³

Pendekatan penelitian yang dilakukan yakni penelitian *Explanatory research*. sedangkan jenis penelitian yaitu penelitian kuantitatif, sedangkan pengumpulan data yang digunakan instrumen penelitian ialah analisis data. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini ialah kusioner.

Hasil penelitian, bahwa Bank mandiri dalam memasarkan produknya tidak hanya mengandalkan promosi yang secara langsung atau tidak langsung tetapi juga harus menjamin produknya yang telah mengalami penganekaragaman dengan kualitas dan tingkat penggunaannya yang mudah.

Persamaannya yakni sama-sama membahas diversifikasi produk.

Perbedaannya ialah penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif sementara itu penelitian yang hendak diteliti menggunakan penelitian kualitatif, serta penelitian menggunakan pendekatan penelitian *Explanatory research* sedangkan peneliti yang akan diteliti yaitu menggunakan pendekatan *field research*.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²³ Wahida Abdullah Fahmi Faisal, *Pengaruh diversifikasi produk terhadap kinerja pemasaran pada PT Bank Mandiri PERSERO Tbk Kanwil Makasar*, (skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016), 154.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan penelitian	Perbedaan penelitian
1	Aditya Dwi Setya Budi (2020)	<i>Analisi strategi diversifikasi produk jasa kurir dalam menghadapi persaingan pasar</i>	Sama-sama membahas tentang diversifikasi produk	Tahun pengkajian, tempat pengkajian, tujuan pengkajian, objek pengkajian, teknik keabsahan data, dan hasil pengkajian.
2	Ade Siska Mentari (2020)	<i>Pengaruh strategi promosi dan diversifikasi produk terhadap penjualan khodijah hijab di Kota Jambi</i>	Sama-sama membahas tentang diversifikasi produk	Tahun pengkajian, tempat pengkajian, tujuan pengkajian, objek pengkajian, teknik keabsahan data, dan hasil pengkajian.
3	Rima Ayu Ning Tias (2019)	<i>Analisi strategi diversifikasi varian rasa produk dalam</i>	Sama-sama membahas tentang diversifikasi	Tahun pengkajian, tempat pengkajian,

		<i>upaya meningkatkan volume penjualan</i>		tujuan pengkajian, objek pengkajian, teknik keabsahan data, dan hasil pengkajian.
4	Zulfina Fauziah (2019)	<i>Analisi faktor yang mendorong diversifikasi produk</i>	Sama-sama membahas tentang diversifikasi produk	Tahun pengkajian, tempat pengkajian, tujuan pengkajian, objek pengkajian, teknik keabsahan data, dan hasil pengkajian.
5	Dian Nur Agustina (2019)	<i>Strategi diversifikasi produk industri kecil tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat</i>	Sama-sama membahas tentang diversifikasi produk	Tahun pengkajian, tempat pengkajian, tujuan pengkajian, objek pengkajian, teknik keabsahan data, dan hasil pengkajian.
6	Harry Faishal Aqmal (2019)	<i>Diversifikasi sebagai strategi korporasi dan</i>	Sama-sama membahas tentang diversifikasi	Tahun pengkajian, tempat

		<p><i>dampaknya terhadap SUSTAINABILITY BUSSINNES PERFORMAN CE (Studi kasus pada CV.Rajasa Mas Jaya Desa Maos Kidul Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap)</i></p>		<p>pengkajian, tujuan pengkajian, objek pengkajian, teknik keabsahan data, dan hasil pengkajian.</p>
7	Sukmah(2018)	<p><i>Pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan koperasi pegawai Republik Indonesia(KPRI)</i></p>	<p>Sama-sama membahas tentang diversifikasi produk</p>	<p>Tahun pengkajian, tempat pengkajian, tujuan pengkajian, objek pengkajian, teknik keabsahan data, dan hasil pengkajian.</p>
8	Tengku Putri Bulan (2017)	<p><i>Pengaruh diversifikasi</i></p>	<p>Sama-sama membahas</p>	<p>Tahun pengkajian,</p>

		<i>produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada juragan Jasmine Langsa</i>	tentang diversifikasi produk	tempat pengkajian, tujuan pengkajian, objek pengkajian, teknik keabsahan data, dan hasil pengkajian.
9	Puji Cahya Astik (2017)	<i>Pengembangan produk melalui diversifikasi dalam upaya meningkatkan volume penjualan</i>	Sama-sama membahas tentang diversifikasi produk	Tahun pengkajian, tempat pengkajian, tujuan pengkajian, objek pengkajian, teknik keabsahan data, dan hasil pengkajian.
10	Wahidah abdullah Fahmi Faisal (2016)	<i>Pengaruh diversifikasi produk terhadap kinerja pemasaran pada PT Bank Mandiri</i>	Sama-sama membahas tentang diversifikasi produk	Tahun pengkajian, tempat pengkajian, tujuan pengkajian, objek pengkajian, teknik keabsahan data, dan hasil pengkajian.

Sumber: pengkajian terdahulu

keaslian pengkajian diatas, menunjukkan terdapat perbedaan yang unik antara penelitian sebelumnya sama penelitian yang akan dilakukan oleh penelitian saat ini. Keaslian ini membuktikan bahwa tidak ada plagiarisme.

Dari semua uraian di atas, bahwa keunikan isi penelitian ini dengan penelitian lainn yaitu tujuannya yang berbeda itulah keunikan utama dari penelitian ini dengan penelitian lainnya.

B. Kajian teori

Kajian teori ialah teori relavan yang bisa dipakai dalam mengartikan variabel yang hendak diteliti. Teori dilakukan tidak hanya anggapan para penulis, serta anggapan penguasa, namun ide yang benar sudah teruji kebenarannya.²⁴Teori dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. Strategi

1) Pengertian strategi

Kata strategi berasal dari bahasa kata yuinani “*strategos*” (*stratos* = militer dan *ego*= pemimpin) yang berarti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang yang membuat rencana untuk memenangkan perang.

2) Peranan strategi

Dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, strategi memiliki peranan yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, karena strategi memberikan arah tindakan, dan cara bagaimana

²⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : ALFABETA, 2002), 305.

tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan. Strategi memiliki 3 peranan penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu :

a) Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan

strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai kesuksesan.

Strategi merupakan suatu bentuk atau tema yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan –keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi.

b) Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi

Salah satu peranan penting strategi adalah untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan.

c) Strategi sebagai target

Konsep strategi akan digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan dimana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Penetapan tujuan tidak hanya dilakukan untuk memberikan arah bagi penyusunan strategi, tetapi juga untuk membentuk aspirasi bagi perusahaan. Dengan demikian, strategi juga dapat berperan sebagai target perusahaan.²⁵

3) Jenis-jenis strategi

Banyak organisasi menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat berisiko jika dijalankan terlalu jauh. diperusahaan yang besar dan terdiverifikasi,

digilib.uinkhas.ac.id

²⁵ Yogi ,dkk, “*Manajemen strategik terapan : panduan cara menganalisa industri dan pesaing*”(Jakarta : Poliyama widya pustaka ,2007) ,15.

strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yang berlainan menjalankan strategi yang berbeda. Organisasi yang berjuang untuk tetap hidup mungkin menggunakan gabungan dari sejumlah strategi defensif, seperti divestasi, likuidasi, dan rasionalisasi biaya secara bersamaan. Jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut :

a) Strategi integrasi

Integrasi kedepan, integrasi kebelakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengadakan para distributor, pemasok, dan pesaing.

b) Strategi intensifikasi

Penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

c) Strategi diversifikasi

Terdapat tiga jenis yaitu diversifikasi konsentrik, horisontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horisontal. Menambah produk atau jasa disebut diversifikasi konglomerat.

d) Strategi devensif

Disamping strategi integratif, intensif, dan diversifikasi, organisasi juga dapat menjalankan strategi devensif melalui rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi. rasionalisasi biaya, terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Divestasi adalah menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akusisi atau investsai strategis lebih lanjut. Divestasi dapat menjadi bagian dari startegi rasionalisasi biaya menyeluruh untuk melepaskan organisasi dari bisnis yang tidak menguntungkan, yang memerlukan modal terlalu besar, atau tidak cocok dengan aktivitas lainnya dalam perusahaan. Likuidasi adalah menjual semua aset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut, likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan akbatnya bisa merupakan strategi yang secara emosional sulit dilakukan.²⁶

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁶ Hadari Namawi, " *Manajemen strategik : organisasi non profit bidang pemerintahan* " (Yogyakarta : Gajahmada University press, 2003), 148.

b. Strategi Diversifikasi produk

1) Pejelasan diversifikasi produk

Diversifikasi ialah usaha memperluas macam barang yang akan dijual dan merupakan sebuah strategi perusahaan untuk menaikkan penetrasi pasar. Ini merupakan usaha yang berlawanan dengan spesialisasi produk. Ada berbagai alasan-alasan yang mendorong suatu perusahaan mengadakan diversifikasi produk. Keinginan mengadakan perluasan menjadi pendorong utama. Kemungkinan mendapatkan keuntungan juga akan lebih besar karena diproduksi sejumlah barang yang dibutuhkan konsumen, sebab keinginan menjual barang yang satu dapat ditutup dengan keuntungan menjual barang yang lain.

Diversifikasi produk dapat didefinisikan penganeka ragam produk. Salah satu produk utama bisa dibuat menjadi banyak barang yang berbeda. penganekaragaman produk diarahkan untuk menghasilkan produk bertahan lebih lama, memusat pada produk siap dikonsumsi serta dipakai, memuaskan selera, kebutuhan serta harapan konsumen, memperluas pasar, transportasi yang lebih mudah, menyerap tenaga kerja, memberi nilai tambah, serta pendapatan.²⁷

Fandy Tjiptono mendefinisikan diversifikasi produk adalah sebagai upaya untuk menemukan dan mengembangkan produk

²⁷ Lucius Hermawan, *Dilema diversifikasi produk : meningkatkan pendapatan atau menimbulkan kanibalisme produk*, (Jurnal: Studi Manajemen, Vol.9, No.2,2015),143.

atau pasar baru atau untuk terus berkembang, meningkatkan penjualan, keuntungan dan fleksibilitas.²⁸ Penganekaragaman produk dilakukan pada suatu perusahaan sebagai hasil dari pengembangan produk, sedangkan produk lama secara ekonomis masih dapat dipertahankan. Strategi ini juga diperlukan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari jenis produk tertentu dengan mengorbankan keuntungan dari jenis produk yang lain.²⁹

Strategi diversifikasi adalah sebuah strategi yang paling kompleks implikasinya karena bagi perusahaan yang melakukan diversifikasi akan menjadi pengalaman baru, baik dari segi pasarnya, maupun dari segi produknya. Setiap melakukan keputusan diversifikasi akan mengalami resiko bisnis yang tinggi. Perusahaan harus melakukan riset terlebih dahulu. Dengan melihat dari segi distribusi apakah sudah berjalan dengan baik atau tidak. karena distribusi memegang peranan penting dalam diversifikasi. Faktor penting yang lain adalah bahwa setiap produk diversifikasi memang diminati konsumen dimana perusahaan harus memperhatikan produknya dari kualitasnya. Sebelum produk diversifikasi masuk kedalam pasar harus dilakukan test market terlebih dahulu, sehingga mengerti bahwa produk tersebut diterima

baik atau tidak.

²⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-3, (Yogyakarta: ANDI, 2008), 132

²⁹ Teguh Santoso, *Marketing Strategis meningkatkan pangsa pasar dan daya saing*, (Yogyakarta: ORIZA, 2011), 178

Pada penganekaragaman produk, biasanya industri seringkali berupaya meningkatkan penjualannya demi mengembangkan produk terbaru guna pasar yang baru, sehingga banyak berbagai jenis produk yang diproduksi oleh industri.³⁰

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan diversifikasi produk ialah cara untuk mengetahui serta mengembangkan produk guna pasar yang baru, keduanya rencana untuk mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, serta fleksibilitas.

Penciptaan suatu produk diupayakan agar suatu perusahaan bisa bertahan ditengah persaingan yang begitu banyak. Walaupun masih ada produk lama, namun situasi tersebut kadang kala menyusahakan perusahaan untuk bangun. Yang mana persepsi konsumen pada suatu produk sebelumnya merupakan produk tidak mengikuti kemajuan zaman, maka lambat laun produk tersebut akan ditinggalkan.

a) Jenis-jenis strategi Diversifikasi produk

Ada tiga jenis strategi diversifikasi produk yang dapat dilakukan melalui :

- (1) Diversifikasi konsentris, yang mana produk baru yang dipublikasikan mempunyai kaitan atau hubungan pada

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³⁰ Sofyan Assauri, *Manajemen pemasaran dasar, konsep dan strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 218.

hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada.

(2) Diversifikasi horizontal, yang mana perusahaan meningkatkan produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada, akan tetapi akan dijual kepada pelanggan yang sama.

(3) Diversifikasi kinglomerat ,yang mana produk yang dihasilkan sama sekali baru, tidak mempunyai hubungan pada hal pemasaran meskipun dengan teknologi produk yang sudah ada dan dijual pada klien yang tidak sama.³¹

b) Tujuan diversifikasi produk

Tujuan diversifikasi dikemukakan oleh Assauri adalah penyebaran risiko, di mana kerugian pada satu produk dapat ditutupi dengan meningkatkan kemungkinan memperoleh produk lain.³²

penganekaragaman produk bertujuan untuk meningkatkan kuantitas penjualan agar dapat dilaksanakan oleh industri yang sudah ada. bagian kematangan , Dengan diversifikasi produk makan usaha tidak tergantung pada satu produk akan tetapi perusahaan bisa mengandalkan produk yang berbeda, misalnya

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³¹ Lucius Hermawan, *Dilema diversifikasi produk : meningkatkan pendapatan atau menimbulkan kanibalisme produk*, (Jurnal: Studi Manajemen, Vol.9, No.2,2015),148

³² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-4, (Yogyakarta: ANDI, 2015),218.

sebuah produk mengalami penurunan maka dapat diatasi dengan produk jenis lain.³³

Mengenai tujuan diversifikasi produk yakni sebagai berikut:

(1) Tekanan dari dalam (internal)

(a) Menurut psikologis manusia menjadi bosan melakukan kejadian yang sama berkali-kali. Mereka pun percaya bahwa diversifikasi akan membantu menghindari bahaya terlampau, terspesialisasi.

(b) Diversifikasi dapat dipandang sebagai bentuk dalam mengembangkan ancaman akibat ukuran yang salah.

(c) Diversifikasi dapat dipandang sebagai bentuk dalam mengubah pusat biaya yang saat ini menjadi penghasilan keuntungan.

(2) Tekanan dari luar (eksternal)

(a) Suatu pasar yang mana perusahaan beroperasi kelihatan terlalu kecil dan terbatas untuk memungkinkan pertumbuhan.

(b) Teknologi dan riset perusahaan membuat perkembangan produk yang terlihat memberi harapan.

³³ Ibid, 143

(c) penyelenggaraan pajak dapat menumbuhkan penanaman modal kembali dalam riset dan pengembangan.³⁴

c. penjualan

1) pengertian penjualan

Menurut Marwan, penjualan merupakan upaya terpadu untuk mengembangkan rencana strategis yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mencapai penjualan yang menguntungkan.³⁵

a) Tujuan penjualan

Penjualan tidak terpengaruh langsung oleh iklan, tetapi penjualan sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran. Strategi pemasaran meliputi kegiatan seperti kebijakan penetapan harga, saluran distribusi, produk dan barang, perbedaan dalam kegiatan promosi.³⁶

b) Jenis-jenis penjualan

(a) *Trade selling* (jual beli) ialah suatu bentuk kegiatan penjualan yang dilakukan oleh pedagang untuk pembeli

³⁴ Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Diversifikasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Juragan Jasmine Langsa", (*Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol 6, No.1*, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, 2017), 680.

³⁵ Fendi Nurcahyono, "pebangunan aplikasi penjualan dan stok barang pada toko nuansa elektronik pacitan", (*Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi – Volume 4 No 3 – 2012*), 16.

³⁶ Fredi Rangkuti, *Creating effective marketing plan*, (Jakarta: PT.Gramedia pustakan utama, 2002), 154.

grosiran maupun pedagang lain yang akan menjual kembali produk tersebut.

(b) *Technikal selling* (teknik penjualan) ialah bentuk penjualan

ini mencoba untuk melakukan pendekatan persuasif bagi konsumennya. Pedagang berupaya memberikan penjelasan untuk pelanggan terkait dengan produk yang dijualnya. Pedagang memiliki pekerjaan untuk menganalisa kesulitan yang didapat oleh konsumen kemudian menjelaskan tentang produk yang akan dijual mampu menjadi penyelesaian masalah dari masalah tersebut.

(c) *Missionary selling* (penjualan missionaris) ialah upaya

penjualan yang dilakukan oleh penjual untuk meningkatkan volume penjualannya. Pengertian volume penjualan ialah banyak produk yang berhasil dijual oleh pedagang kepada pembeli. Upaya meningkatkan volume penjualan pada *missionary selling* ialah pedagang harus mempunyai saluran pemasaran tersendiri yang akan mendistribusikan produk miliknya kepada konsumen.

(d) *New business* (bisnis baru) ialah kegiatan untuk

menciptakan berbagai transaksi baru dengan merubah calon konsumen menjadi pelanggan setia.

(e) *Responsive selling*, setiap tenaga penjualan diharapkan

dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli

melalui route driving and retaining. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalin hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembeli ulang.³⁷

d. produk

1) Pengertian produk

Produk ialah segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memberikan kepuasan bagi konsume. Atau, suatu barang juga dapat diartika sebagai tanggapan konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksi.³⁸

2) Klasifikasi produk

Klasifikasi produk dilakukan berdasarkan berbagai macam pendapat .Berdasarkan tujuannya, produk dapat diklasifikasi ke dalam dua kelompok utama :

a) Barang

Barang merupakan produk yang berbentuk fisik, sehingga bisa dilihat, diraba, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan lainnya. Ditinjau dari bagian daya tahannya, terdapat dua macam barang, yaitu :

(1) Barang tidak tahan lama

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³⁷ <https://jurnalmanajemen.com/pengertian-penjualan/> diakses pada tanggal 7 agustus 2020 jam15.46.

³⁸ Tengku Firli Musfar , *ManajemenPemasaran*,(Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), 56.

Barang yang tidak tahan lama ialah barang yang rata-rata habis setelah dipakai dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur pemakainnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun.

(2) Barang tahan lama

Barang tahan lama merupakan barang yang rata-rata bisa bertahan lama dengan umur pemakainnya dalam kondisi pemakaian normal lebih dari satu tahun.

b) Jasa (*service*)

Jasa merupakan aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan buat dijual.³⁹

3) Atribut produk

Atribut, yaitu setiap merek harus memiliki atribut. Atribut tersebut perlu dikelola dan diciptakan agar pelanggan dapat mengetahui dengan pasti atribut apa saja yang terkandung dalam suatu merek.⁴⁰ Atribut produk merupakan unsur suatu barang yang dianggap penting oleh konsumen yang dijadikan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk meliputi :

a) Merek

Merek yaitu sebuah nama, tanda atau ikon, warna, gerak,

atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan

³⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-4, 98.

⁴⁰ Nurul Huda. Khamim Hudori, dkk, *Pemasaran syariah teori dan aplikasi*, Edisi pertama, (Jakarta :Kencana, 2017), 27.

dapat memberikan ciri-ciri terhadap produk pesaing. Pada biasanya suatu merek juga merupakan pengakuan penjual untuk konsisten menyampaikan serangkaian ciri-ciri, manfaat, dan jasa tertentu kepada para pembeli. Merek yang baik juga menjadi jaminan tambahan berupa jaminan kualitas. Merek tersebut dapat digunakan untuk beberapa tujuan yaitu:

- (1) Sebagai label , yang bermanfaat dalam membedakan produk dalam suatu perusahaan dengan produk persaingan, serta memudahkan klien buat mengenalinya pada saat berbelanja dan pada saat melakukan pembelian ulang.
- (2) Sarana promosi, yaitu cara untuk menarik minat klien supaya membeli sesuatu produk.
- (3) Demi membangun citra, yaitu jaminan kualitas, serta manfaat tertentu bagi konsumen.
- (4) Untuk memahami pasar.

b) Kemasan

Pengemasan ialah prosedur yang berhubungan dengan perancangan atau pembuatan wadah dan pembungkusan untuk suatu produk. Tujuan menggunakan kemasan antara lain meliputi:

- (1) Sebagai pelindung pada isi, misalnya dari kerusakan, kehilangan, berkurangnya kandungan atau isi, dan sebagainya.

(2) mempermudah dalam penggunaan, misalnya supaya tidak tumpah.

(3) Berfungsi dalam pemakaian ulang, misalnya untuk diisi kembali atau untuk wadah lain.

(4) Memberikan daya tarik, seperti penilaian artistik, warna, bentuk, maupun desainnya.

(5) identitas barang, misalnya terkesan kokoh atau awet, lembut, dan mewah.

(6) Distribusi, misalnya mudah untuk disusun, dihitung.

(7) Informasi, ialah menyangkut isi, pemakaian dan kualitas.

(8) gambaran inovasi produk, yang berkaitan dengan kemajuan teknologi.⁴¹

4) Daur hidup produk

a) Tahap pengenalan. Seperti promosi dan hubungan masyarakat yang baik untuk menghasilkan pemahaman tinggi, serta promosi penjualan bermanfaat untuk mempromosikan penjualan awal. Penjualan perorangan harus digunakan agar pedagang dapat menjual produk tersebut.

b) Tahap pertumbuhan. Semua metode ini dapat berjalan lambat karena permintaan memperoleh momentum dari mulut ke mulut.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-4, 34.

- c) Tahap keamanan (dewasa). Promosi dan penjualan pribadi menjadi semakin penting.
- d) Tahap kemunduran.Promosi kuat, iklan dikurangi, dan penjualan tidak terlalu memperhatikan produk.⁴²



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴² Nurul Huda, Khamim Hudori, dkk., *Pemasaran syariah teori dan aplikasi*, Edisi pertama, (Jakarta: Kencana, 2017), 23.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis penelitian

Pendekatan kualitatif adalah pendekatan penelitian yang dipakai pada penelitian tersebut. Pendekatan kualitatif ialah pendekatan penelitian digunakan dalam menentukan fenomena tentang apa yang diakui oleh objek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan.⁴³

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Penelitian lapangan (*Field Research*), serta dapat dianggap sebagai pendekatan yang luas untuk penelitian kualitatif sebagai metode pengumpulan data kualitatif.⁴⁴ Karena penelitian ini fokus pada hasil pengumpulan data dari informan yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam hal ini peneliti melakukan survei langsung ke lapangan untuk meneliti serta menggali informasi pada sebagian besar sumber yang relevan.⁴⁵

B. Lokasi penelitian

Tempat penelitian menentukan yang mana peneliti tersebut akan melaksanakan penelitian. Daerah penelitian berisi desa, organisasi, peristiwa, teks, serta unit analisis.⁴⁶

Penelitian ini hendak dilaksanakan di UD Akar dewa jati yang terletak di Jl. Raya Kendit No.1 No.5, kelurahan Karang Anyar Timur, Desa Kendit, Kecamatan Kendit, Kabupaten Situbondo, Jawa timur, Kode pos

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴³ Lexy J. Moleong, *Metode penelitian kualitatif*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2016), 6.

⁴⁴ Lexy J. Moleong, *Metode penelitian kualitatif*, 135.

⁴⁵ Tim penyusun, *Pedoman penulisan karya ilmiah*, (Jember. IAIN Jember Press, 2017), 46.

⁴⁶ Tim penyusun, *pedoman penulis karya ilmiah*, 46.

68352. Adapun pertimbangan penelitian memilih tempat tersebut dikarenakan UD akar dewa jati adalah pusat mebel yang mana banyak pengusaha-pengusaha yang membeli hasil Akar jati dan dibuat untuk usaha lain. Oleh karena itu, fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti, sehingga dapat menjadi percontohan terkait diversifikasi produk.

C. Subyek penelitian

Demi menunjang data yang peneliti perlukan, maka dalam penelitian ini pengumpulan data didapat dari informan dengan menggunakan teknik purposive yakni teknik pengambilan sampel seras sumber data dengan pertimbangan.⁴⁷ Permasalahannya peneliti cuma memilih informan dengan kriteria tertentu dari orang yang paling mengetahui kejadian tersebut.

Pada penelitian ini yang menjadi informan utama yakni pemilik UD Akar dewa jati itu sendiri. Pertimbangan penelitian menjadikan sebagai informan utama karena beliau peneliti anggap paling mengetahui seluk beluk UD Akar dewa jati.

Serta data untuk penelitian ini juga dikumpulkan dari sejumlah informan pendukung lainnya yang peneliti kira mempunyai kapasitas untuk memberikan informasi terkait dengan penelitian ini. Adapun informasi yang ada didalamnya penelitian antara lain :

a. Homaedy selaku pemilik UD Akar dewa jati kecamatan kendit

digilib.uinkhas.ac.id Kabupaten Situbondo.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2008), 219.

- b. Innani selaku istri pemilik UD Akar dewa jati kecamatan kendit Kabupaten Situbondo.
- c. Firman selaku karyawan UD Akar dewa jati kecamatan kendit Kabupaten Situbondo.
- d. Indah selaku konsumen UD Akar dewa jati kecamatan kendit Kabupaten Situbondo.
- e. Rasidi selaku konsumen UD Akar dewa jati kecamatan kendit Kabupaten Situbondo.

D. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data ialah teknik yang paling penting saat melakukan penelitian, karena keperluan pertama saat penelitian ialah untuk memperoleh data. pada bagian ini menjelaskan teknik pengumpulan data yang hendak dipakai antara lain pengamatan partisipatif, wawancara yang terstruktur, serta dokumentasi.⁴⁸ Tanpa memahami teknik pengumpulan data, peneliti ini tidak akan dapat menerima bukti sesuai dengan standar data yang telah ditetapkan. Terdapat beberapa cara untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan pembahasan pada penelitian ini sebagai berikut :

a. Observasi

Dalam penguraian yang sederhana bawah observasi mencakup kegiatan penulisan sistematis sikap orang, objek, serta peristiwa untuk memperoleh informasi tentang hal atau kejadian yang

⁴⁸ Tim penyusun, *pedoman penulisan karya Ilmiah*, IAIN Jember ,47.

disukai . Teknik yang dilakukan pada observasi ini ialah observasi partisipatif yaitu peneliti langsung datang ke tempat urusan, akan tetapi tidak mengikut sertakan pada urusannya. ⁴⁹Dengan menggunakan teknik observasi , peneliti memperoleh data tentang :

- 1) Tempat penjualan Akar jati
- 2) Macam-macam produk akar jati yang dijual

b. Wawancara

Wawancara ialah pembicaraan antara dua orang atau lebih untuk tujuan tertentu. Pembicaraan yang dilaksanakan oleh kedua pihak, yakni penanya memberikan pertanyaan serta yang diwawancarai memberikan jawaban.⁵⁰

Teknik wawancara yang dilakukan peneliti ialah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur dipakai sebagai teknik pengumpulan data, jika penelitian maupun pengumpulan data sudah mengetahui dengan benar tentang informasi apa yang akan didapat. Oleh sebab itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data harus menyiapkan instrumen penelitian yang berbentuk pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini, setiap responden diberikan pertanyaan yang sama, dan pengumpulan data lalu

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁹ Sugiyono, “Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”, 227.

⁵⁰ Lexy J. Moleong, “Metode penelitian kualitatif”, 186.

mencatatnya.⁵¹ Dengan menggunakan teknik wawancara ini, penelitian memperoleh data tentang :

- 1) Pertumbuhan produk Akar Jati saat ini
- 2) Cara meningkatkan kuantitas penjualan produk

c. Dokumentasi

Tidak kalah penting pada metode-metode yang lain ialah metode dokumentasi, yakni mencari data-data mengenai variabel yang berbentuk catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya. Hal ini berhubungan dengan diversifikasi produk.

informasi yang dikumpulkan menggunakan metode ini adalah :

- 1) Faktor penyebab diversifikasi produk terhadap Kuantitas penjualan produk.
- 2) Struktur UD Akar dewa jati
- 3) Teknik penjualan barang UD Akar dewa jati

Teknik dokumentasi dilakukan peneliti untuk menyempurnakan data yang didapat dari observasi serta interview, menggunakan teknik mengkaji atau menganalisis beragam dokumen untuk memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dan dapat dipertanggung jawabkan.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 130.

E. Teknik Analisis data

Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini ialah analisis deskriptif kualitatif, analisis data kualitatif dilaksanakan secara interaktif hingga berlanjut sampai selesai sehingga data menjadi lengkap. kegiatan pada analisis data yaitu: reduksi data, penyajian data dan kesimpulan atau verifikasi.⁵² metode penelitian untuk menganalisis data ialah sebagai berikut :

a. Reduksi data

Meminimalkan data, menentukan hal-hal penting, memfokuskan pada hal-hal penting, mencari judul. Dengan sedemikian, data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih nyata serta memudahkan penelitian dalam megumpulan data selanjutnya dan menemukannya saat dibutuhkan.⁵³

b. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk deskriptif singkat, diagram, hubungan antar kategori, dan teks yang bersifat naratif, dengan mendisplay data, maka tentu memudahkan untuk memahami apapun yang sudah dipahami sebelumnya.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵² Sugiono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, 246.

⁵³ Ibid, 247.

c. Kesimpulan

Sesudah peneliti melaksanakan reduksi serta penyajian data, tindakan selanjutnya ialah membuat kesimpulan data yang telah diutarakan. Dengan demikian kesimpulan pada penelitian kualitatif bisa memberikan jawaban atas rumusan masalah yang diringkas sejak pertama.

Peneliti juga berusaha untuk menggambarkan bagaimana Analisis diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk. oleh, data yang dapat dari hasil observasi, interview , serta dokumentasi yang diperlihatkan dalam wujud poin statistik maupun prosentase seperti penelitian kuantitatif.

F. Keabsahan data

Pembuktian keabsahan data begitu penting dilaksanakan supaya data yang diperoleh bisa dipercaya juga valid menurut ilmiah. Keabsahan data dilakukan pada peneliti yaitu triangulasi. Triangulasi ialah teknik pengumpulan data untuk menggabungkan bukti dari beberapa metode pengumpulan data serta sumber data yang sudah ada. Teknik triangulasi dilakukan yakni teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang digunakan dengan teknik mengecek data yang sudah didapat melalui berbagai sumber.⁵⁴ Hal ini bisa dicapai dengan:

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 274

- a. Melaksanakan data hasil pengamatan saat wawancara
- b. Mengumpamakan apa yang diucapkan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
- c. Membandingkan yang sudah dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- d. Membandingkan situasi dan presepektif seseorang dengan bermacam pendapat dan pemikiran orang lain orang lain
- e. Peneliti membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang terkait.⁵⁵

G. Tahapan-tahapan penelitian

Tahap penelitian yakni berkaitan dengan metode pengerjaan pengkajian. Tahap pengkajian pada saat peneliti laksanakan terdapat beberapa tahapan yaitu tahap sebelum ke lapangan, tahap penerapan penelitian, serta tahap penyempurnaan. Sebagai mana penjabarannya :

a. Tahap pra-lapangan

- 1) Mengatur agenda pengkajian.
- 2) Menentukan objek pengkajian.
- 3) Melaksanakan pengamatan penelitian terlebih dulu terkait dengan objek penelitian yang sudah ditentukan.
- 4) Mengajukan judul pada dosen di Fakultas ekonomi dan bisnis islam. Peneliti mengajukan judul yang sudah dilengkapi beserta

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁵ Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 331

latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

- 5) Mempelajari tinjauan pustaka. Peneliti mencari rujukan penelitian terdahulu dan kajian teori yang sama dengan judul penelitian.
- 6) Konsultasi Skripsi dengan dosen pembimbing.
- 7) Mengurus surat perizinan untuk penelitian.
- 8) Mempersiapkan penelitian saat dilapangan.

b. Tahap pelaksanaan penelitian

Sesudah mendapatkan izin penelitian, peneliti memasuki subjek penelitian serta mengumpulkan data secara tepat melalui observasi, interview, serta dokumentasi agar memperoleh berita yang berkaitan dengan implementasi nilai-nilai islam dalam pebuatan pada operasional usaha.

c. Tahap penyelesaian

Tahapan penyempurnaan ini adalah tahap akhir penyusunan informasi maupun hasil penelitian. Demi data yang dibutuhkan bisa terkumpul dalam menggunakan beberapa tahapan.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran objek penelitian

1. Riwayat UD Akar Dewa Jati Kendit Kabupaten Situbondo

UD Akar dewa jati ialah salah badan usaha yang berusaha di bidang seni akar jati, dan pemilik bernama Homaedy awal mula bapak Homaedi ini bekerja di kerajina di bali pada tahun 1996. Pada tahun 1998 bapak homaedy beserta istrinya ibu innani mendirikan UD Akar dewa jati yang sebelumnya di beri nama Akar jati dan ternyata nama tersebut sama dengan perusahaan lain sehingga bapak Homaedy mengganti nama menjadi UD Akar dewa jati. Bapak Homaedy mengambil Usaha ini dikarenakan Limbah dari Kayu jati tidak terpaikan dan berinisiatif untuk mengelolah menjadi barang yang bermanfaat.

Saat Bapak homaedy ini merintis usaha ini, UD akar dewa jati yang bermodal Rp.600.000 itupun masih minjem kepada tetangganya untuk membeli bahan pembutannya setengah jadi dan beliau melihat warga disana menggunakan limbah kayu jati sebagai kayu bakar dan beliau dan istrinya berinisiatif untuk membuat hiasan dari ranting dan akar dari kayu jati dan yang dihasilkan yaitu kursi yang setengah jadi langsung di tempelkan limbah akar dari kayu jati . Karyawannya pun masih 2 orang itupun saudara dari bapak homaedy sendiri. Berkat keuletan yang dimiliki Bapak Homaedy dan istrinya kemudian membuahkan hasil.usaha yang beliau tekuni semakin hari semakin

bertambah pesanan sehingga beliau sekarang mempunyai 16 karyawan tetap dan 25 karyawan tukang borongan.

Pemasaran produk ini sudah sampai di kota besar yaitu Surabaya, Bali dan Malang. Akan tetapi berjalannya waktu puncak kejayaannya pun tidak bertahan lama, Karena produk yang dimiliki bapak Homaedy banyak yang menirukannya sehingga kuantitas penjualannya menurun. Sehingga beliau melakukan strategi untuk mempertahankan usahanya. Ditengah-tengah persaingan yang terjadi beliau menerapkan strategi diversifikasi Produk sehingga kalangan anak muda, anak kecil, dan orang dewasa pun bisa menggunakan produk yang beliau terapkan.

2. Batas wilayah UD Akar Dewa Jati Kendit Kabupaten Situbondo.

Lokasi wilayah UD Akar dewa jati berbatasan dengan pegunungan dan jalan raya, sebagaimana berikut :

- a. Sebelah selatan : pegunungan
- b. Bagian Utara : yaitu Jalan raya
- c. Bagian Timur: Rumah Warga
- d. Bagian Barat: yaitu Rumah Warga

3. Visi-Misi UD Akar Dewa Jati Kendit Kabupaten Situbondo.

- a. Visi UD Akar Dewa Jati.

Menghasilkan produk yang berkualitas dan tenaga kerja yang handal.

- b. Misi UD Akar Dewa Jati.

-mengutamakan kepuasan konsumen

-memberikan hasil kerajinan yang baik

4. Nama Pemilik dan karyawan UD Akar Dewa Jati Kendit Kabupaten Situbondo.

- a. Homaedy selaku pemilik UD Akar Dewa Jati kecamatan kendit Kabupaten Situbondo.
- b. Innani selaku istri pemilik UD Akar Dewa Jati kecamatan kendit Kabupaten Situbondo.
- c. Firman selaku karyawan UD Akar dewa jati kecamatan kendit Kabupaten Situbondo.
- d. Indah selaku konsumen UD Akar dewa jati kecamatan kendit Kabupaten Situbondo.
- e. Darus selaku konsumen UD Akar dewa jati kecamatan kendit Kabupaten Situbondo.

5. Nama-nama Produk

- a. Meja dan kursi pada tahun 1998
- b. Piring dan gelas pada tahun 2000
- c. Talam ,kaca hias pada tahun 2012
- d. Tempat buah , dan lain-lainnya 2019-2021

6. Fasilitas UD Akar Dewa Jati Kendit Kabupaten Situbondo.

Sarana dan prasarana yang ada di UD Akar Dewa Jati

- a. Fasilitas buat karyawan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

1). Seragam

2). Makan

- 3). Gaji
 - 4). Tanggungan kecelakaan
- e. Fasilitas perusahaan
- 1). Tempat berjualan : Galery
 - 2). Tempat beribadah : Musholla
 - 3). Parkir : Ada
 - 4). MCK : 1 buah kamar mandi sumber airnya dari sumur atau pompa

Tabel 4.1
Data informan

No	Nama	Topuksi	Umur
1.	Homaedy	Pemilik UD akar Dewa jati	36
2.	Innani	Istri Pemilik UD akar Dewa jati	30
3.	Firman	Karyawan UD Akar Dewa Jati	31
4.	Adip	Karyawan UD Akar Dewa Jati	24
5.	Ikang	Karyawan UD Akar Dewa Jati	24
6.	Alung	Karyawan UD Akar Dewa Jati	26
7.	Eli	Karyawan UD Akar Dewa Jati	30
8.	Yadik	Karyawan UD Akar Dewa Jati	33
9.	Indah	Konsumen UD Akar Dewa jati	29

10.	Darus	Konsumen UD Akar Dewa jati	32
-----	-------	----------------------------	----

Tabel 4.2

Data jumlah karyawan UD akar dewa jati tahun 2020

No	Nama	Umur	Lama Bekerja
1.	Firman	35	7 tahun
2.	Adip	24	3 tahun
3.	I kang	24	3,5 tahun
4.	Alung	26	4 tahun
5.	Eli	30	4 tahun
6.	Yadik	33	3 tahun
7.	Saukillah	25	2 tahun
8.	Suryadi	31	5 tahun
9.	Susilo	33	6 tahun
10.	Rasidi	27	5 tahun
11.	Lukman	29	2 tahun
12.	Abdul wafa	33	4 tahun
13.	Haris	30	1 tahun
14.	Fata	26	1 tahun
15.	Basid	21	6 bulan
16.	Baihaqi	22	6 bulan

B. Penyajian data dan analisis

Pada Setiap penelitian harus beserta menyajikan data sebagai penguat, sehingga dari data yang dianalisis tertera dapat ditarik kesimpulan.

Sedangkan pada penelitian ini memakai metode observasi, wawancara, dokumentasi serta data lapangan untuk mencapai tujuan serta memperoleh

informasi sebanyak mungkin, akan tetapi lebih intensif pada metode observasi dan wawancara untuk mendapatkan data yang kualitatif dan autentika yang berimbang, dan diperoleh dengan menggunakan metode dokumentasi.

Peneliti mencoba mendeskripsikan tentang analisis diversifikasi produk dengan meningkatkan kuantitas penjualan produk pada UD Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo, dengan menggunakan fakta serta data yang didapat di lapangan serta sudah melalui proses berbagai metode yang dipakai akhirnya sampai kepada proses pembenaran bukti, karena bukti yang didapat telah di anggap respentatif agar dijadikan sebuah laporan. Berlandaskan dari hasil penelitian, maka dapay diuraikan data-data yang didapat dari hasil penelitian, yakni:

1. Strategi Diversifikasi produk UD Akar Dewa Jati

Diversifikasi produk merupakan suatu strategi perusahaan buat memenuhi keperluan pelanggan lewat pengembangan produk, dalam memenuhi perkembangan serta peningkatan penjualan dengan cara membuat produk serta jasa baru tanpa tergantung pada satu produk saja. Maka dengan beraneka produk akan membuat konsumen tertarik untuk membeli produk yang sudah disediakan. Berikut ini pemaparan dari masing-masing informan :

a. Pengembangan produk

Menurut ibuk innani, sebagai istri pemilik UD Akar Dewa Jati
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

tersebut mengatakan bahwa :

“Awal mula saya meminjam uang kepada tetangga untuk membeli bahan yang sudah jadi dan saya melihat tetangga saya memulung limbah dari kayu jati dan di buat kayu bakar sehingga saya berinisiatif bahwa batang kayu jati aja sudah kokoh apalagi akar dari kayu jati yang sudah berpuluh puluh tahun di dalam tanah sehingga saya mempunyai ide untuk menambah hiasan kursi tersebut dengan menempelkan limbah dari akar kayu jati tersebut dan setelah beberap tahun saya mempunyai inisiatif untuk mengembangkan produk tersebut berupa hiasan kata dari tangkai daun jati dan berbagai macam produk yang lainnya”⁵⁶.

Pendapat tersebut juga di jelaskan oleh bapak firman selaku karyawan di UD akar Dewa Jati mejelaskan bahwa:

“beliau melakukan pengembangan produk untuk memenuhi permintaan konsumen yang sering berubah-ubah, sehingga beliau membuat produk sangat banyak dengan berbagai macam model agar konsumen tidak kecewa”⁵⁷.

Dari hasil wawancara di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa pengembangan produk UD Akar Dewa Jati awalnya berasal dari fikiran atau gagasan dan keinginan untuk terus berkreasi pada bidang kerajinan limbah akar dewa jati. Sehingga berinisiatif untuk membuat produk dengan berbagai macam model terbaru.

b. Pemasaran produk

Menurut Bapak homeidy, sebagai pemilik UD Akar Dewa Jati tersebut mengatakan bahwa :

“pada tahun 1998 saya masih menjual produk dengan cara biasa atau bisa disebut menunggu konsumen datang sendiri dan kenapa saat itu produk yang saya ini masih belum rame pengunjung dan semenjang banyak seminar saya berfikir mau ikut seminar- seminar kewirausahaan agar produk yang kami

⁵⁶ Innani, *Wawancara*, Situbondo, Tanggal 21 Oktober 2021

⁵⁷ Firman, *Wawancara*, Situbondo, Tanggal 21 Oktober 2021

buat bisa terkenal ke mancanegara alhamdulillah pada tahun 2009 saya mengikuti seminar Nusa Dua Fiesta dan disitulah kartu nama yang saya miliki habis , saya bersyukur meskipun barang yang saya jual masih belum laku tapi kalau sudah kartu nama habis berarti sudah banyak yang mengenal produk saya dan bisa menghubungi kartu nama tersebut dan alhamdulillah banyak konsumen dari luar negeri sampai dalam negeri membeli produk dari kami tapi semenjak tahun 2019 penjualan kami menurun sehingga kami mejualnya di marketples”.⁵⁸

Pendapat tersebut juga di jelaskan oleh bapak firman

selaku karyawan di UD akar Dewa Jati mejelaskan bahwa:

“ kalau produk yang kami buat tidak cukup bak buat pesenan konsumen makan bapak Homaedy jugak tidak memaksa kita untuk terus kerja ada kalanya disuruh istirahat kalau memang saya dan teman-teman saya tidak kuat untuk membuat produk sebanyak konsumen pesan maka beliau memesan di perusahaan lain bak yang sudah bekerja sama dengan beliau”.⁵⁹

Dari hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran yang dilakukan UD Akar dewa jati sangatlah baik bukan hanya mengandalkan dari mulut kemulut dan sosial medi akan tetapi disana berusaha untuk mengikuti berbagai macam event serta seminar untuk membuat produk tersebut bisa dikenal diseluruh nusantara maupun mancanegara. Serta disana tidak ada masalah persaingan dalam pemasaran produk malah membuat kerja sama dengan perusahaan lain.

c. Kepuasan konsumen

Menurut Bapak Darus, selaku konsumen UD Akar Dewa jati tersebut mengatakan bahwa :

⁵⁸ Homaedy, *Wawancara*, Situbondo, Tanggal 21 Oktober 2021

⁵⁹ Firman, *Wawancara*, Situbondo, Tanggal 21 Oktober 2021

“Dari pengalaman saya dalam membeli produk yang di jual oleh ud akar dewa jati itu sangat memuaskan dan jugak pelayanan yang di berikan oleh pihak UD akar dewa jati sangatlah baik, dengan harga yang diberikan sangat terjangkau sesuai dengan kualitas produknya”.⁶⁰

Pendapat tersebut juga di jelaskan oleh ibu Indah selaku konsumen di UD akar Dewa Jati mejelaskan bahwa:

“ menurut saya produk di UD akar dewa jati sudah cukup memuaskan akan tetapi untuk harga yang di berikan lumayan mahal dan saya harap di UD Akar dewa jati ini bisa memberikan diskon atau promo.”⁶¹

Dari hasil wawancara di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen sangat diutamakan termasuk kualitas produk yang buat oleh UD Akar Dewa Jati tersebut. Dalam hal ini, UD Akar Dewa Jati berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen yang datang untuk membeli produk. Akan tetapi permasalahan bagi konsume itu harga yang sangat tidak menjangkau dan promo yang jarang diberikan oleh perusahaan.

2. Dampak Diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk.

Pada bagian ini menjelaskan tentang data yang terkait dengan dampak diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk. Adapun data yang dipaparkan terkait dengan tingkat penjualan yang tidak selalu ramai, serta akan mengalami pasang surut karena dipengaruhi beberapa hal. Sebagai berikut pemaparan dari masing-

masing informan : digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶⁰ Darus, *Wawancara*, Situbondo, Tanggal 11 November 2021

⁶¹ Indah, *Wawancara*, Situbondo, Tanggal 13 November 2021

a. Meningkatkan kuantitas penjualan produk

Menurut ibu innani , selaku istri pemilik UD Akar Dewa jati tersebut mengatakan bahwa :

“kami menjual produk sudah di berbagai macam negara sampai di luar negeri pun sudah saya mejualnya, awalnya saya juga menjual di sekitaran situbondo akan tetapi sampai banyak yang mengetahui produk yang saya jual,alhamdulillah sampai sekarang saya sudah mempunyai banyak galeri di jawa timur sehingga semua konsumen bisa melihat-lihat produk yang saya buat agar yang dari jauh tidak mendatangi galeri kami di sitibondo”.⁶²

Hal ini juga di jelaskan oleh salah satu karyawan di UD Akar Dewa Jati

“kalau masalah banyak penjualan produk alhamdulillah bak disini sering banyak pesanan bak sampai turis jugak ada bak sampai saya bingung dari mana turis itu tau bak”.⁶³

Dari hasil wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa produk yang dikembangkan sudah menyebar luas sampai ke manca negara, dan kuantitas penjualan produknya sudah banyak peminatnya. Serta kendala yang dimiliki oleh perusahaan masalah jumlah produk yang terkadang tidak cukup untuk pemesanan yang terlalu banyak sehingga harus mengambil produk dari perusahaan lain.

Tabel 4.3
Penjualan produk di UD Akar Dewa Jati
Tahun 2010 - 2021

No	TAHUN	JUMLAH PRODUK	VOLUME PEJUALAN
1.	2010-2011	30	Rp. 90 -100 Juta
2.	2012-2015	70	Rp. 100 -150 Juta

⁶² Innani, *Wawancara*, Situbondo, Tanggal 21 Oktober 2021

⁶³ firman, *Wawancara*, Situbondo, Tanggal 21 Oktober 2021

3.	2016-2019	110	Rp.150 - 300 juta
4.	2020-2021	250	Rp.50-70 juta

Sumber : Wawancara

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat penjualan cenderung terus meningkat setiap tahunnya. Akan tetapi menurun karena adanya pandemi Covid-19. Ini membuktikan bahwa strategi diversifikasi produk yang diterapkan oleh UD Akar dewa jati turut mendorong peningkatan Kuantitas penjualan produk.

Tabel 4.4

Jenis dan tipe produk UD Akar Dewa Jati

No	Properti	Peralatan dapur tradisional	Peralatan dapur modern	Fungsional	Hiasan	Souvenir
1	Meja	Nampan	Sumpit	Keranjang buah	Hiasan dinding	Gantungan kunci
2	Kursi	Gelas	Rantang	Hantaran	Lampu meja	Asbak
3	Meja makan	Sendok	Tempat kue	Topi	Lampu gantung	Tempat tisu
4	Kaca dinding	Garpu	Tudung saji	Tempat sampah	Lampion	Tempat permen

5	Tempat Kasur	Piring	Tiercake	Box bento	Vas bunga	Tumbler
6	Lemari	Centong sendok sayur	Tempat telur empat lubang	Ring akar	Frame foto	Tasbih kayu
7	Meja bundar mini	Tempat sendok	Nampan bundar kaki tunggal	Pegangan tas	Headphone stand	Mangkok bakso
8	Pegangan pintu	Spatula sangrai	Peyangga h piring	Mechanical keyboard	Tempat korek	Bebek kayu
9	Meja rias	Teko	Rantang mini	Stand docker	Kalung kayu	Burung kayu
10	Kursi panjang	Tutup cangkir	Single holder	Tikar karpet	Perahu layar	Gelas wine
11	Tempat tidur bayi	Spatula	Tempat tisu gulung	No rumah	Dekorasi dinding	Pisau kue
12	Kursi panjang	Ulekan kayu	Mangkok mie dengan supit	Ubin lantai	Saringan kopi	Tempat kunci

13	Meja belajar	Lumpang tumbuk kayu	Capit makanan	Taplak meja anyaman kayu	Tatakan toples	Sofcase hp
14	Kusen	Tempat nasi	Tempat gelas	Meja monitor	Gayung	Hampers pernikahan
15	Dripper stand	Tempat saos	Tatakan pizza	Mangkok mie	Kap lampu	Sendok madu
16	Piagam dari kayu	Cangkir dan lepek	Piring bento	Tempat baca alquran	Pembatas ruang	Kipas kayu
17	Backdrop tembok kayu	Sendok takar	Rantang pizza	Rak penyimpanan buku	Hiasan berdiri	Pistol mainan kayu
18	Rak tv kayu	Mangkok bakso	Pisau gerigi	Tempat pipa rokok	Box bersandar	Miniatur burung kiwi
19	Kaligrafi	Nampan cangkir	Wadah saji	Tempat alat laboratium	Tatakan kue bentuk pintu	Miniatur ember
20	Perlengk	Gilingan	Tempat	Tempat	Kotak	Stand

	apan parsman an	kue	piasu	payung	kayu jati	miniatur gong
21	Tempat makeup	Tempat sendok dan garpu	Tempat sambal	Mouse wrist rest	Capit makan	Miniatur papan surfing
22	Standing flower dekorasi	Alat pemotong pisang	Tempat gelas air mineral	Stand meja dudukan laptop dengan laci	Single holder stand	Miniatur gayung perahu
23	Dispense r soap konditio ner shampo	Palu daging	Sendok susu	Tas dari kayu	Celengan kayu	Vas bunga mini

b. Dampak negatif strategi diversifikasi produk pada perusahaan

Menurut bapak Darus, selaku konsumen UD Akar Dewa jati tersebut mengatakan bahwa :

“ penjualan produk disini mengalami penurunan drastis disaat diterapkannya PPKM (pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat.)disitu saya sangat stres dan mengalami sedikit kerugian dimana saya tidak ada pemasukan sedangkan pengeluaran buat gaji karyawan itu masih tetap”.⁶⁴

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶⁴ Darus, *Wawancara*, Situbondo, Tanggal 13 November 2021

Pendapat tersebut juga di jelaskan oleh bapak firman selaku karyawan di UD akar Dewa Jati mejelaskan bahwa:

“kalau menurut saya dampak yang negatifnya bagi saya itu cuman sedikit bak jarang jugak bertemu sama keluarga bak di karenakan di perusahaan sudah di sediakan mess”.⁶⁵

Dapat di tarik kesimpulan bahwa dampak negatif dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk pada saat 2019 UD Akar Dewa Jati mengalami penjualan produk yang sangat menurun. Sehingga penghasilan yang di dapat sangatlah sedikit, oleh karena itu perusahaan tidak dapat menyeimbangkan antara pengeluaran dan pemasukan.

c. Dampak positif strategi diversifikasi produk pada perusahaan

Menurut Bapak Darus, selaku konsumen UD Akar Dewa jati tersebut mengatakan bahwa :

“sebenarnya bak dampaknya positif terhadap produk saya, tapi banyak jugak produk yang sering banyak laku di pemasaran contohnya piring, topi, sehingga membuat kami kebingungan dalam mengirim barang tersebut”.⁶⁶

Pendapat tersebut juga di jelaskan oleh bapak Firman selaku karyawan di UD akar Dewa Jati mejelaskan bahwa:

“ya gitu bak kalau produk bertambah maka pekerjaan saya makin banyak bak dan bonusnya jugk ada bak jadi bagi saya sangat beruntung kalau produk makin bertambah bak dan jugak karyawan makin bertambah sehingga saya banyak teman jugak bak”.⁶⁷

⁶⁵ Ibid, Situbondo, Tanggal 21 Oktober 2021

⁶⁶ Ibid, Situbondo, Tanggal 13 November 2021

⁶⁷ Firman, *Wawancara*, Situbondo, Tanggal 21 Oktober 2021

Tabel 4.5

Produk diversifikasi UD Akar Dewa jati

No	Produk lama	Produk diversifikasi
1.	Properti	Peralatan dapur modern
2.	Peralatan dapur tradisional	Fungsional
		Hiasan
		Souvenir

Sumber : *Wawancara*

Hasil wawancara dan tabel di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa dampak positif dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk yaitu konsumen melihat dari segi kualitas produk yang di buat oleh perusahaan sehingga dapat menarik minat dari berbagai macam negara.

C. Pembahasan temuan

Dalam bagian ini hasil temuan yang terdapat di lapangan (tempat penelitian), berlandaskan penyajian data yang disajikan dengan analisis yang dilakukan, maka ulasan terhadap hasil temuan dalam gambaran interpretasi pada tanya jawab serta konsep yang sudah serta relevan pada penelitian. Bagian penjelasan penelitian disesuaikan dengan fokus penelitian yang sudah. Ada beberapa hasil temuan yang telah ditemukan pada penelitian yaitu:

1. Diversifikasi produk UD Akar Dewa Jati

Berdasarkan hasil dilapangan bahwasannya diversifikasi produk sangat dibutuhkan disetiap perusahaan. pada perusahaan UD Akar Dewa Jati diversifikasi produk diterapkan sehingga banyak produk

yang dibuatnya dan untuk mencukupi keperluan konsumen yang berubah-ubah untuk mencengah pembeli tidak bosan dan bisa terpicat terhadap barang yang ditawarkan di perusahaan sehingga keuntungannya bisa di ambil dari salah satu produk tersebut.

Dalam penganekaragaman produk pada umumnya perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan dengan cara mengembangkan produk baru bagi pasar baru, sehingga diperoleh berbagai macam produksi yang dibuat oleh perusahaan⁶⁸.sebagaimana dijelaskan oleh prof. Dr. Agustinus purna irawan dalam bukuya yang berjudul “ perencanaan dan pengembangan produk Manufaktur” maka diversifikasi produk ialah sebuah aktifitas dimulai dari uraian pengenalan serta peluang pasar, setelah itu terakhir tahap pembuatan ,penjualan ,serta pengiriman produk pada pembeli Barang manufaktur yang dibuat dapat berbentuk barang langsung jadi dan setengah jadi. Bahwa bagian penjualan memfasilitasi interaksi antara konsumen dengan produsen, dalam bagian indentifikasi peluang segmen pasar, indentifikasi keperluan, promosi ,serta penjualan produk. Dalam Bagian pemasaran akrab dengan pembeli , sehingga dapat memberikan masukan pada perancang tentang berbagai hal positif yang diinginkan oleh konsumen terhadap barang yang dihasilkan serta barang yang akan dikembangkan maupun diproduksi selanjutnya.⁶⁹konsumen

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen pemasaran dasar konsep dan strategi*, (Jakarta: PT.Raja grafindo persada,2004),218.

⁶⁹ Agustinus Purna Irawan, *Perencanaan dan pengembangan produk Manufaktur*, (Yogyakarta, ANDI, 2017),3.

konsumen adalah rasa senang dan puas akan produk dan jasa yang telah digunakan, sesuai harapan konsumen.⁷⁰

Hasil dari penelitian bawasannya diversifikasi produk melalui pengembangan produk agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu berubah-ubah serta produk tidak menurun dalam artian produk baru akan menarik minat konsumen untuk kembali berbelanja diperusahaan. Dan dalam pemasaran produk perusahaan menggunakan berbagai cara seperti berjualan di sosial media dan mengikuti berbagai macam seminar agar produk bisa terjual di berbagai mancanegara selain itu juga agar konsumen bisa langsung melihat produk di sosial media yang sudah di sediakan oleh perusahaan karena kepuasan konsumen yang diutamakan oleh perusahaan tersebut.

2. Dampak Diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk.

Diversifikasi produk bisa dijadikan salah satu pilihan pada industri agar dapat meningkatkan penjualan, serta memperluas cakupan pasar sehingga begitu penting pada perusahaan menggunakan diversifikasi produk terencana secara terus menerus karena ada dampak positif terhadap pengenalan produk baru serta peningkatan penjualan.

Menurut Marwan penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷⁰ Dede kurniasih, *Kepuasan konsumen*, (Banten: Bintang sembilan visitama, 2021), 23.

pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.⁷¹

Dari hasil penelitian bahwasannya penjualan di UD Akar Dewa jati dengan menggunakan diversifikasi yang mengalami pasang surut, bahwa pada sebelum adanya PPKM penjualan dari berbagai produk bisa mencapai Rp. 100 jt per bulan kemudian sejak di berlakukannya PPKM mengalami penurunan drastis dengan pencapaian Rp. 20 jt perbulan walaupun tingkat penjualan mengalami penurunan ,setidaknya biaya produksi tercukupi dengan barang yang dikembangkan pada produk kecil seperti sendok ,garpu dan lain sebagainya mengalami penjualan yang stabil, sedangkan produk seperti meja ,kursi yang berukuran besar mengalami penurunan karena peminatnya sangat rendah. Jadi penerapan diversifikasi produk berdampak positif bagi perusahaan UD Akar Dewa jati, sehingga produk yang masih rendah peminatnya perlu adanya evaluasi untuk meningkatkan penjualan.

⁷¹ ibid

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan dalam pembahasan tersebut mengenai Analisis diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk (Studi kasus UD Akar Dewa Jati Situbondo) maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya :

1. Diversifikasi produk sangat penting disetiap bisnis . pada perusahaan UD Akar Dewa Jati, diversifikasi produk diterapkan agar lebih banyak produk yang dihasilkan dan memenuhi keinginan pembeli yang terus berubah sehingga pembeli tidak bosan serta bisa terpicat dengan produk yang sudah disediakan dalam bisnis sehingga dapat diperoleh keuntungan dari salah satu produk.
2. Dampak diversifikasi produk berdampak positif bagi perusahaan UD Akar Dewa jati, sehingga produk yang masih rendah peminatnya perlu adanya evaluasi untuk meningkatkan penjualan.

B. Saran

1. Perusahaan harus mengevaluasi produk berukuran besar yang jarang diminati oleh konsumen agar produk tersebut tidak terbengkalai.
2. Untuk perusahaan : perusahaan perlu menciptakan produk berukuran kecil yang lebih menarik agar dapat menambah produk dan menarik minat konsumen sehingga dapat meningkatkan kuantitas penjualan produk .

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Diana Nur. 2019.” Strategi diversifikasi produk industri kecil tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di kelurahan pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar di tinjau dari perspektif Ekonomi Islam”. Skripsi: Institut Agama Islam Tulungagung.
- Assauri, Sofyan. 2004. *Manajemen pemasaran dasar konsep dan strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Astik, Puji Cahyo. 2017.” Pengembangan produk melalui diversifikasi dalam upaya meningkatkan volume penjualan (studi pada pabrik Roti Sari Asri Hadimulyo Timur Metro Pusat)”. Skripsi: Institut Agama Islam Metro.
- Aqmal, Harry Faishal. 2019. “Diversifikasi sebagai strategi korporasi dan dampaknya terhadap SUSTAINABILITY BUSSINNES PERFORMANCE (studi kasus pada CV.Rajasa Mas Jaya Desa Maos Kidul Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap)”. Skripsi: IAIN Puewokerto.
- Bulan, Tengku Putri Lindung. 2017.” Pengaruh diversifikasi produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada juragan jasmine Langsa”. *Jurnal Manajemen dan keuangan*. Universitas Samudra.
- Budi, Aditya Dwi Setya. 2020. “ Analisis strategi diversifikasi produk jasa kurir dalam menghadapi persaingan pasar (Studi kasus pada PT. Pos Indonesia Persero)”. Skripsi: Universitas Pasunda Bandung.
- Fauziah, Zulfina. 2019. “ Analisis faktor yang mendorong diversifikasi produk (studi kasus pada pelaku usaha konveksi kota Malang)”. Skripsi : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Faisal, Wahida Abdullah Fahmi. 2016. “Pengaruh diversifikasi produk terhadap kinerja pemasaran pada PT. Bank Mandiri Persero Tbk Kanwil Makasar. Skripsi : Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar.
- Firman. 2021.*Wawancara*,Situbondo.
- Homaedy. 2021.*Wawancara*.Situbondo.

Hermawan, Lucius. 2015. “ Dilema diversifikasi produk: meningkatkan pendapatan atau menimbulkan kanibalisme produk”. Jurnal: Studi Manajemen, Vol.9 No.2.

Innani. 2021. *Wawancara*. Situbondo.

Indah. 2021. *Wawancara*. Situbondo.

Irawan agustinus purna. 2017. *Perencanaan dan pengembangan produk Manufaktur*. Yogyakarta: ANDI.

<https://kbbi.web.id> .diakses pada tanggal 1 januari 2020 dan pada Jam 08.00

<https://jurnalmanajemen.com/pengertian-penjualan/> diakses pada tanggal 7 agustus 2020 jam15.46.

Husein, Abdul Rachman. 2009. *7 Motivasion Of Islamic Business*. Jakarta : PT. Elec Media Komputindo.

Huda, Nurul, Hudori Khamim, Dkk. 2017. *Pemasaran syariah teori dan aplikasi*. Edisi pertama. Jakarta : Kencana.

<https://quran.kemenag.go.id/sura/2/267>

Kloter, Philip dan Amstronng Gary. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Kurniasih Dede. 2021. *Kepuasan konsumen*. Banten: Bintang sembilan visitama.

Kloter, Philip. 2005. *Manajemen pemasaran*. Edisi kesebelas Jilid II. Jakarta: Indeks.

Mentari, Siska Ade. 2020. ”Pengaruh strategi promosi dan diversifikasi produk terhadap volume penjualan khotijah hijab di Kota Jambi”. Skripsi : Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Musfar, Tengku Firli. 2020. *Manajemen pemasaran*. Bandung : CV. Media Sains Indonesia.

Moleong, Lexy. J. 2016. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
Nurcahyono, Fendi. 2012. “Pembangunan aplikasi penjualan dan stok barang pada toko Nuansa elektronik Pacitan”. Journal: Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi – Volume 4 No 3.

- Namawi, Hadari. 2003. "Manajemen strategik : organisasi non profit bidang pemerintahan" Yogyakarta : Gajahmada University press.
- P, Joseph, Guiltinan dan W Gordon, Paul. 1994. *Manajemen pemasaran strategi dan program*. Edisi ke-2. Jakarta : Erlangga.
- Palupi, Rima Ayuning Tias. 2019. " Analisis strategi diversifikasi varian rasa produk dan upaya meningkatkan volume penjualan". Skripsi: IAIN Ponorogo.
- Rangkuti, Fredi. 2002. *Creating effective marketing plan*. Jakarta : PT. Gramedia Puatakan Utama.
- Sukmah. 2018. " Pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan koperasi pegawai Republik Indonesia (KPRI)". Skripsi : Universitas Negeri Makasar.
- Sugiono. 2002. *Metode penelitian bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Santoso, Teguh. 2011. *Marketing Strategic meningkatkan pangsa pasar dan daya saing*. Yogyakarta: Oriza.
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. 2008 . *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke-3. Jakarta : Andi Offset.
- Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Karya tulis Ilmiah*. Jember : IAIN Jember.
- Tjiptono, Fandi. 2015 . *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke-4. Jakarta : Andi Offset.
- Yogi ,dkk. 2007 . "Manajemen strategik terapan : panduan cara menganalisa industri dan pesaing". Jakarta : Poliyama widya pustaka.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Desi Fitriyah
NIM : E20172026
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Progam Studi : Ekonomi syariah
Institusi : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini dengan judul “Analisis Diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk (studi kasus UD Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo)”. Secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Jember, 06 Juni 2022

Saya yang menyatakan



Desi Fitriyah
NIM : E20172026

Matrik penelitian

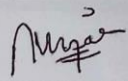

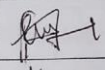


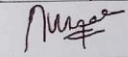
JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
<p>Analisis diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk (Studi kasus UD akar dewa jati Kabupaten Situbondo)</p>	A.Diversifikasi produk	1.Diversifikasi Poduk	a.Pengertian Diversifikasi Produk b.Tujuan Diversifikasi Produk	1.informan : a.pemilik UD akar dewa jati kabupaten situbondo b. karyawan UD akar dewa jati kabupaten situbondo c. konsumen UD akar dewa jati kabupaten situbondo	1.Pendekatan penelitian: a. Kualitatif Deskriptif 2.Jenis penelitian: a. <i>Field Research</i> 3. Teknik penentuan subyek penelitian : a. <i>Purposive sampling</i> 4.Teknik pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 5.Teknik anasis data: a. Reduksi Data b. Penyajian data c. Penyimpulan 6.Keabsahan data: a. Keabsahan data	<p>A. Bagaimana Diversifikasi Produk pada UD akar dewa jati Kabupaten Situbondo B.Bagaimana Dampak Diversifikasi Produk UD akar dewa jatu Kabupaten Situbondo</p>
	B.Pejualan	2.Penjualan	a.Pengertian penjualan	2.Dokumentasi 3.Kepustakaan		
	C.Produk	3.Produk	a.pengertian Produk b.klasifikasi produk c.Atribut Produk			

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Analisi Diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk (Studi Kasus UD Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo

Lokasi Penelitian :

UD Akar Dewa Jati Kecamatan Kendit Kabupaten Situbondo

No	Hari/ Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
1.	Sabtu, 04-09-2021	Memperahkan surat izin penelitian ke UD Akar Dewa Jati Kecamatan Kendit Kabupaten Situbondo	
2.	Kamis, 21-10-2021	Wawancara dengan innani (istri pemilik UD Akar Dewa Jati) Kecamatan Kendit Kabupaten Situbondo	
3	Kamis, 21-10-2021	Wawancara dengan Firman (Karyawan UD Akar Dewa Jati)	
4	Sabtu, 13-11-2021	Wawancara dengan Indah (Konsumen UD Akar Dewa Jati)	
5	Sabtu, 13-11-2021	Wawancara dengan Darus (Konsumen UD Akar Dewa Jati)	
6	Minggu, 20-11-2021	Mengambil surat Selesai Penelitian	

Situbondo , 17 November 2021

Mengetahui ,

Pemilik UD Akar Dewa Jati





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No.1 Mangli, Telp. (0331) 487550 Fax. (0331) 472005, Kode Pos: 68136
Website : www.http://kebi.iain-jember.ac.id e-mail : febi.iainjbr@gmail.com

Nomor : B- 458 /In.20/7.d/PP.00.9/08/2021
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

06 Agustus 2021

Yth. Pimpinan perusahaan UD Akar Dewa Jati
Jl. Raya Kendit No.1 Kelurahan Anyar Timur, Desa Kendit,
Kecamatan Kendit Kabupaten Situbondo, Jawa Timur.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Desi Fitriyah
NIM : E20172026
Semester : IX
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Diversifikasi Produk dalam meningkatkan
kuantitas penjualan produk (Studi Kasus UD Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo).

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,


Abdul Rokhim

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Homaedy
Jabatan : Pemilik UD Akar Dewa Jati

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Desi Fitriyah
NIM : E20172026
Fakultas/ Jurusan Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di UD Akar Dewa Jati Situbondo, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis Diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk (studi kasus UD Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo)".

Demikian surat keterangan ini dilihat dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Situbondo, 20 November 2021



Homaedy

DOKUMENTASI



Sumber: wawancara dengan bapak Homaedy selaku pemilik UD Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo



Sumber: wawancara dengan ibu innani selaku istri pemilik UD Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id





sumber: wawancara dengan bapak Firman selaku karyawan UD Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo



sumber: wawancara dengan Ibu Indah selaku konsumen UD Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo

digilib.uinkhas.ac.id

digilib.uinkhas.ac.id

digilib.uinkhas.ac.id

digilib.uinkhas.ac.id

digilib.uinkhas.ac.id

digilib.uinkhas.ac.id

digilib.uinkhas.ac.id

digilib.uinkhas.ac.id

digilib.uinkhas.ac.id

digilib.uinkhas.ac.id





sumber: wawancara dengan Bapak Darus selaku konsumen UD Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo





BIODATA PENULIS



Nama : Desi Fitriyah
Tempat, Tanggal Lahir : Situbondo, 26 Desember 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dusun Langsep Desa Jetis RT/RW 003/001,
Kecamatan Besuki Kabupaten Sirubondo
Agama : Islam
No Hp : 089632528978
Alamat E-mail : desifitriyah0107@gmail.com

Riwayat Pendidikan

MI/SD : SD Negeri 3Jetis (2005-2011)
SMP/MTS : MTS Nurul Wafa Demung (2011-2014)
SMA/SMK/ : MAN 1 Situbondo (2014-2017)
Perguruan Tinggi : UIN Khas Jember (2017-2022)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

