

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH PENJUALAN RATTAN HANDMADE PREMIUM
PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah (S.E) Pada Fakultas Syariah dan Hukum



OLEH

KARNITA AGENG PRATIWI

NIM. 11525204083

UIN SUSKA RIAU

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

1442 H/ 2021 M

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **Strategi Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Rattan Handmade Premium Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam** yang ditulis oleh:

Nama : Karnita Ageng Pratiwi

Nim : 11525204083

Jurusan : Ekonomi Islam

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah fakultas syariah dan ilmu hukum UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 9 Juli 2021

Pembimbing



Dr. Zulfahmi Bustami, M.

Ag
NIP: 1971001011997031010

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *Strategi Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Rattan Handmade Premium Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah*, yang ditulis oleh :

Nama : Karnita Ageng Pratiwi
NIM : 11525204083
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 27 Juli 2021
Waktu : 08.30 WIB
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 Juli 2021M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Erman, M.Ag

Sekretaris
Zulfahmi, MH

Penguji I
Dr. Zulfahmi Bustami, M.Ag

Penguji II
Afdhol Rinaldi, SE., M.Ec

Mengetahui :
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkifli, M.Ag
NIP. 197410062005011005

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul *Strategi Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Rattan Handmade Premium Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah*, yang ditulis oleh :

Nama : Karnita Ageng Pratiwi
NIM : 11525204083
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 Juli 2021 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Erman, M.Ag

Sekretaris
Zulfahmi, MH

Penguji I
Dr. Zulfahmi Bustami, M.Ag

Penguji II
Afdhol Rinaldi, SE., M.Ec

Kepala Sub Bagian Akademik
Fakultas Syariah dan Hukum

Jahnis, S.Ag
NIP. 19750801 200701 1 023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Karnita Ageng Pratiwi, (2021): Strategi Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Rattan Handmade Premium Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam

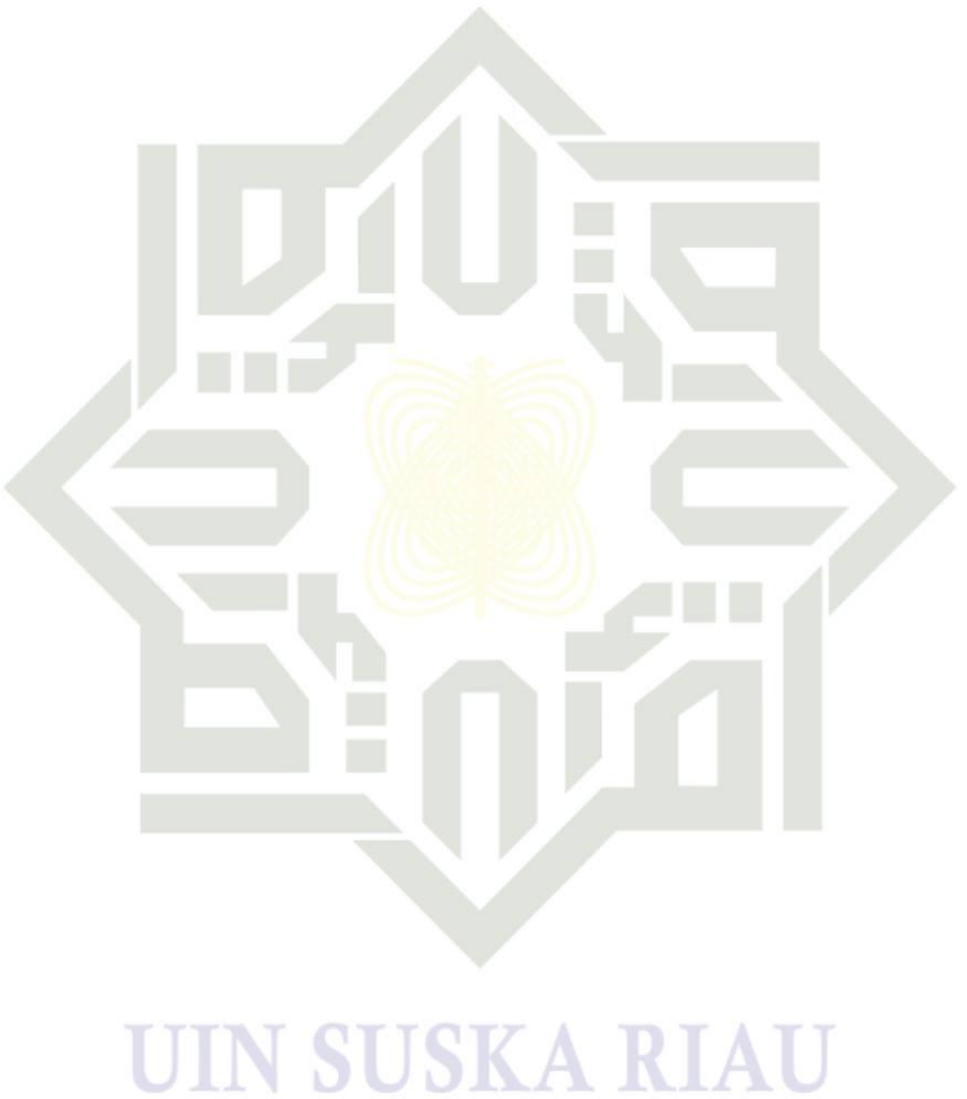
Penelitian ini dilakukan pada Rattan Handmade Premium yang berada di Jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Teori pemasaran Keunggulan diferensiasi menjadi salah satu aspek unik dalam suatu kegiatan bisnis yang mempengaruhi target konsumen menjadi pelanggan setia perusahaan dibandingkan dengan pesaing lainnya. Diferensiasi produk yang dilakukan mulai dari bentuk, fitur, kinerja, kesesuaian, hingga daya tahan dan lainnya. Walaupunsudah memakai diferensiasi produk. Namun, fenomena berdasarkan data yang didapat dilapangan pada yang didapat jumlah penjualan pertahun mengalami penurunan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, (1).Bagaimana strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru?, (2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru?, (3) Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru?.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Populasi dalam penelitian ini adalah 1 pemilik dan 3 orang karyawan, sampel yang diambil sebanyak 50 orang. Sedangkan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu wawancara, observasi, angket, studi kepustakaan dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini adalah strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan yang diterapkan oleh Rattan Handmade Premium Pekanbaru sudah cukup baik dan efektif. Adapun langkah yang digunakan berdasarkan bentuk berupa banyak bentuk yang beraneka ragam, berdasarkan fitur adanya keunikan pada produk yang ditawarkan sehingga berbeda dengan produk pesaing, mutu kinerja menunjukkan kualitas produk dari rotan yang berkualitas tinggi, mutu kesesuaian produk yang ditawarkan sesuai dengan spesifikasi permintaan konsumen, produk memiliki daya tahan dan kehandalan, serta produk memiliki nilai lebih menurut konsumen melalui desain produk yang unik-unik. Adapun faktor pendukung diantaranya adalah kemajuan teknologi, adanya kerjasama dengan agen rotan, adanya kerjasama dengan pengrajin rotan, memberikan pelayanan terbaik. Adapun faktor pendukung diantaranya adalah bahan baku rotan, sumber daya manusia/pengrajin, persaingan. Tinjauan ekonomi Islam, strategi *diferensiasi* produk untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan Rattan Handmade Premium Pekanbaru sudah sesuai dengan prinsip Islam, seperti jual

beli dilakukan atas dasar suka sama suka, bersikap transparan dan menerapkan prinsip kejujuran.

Kata kunci: Strategi, diferensiasi dan produk



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahirobbil'alamin

Segala puji bagi Allah SWT yang telah menciptakan langit dan bumi serta segala isinya, dan rasa syukur penulis ucapkan kehadiran-Nya yang telah memberikan nikmat Islam, iman, ihsan. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, serta kalangan para sahabatnya. Berkat rahmat-Nya pula saya selaku penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Strategi Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Rattan Handmade Premium Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam”**.

Penulisan penelitian ini adalah untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan study akhir tingkat Sarjana pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.

Penulis menyadari bahwa dalam mengikuti jenjang pendidikan tidak terlepas dari bantuan sesama, baik dari keluarga, guru, dosen, sahabat maupun orang lain. Oleh karena itu, melalui karya tulis ilmiah ini, penulis menyampaikan dengan hati yang tulus suatu ucapan yang pantas diterima oleh semua yang telah membantu penulis sehingga bisa menyelesaikan penelitian yaitu ucapan “terima kasih”. Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada yang terhormat dan yang tercinta :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Ibunda Rafni dan Ayahanda Nurzaini yang telah memberikan kasih sayang yang tulus, pengorbanan dan selalu mendoakan demi kesuksesan dan dapat menyelesaikan kuliah Sarjana S1.
2. Yang terhormat Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, beserta Wakil Rektor I, Wakil Rektor II, dan Wakil Rektor III.
3. Yang terhormat Bapak Dr.Hajar,M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau beserta Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, dan Wakil Dekan III.
4. Yang terhormat Bapak Syahpawi,S.AG,M.sh, selaku ketua jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Syamsulrizal, SE,M.Sc.Ak, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam beserta staf dan jajarannya.
5. Yang terhormat Bapak Hendri Sayuti, M.Ag selaku Dosen Penasehat Akademis penulis yang selalu memberi nasehat kepada penulis saat menjalani perkuliahan.
6. Yang terhormat Bapak Dr. Zulfahmi Bustami M.Ag sebagai pembimbing skripsi yang telah memberi arahan dan bimbingan kepada penulis selama menulis skripsi.
7. Bapak/Ibu Karyawan Fakultas Syariah dan Hukum beserta Dosen-dosen atau tenaga pengajar yang telah mendidik dan mengajar penulis.
8. Bapak/Ibu Karyawan Perpustakaan UIN Suska Riau dan Fakultas Syariah yang telah membantu dalam meminjamkan buku-bukunya sebagai referensi bagi penulis.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN PEMBIMBING

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR TABEL viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Batasan Masalah 7

C. Rumusan Masalah..... 7

D. Tujuan dan kegunaan penelitian 7

1. Tujuan Penelitian 7

2. Kegunaan Penelitian 8

E. Metode Penelitian 8

1. Jenis Penelitian..... 8

2. Lokasi Penelitian..... 8

3. Subjek dan Objek Penelitian..... 9

4. Populasi dan Sample 9

5. Sumber Data..... 9

6. Metode Pengumpulan Data..... 10

7. Teknik Analisis Data..... 11

8. Teknik Penulisan..... 11

F. Sistematika Penulisan 12



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Letak dan Luas Kota Pekanbaru dan Rumbai.....	14
B. Gambaran Tentang Usaha Rottan Handmade Premium Pekanbaru	16

BAB III TINJAUAN TEORI

A. Penjualan.....	18
1. Pengertian Penjualan.....	18
2. Dasar Hukum Penjualan	20
3. Tujuan Penjualan	22
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	23
B. Strategi Diferensiasi Produk.....	24
1. Pengertian Strategi Diferensiasi Produk.....	24
2. Tujuan Diferensiasi Produk	32
3. Diferensiasi Produk dalam Islam.....	33
4. Indikator Diferensiasi Produk.....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru	38
B. Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru	50
C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi <i>Diferensiasi</i> Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru	54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	59
--------------------	----

B. Saran 60

DAFTAR PUSTAKA 61

PEDOMAN WAWANCARA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENULIS



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Penjualan per Tahun Tahun 2016-2019.....	5
Tabel I.2	Bahan yang Digunakan untuk Membuat Kerajinan.....	6
Tabel. II.1	Jumlah Penduduk Kota Pekanbaru Tahun 2019	15
Tabel. II.2	Jumlah Kelurahan di Kecamatan Rumbai Kota.....	15
Tabel. II.3	Produk Rottan Handmade Premium Pekanbaru.....	16
Tabel. IV.1	Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel. IV.2	Identitas Berdasarkan Umur	39
Tabel. IV.3	Identitas Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel. IV.4	Tanggapan Responden Tentang Bentuk Produk Rattan Handmade Premium Pekanbaru	39
Tabel. IV.5	Tanggapan Responden Tentang Fitur Produk Rattan Handmade Premium Pekanbaru	43
Tabel. IV.6	Tanggapan Responden Tentang Mutu Kinerja Rattan Handmade Premium Pekanbaru	44
Tabel. IV.7	Tanggapan Responden Tentang Mutu Kesesuaian Rattan Handmade Premium Pekanbaru	45
Tabel. IV.8	Tanggapan Responden Tentang Daya Tahan Rattan Handmade Premium Pekanbaru	46
Tabel. IV.9	Tanggapan Responden Tentang Keandalan Rattan Handmade Premium Pekanbaru	47
Tabel. IV.10	Tanggapan Responden Tentang Desain Rattan Handmade Premium Pekanbaru.....	49

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Kotler, dalam persaingan memasarkan produk dengan tujuan menciptakan pelanggan, perusahaan perlu membangun strategi pemasaran yang baik. Strategi yang harus dilakukan dalam upaya mencapai target pemasaran dimulai dari dalam perusahaan, khususnya produk yang diciptakan oleh perusahaan. Strategi yang perlu dilakukan tersebut adalah strategi diferensiasi. Arti diferensiasi lebih dari peningkatan perbedaan-perbedaan yang rumit mewarnai suatu entitas. Diferensiasi sebagai proses menambahkan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai, guna membedakan tawaran perusahaan itu dari tawaran pesaing.

Strategi bersaing dapat dibentuk yaitu, *cost leadership*, diferensiasi dan fokus. Diferensiasi yaitu perusahaan mampu menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya misalkan, persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik dan lain sebagainya. Keunggulan diferensiasi menjadi salah satu aspek unik dalam suatu kegiatan bisnis yang mempengaruhi target konsumen menjadi pelanggan setia perusahaan dibandingkan dengan pesaing lainnya. Keunggulan diferensiasi juga harus terjadi dalam setiap elemen bauran pemasaran (*Marketing mix*) yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Pada dasarnya diferensiasi produk adalah tindakan merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing. Artinya perusahaan berusaha membuat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk yang ditawarkan mempunyai keunggulan atau mempunyai nilai yang berbeda dan dibandingkan dengan produk competitor.

Peran penting diferensiasi dalam perusahaan merupakan suatu cara agar bisa masuk ke pasar, dalam teori ekonomi Islam dalam berdagang atau menjalankan bisnis kita tidak boleh saling menzalimi namun untuk menciptakan perbedaan diperbolehkan, asalkan masih dijalan atau garis-garis aturan syariah Islam. Allah menggariskan proses pertukaran itu, yang kita maknai sebagai kegiatan bisnis tidak dilakukan secara batil, tetapi harus melewati perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara pelakunya. Kitab suci Al-Qur'an yang berisi tuntunan hidup yang lengkap berisi pula petunjuk-petunjuk berkaitan masalah ekonomi dan bisnis. Dalam teori *diferensiasi* maka perbedaan produk bukan berarti untuk saling menzalimi. Namun, agar adanya ciri khas dan bisa bersaing secara sehat.

Penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak di kelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Menjual adalah ilmu seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang di tawarkannya. Penjualan dapat dartikan sebagai suatu usaha atau langkah kongkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk yang baik itu berupa barang atau jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau barang yang dihasilkan produsen dengan pengelolaan yang baik. Selain untuk mendapatkan

keuntungan penjualan juga harus memperhatikan konsep penjualan dalam Islam agar tidak bertentangan dengan pandangan Islam.

Anjuran untuk melakukan penjualan sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS: An-Nahl: 5.

وَالْأَنْعَامَ خَلَقَهَا لَكُمْ فِيهَا دِفْءٌ وَمَنْفَعٌ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ

Artinya: *“Dan dia Telah menciptakan binatang ternak untuk kamu; padanya ada (bulu) yang menghangatkan dan berbagai-bagai manfaat, dan sebahagiannya kamu makan”*.

Ayat diatas menjelaskan bahwa manusia diberikan kebebasan untuk mengelola apa yang sudah ada, dengan cara yang sudah diatur dan sesuai dengan garis-garis dan norma yang telah mengatur. Dalam era modern sekarang ini setiap manusia tidak lagi memenuhi kebutuhannya dengan cara memproduksi atau menghasilkan sendiri semua barang atau jasa yang dibutuhkan, tetapi manusia satu sama lain melakukan berbagai aktivitas seperti pertukaran, perdagangan, jual-beli, penyewaan dan banyak lagi.

Dalam perspektif Islam, perilaku seorang pebisnis atau seorang produsen muslim memiliki batasan syariat yang tidak boleh dilanggar, seperti larangan memproduksi barang yang haram, mengambil keuntungan di atas keuntungan yang wajar, memungut hasil dari riba dan kewajiban untuk mengeluarkan zakat. Produsen muslim dalam melakukan aktivitas produksinya selalu berjalan dalam syariat, sehingga ia tidak melakukan tindakan yang merugikan pihak lain terutama pelanggan.

Suatu perusahaan mengharapkan agar hasil penjualan dapat meningkat. Usaha meningkatkan penjualan ini sangat penting sekali bagi perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Perusahaan yang tidak dapat memenuhi selera konsumen praktis akan mengalami penurunan volume penjualan. Jika perusahaan tersebut tahun demi tahun mengalami kemunduran produksi sudah dipastikan perusahaan tersebut akan gulung tikar. Misalnya, dengan semakin banyaknya pesaing usaha maka persaingan dalam jenis industri yang sama sebaiknya mempunyai spesifikasi produk yang unggul. Disamping itu perusahaan harus mampu memahami kebutuhan konsumen, mendesain dan mengontrol kualitas pelayanan secara efektif.

Salah satu usaha rotan yang sudah terkenal dan tetap eksis sampai sekarang adalah Rattan Handmade Premium Pekanbaru yang beralamat di Jalan Yos Sudarso, Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru. Produk pemesanan yang dijual adalah Rotan dengan berbagai bentuk. Ada kendala yang dihadapi yaitu jumlah penjualan yang menurun setiap tahunnya. Maka solusi yang dilaksanakan adalah dengan strategi *diferensiasi* produk yang efektif dapat meningkatkan harga penjualan produk perusahaan secara keseluruhan. Selain itu pula diperlukan strategi-strategi persaingan yang tangguh, mengingat persaingan yang terjadi secara otomatis akan mempengaruhi penjualan Rattan Handmade Premium Pekanbaru. Diferensiasi produk pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru banyak diferensiasinya mulai dari bentuk, fitur, kinerja, kesesuaian, hingga daya tahan dan lainnya. Namun, berdasarkan data jumlah penjualan mengalami perubahan dapat dilihat pada tabel berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1
Jumlah Penjualan per Tahun Dari Tahun 2016-2019

No	Tahun	Jumlah Penjualan
1	2016	45.000.000/ Tahun
2	2017	35.000.000/ Tahun
3	2018	30.000.000/ Tahun
4	2019	28.000.000/ Tahun

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa jumlah omset pada bisnis Rattan Handmade Premium Pekanbaru tahun 2016 sebanyak 45.000.000, sedangkan pada tahun 2017 35.000.000, pada tahun 2018 sebanyak 30.000.000. dan pada tahun 2019 sebanyak 28.000.000. Dari data tersebut maka bisnis Rattan Handmade Premium Pekanbaru terus melakukan kebijakan-kebijakan *diferensiasi* untuk bertahan dalam pasar produk sejenis, kemudian dari hasil produksi perusahaan bisa mempengaruhi jumlah pelanggan.

Dari segi harga usaha Rattan Handmade Premium Pekanbaru berkisaran Rp. 10.000 sampai Rp. 10.000.000 dan dibandingkan usaha rotan lainnya berkisaran Rp. 50.000 sampai 5.000.000. Ini menunjukkan bahwa usaha Rattan Handmade Premium Pekanbaru ini harganya juga tinggi. Sehingga adanya *diferensiasi* (keunikan yang dimiliki) agar tetap eksis dengan para pesaing yang ada. Ada pun bahan-bahan yang mereka gunakan untuk membuat kerajinan tersebut adalah:

Tabel 1.2
Bahan yang Digunakan untuk Membuat Kerajinan

No	Bahan	Hasil
1	Rotan	Ayunan, Kursi tamu, Dll.
2	Kayu	Meja, Meja Laci, Dll
3	Plastik	Bingkai Photo, Dll.

Sumber: Data Olahan 2019



Tabel diatas menjelaskan bahwa ciri khas yang dimiliki usaha rotan ini dilihat dari perbedaannya salah satunya dari segi bahan produknya. Berdasarkan wawancara awal kepada pihak usaha rotan ia mengatakan bahwa rotan bisa dipesan dengan cara online maupun datang langsung ke toko sehingga konsumen dapat memilih sesuai keinginan dan melihat kualitas barang. Kelebihan dari produk ini adalah punya bobot yang ringan, relatif murah, kuat, awet, bisa dibentuk apa saja, dan juga bisa tampil modern.

Dari paparan diatas, penulis tertarik meneliti sejauh mana Rottan Handmade Premium Pekanbaru berperan dalam mendiferensiasikan pada penjualan dalam bentuk skripsi dengan judul: **“STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN RATTAN HANDMADE PREMIUM MENURUT EKONOMI ISLAM”**.

B. Batas Masalah

Agar pembahasan pada penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih mudah dipahami, maka penulis membatasi tulisan ini tentang Strategi Diferensiasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan Rattan Handmade Premium Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka ada beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru?

3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui strategi *diferensiasi* produk dalam meningkatkan penjualan pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru.
- Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru.
- Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi *diferensiasi* produk dalam meningkatkan penjualan pada Rattan Handmade Premium Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

- Sebagai bahan informasi bagi pengusaha untuk mengetahui dalam mengambil kebijakan-kebijakan strategi *diferensiasi* apa yang tepat.
- Sebagai wadah bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh serta berguna untuk penelitian lebih lanjut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan mencari atau merumuskan masalah-masalah dari suatu fenomena, serta berusaha memberikan interpretasi yang tepat. Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bisnis Rattan Handmade Premium Pekanbaru yang berlokasi di Jl. Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru. Karena lokasi ini strategis untuk diteliti berada di tengah keramaian kota Pekanbaru, sudah memenuhi syarat untuk diteliti karena sudah berdiri lebih dari dua tahun.

3. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti. Subjek penelitian adalah pemilik usaha, karyawan dan konsumen Rattan Handmade Premium Pekanbaru.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Objek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Sebagai objek dalam penelitian ini adalah strategi *diferensiasi* produk pada bisnis Rattan Hanmade Premium Pekanbaru.

4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 1 pemilik dan 3 orang karyawan, sampel yang diambil sebanyak 50 orang dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu seperti pihak yang terkait. Dan pembelian yang tidak diketahui jumlahnya maka diambil sampel dengan kuota diambil 50 orang dengan metode *accidental sampling*.

5. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh dari observasi, angket, wawancara, dokumentasi kepada pihak Rattan Handmade Premium Pekanbaru.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak yang terkait seperti pemilik dan karyawan Rattan Handmade Premium dalam bentuk dokumen atau profil perusahaan.

6. Metode Pengumpulan Data

Teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Observasi, yaitu mengumpulkan data atau menjangkau data dengan melakukan pengamatan terhadap subjek atau objek penelitian secara seksama dan sistematis. Observasi merupakan metode pengumpulan data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

yang dilakukan melalui pengamatan langsung dilapangan untuk melihat kegiatan yang diteliti.

- b. Wawancara atau *interview* yaitu metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya yakni dengan mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan. Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan proses tanya jawab langsung kepada pimpinan, karyawan bisnis rotan.
- c. Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respon atau responden sesuai dengan permintaan pengguna. Daftar pernyataan ini langsung dilapangan atau kepada para pembeli rotan.
- d. Dokumentasi yaitu penelitian yang menggunakan barang-barang tertulis sebagai sumber data, misalnya buku-buku, majalah, dokumen, jurnal, peraturan-peraturan dan lain-lain. Pada bisnis Rattan Handmade Premium Pekanbaru.
- e. Studi kepustakaan merupakan salah satu cara untuk memperoleh data membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

7 Teknik Analisis Data

Setelah data dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisa dengan analisis *deskriptif kualitatif* yaitu setelah semua data berhasil penulis kumpulkan, maka penulis menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat tergambar secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya.

8. Teknik Penulisan

Setelah data-data terkumpul, selanjutnya penulis menyusun data tersebut dengan menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Deduktif, yaitu uraian yang diambil dengan menggunakan kaedah-kaedah umum dianalisis dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif, yaitu mengungkapkan serta mengetengahkan data khusus kemudian data tersebut diinterpretasikan sehingga dapat ditarik kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif, yaitu menggunakan uraian atas fakta yang diambil dengan apa adanya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab yang merupakan suatu kesatuan alur pemikiran dan menggambarkan proses penelitian adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, penelitian terdahulu, indikator penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas tentang profil bisnis Rottan Handmade Premium Pekanbaru.

BAB III TINJAUAN TEORI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam bab ini akan dijelaskan yang berkaitan tentang teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, strategi diferensiasi produk, penjualan dan tinjauan ekonomi Islam tentang strategi diferensiasi produk.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Diferensiasi produk pada bisnis Rottan Handmade Premium, faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran produk bisnis Rottan Handmade Premium Pekanbaru, tinjauan ekonomian Islam terhadap strategi diferensiasi bisnis Rottan Handmade Premium Pekanbaru.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan Saran

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

C. Letak dan Luas Kota Pekanbaru dan Rumbai

1. Demografi

Kota Pekanbaru terletak antara $101^{\circ}14'$ - $101^{\circ}34'$ Bujur Timur dan $0^{\circ}25'$ - $0^{\circ}45'$ Lintang Utara. Dengan ketinggian dari permukaan laut berkisar 5-50 meter. Permukaan wilayah bagian utara landai dan bergelombang dengan ketinggian berkisar 5-11 meter. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.19 Tahun 1987 Tanggal 7 September 1987 daerah Kota Pekanbaru diperluas $\pm 446,50$ km², terdiri dari 8 Kecamatan dan 45 Kelurahan/Desa. Dari hasil pengukuran/pematokan di lapangan oleh BPN Tk.I Riau maka ditetapkan luas wilayah Kota Pekanbaru adalah 632,26 km².

Dengan meningkatnya kegiatan pembangunan menyebabkan meningkatnya kegiatan penduduk disegala bidang yang pada akhirnya meningkatkan pula tuntutan dan kebutuhan masyarakat terhadap penyediaan fasilitas dan utilitas perkotaan serta kebutuhan lainnya. Untuk lebih terciptanya tertib pemerintahan dan pembinaan wilayah yang cukup luas, maka dibentuklah Kelurahan/Desa baru dengan Perda tahun 2003 menjadi 58 Kelurahan/Desa.

Kota Pekanbaru berbatasan dengan daerah Kabupaten/Desa:

1. Sebelah Utara: Kabupaten Siak dan Kabupaten Kampar.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
2. Sebelah Selatan: Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan.
 3. Sebelah Timur: Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan.
 4. Sebelah Barat: Kabupaten Kampar.

Kota Pekanbaru pada umumnya beriklim tropis dengan suhu udara maksimum berkisar antara $34,1^{\circ}\text{C}$ - $35,6^{\circ}\text{C}$ dan suhu minimum antara $20,2^{\circ}\text{C}$ - $23,0^{\circ}\text{C}$. Curah hujan antara 38,6-435,0 mm/tahun dengan keadaan musim berkisar: Musim hujan jatuh pada bulan Januari s/d September dan September s/d Desember. Musim kemarau jatuh pada bulan Mei s/d Agustus. Kelembapan maksimum antara 96%-100%. Kelembapan minimum antara 46%-62%.

2. Kependudukan

Jumlah penduduk Kota Pekanbaru yang tinggi terdapat di Kecamatan Tampan, Kecamatan Tenayan Raya dan Kecamatan Marpoyan Damai.

Jumlah penduduk yang tinggi terjadi karena Kecamatan Tampan, Kecamatan Tenayan Raya dan Kecamatan Marpoyan Damai mempunyai wilayah yang luas dibanding dengan kecamatan lainnya. Sedangkan kecamatan yang terdapat adalah Kecamatan Sukajadi yaitu 49,336 jiwa/km.

Sedangkan kepadatan penduduk terendah terdapat di Kecamatan luar pusat kota, yaitu Kecamatan Rumbai Pesisir yaitu 7,297 jiwa/km. Jumlah penduduk berdasarkan kelurahan, rukun warga dan rukun tetangga di Kota Pekanbaru tahun 2020 disajikan pada tabel IV.1 berikut:

Tabel II.1
Jumlah Penduduk Kota Pekanbaru Tahun 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Kabupaten/Kota	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Kuantan Singingi	167 794,00	159 522,00	327 316,00
2	Indragiri Hulu	226 505,00	215 284,00	441 789,00
3	Indragiri Hilir	379 805,00	360 793,00	740 598,00
4	Pelalawan	247 994,00	235 628,00	483 622,00
5	Siak	251 317,00	238 679,00	489 996,00
6	Kampar	446 693,00	424 424,00	871 117,00
7	Rokan Hulu	354 914,00	337 206,00	692 120,00
8	Bengkalis	293 804,00	279 199,00	573 003,00
9	Rokan Hilir	366 420,00	348 077,00	714 497,00
10	Kepulauan Meranti	95 110,00	90 406,00	185 516,00
11	Pekanbaru	586 299,00	557 060,00	1 143 359,00
12	Dumai	158 287,00	150 525,00	308 812,00

Sumber: BPS Provinsi Riau 2019

3. Gambaran Rumbai Kota

Rumbai secara umum meliputi keadaan geografis, sosial dan ekonomi/ pada tahun 2020 memiliki lima kelurahan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel II.2
Jumlah Kelurahan di Kecamatan Rumbai Kota

No	Kelurahan
1	Umban Sari
2	Rumbai Bukit
3	Muara Fajar
4	Palas
5	Sri Meranti

Sumber: BPS, Pekanbaru dalam angka 2020

Dari tabel diatas disimpulkan bahwa Kecamatan Rumbai kota terdiri dari lima kelurahan diantaranya Umban Sari, Rumbai Bukit, Muara Fajar, Palas dan Sri Meranti.

D. Gambaran Tentang Usaha Rottan Handmade Premium Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kerajinan anyaman rotan cukup populer di Kota Pekanbaru. Berbagai bentuk anyaman rotan ini bisa ditemukan di toko atau galeri anyaman yang disepanjang Jalan Yos Sudarso Rumbai Kota Pekanbaru. Salah satunya adalah Rottan Handmade, di galeri ini rotan disulap menjadi barang-barang kerajinan rotan yang unik. Berbagai hasil kerajinan akan siap untuk menjadi perlengkapan dan mempercantik dekorasi rumah, karena secara garis besar produk-produk tersebut digunakan di rumah, diantaranya:

Tabel II.3
Produk Rottan Handmade Premium Pekanbaru

No	Produk
1	Tudung saji
2	Mangkuk
3	Kotak serbaguna
4	Keranjang serbaguna
5	Koper
6	Keranjang hantaran
7	Kotak penyimpanan perlengkapan bayi
8	Kotak piknik
9	Kotak berbentuk sepatu
10	Kotak diamond
11	Keranjang cucian
12	Keranjang buah
13	Keranjang mini
14	Pot bunga
15	Vas bunga
16	Piring buah
17	Nampan
18	Rak
19	Tempat minum
20	Dain lain-lain

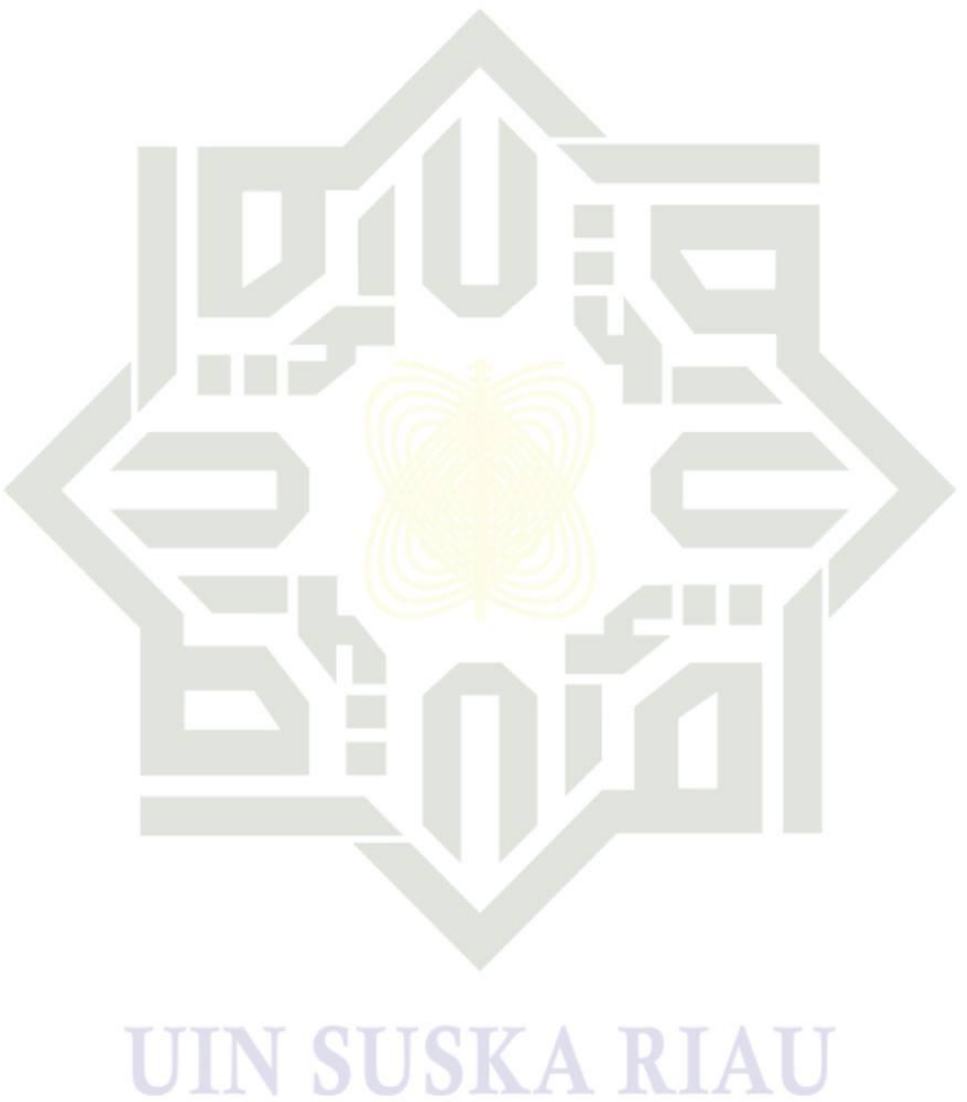
Sumber: Data olahan 2020

Kerajinan Rottan Handmade ini terbilang unik dan pertama kali di Provinsi Riau. Tidak hanya berbahan dasar rotan, belakangan ini pemilik usaha

memanfaatkan hasil alam lainnya untuk kerajinan misalnya pandan, lidi, dan batok kelapa.

©Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN TEORI

A. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Menurut Nurmansyah penjualan adalah suatu kegiatan untuk mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan adanya penjualan akan terjadi pertukaran barang dan jasa antara penjual dengan pembeli. Seseorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang dengan alat tukar dalam bentuk uang. Orang akan lebih mudah dalam memenuhi segala kebutuhan dan keinginannya dan penjual akan lebih mudah dilakukan.

Salah satu aktifitas perusahaan yang terpenting adalah jualan. Penjualan merupakan titik sentra bagi perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah untuk memperoleh laba dari hasil penjualan yang merupakan unsur terpenting dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Pada umumnya kegiatan penjualan bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan, juga untuk mempertahankan kelangungan hidup perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Menurut Mulyadi, penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli.

Menurut Soemarso, penjualan adalah jumlah yang dibebankan kepada pembeli untuk barang pembeli untuk barang dagang yang diserahkan merupakan pendapatan perusahaan yang bersangkutan. Dengan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu proses penagihan kepemilikan atas barang dan jasa dari suatu perusahaan kepada para langganannya yang dimulai dengan permintaan dari pelanggan, lalu mengubah barang dan jasa tersebut menjadi piutang usaha dan akhirnya menjadi uang tunai.

Penjualan merupakan sumber penghasilan yang utama, dikarenakan penjualan tunai maupun kredit merupakan sumber utama bagi perusahaan. Jika transaksi penjualan dilakukan secara kredit maka akan menimbulkan piutang bagi perusahaan. Sebaliknya jika transaksi penjualan tersebut merupakan penjualan tunai maka akan menimbulkan penerimaan kas. Penjualan selain merupakan sumber pendapatan bagi perusahaan, juga merupakan sumber pembiayaan perusahaan, dan penjualan dapat mengubah posisi harta (materil) dan finansial. Oleh karena itu setiap perusahaan, terutama perusahaan besar selalu membuat perubahan dalam strategi penjualan mereka dengan tujuan memperoleh laba yang lebih besar.

Menurut Kertajaya penjualan adalah bagaimana menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui produk atau jasa perusahaan. Dalam hal ini, *selling* berarti sebuah taktik yang dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengintegrasikan perusahaan, pelanggan, dan relasi antara keduanya. Menurut Moekijat penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

2. Dasar Hukum Penjualan

a. Al-Qur'an

Anjuran untuk melakukan kegiatan penjualan atau perdagangan dijelaskan di dalam surah Al-Baqarah: ayat 198.

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ ۚ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمِنَ الضَّالِّينَ

Artinya: “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu, dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat”.

Hal yang terpenting dalam perdagangan adalah adanya unsur saling merelakan, tidak boleh ada unsur keterpaksaan antara kedua belah pihak.

Allah Swt berfirman dalam surah Al-Baqarah: ayat 188.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya:”Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

b. Hadist

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Artinya: “Jual beli itu didasarkan kepada suka sama suka”. (HR. Abu Dawud, at-Tirmidzi, dan Ibnu Majah).

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا

Artinya: “Penjual dan pembeli diperbolehkan melakukan khiyar selama keduanya belum berpisah”. (HR. Bukhari dan Muslim).

c. Ijma’

Sementara legitimasi dari ijma’ adalah ijma’ ulama dari berbagai kalangan mazhab telah bersepakat akan disyariatkannya dan dihalalkannya jual beli. Jual beli sebagai mu’amalah melalui sistem barter telah ada sejak zaman dahulu. Islam datang memberikan legitimasi dan memberi batasan dan aturan agar dalam pelaksanaannya tidak terjadi kezaliman atau tindakan yang dapat merugikan salahsatu pihak. Dari kandungan ayat-ayat Allah SWT dan sabda-sabda Rasul di atas, para ulama fiqh mengatakan bahwa hukum asal dari jual beli itu *mubah* (boleh).

3 Tujuan Penjualan

Tujuan penjualan adalah arah atau sasaran yang ingin di capai setelah melakukan penjualan. Tercapainya tujuan penjualan suatu perusahaan bisa diukur dengan:

- a. Mencapai volume penjualan tertentu.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Kotler dalam Swatha, volume penjualan dapat diartikan sebagai penghasilan kotor atau omset yang diperoleh perusahaan. Omset adalah seluruh pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi modal dan beban-beban. Setiap perusahaan pasti memiliki volume penjualan tertentu yang ditargetkan untuk dicapai.

- b. Mendapatkan laba tertentu.

Kotler dalam Swasta juga menyebutkan bahwa laba atau sering juga disebut dengan pendapatan dan keuntungan dikurangi beban dan kerugian.

- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Menurut Kasmir dalam Swasta, pertumbuhan perusahaan merupakan rasio pertumbuhan mencerminkan kemampuan perusahaan mempertahankan ekonominya di tengah perekonomian dan sektor usahanya. Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat berdasarkan pertumbuhan asset dan pertumbuhan penjualan.

4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan Terhadap Deferensiasi

Produk

Aktifitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktifitas perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swata sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- a. Kondisi dan kemampuan penjual. Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual.
- b. Kondisi pasar. Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjualan. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni: jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian dan kebutuhannya.
- c. Modal. Modal atau dana diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesarkan usahanya.
- d. Kondisi organisasi perusahaan. Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang ahli dibidang penjualan.
- e. Faktor-faktor lain. Faktor-faktor lain seperti periklanan, peraga kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama.

Diferensiasi perlu didukung oleh konsep penjualan yang tepat. Suatu perusahaan mungkin akan menyelesaikan satu dari beberapa pendekatan penjualan yang cocok dengan target pasarnya, apakah berorientasi pada kualitas, orientasi nilai, atau orientasi harga. Untuk segmen yang berorientasi kepada kualitas, suatu perusahaan mungkin menggunakan solusi pendekatan penjualan. Peranan tenaga penjual perusahaan adalah mengidentifikasi masalah dihadapi oleh konsumen secara proaktif dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

sekaligus memberikan solusinya. Bagi segmen yang berorientasi pada nilai, perusahaan dapat menggunakan pendekatan manfaat penjualan, dengan menawarkan kepada konsumen suatu produk berkualitas tinggi dengan harga yang bersaing. Bagi segmen yang berorientasi pada harga, suatu perusahaan mungkin menawarkan suatu versi produk dalam ukuran kecil dengan harga serendah mungkin.

B. Strategi Diferensiasi Produk

1. Pengertian Strategi Diferensiasi Produk

Strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*stratos*= militer, dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jendral. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi merupakan alat yang sangat penting bagi kemajuan suatu perusahaan. Hal ini menyebabkan daya saing antara suatu perusahaan dan perusahaan lain semakin memanas, oleh sebab itu daya saing yang begitu besar membuat perusahaan untuk lebih meningkatkan strategi pemasaran untuk memasarkan produk mereka. Pengertian strategi menurut para ahli adalah sebagai berikut:

Menurut Hamali strategi adalah sekumpulan tindakan yang dirancang untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dan tuntutan eksternal pada satu industri. Keharusan menyusun strategi adalah untuk mencapai tujuan perusahaan, baik pada jangka menengah maupun jangka panjang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Strategi akan menjamin perusahaan dapat bertahan atau berkembang pada masa yang akan datang.

Menurut Tangkilisan strategi adalah penyesuaian institusi, organisasi, atau badan pemerintahan terhadap perubahan lingkungan eksternalnya. Institusi atau organisasi yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi pada lingkungan eksternal akan mengalami kemunduran atau kegagalan. Strategi adalah upaya pengembangan keunggulan organisasi atau institusi dalam lingkungan eksternal yang kompetitif untuk pencapaian tujuan atau sasaran organisasi. Strategi dibutuhkan karena adanya perkembangan masyarakat, kemajuan teknologi, dan tuntutan pasar secara keeluruhan.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mencapai tujuan demi mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan.

Produk adalah apa yang perusahaan tawarkan kepada pasar. Produk dapat merupakan sesuatu yang nyata, seperti ponsel, komputer, sepeda, mobil dan lain-lain, dapat juga berbentuk tidak nyata. Akan tetapi, dapat dirasakan seperti layanan pendidikan dari sekolah atau perguruan tinggi, layanan transaksi keuangan dari lembaga perbankan dan lain-lain. Produk ditawarkan karena ada permintaan untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar. Keberhasilan perusahaan menawarkan produk ditentukan oleh di antaranya bentuk, fungsi, fitur dan manfaat produk dari sudut pandang konsumen, dalam konteks ekspektasi mereka.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Djaslim Saladi produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kotler dan Keller menyatakan, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang-barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi dan gagasan.

Produk bermanfaat apabila memiliki proses produksi yang benar dan baik. Adapun metode yang dapat digunakan agar proses produksi benar dan baik, sebagaimana firman Allah Swt, dalam QS.Al-An'am:143.

ثُمَّ اِذْ يَرْوٰى اَزْوَاجٌ مِّنَ الضَّانِّ اِذْ يَنْبَغِيْ وَيَمِّنُ الْمُعْزِرِ اِذْ يَنْبَغِيْ ۗ فَاَلْذَكَرَيْنِ حَرَّمَ اَمَ الْاُنْثَيَيْنِ اَمَّا اَشْتَمَلَتْ عَلَيْهِ اَرْحَامُ الْاُنْثَيَيْنِ ۗ نَّبِّئُوْنِيْ بِعِلْمٍ اِنْ كُنْتُمْ صَادِقِيْنَ

Artinya: “(yaitu) delapan binatang yang berpasangan, sepasang domba, sepasang dari kambing. Katakanlah: "Apakah dua yang jantan yang diharamkan Allah ataukah dua yang betina, ataukah yang ada dalam kandungan dua betinanya?" Terangkanlah kepadaku dengan berdasar pengetahuan jika kamu memang orang-orang yang benar”.

Ayat tersebut mengajarkan kepada manusia bahwa dalam meyakinkan seseorang terhadap kebaikan haruslah berdasarkan ilmu pengetahuan, data, dan fakta. Jadi, dalam menjelaskan manfaat produk, manfaat produk, peran data dan fakta sangat penting. Bahkan, sering kali pemaparan data dan fakta jauh lebih berpengaruh dibandingkan dengan penjelasan.

Diferensiasi adalah kegiatan untuk mendesain seperangkat perbedaan yang berarti untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing.

Menurut Kotler diferensiasi adalah tindakan merancang satu set perbedaan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing. Diferensiasi secara etimologi berarti proses, cara, perbuatan, membedakan, perbedaan. Sedangkan secara istilah, diferensiasi merupakan jenis strategi kompetitif yang digunakan organisasi untuk membedakan produk dan layanan perusahaan dibanding perusahaan yang lain di industri yang sama.

Menurut Yuniastuti, dkk, Strategi diferensiasi produk adalah tindakan yang bertujuan untuk menciptakan keunikan produk yang menarik, nyaman, aman, sehingga produk yang akan dipasarkan akan menarik konsumen yang lebih banyak dibandingkan dengan produk sejenis. Menurut Michael Porter, strategi diferensiasi produk adalah perbedaan yang diciptakan itu harus menciptakan value yang bermakna bagi konsumen. Menurut Kotler, strategi diferensiasi adalah tindakan untuk menetapkan sekumpulan perbedaan-perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari pesaingannya. Sedangkan menurut Tjiptono, strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi produk, agar senantiasa memiliki keunggulan bersaing dipasar, dapat dilakukan dengan melakukan pilihan terhadap strategi berikut:

- a. Diferensiasi produk strategi diferensiasi ini memiliki maksud yaitu memberikan kreativitas yang tinggi dalam menciptakan keunikan produk yang lebih menarik, nyaman, aman, sehingga lebih diminati oleh konsumen dibandingkan dengan produk pesaing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Diferensiasi kualitas pelayanan mewujudkan kreativitas yang tinggi dalam mengkombinasikan unsur-unsur bauran pemasaran dengan keramah-tamahan dan wawasan karyawan yang luas, sehingga kualitas jasa pelayanan yang dirasakan oleh konsumen melebihi harapan.
- c. Diferensiasi personil merupakan seluruh karyawan dalam suatu perusahaan. Diferensiasi personil memiliki maksud yaitu seluruh karyawan perusahaan memiliki keterampilan yang baik, memiliki kepribadian yang baik, memiliki sumber daya manusia yang tinggi, yang lebih baik dari karyawan perusahaan pesaingnya.
- d. Diferensiasi citra adalah sebuah karakteristik yang khusus atau pembeda dari penampilan seseorang atau benda. Diferensiasi citra adalah bauran yang dari elemen pencitraan, yang menciptakan citra sebuah merek. Tujuan dari strategi diferensiasi adalah membuat sesuatu yang akan dianggap berbeda oleh konsumen pada suatu industri tertentu. Diferensiasi memerlukan suatu usaha yang lebih keras dengan biaya yang lebih besar. Pertimbangan akan kesediaan konsumen untuk membayar lebih atas nilai yang ditawarkan oleh diferensiasi tersebut sangat diperlukan.

Setiap kegiatan tidak terlepas dari resiko. Salah satunya adalah strategi diferensiasi yang memiliki beberapa resiko, yaitu:

- a. Sekiranya pembeli tidak melihat keunikan yang signifikan pada barang tersebut, strategi diferensiasi amat dengan mudah dapat ditandingi oleh harga murah. Diferensiasi gagal menimbulkan efek perbaikan kualitas



bagi pembeli barang tersebut, misalnya pada peningkatan status. Manajemen tidak mampu mendeteksi kebutuhan riil konsumen. Dalam hal ini, biasanya manajemen hanya memberikan tekanan pada atribut pokok produk yang berwujud saja.

- b. Strategi diferensiasi juga tidak menghasilkan keuntungan yang optimum jika imitasi terhadap barang tersebut dapat dengan mudah dan cepat dilakukan. Dengan demikian, diferensiasi hampir selalu menuntut keunikan yang berkelanjutan yang berjangka relative panjang. Disamping itu, pilihan strategi diferensiasi juga mengandung resiko yang intern terhadap kemungkinan kecilnya pangsa pasar yang dikuasai.
- c. Strategi diferensiasi juga tidak mudah diterapkan jika perbedaan antara harga premium yang ditawarkan dengan harga barang pesaing yang menggunakan strategi keunggulan biaya rendah terlampau jauh. Pembeli bukan tidak mungkin bersedia kehilangan kepuasan karena memutuskan tidak membeli barang yang terdiferensiasi sebagai akibat kemungkinan penghematan yang bisa dilakukan karena membeli barang lain jauh lebih murah. Kesalahan ini lebih mudah terjadi karena perusahaan melakukan diferensiasi secara berlebihan.

Kotler menyatakan bahwa mengemukakan suatu perbedaan atau diferensiasi dapat dikembangkan jika memenuhi beberapa syarat berikut:

- a. Penting: perbedaan tersebut memberikan banyak manfaat bagi cukup banyak pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- b. Jelas: perbedaan tersebut tidak dimiliki oleh orang lain atau dapat dikemas dengan lebih jelas.
- c. Unggul: perbedaan tersebut lebih baik dari cara lain untuk mendapatkan manfaat yang sama.
- d. Dapat dikomunikasikan: perbedaan tersebut dapat dimengerti dan dilihat oleh pelanggan.
- e. Mendahului: perbedaan tersebut tidak mudah ditiru pesaing.
- f. Terjangkau: pelanggan dapat menjangkau selisih harga.
- g. Menguntungkan: perusahaan memperoleh laba dengan menonjolkan perbedaan tersebut.

Diferensiasi produk merupakan salah satu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenangkan persaingan dalam pasar. Dalam hal ini, perusahaan menetapkan perbedaan pada suatu produk yang ditawarkan dengan produk pesaing sehingga dapat dipersepsikan memiliki nilai tambah oleh pelanggan. Berkowitz, dkk, menyatakan bahwa diferensiasi dilakukan dengan menggunakan inovasi dan hal-hal yang berarti dari pembeda produk yang ditawarkan. Hal tersebut mencakup kualitas terbaik, kemajuan teknologi, atau pelayanan prima terhadap keseluruhan pasar sasaran.

Kesamaan produk biasanya terjadi antara para pesaing sehingga diferensiasi bertujuan mengembangkan kemampuan khusus yang dipandang unik oleh seluruh industri. Hal tersebut dikenal dengan pemasaran yang berbeda (*differentiated marketing*), untuk itu terdapat dua strategi diferensiasi produk untuk memaksimalkan laba sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. Diferensiasi horizontal, memiliki eksternalitas yang menguntungkan positif terhadap pesaing.
- b. Diferensiasi vertikal, memiliki eksternalitas negatif yang merugikan pesaing.

Jumlah peluang diferensiasi berbeda-beda untuk tiap jenis industri.

Dalam hal ini, Kotler dan Keller membedakan jenis-jenis industri berdasarkan jumlah dan besar keunggulan bersaing yang tersedia sebagai berikut:

- a. Industri volume adalah industri yang perusahaan di dalamnya hanya dapat memperoleh sedikit keunggulan bersaing, namun berukuran cukup besar. Profitabilitas berkorelasi dengan ukuran perusahaan dan pangsa pasar.
- b. Industri langkah mati adalah industri yang di dalamnya hanya terdapat sedikit potensi keunggulan bersaing dan tiap-tiap potensinya berukuran kecil, serta memiliki profitabilitas yang tidak berkaitan dengan pangsa pasar perusahaan.
- c. Industri terfragmentasi adalah industri yang perusahaan di dalamnya memiliki banyak peluang untuk diferensiasi, namun memiliki peluang keunggulan bersaing yang kecil, serta memiliki profitabilitas yang tidak berkaitan dengan ukuran perusahaan.
- d. Industri terspesialisasi adalah industri yang perusahaan di dalamnya memiliki banyak peluang diferensiasi dan tiap-tiap diferensiasi dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi.

2. Tujuan Diferensiasi Produk

Tujuan diferensiasi produk adalah:

a. Memenangkan pesaing

Persaingan merupakan hal yang wajar dalam melaksanakan bisnis dan persaingan bukanlah suatu hal yang harus dihindari, persaingan selalu menjadi rangsangan dalam melaksanakan suguhan yang terbaik buat pelanggan. Semakin tinggi tingkat persaingan, berarti semakin sulit dan semakin kecil kemungkinan suatu perusahaan memperoleh suatu keberhasilan dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu suatu perusahaan harus dapat meminimalisir kemungkinan terjadinya hal tersebut dalam perusahaannya.

Perusahaan dapat memandang persaingan secara lebih sebagai perusahaan yang membuat produk dan memberikan jasa yang sama. Perusahaan memperoleh keunggulan bersaing dengan memberikan nilai lebih kepada para pemakai jasa melalui:

1. Harga yang lebih rendah dibandingkan harga para pesaing untuk manfaat yang sama.
2. Kenaikan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menutupi tingginya harga yang ditetapkan oleh perusahaan.

Dengan mengetahui sasaran dan kelemahan atau kekuatan pesaing dapat memberikan banyak penjelasan kemungkinan gerakan mereka serta reaksinya terhadap perusahaan seperti penurunan harga, promosi besar-besaran atau peluncuran produk/jasa baru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Diferensiasi Produk dalam Islam

Pemasaran Islami merupakan suatu proses bisnis yang seluruh prosesnya menerapkan nilai-nilai Islam. Suatu cara dalam memasarkan suatu bisnis yang mengedepankan nilai-nilai yang mengagungkan keadilan dan kejujuran. Dengan pemasaran Islami, seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Hal tersebut telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW, tentang kegiatan perdagangan yang berpegangan teguh pada kebenaran, kejujuran dan sikap amanah, serta dapat tetap memperoleh keuntungan.

Diferensiasi merupakan strategi yang membuat produk berbeda dengan *competitor* bahkan melebihinya, sehingga hasilnya dapat dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat mempengaruhi pilihan dan kepuasan konsumen yang paling istimewa. Dalam melakukan diferensiasi sifat fathonah (cerdas) sangat diperlukan untuk menciptakan suatu keunikan produk, fathonah berarti mengerti, memahami dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat fathonah juga akan menumbuhkan kreativitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat.

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah SWT dan berusaha optimal meningkatkan kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan pribadi. Al-qur'an sebagai petunjuk bagi manusia telah mengatur segala kegiatan dalam kehidupan, termasuk dalam hal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kemasyarakatan dan muamalah, serta etika dalam perdagangan dan pemasaran. Dalam kegiatan pemasaran, berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan:

1. Perusahaan harus dapat menjamin produknya. Jaminan yang dimaksud mencakup aspek material dan aspek nonmaterial. Aspek material mencakup mutu bahan, mutu pengolahan dan mutu penyajian. Sementara itu, aspek nonmaterial mencakup kehalalan dan keislaman dalam penyajian. Dalam hal makanan, perusahaan harus dapat menjamin makanan yang diproduksi halal dan baik. Makanan halal dan baik yang menjadi darah dan daging manusia akan membuat manusia menjadi taat kepada Allah SWT. Konsumsi yang dapat menghantarkan manusia pada ketakwaan harus memenuhi tiga syarat, yaitu materi yang halal, proses pengolahan yang bersih (*thaharah*) dan penyajian yang Islami.
2. Perusahaan harus dapat menjadi manfaat produknya. Suatu produk dikatakan bermanfaat apabila memberikan dampak yang baik dan memiliki manfaat bagi konsumennya.
3. Perusahaan harus dapat menjelaskan tentang sasaran atau konsumen dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan harus mengetahui target konsumen, serta dapat menjelaskan dan meyakinkan konsumen tentang produk perusahaan. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT dalam QS.A-An'am: 143:

ثُمَّ بَازِيَةٌ أَزْوَاجٌ مِّنَ الضَّالِّينَ وَمِنَ الْمَعْرِزِ الَّذِينَ قُلَّ الذِّكْرُ لِيُنذِرَ الَّذِينَ هُمْ أَكْفَرُ مِنْكُمْ وَالَّذِينَ يَكْفُرُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ أُولَئِكَ يَكْفُرُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَالَّذِينَ كَفَرُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ أُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ وَالَّذِينَ يَكْفُرُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ أُولَئِكَ يَكْفُرُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَالَّذِينَ كَفَرُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ أُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ وَالَّذِينَ كَفَرُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ أُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ

Artinya: “(yaitu) delapan binatang yang berpasangan, sepasang domba, sepasang dari kambing. Katakanlah: "Apakah dua yang jantan yang diharamkan Allah ataukah dua yang betina, ataukah yang ada dalam kandungan dua betinanya?" Terangkanlah kepadaku dengan berdasar pengetahuan jika kamu memang orang-orang yang benar”.

4. Indikator Diferensiasi Produk

Kotler dan Keller menyatakan indikator diferensiasi produk antara lain sebagai berikut:

a. Bentuk (*form*)

Digunakan untuk melakukan diferensiasi produk berdasarkan ukuran, model, atau struktur fisik produk.

b. Fitur (*feature*)

Merupakan alat persaingan yang digunakan untuk membedakan satu produk dengan produk lain berdasarkan fitur yang dipakai dalam melengkapi fungsi dasar dari suatu produk.

c. Mutu kinerja (*performance quality*)

Merupakan tingkat berlakunya karakteristik dasar produk. Sebagian produk dibangun berdasarkan level kinerja, yaitu rendah, rata-rata, tinggi dan unggul.

d. Mutu kesesuaian (*conformance quality*)

Merupakan tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi yang dijanjikan. Produk didesain dan dioperasikan berdasarkan karakteristik yang mendekati standart produk untuk memenuhi spesifikasi yang diminta.

e. Daya tahan (*durability*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Merupakan suatu ketahanan pada suatu produk atau suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal atau berat yang merupakan atribut berharga untuk suatu produk tertentu.

f. Kehandalan (*reliability*)

Merupakan ukuran kemungkinan bahwa suatu produk tidak akan rusak atau gagal pada periode tertentu dan memiliki sifat tidak terlihat. Suatu produk dikatakan baik akan memiliki keandalan sehingga dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama.

g. Mudah diperbaiki (*repairability*)

Merupakan ukuran kemudahan untuk memperbaiki produk ketika produk tersebut rusak, yang ukurannya dapat dilihat melalui nilai dan waktu yang dipakai.

h. Gaya (*style*)

Menggambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk tersebut bagi pelanggan dan menciptakan kekhasan yang sulit ditiru.

i. Desain (*design*)

Merupakan suatu kualitas produk yang diukur berdasarkan rancang bangun produk dan keseluruhan fitur yang memberikan efek bagaimana produk tersebut dilihat, dirasakan, dan digunakan sesuai fungsinya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan hasil-hasil sebagai berikut:

1. Strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan yang diterapkan oleh Rattan Handmade Premium Pekanbaru sudah cukup baik dan efektif.

Adapun langkah yang digunakan berdasarkan bentuk berupa banyak bentuk yang beraneka ragam, berdasarkan fitur adanya keunikan pada produk yang ditawarkan sehingga berbeda dengan produk pesaing, mutu kinerja menunjukkan kualitas produk dari rotan yang berkualitas tinggi, mutu kesesuaian produk yang ditawarkan sesuai dengan spesifikasi permintaan konsumen, produk memiliki daya tahan dan kehandalan, serta produk memiliki nilai lebih menurut konsumen melalui desain produk yang unik.

2. Adapun faktor pendukung diantaranya adalah kemajuan teknologi, adanya kerjasama dengan agen rotan, adanya kerjasama dengan pengrajin rotan, memberikan pelayanan terbaik. Adapun faktor pendukung diantaranya adalah bahan baku rotan, sumber daya manusia/pengrajin, persaingan.

3. Tinjauan ekonomi Islam, strategi *diferensiasi* produk untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan Rattan Handmade Premium Pekanbaru sudah sesuai dengan prinsip Islam, seperti jual beli dilakukan atas dasar suka sama suka, bersikap transparan dan menerapkan prinsip kejujuran.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Kesimpulan

1. Bagi usaha Rattan Handmade Premium Pekanbaru, dengan banyaknya persaingan dalam usaha sejenis diharapkan lebih meningkatkan strategi diferensiasi produknya, melakukan pengembangan produk dan meningkatkan kegiatan promosi.
2. Bagi pemerintah, agar lebih memperhatikan usaha Rattan Handmade Premium Pekanbaru ini seperti memberikan pelatihan agar memiliki kemampuan dalam bersaing dan pengelolaan usaha dengan baik.
3. Bagi mahasiswa, diharapkan skripsi ini bisa bermanfaat baik untuk penulis sendiri maupun pembaca dalam menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, serta dijadikan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- A John Pearce II, Richard B. Robinson Jr. 2014. *Strategi Management: Formulation, Implementation and Control*, alih bahasa oleh Kwan Men You. Jakarta: Salemba Empat.
- Adi Kakojo dan Ana Yunita. 2019. *Penerapan Personal Selling pada Strategi Penjualan Motor Honda di CV.Sumber Mas Motor Ambulu*. Majalah Ilmu “Dian Ilmu”, ISSN: 2620-7451, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember.
- Anang M. Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Qiara Media: Jawa Timur.
- Antonius Ian dan Sugiono Sugiharto. 2013. *Analisis Pengaruh Strategi Dierensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran: Vol. 1 No.2.
- Alfatihah Aynaya. 2020. *Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Ayam O’Chicken Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. Pekanbaru, UIN SUSKA RIAU.
- An-Nawawi Imam. 2011. *Syarah Shahih Muslim*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Asnawi Nur. 2017. *Pemasaran Syariah:Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Djamil Faturrahman. 2000. *Etika Bisnis Islami*. Jakarta:Granada Press.
- Fifiana Pinna. 2019. *Strategi Diferensiasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Pembibitan Tanaman Menurut Ekonomi Syariah*. Skripsi: Pekanbaru.
- Fikriah Hafizatul Amran. 2019. *Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Penjualan Pada Unit Usaha “Skala Konveksi” Jl.Tuanku Tambusai No.11-15 Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. Skripsi. Pekanbaru, Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau.
- Harsono. 2011. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Nusa Media.
- Haroen Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaa Pratama
- Hasbi Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hemawan Asep. 2010. *Penelitian Bisnis*. Jakarta: Grasindo.

<https://pekanbaru.go.id/p/hal/wilayah-geografis>, Diakses pada tanggal 12 Desember 2020, pukul 22.45.

<https://tribunpekanbaruwiki.tribunnews.com/2020/07/25/rattan-handmade-tempat-kerajinan-rotan-unik-di-pekanbaru>, Diakses pada tanggal 13 Desember 2020, Pukul: 13.00.

Ibrahim Malik, dkk. 2020. *Implementasi Strategi Distribusi pada Tujuan Penjualan PT Indo Oji Sukses Pratama Kc Malang*. JIAGABI, Vol. 9, No.2, ISSN: 2302-7150, Universitas Islam Malang.

Iksan. 2009. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Gaung Persada.

Juwita Egy. 2019. *Peranan Sistem Informasi Akutansi Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Intern Penjualan Pada City Ice Cream Cafe*. Jurnal Stindo Profesional, Volume V Nomor 4, ISSN: 2443-0536.

Kementerian Agama Republik Indonesia. 2013. *Al-Qur'an Terjemah*. Pustaka Al-Mubtin: Jakarta.

Kutiandi Januar, dkk. 2020. *Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pelatihan Diferensiasi Produk Olahan Susu Sapi Desa Ngemba*. Jurnal Graha Pengabdian, E-ISSN: 2715-5714, Universita Negeri Malang.

L. Daft, Richard. 2003. *Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

Mustofa Imam. 2016. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.

Nashiruddin Muhammad Al-Albani. 2006. *Shahih Sunnah Abu Daud (Seleksi Hadist Shahih Dari Kitab Sunan Abu Daud)*. Jakarta: Pustaka Azzam.

Nitisusanto Mulyadi. 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.

Nur M. Rianto Al-Arif dan Euis Amalia. 2010. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Kencana.

Nurmansyah. 2018. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Pekanbaru: Unilak Press.

Ridwan. 2012. *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Ruth Indira Septarini dan Piala Mutiara. 2020. *Identifikasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan Produk Oriflame*. Jurnal Sains dan Teknologi ISTP, Vol.13 No.01, Institusi Sains dan Teknologi TD. Pardede Medan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Riva Veithzal. 2009. *Islamic Economis*. Jakarta: Bumi Aksara.

Riva Veithzal Zainal, dkk. 2017. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara.

Tjiptono Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*,. Yogyakarta: Andi.

Trisnawati Erni Sule dan Muhammad Hasanudin. 2016. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung:Refika Aditama.

Siahnenia Silfiena dan Erlinda Tehuayo. 2020. *Analisis Pengaruh Orientasi Pesaing, Diferensiasi Produk, Positioning Produk Terhadap Kinerja Produk Gula Rendah Kalori Merek Tropicana Slim di Kota Ambon*. Jurnal Masohi, Volume 1(1), Universitas Patimura.

Soprah & Syihabudhin. 2013. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.

Syakir Muhammad Sula. 2004. *Asuransi Syariah (life and general) konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani.