

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Menurut Ina Primiana dalam Ariyanto, UMKM merupakan pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian guna mawadahi program prioritas serta pengembangan berbagai sektor dan potensi.¹ Berdasarkan pada pengertian tersebut, kawasan andalan yaitu sebuah kawasan atau ruang yang difokuskan untuk mendorong pemulihan ekonomi di suatu wilayah. Pengembangan kawasan andalan disertai dengan adanya sebuah produk yang menjadi keunggulan di kawasan tersebut. UMKM menjadi sebuah wadah yang menaungi pengembangan potensi diberbagai sektor salah satunya yaitu pada sektor pertanian. Pertanian merupakan salah satu sektor yang menjadi keunggulan di wilayah pegunungan atau dataran tinggi.

Hasil pertanian menjadi salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan dan dapat dikelola lebih lanjut oleh masyarakat untuk meningkatkan tingkat perekonomian kawasan, utamanya di wilayah lokal. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Yufit, dkk., mengenai produk unggulan lintas wilayah menunjukkan bahwa produk unggulan lintas wilayah Magetan, Ponorogo, dan Pacitan, yang memiliki prioritas tinggi untuk dikembangkan menjadi sebuah produk di wilayah tersebut yaitu produk olahan janggolan.

¹ Aris Ariyanto, et. al., *Entrepreneurial Mindsets & Skill*, (Solok: Penerbit Insan Cendekia Mandiri, 2021). hlm. 35

Salah satu wilayah yang menjadi tempat penelitian yaitu di Ponorogo, dimana produksi janggolan berada di wilayah Ngrayun dan Slahung, dengan luas tanamnya sebesar 391,75 ha, dan jumlah produksi 217,87 ton janggolan kering per tahun.² Berdasarkan hasil penelitian tersebut, produk unggulan merupakan produk atau hasil bumi yang melimpah di suatu daerah dan memiliki potensi untuk diolah atau dikembangkan menjadi sebuah produk unggulan di daerah tersebut. Produk olahan janggolan menjadi produk unggulan atau salah satu potensi yang terdapat di wilayah Kecamatan Ngrayun, yang mana memiliki ketersediaan yang cukup sehingga dapat diolah lebih lanjut menjadi sebuah produk yang memiliki harga jual yang lebih tinggi.

Desa Selur merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Ngrayun. Tanaman janggolan adalah satu hasil budidaya tanaman yang dapat dijumpai di Desa Selur. Budidaya tanaman janggolan bisa dilakukan dengan cara yang mudah yaitu salah satunya melalui stek batang. Tanaman janggolan merupakan salah satu potensi lokal yang memiliki berbagai manfaat apabila diolah menjadi cincau hitam. Khasiat yang dimiliki oleh cincau hitam yaitu dapat menurunkan panas badan, panas dalam, untuk mencegah gangguan pencernaan serta menurunkan tekanan darah tinggi.³ Cincau hitam berbentuk gel dan pada umumnya dijadikan salah satu bahan untuk membuat es campur atau minuman sejenisnya.

² Hendra Yufit R, et. all. *Strategi Pengembangan Produk Unggulan Lintas Wilayah Untuk Mendukung Sistem Inovasi Daerah Kabupaten Magetan, Ponorogo dan Pacitan*, Jurnal Cakrawala, Vol. 11, No. 1, 2017. hlm. 120

³ Redaksi Health Secret, *Awet Muda Ala China*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013), hlm. 76

UD Rizqi Agung merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada industri pengolahan tanaman janggelan. Perusahaan ini dipimpin oleh Ibu Lusia Widiarini, S.Pd. yang berdiri pada tahun 2012. Produk unggulan yang dihasilkan perusahaan ini yaitu minuman kemasan yang terbuat dari sari pati tanaman janggelan. Melalui berbagai tahap uji coba yang telah dilakukan dalam pembuatan minuman kemasan ini, kemudian terciptalah minuman kemasan sari janggelan dengan merek “Segaaarin”. Bahan baku pembuatan minuman sari janggelan diambil dari hasil budidaya milik warga di wilayah Desa Selur dan sekitarnya yang berada di wilayah Kecamatan Ngrayun. Selain karena bahan baku yang melimpah, pemilik usaha ingin meningkatkan perekonomian para petani janggelan yang ada di wilayah tersebut.

Tanaman janggelan biasanya setelah panen akan dikeringkan kemudian dijual ke tengkulak atau pedagang-pedagang yang ada di pasar tradisional. Janggelan kering (*simplisia kering*) yaitu berupa batang dan daun dan memiliki harga jual yang relatif murah. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan CO-Founder UD Rizqi Agung yaitu Ibu Feby Fitriana yang memaparkan bahwa:

“Dulu mama saya melihat banyak tanaman janggelan kering yang ada di rumah-rumah warga sini, kemudian dijual dengan harga yang murah yaitu dengan harga Rp 2000,00/kg pada waktu itu, di tahun 2012.”⁴

Harga jual yang murah tersebut tentunya dapat ditingkatkan melalui proses pengolahan suatu bahan baku menjadi produk yang memiliki nilai jual

⁴ Hasil wawancara dengan CO-Founder UD Rizqi Agung, Feby Fitriana pada 15 Desember 2022

lebih tinggi. Komoditas pertanian yang memiliki harga murah tentunya dapat ditingkatkan nilai jualnya melalui peningkatan nilai tambah produk yang berkaitan dengan peningkatan nilai kegunaan atau manfaatnya. Seperti yang dikemukakan oleh Zam dkk., bahwa penambahan nilai tambah sebuah produk sangat diperlukan agar dapat meningkatkan harga jual produk dan nilai jual produk pertanian yang dapat dilakukan dengan penanganan pascapanen yang baik dan benar, misalnya seperti pengolahan, pengemasan yang higienis, serta jenis kemasan produk yang menarik.⁵

Berdasarkan fenomena tersebut, Ibu Lusia Widiarini, S.Pd., melihat adanya potensi yang bisa dikembangkan agar harga jual dari tanaman janggolan bisa bertambah sehingga dapat meningkatkan perekonomian diwilayah tersebut. Kemudian terciptalah sebuah gagasan bahwa janggolan tersebut hendak diolah menjadi minuman kemasan. Janggolan pada umumnya, di Indonesia hanya diolah menjadi minuman segar (jelly) dan UKM yang mengolah minuman tersebut sangat terbatas, jadi perkembangan produk cincau hitam tidak begitu menggembirakan.⁶ Minuman cincau hitam yang berasal dari tanaman janggolan tentunya sangat jarang ditemui dan mungkin sedikit awam bagi masyarakat, apalagi minuman tersebut dalam bentuk kemasan (*End Product*). Minuman tersebut diharapkan mampu memiliki ciri khas yang berbeda dengan produk lain, sehingga bisa menjadi salah satu produk asli yang khas dari Kabupaten Ponorogo.

⁵ Aksal Mursalat, et. all. *Efisiensi Pemasaran Melalui Inovasi Produk Pertanian*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 84

⁶ Ragnar Octavianus Sitorus, et. all. *Nilai Tambah Pengolahan Daun Janggolan Menjadi Cincau Hitam dan Saluran Pemasaran*, Jurnal Methodagro, Vol. 7 No. 1, 2021, hlm. 58

Dalam pengolahan sebuah produk, untuk menciptakan produk yang berkualitas dan memiliki ciri khas tertentu diperlukan berbagai pertimbangan yang perlu dilakukan oleh perusahaan, salah satunya yaitu penggunaan bahan baku yang juga berkualitas. Setiap perusahaan tentunya memiliki berbagai kriteria yang digunakan untuk mengukur tingkat kelayakan dan kualitas bahan baku yang hendak digunakan dalam proses produksi agar menghasilkan produk yang terbaik sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, pemilihan bahan baku yang berkualitas merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan. Pada proses pengolahan dan pengemasan produk pada prinsipnya tidak dapat meningkatkan mutu sebuah produk jika bahan baku yang digunakan memiliki mutu yang kurang baik.⁷ Oleh karena itu bahan baku yang kurang baik meskipun telah diolah dan dikemas, mutunya tidak dapat meningkat. Untuk menciptakan produk dengan mutu yang baik, maka diperlukan pula penggunaan bahan baku yang baik.

Ketika perusahaan telah menemukan bahan baku yang sesuai dengan keinginannya, maka proses selanjutnya yaitu tahap pengolahan bahan baku menjadi produk olahan atau produk akhir dari perusahaan. Dalam mengolah bahan baku tentunya dilakukan melalui berbagai tahap, dan tahapan yang dilakukan tersebut tentunya menggunakan berbagai peralatan, keahlian sumber daya manusia dan lain sebagainya, untuk menghasilkan produk

⁷ Singgih Purnomo, et. all. *Kewirausahaan UMKM*, (Klaten: Penerbit Lakeisha, 2022), hlm. 85

yang diharapkan. Dalam proses pengolahan, bahan baku akan mengalami berbagai perubahan karena terdapat berbagai proses dimana bahan baku melalui tahap penambahan bahan baku pendukung lainnya sehingga mampu menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah dan manfaat yang terdapat didalamnya. Penambahan nilai sebuah produk diharapkan dapat membuat harga jual produk tersebut menjadi meningkat.

Ciri khas dari setiap produk diciptakan oleh perusahaan untuk membedakan atau memberikan keunggulan produk dari produk pesaing. Hal inilah yang juga diharapkan oleh perusahaan, yaitu dapat menambah nilai jual dari janggolan kering yang diolah dan dijadikan minuman sari janggolan dalam bentuk minuman kemasan, sehingga nilai jualnya bisa menjadi lebih tinggi. Ketika terjadi penambahan nilai suatu produk maka selanjutnya diharapkan volume dari penjualan produk dapat meningkat. Penentuan harga jual produk merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena diperlukan evaluasi dan penyesuaian dengan kondisi yang sedang dihadapi oleh perusahaan, hal tersebut dapat mempengaruhi laba yang ingin dicapai dan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.⁸ Kondisi yang dihadapi perusahaan akan berubah-ubah, seperti perubahan harga bahan baku produksi dan lain sebagainya, oleh karena itu diperlukan evaluasi agar harga jual yang diterapkan perusahaan sesuai dengan adanya perubahan tersebut. Selain itu perusahaan juga menyesuaikan dengan visi dan misi dari

⁸ Feliks Arfid Guampe, et. all. *Ekonomi Mikro (Suatu Pendekatan Teoretis)*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2023), hlm. 205

perusahaan, sehingga dapat memberikan keuntungan dan manfaat untuk jangka panjang sesuai dengan identitas yang telah dibangun oleh perusahaan.

Keberhasilan yang telah diraih oleh UD Rizqi Agung dalam melakukan pengolahan bahan baku janggelan menjadi produk yang bernilai tinggi tentunya dilakukan dengan kegigihan dan kerja keras yang diwujudkan melalui berbagai uji coba pengolahan hingga berhasil menciptakan produknya yaitu minuman sari janggelan dalam bentuk kemasan. Keberhasilan tersebut diawali dengan tujuan yang mulia yaitu memperbaiki perekonomian warga sekitar yakni petani janggelan. Selain itu, keberhasilan yang telah dicapai oleh UD Rizqi Agung dapat dibuktikan dengan berbagai perolehan prestasi dan penghargaan yang telah diterima dalam berbagai event, baik tingkat kabupaten maupun tingkat provinsi. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat diketahui bagaimana strategi pengolahan bahan baku yang tepat sehingga mampu menghasilkan produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK PADA UD RIZKI AGUNG DI DESA SELUR KECAMATAN NGRAYUN KABUPATEN PONOROGO DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti merumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pemilihan bahan baku UD Rizqi Agung di Desa Selur Kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan volume penjualan?
2. Bagaimana desain produk pada UD Rizqi Agung di Desa Selur Kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan volume penjualan?
3. Bagaimana keistimewaan produk pada UD Rizqi Agung di Desa Selur Kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan volume penjualan?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pemilihan bahan baku UD Rizqi Agung di Desa Selur Kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan volume penjualan.
2. Mengetahui dan mendeskripsikan desain produk pada UD Rizqi Agung di Desa Selur Kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan volume penjualan.
3. Mengetahui keistimewaan produk pada UD Rizqi Agung di Desa Selur Kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo dalam meningkatkan volume penjualan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teori tentang strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UD Rizqi Agung Kabupaten Ponorogo yang

berfokus pada aspek pemilihan bahan baku, desain produk dan keistimewaan produk. Selain itu juga untuk menambah pengetahuan dan mengubah pola berpikir menjadi lebih kritis ketika menemukan permasalahan sejenis yaitu tentang strategi diferensiasi produk.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Pengelola UD Rizqi Agung

Memberikan informasi tentang strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan volume penjualan, yang mungkin dapat digunakan oleh pemilik usaha untuk dijadikan strategi atau upaya dalam mengevaluasi strategi diferensiasi yang digunakan agar mampu meningkatkan volume penjualan. Strategi yang tepat diharapkan dapat membawa dampak yang baik untuk perkembangan perusahaan kedepannya.

2) Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pada akademik dan sebagai kebhendaraan bagi perpustakaan UIN SATU Tulungagung, sehingga dapat menambah wawasan bagi mahasiswa yang mengunjungi perpustakaan.

3) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan untuk peneliti selanjutnya di lokasi penelitian yang sama, dengan menggunakan variabel yang berbeda misalnya strategi pemasaran dan strategi pengembangan sumber daya manusia.

E. Penegasan Istilah

Agar terhindar dari kesalahan pemahaman, penyusun dapat menjelaskan pemahaman istilah sebagai berikut:

a) Definisi Konseptual

1. Manajemen produksi

Manajemen produksi merupakan salah satu bidang manajemen yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kegiatan produksi yang buruk dapat mengakibatkan pemborosan dalam bentuk menumpuknya persediaan, sehingga dapat berakibat pada rendahnya mutu produk atau jasa yang dihasilkan.⁹ Terdapat tiga aspek yang ada dalam manajemen produksi yaitu:

- a. Perencanaan produksi barang/jasa.
- b. Pengendalian produksi barang/jasa.
- c. Pengawasan produksi barang/jasa.

2. Strategi diferensiasi produk

Strategi diferensiasi menonjolkan perbedaan yang mencolok antara mereknya dengan merek pesaing. Diferensiasi terdiri dari diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personal, diferensiasi saluran serta diferensiasi citra.¹⁰ Diferensiasi produk merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menghasilkan dan memasarkan suatu produk yang berbeda dengan

⁹ Alam S., *Ekonomi (Untuk SMA dan Ma Kelas XII)*, (t.t.p, Esis, t.t.), hlm. 144

¹⁰ M. Suyanto, *Multimedia (Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing)*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2003), hlm. 4

tawaran perusahaan pesaing.¹¹ Menurut Kotler dan Keller, diferensiasi produk adalah strategi yang membuat produk menjadi berbeda dengan kompetitor bahkan melebihinya, sehingga hasil yang dapat dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat mempengaruhi pilihan dan kepentingan konsumen yang paling istimewa.¹²

3. Pemilihan Bahan Baku

Pemilihan bahan baku merupakan tahap awal dari proses produksi dimana perusahaan memilih bahan baku yang diperlukan dalam proses pengolahan sehingga mampu menghasilkan sebuah produk yang diharapkan oleh perusahaan. Pemilihan bahan baku akan mempengaruhi produk hasil produksi sebuah perusahaan. Bahan mentah memiliki kualitas atau mutu yang berbeda-beda sesuai dengan komoditasnya.¹³ Setiap bahan baku atau bahan mentah memiliki komoditas yang berbeda dan perusahaan bisa memilih komoditas mana yang hendak digunakan sebagai bahan baku produksinya. Setiap perusahaan perlu memperhatikan bahan baku yang dipilih. Selain itu perlu adanya sebuah spesifikasi yang ditentukan oleh perusahaan agar kualitas bahan baku sesuai dengan yang diharapkan perusahaan dan nantinya akan menghasilkan produk akhir yang sesuai. Suyadi

¹¹ Yulina Astuti, Muhammad Zulkarnain, dan Mukarramah, *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasuke Cikara Langsa*, Jurnal Investasi Islam, Vol. IV No. 2, 2029. hlm. 142

¹² Astri Ayu Purwati, Calvin Kristianto & Suherman, *Analisis Pengaruh Brand Image, Diferensiasi Produk, Dan Strategi Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Agung Toyota Harapan Baru)*, Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 7, No. 2, 2019. hlm. 288

¹³ Purnomo, et. all. *Kewirausahaan UMKM...*, hlm. 85

Prawirosentono mengemukakan bahwa bahan baku merupakan bahan utama dari suatu produk atau barang.¹⁴ Menurut Indrajit dalam Asman, bahan baku (*raw material*) adalah bahan mentah yang akan diolah, yang diolah menjadi barang jadi sebagai hasil utama dari perusahaan yang bersangkutan.¹⁵ Menurut Sinuraya dalam Novita dkk, bahan baku (*direct material*) adalah bahan dasar yang dipakai dalam proses produksi yang dilakukan perusahaan, yang merupakan bagian terbesar dalam pembentukan barang jadi.¹⁶ Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bahan baku merupakan bahan utama yang diolah menjadi barang jadi pada sebuah perusahaan.

Komoditas hasil pertanian adalah komoditas yang cenderung mempunyai harga murah namun kaya akan zat gizi bagi tubuh dan ketersediaannya yang melimpah.¹⁷ Hasil pertanian seringkali dikenal dengan harga yang murah karena ketersediaannya yang melimpah tetapi identik dengan lokasi yang jauh dari wilayah perkotaan. Pada kenyataannya harga yang murah pun belum tentu tidak memiliki nilai gizi yang baik bahkan bergizi tinggi. Harga yang murah pada komoditas hasil pertanian salah satunya berkaitan dengan pemasaran hasil pertanian yang lemah dan disebabkan oleh berbagai faktor. Beberapa

¹⁴ Ibid.,

¹⁵ Nasir Asman, *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*, (Indramayu: CV Adanu Abimata, 2020), hlm. 57

¹⁶ Elen Novita, Suarti Norawati & Litra Diantara, *Analisis Pengendalian Bahan baku Tandan Buah Segar (TBS) Dengan Metode EOQ pada PMKSPT. Padasa Enam Utama Kecamatan Koto Kampar Hulu*, Jurnal Riset Manajemen Indonesia, Vol. 2, No. 4, 2020. hlm. 301

¹⁷ Eko Waluyo, et. all. *Inovasi dan Pengembangan Produk Pangan*, (Malang: UB Press, 2021), hlm. 141

penyebab yang membuat lemahnya posisi petani dalam rantai pemasaran yaitu:¹⁸

- a. Pangsa pasar (*market share*) petani yang relatif terbatas.
- b. Komoditas pertanian yang dihasilkan pada umumnya bersifat cepat rusak.
- c. Lokasi pertanian yang relatif terpencil.
- d. Kurangnya informasi tentang harga, kualitas, dan kuantitas konsumen.
- e. Kebijakan pemerintah yang kurang memberikan keuntungan bagi petani.

4. Desain produk

Desain produk adalah totalitas dari keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Desain produk menjadi senjata yang ampuh untuk mendiferensiasikan dan memposisikan produk dan jasa sebuah perusahaan.¹⁹ Menurut Kotler dan Keller dalam Sutianah dan Pingon, desain produk sebagai totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan pada kebutuhan pelanggan.²⁰

5. Keistimewaan produk

¹⁸ I Gede Made Rusdianta, et. all. *Strategi Penerapan Sub Terminal Agribisnis Dalam Mengembangkan Pertanian Tabanan Yang Berkelanjutan*, Majalah Ilmiah Untab, Vol. 16 No. 1, 2019. hlm. 8

¹⁹ Suyanto, *Multimedia...*, hlm. 8

²⁰ Cucu Sutianah & Les Pingon, *Kewirausahaan Desain*, (Klaten: Lakeisha, 2022), hlm.

Keistimewaan produk merupakan sebuah karakteristik yang dilengkapi dengan fungsi dari produk.²¹ Produk yang dihasilkan oleh organisasi atau perusahaan tidak harus yang selalu baru dan belum pernah ada sebelumnya. Produk tersebut perlu diberikan nilai atau value baru yang berbeda dengan produk yang sudah ada sebelumnya sehingga memiliki keistimewaan bagi pelanggan. Nilai dari suatu produk akan diperoleh dari proses identifikasi pelanggan dan kebutuhan pelanggan. Riset pasar diperlukan supaya dapat memperoleh umpan balik dari pelanggan terhadap produk.²²

6. Meningkatkan volume penjualan

Menurut Kotler, volume penjualan merupakan barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dimana didalamnya memiliki strategi pelayanan yang baik.²³ Menurut Daryanto volume penjualan merupakan ukuran yang menentukan besarnya atau banyaknya barang dan jasa yang terjual.²⁴ Menurut Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain:²⁵

- a. Harga jual
- b. Produk

²¹ Suyanto, *Multimedia...*, hlm. 6

²² Suwatno, *Pemimpin dan Kepemimpinan Dalam Organisasi Publik dan Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), hlm. 183

²³ Rakhmat Andi Atmoko & Susilowati, *Modul Pembelajaran Kewirausahaan Optimalisasi Digital Marketing*, t.t.p., Pusat Pengembangan Kewirausahaan Pendidikan Vokasi Universitas Brawijaya, t.t., hlm. 69

²⁴ Anju Gracya Pramudita Putri, Emma Lilianti, & Panca Satria Putra, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Perusahaan Subsektor Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal Akuntansi, Vol. 14, No. 2, 2022, hlm. 189

²⁵ Ibid.,

- c. Biaya promosi
- d. Saluran distribusi
- e. Mutu

b) Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur.²⁶ Dalam penelitian ini, strategi diferensiasi produk didasarkan pada pemilihan bahan baku sesuai kriteria bahan baku menurut Kurniasih dkk., yaitu memenuhi spesifikasi yang diisyaratkan, ada, cukup, dan kontinuitas ketersediaannya dapat terjamin, mudah diperoleh dan harganya murah. Selain itu juga berdasarkan indikator kualitas bahan baku menurut Situmorang dalam Hilary & Wibowo, yaitu terkait dengan penyimpanan, penanganan/pengendalian, dan proses. Desain produk dan keistimewaan produk disesuaikan dengan indikator strategi diferensiasi produk, dimana industri pengolahan berkaitan dengan adanya nilai tambah produk dan kegunaan (*utility*) yang pada akhirnya akan menciptakan harga jual produk yang lebih tinggi.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi pada penelitian kualitatif disusun menjadi tiga bagian yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir.

1. Bagian Awal

²⁶ M. Askari Zakariah, et. all. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Action Research, Research and Development (R and D)*, (Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah, 2020), hlm. 26

Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

2. Bagian Utama

a. Bab 1 Pendahuluan

Dalam bab pendahuluan ini menguraikan beberapa sub bab sebagai berikut: (a) latar belakang masalah, (b) fokus penelitian, (c) tujuan penelitian, (d) batasan masalah, (e) manfaat penelitian, (f) penegasan istilah, (g) sistematika penulisan

b. Bab II Kajian Pustaka

Kajian teori sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Pada bagian ini membahas kajian teori tentang strategi pengolahan bahan baku murah dalam meningkatkan harga jual produk, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

c. Bab III Metode Penelitian

Terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, dan (h) tahap-tahap penelitian.

d. Bab IV Hasil Penelitian

Terdiri dari: (a) paparan data, dan (b) temuan penelitian.

e. Bab V Pembahasan

Berisi tentang analisis dengan cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.

f. Bab VI Penutup

Terdiri dari: (a) kesimpulan dan (b) saran atau rekomendasi.