

ABSTRAK

Hafizatul Fikriah Amran, (2019): *Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap volume penjualan pada unit usaha “SKALA KONVEKSI” Jl. Tuanku Tambusai No.11-15 Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*

Salah satu masalah pokok yang menjadi kendala dalam pemasaran adalah banyaknya saingan di dalam pasar itu sendiri baik dari produk sejenis maupun dari produk lain. Sehingga, dibutuhkan suatu strategi diferensiasi produk dalam mencapai tujuan penjualan yang ditargetkan. Strategi diferensiasi dapat berupa produk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan atau garansi dan pengembalian. Maka, dirumuskan masalah apakah ada pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap volume penjualan pada unit Skala Konveksi dan bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap volume penjualan pada unit usaha Skala Konveksi.

Penelitian ini dilakukan pada Skala Konveksi yang terletak di Jl. Tuanku Tambusai No. 11-15 Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini menggunakan data volume penjualan dari tahun 2016-2018 sebelum dan sesudah diterapkan strategi diferensiasi produk, sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *total sampling*. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penulis menganalisa data dengan menggunakan metode kuantitatif.

hasil analisis data, diketahui bahwa data berdistribusi normal dan homogen sehingga dilanjutkan dengan uji t. Hasil uji t menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 2,683 dan t_{tabel} sebesar 2,359562 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian diketahui bahwa terdapat perbedaan sebelum dan sesudah dilakukan strategi diferensiasi produk pada Usaha Skala Konveksi. Adapun strategi diferensiasi produk yang diterapkan Usaha Skala Konveksi yaitu menghasilkan produk yang bervariasi, dari jenis pembuatan sablon dan bordir Usaha Skala Konveksi menggunakan sablon dan bordir komputer, menggunakan jenis bahan yang berkualitas dengan berbagai macam warna yang tersedia, kemasan yang digunakan menggunakan kemasan plastik klip, selain menggunakan ukuran yang tersedia Usaha Skala Konveksi juga dapat menjahit sesuai ukuran pelanggan, jika terdapat rusak atau cacat pada barang yang dipesan konsumen dapat meminta penukaran barang. Sedangkan dari tinjauan ekonomi Islam, Strategi diferensiasi produk yang diterapkan pada Usaha Skala Konveksi sudah sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam dalam hal mengenai jual beli dalam Islam, kualitas produk dalam Islam, penetapan harga yang diterapkan, pelayanan yang diberikan Sehingga dapat disimpulkan, dengan menerapkan strategi diferensiasi produk mampu meningkatkan volume penjualan pada Usaha Skala Konveksi.

Kata kunci : Strategi Diferensiasi Produk dan volume penjualan