

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Diferensiasi Produk Dalam Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah El-Hijaaz *Boutique And Craft* Dalam Perspektif Syariah” yang ditulis oleh Bella Aprilia Sari, NIM. 12405183323, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan bisnis yang semakin ketat, sehingga para pelaku bisnis diharapkan untuk terus mempunyai inovasi dan selalu melakukan pengembangan produk agar dapat bersaing dengan kompetitor, hal ini yang mendasari diterapkannya strategi diferensiasi produk di umkm El-hijaaz *Boutique and Craft* guna menciptakan keunggulan bersaing dan bisa memenangkan persaingan pasar. Upaya yang dilakukan dengan membuat beberapa produk turunan atau produk siap pakai dari mentahan produk kain shibori dan ecoprint.

Tujuan pada penelitian ini 1) Untuk mengetahui strategi diferensiasi produk dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing pada umkm El-hijaaz *Boutique and Craft*. 2) Untuk mengetahui bagaimana perspektif syariah terhadap penerapan strategi diferensiasi produk dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing pada umkm El-hijaaz *Boutique and Craft*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian study kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Data diperoleh dari pemilik UMKM El-hijaaz *Boutique and Craft*, karyawan serta pelanggan UMKM El-hijaaz *Boutique and Craft*. Dalam menganalisis data penulis menggunakan 3 metode yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini: 1) Strategi Pemasaran Melalui Diferensiasi Produk pada UMKM El-Hijaaz *Boutique and Craft* dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing yaitu menggunakan beberapa indikator strategi diferensiasi, antara lain melalui : a) indikator bentuk , b) Mutu kesesuaian, c) Daya tahan, d) Keandalan e) Mudah diperbaiki, f) Gaya, dan yang terakhir g) Desain. Melalui beberapa strategi tersebut, UMKM El-Hijaaz *Boutique and Craft* dapat menciptakan keunggulan bersaingnya. 2) Strategi diferensiasi produk yang dilakukan oleh UMKM El-Hijaaz *Boutique and Craft* selalu memperhatikan dan menerapkan transaksi jual beli yang sesuai dengan aturan dan ajaran islam.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Diferensiasi Produk, Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

The thesis under title “ Product Differentiation Strategy in an Effort to Create Competitive Advantage in Micro, Small and Medium Enterprises El-Hijaaz Boutique And Craft in Sharia Perspective” written by Bella Aprilia Sari, NIM. 12405183323, Department of Sharia Business Management, Advisor Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

The bankground of this research is the increasingly fierce competition, so that the actors are expected to continue to innovate and always carry out product development in order to compete with competitors, this is the implementation of a product differentiation strategy at Micro, Small And Medium Enterprises el-hijaaz Boutique and Crafts in order to increase sales volume and be able to win market competition. Efforts are made by making several derivative products or ready-to-use products from raw shibori fabric products and ecoprints.

The purposes of this study are: 1) o find out the product differentiation strategy in an effort to create a competitive advantage at Micro, Small And Medium Enterprises el-hijaaz Boutique and Craft. 2) To find out how the sharia perspective on the implementation of product differentiation strategy in an effort to create competitive advantage at Micro, Small And Medium Enterprises el-hijaaz Boutique and Craft.

This research uses a qualitative approach and the type of the case study research. Data collection techniques are done by interview, observation and documentation. The datas are sourced from the owner of UMKM El-Hijaaz Boutique and Craft, employees and customers of UMKM El-Hijaaz Boutique and Craft . Author uses three methods in data analiysis namely data reduction, data display, and verification.

The results of this study: 1) Marketing Strategy Through Product Differentiation at UMKM El-Hijaaz Boutique and Craft in an effort to increase sales volume by using several differentiation strategy indicators, including through: a) form indicators, b) feature indicators, c) performance quality, d) conformity quality , e) Durability, f) Reliability g) Easy to repair, h) Style, and the last one is i) Design. Through these strategies, UMKM El-Hijaaz Boutique and Craft can increase their sales volume. 2) The product , differentiation strategy carried out by UMKM El-Hijaaz Boutique and Craft always pays attention to and implements buying and selling transactions in accordance with Islamic rules and teachings.

Keywords: Marketing Strategy, Product Differentiation, sales volume