

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis di zaman sekarang yang semakin berkembang tentu akan banyak pula berbagai tantangan yang harus dihadapi salah satunya terkait dengan pandangan konsumen terhadap suatu produk lebih *high-quality* dan *lowcost*.¹ Persaingan ialah inti dari kegagalan atau keberhasilan suatu perusahaan. Persaingan sangat memberikan suatu kepastian bagi perusahaan perihal aktivitas dan efektivitas yang sanggup mendorong performa yang baik dalam hal upaya terobosan, kultur dan juga pelaksanaan yang tepat. Menurut penelitian Satwika dan Ni Made sebagaimana dikutip oleh Wulandari bahwasanya perusahaan dalam melakukan peningkatan performa harus menunjukkan keunggulan yang kompetitif dari suatu produk yang dihasilkan, melakukan berbagai terobosan dan juga beradaptasi dengan baik supaya bisa bertahan dari suatu persaingan. Dalam melakukan strategi bersaing, perusahaan harus mempunyai prasyarat yang perlu dicermati diantaranya adalah ancaman dari produk substitusi, masuknya

¹ Ela Wulandari dan Indri Murniawaty, "Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi Di Kabupaten Temanggung", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 13 No 2, (2019), h. 69.

pendatang baru, kekuatan tawar-menawar dan persaingan sesama perusahaan di bidang industri.² Dalam menghadapi persaingan, perusahaan mampu menciptakan daya saing yang kuat agar tetap terjaga. Salah satu strategi yang dapat digunakan dalam bersaing ialah dengan menerapkan strategi diferensiasi produk.³

Menurut Kartajaya sebagaimana dikutip oleh Rusdian yang dimaksud diferensiasi adalah suatu upaya dalam menciptakan perbedaan diantara kompetitor yang bertujuan untuk memberikan nilai terbaik pada konsumen. Meskipun memasarkan produk yang kreatif tetapi tidak memenuhi dengan apa yang pembeli butuhkan dan inginkan ataupun memasarkan produk yang sudah sesuai tetapi bersifat komoditas sehingga tidak berbeda dengan produk lain tentu strategi pemasaran tidak akan berjalan lancar sepenuhnya. Apabila tidak melakukan diferensiasi produk, maka produk yang dihasilkan akan terkalahkan dengan produk yang sejenis dan dapat berakibat menurunnya keputusan pembelian serta terjadinya kejenuhan pada pasar yang membuat konsumen merasa bosan. Kemunculan bermacam-macam merek dan kualitas barang di pasar membuat

² Jan One Riski Maabuat dkk, "Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Hasjrat Abadi Amanado Cabang (Tendean)", *Jurnal EMBA*, Vol 9 No 3, (2021), h. 1712.

³ Ela Wulandari dan Indri Murniawaty, "Peningkatan Keunggulan", h. 69-70.

pembeli akan cepat berubah dan penuh pertimbangan dalam mengambil keputusan. Dengan melakukan diferensiasi produk perusahaan akan mengalami perkembangan dan kemajuan yang lebih baik.⁴ Perusahaan yang berhasil ialah perusahaan yang sanggup bersaing dan menjadikan konsumen bagian yang mendasar dalam aktivitas perusahaan.⁵ Apabila konsumen merasakan kepuasan terhadap suatu produk tentunya akan menjamin produk tersebut dan membelinya secara berulang sebab, kualitas produk yang dihasilkan selalu mengalami peningkatan serta terdapat komunikasi yang terjalin dengan baik antara pemilik usaha maupun dari karyawan terhadap konsumen.⁶

UMKM ialah salah satu bentuk usaha memuat peran dalam hal pembangunan ekonomi nasional yakni sebagai penyedia lapangan pekerjaan.⁷ Para wirausaha terutama di kalangan ibu-ibu rumah tangga lebih memilih untuk menjalani usahanya di rumah dengan cara *home*

⁴ Suca Rusdian dan Nurul Hidayani, "Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 8 No 1, (2021), h. 133.

⁵ Tito Siswanto dkk, "Optimalisasi Strategi Penggunaan Media Sosial Dalam Menciptakan Customer Engagement Pada Usaha Kecil Dan Menengah", *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, Vol 9 No 2, (2020), h. 167.

⁶ Khotim Fadhli dan Nia Dwi Pratiwi, "Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang", *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol 2 No 2, (2021), h. 603.

⁷ Chyntia Azzahra Fabriza dan Donni Juni Priansa, "Implementasi Strategi Diferensiasi Produk Olahan Pangan Pada UMKM CV. Firman Surya Kendedes Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Tahun 2021", *E-Proceeding Of Applied Science* , Vol 7 No 4 Agustus, (2021), h. 597.

industry. Maksud dari kegiatan *home industry* yaitu kegiatan wirausaha yang lebih diminati pada kalangan ibu-ibu rumah tangga. Ketertarikannya dalam kegiatan ini dikarenakan salah satu bentuk implementasi dari hobi yang dapat dilakukan di rumah, tidak memerlukan modal yang sangat besar serta dapat menambah penghasilan yang bisa membantu perekonomian keluarga. *Home industry* mempunyai peran yang berguna dalam pemberdayaan masyarakat supaya dapat menanamkan sifat kemandirian pada setiap individu dalam kegiatan ekonomi.⁸

Produk kuliner yang terdapat di *home industry* Tumpeng Rumah Ola sudah banyak di pasaran akan tetapi, strategi yang diterapkannya membuat konsumen lebih tertarik pada produknya sehingga dapat meningkatkan minat pelanggan dan merasa puas dengan produk yang dibelinya. Di samping itu, Tumpeng Rumah Ola harus menghadapi persaingan yang semakin ketat, karena produk yang sejenis membuat pemilik usaha harus berpikir keras agar rasa, bentuk, variasi, maupun tekstur dapat menghasilkan produk yang lebih berbeda dari yang lainnya. Dengan cara diferensiasi produk menjadi salah satu strategi

⁸Diana dan Nor Laila, "Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan Di Masa Pandemi Covid 19", *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, E-ISSN: 2714-6286, (2020), h. 1-2.

yang efektif dalam memberikan berbagai penawaran dengan terobosan baru maupun modifikasi sehingga dapat mencapai kebutuhan sesuai dengan selera konsumen.⁹ Pemilik usaha juga menginginkan keuntungan, citra baik dan dapat menghasilkan produk yang berkualitas dengan meningkatkan eksistensinya.

Berdasarkan latar belakang yang digambarkan di atas, penulis terinspirasi untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul **“Peran Diferensiasi Produk dan Kualitas Produk Kuliner Pada *Home Industry* Terhadap Daya Saing Usaha”**.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada peran diferensiasi produk dan kualitas produk kuliner di *home industry* Tumpeng Rumah Ola dalam menghadapi persaingan usaha. Lokasi yang akan diteliti oleh peneliti yaitu pada sebuah *home industry* yang bernama Tumpeng Rumah Ola.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan landasan permasalahan yang telah dikemukakan, maka masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

⁹ Rini Astuti dkk, “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse”, *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, Vol 2 No 2, (2021), h. 204.

1. Bagaimana strategi *home industry* Tumpeng Rumah Ola dalam melakukan penerapan diferensiasi dan kualitas produk kuliner terhadap daya saing usaha?
2. Bagaimana peran dari diferensiasi dan kualitas produk kuliner Tumpeng Rumah Ola terhadap persaingan sesama industri kuliner lainnya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rencana permasalahan yang telah diutarakan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi *home industry* Tumpeng Rumah Ola dalam melakukan penerapan diferensiasi dan kualitas produk kuliner terhadap daya saing usaha.
2. Untuk mengetahui peran dari diferensiasi dan kualitas produk kuliner Tumpeng Rumah Ola terhadap persaingan sesama industri kuliner lainnya.

E. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini sebagai tambahan teori yang telah ada dan dapat membandingkan teori-teori selama perkuliahan dengan yang terjadi di lapangan.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bisa memberikan penambahan wawasan ilmiah dan pengalaman bagi peneliti terkait dengan Peran Diferensiasi Produk dan Kualitas Produk Kuliner Pada *Home Industry* Terhadap Daya Saing Usaha.

2. Bagi UKM

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pemilik *home industry* sebagai informasi tambahan dan juga masukan agar dapat meningkatkan penjualan yang lebih signifikan.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini bisa menjadi bahan rujukan yang dapat menambah literatur pada kampus UIN SMH Banten terkhusus pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Julham Bahar Nugroho dalam skripsinya yang berjudul “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Word Of Mouth, dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi di Wilayah Tangerang Selatan*”. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dalam menganalisis datanya digunakan analisis regresi linear berganda sehingga menghasilkan

penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk, diferensiasi produk, *word of mouth* dan citra merek terhadap proses keputusan pembelian berpengaruh secara signifikan.¹⁰ Dalam penelitian ini, terdapat persamaan yaitu sama-sama menggunakan variabel kualitas produk dan diferensiasi produk sebagai variabel independen. Sedangkan, perbedaannya penggunaan variabel daya saing usaha sebagai variabel dependen dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

Gerry Doni Ratela dan Rita Taroreh dalam jurnal yang berjudul “*Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopi Coffee Island*”. Penelitian dengan judul tersebut menggunakan penelitian asosiatif dan digunakan analisis regresi linear berganda sehingga menghasilkan penelitian yang menyatakan bahwa strategi diferensiasi, kualitas produk dan harga berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen secara simultan dan parsial.¹¹ Dalam penelitian ini, terdapat persamaan yaitu sama-sama menggunakan variabel diferensiasi dan kualitas produk sebagai variabel independen. Sedangkan,

¹⁰ Julham Bahar Nugroho, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Word Of Mouth, Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi Di Wilayah Tangerang Selatan”, Skripsi, (2016), h. viii.

¹¹ Gerry Doni Ratela dan Rita Taroreh, “Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Kopi Coffee Island”, *Jurnal EMBA*, Vol 4 No 1 (2016), h. 460.

perbedaannya penggunaan variabel daya saing usaha sebagai variabel dependen dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

Ela Wulandari dan Indri Murniawaty dalam jurnal yang berjudul “*Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi di Kabupaten Temanggung*”. Penelitian dengan judul tersebut digunakan analisis data *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM PLS) sehingga menghasilkan penelitian yang menunjukkan perusahaan yang semakin tinggi menerapkan strategi diferensiasi produk maka keunggulan bersaing akan mengalami peningkatan, namun apabila semakin tinggi menerapkan diferensiasi citra belum tentu bisa meningkatkan keunggulan bersaing sedangkan keunggulan bersaing dapat meningkatkan performa pemasaran.¹² Dalam penelitian ini, terdapat persamaan yaitu menggunakan variabel diferensiasi produk sebagai variabel independen. Sedangkan, perbedaannya penggunaan variabel daya saing usaha sebagai variabel dependen dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

Nanda Annisa dkk dalam jurnal yang berjudul “*Analisis Strategi Pemasaran dan Diferensiasi Produk Melalui Instagram dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen di Kedai Kopi Darling Habit*”.

¹² Ela Wulandari Dan Indri Murniawaty, “Peningkatan Keunggulan”, h. 69.

Penelitian dengan judul tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif serta dalam menganalisis data digunakan dua cara yaitu dengan data internal dan eksternal sehingga menghasilkan penelitian bahwa Darling Habit dalam mengenalkan brand kepada publik yakni melalui Instagram dengan menggunakan *content marketing*. Meskipun dari “segi visibilitas kedai tersebut jauh dari orang yang lalu lalang sehingga mudah terlihat”. Adanya rasa loyalitas terhadap pelanggan yang ditimbulkan oleh strategi diferensiasi. Hal ini juga didukung oleh strategi pemasaran lainnya yaitu pemasaran konten digital.¹³ Dalam penelitian ini, terdapat persamaan yaitu penggunaan variabel diferensiasi produk sebagai variabel independen dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sedangkan, perbedaannya penggunaan variabel kualitas produk sebagai variabel independen dan variabel daya saing usaha sebagai variabel dependen.

Khotim Fadhli dan Nia Dwi Pratiwi dalam jurnal yang berjudul “*Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang*”. Penelitian dengan judul tersebut merupakan jenis penelitian kuantitatif dalam pengolahan datanya menggunakan analisis regresi linier berganda

¹³ Nanda Annisa dkk, “Analisis Strategi Pemasaran Dan Diferensiasi Produk Melalui Instagram Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen Di Kedai Kopi Darling Habit”, *Jurnal Manajemen Bisnis dan Publik*, Vol 1 No 1, (2020), h. 20.

dengan program SPSS versi 24 sehingga menghasilkan penelitian yang menunjukkan “digital marketing tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan, kualitas produk dan emosional berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen”. Namun secara simultan, semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Poskopi Zio Jombang.¹⁴ Dalam penelitian ini, terdapat persamaan yaitu penggunaan variabel kualitas produk sebagai variabel independen. Sedangkan, perbedaannya penggunaan variabel diferensiasi produk sebagai variabel independen dan variabel daya saing usaha sebagai variabel dependen dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

G. Kerangka Pemikiran

Indonesia memiliki kuliner yang sangat kaya akan ragam dan rasa. Kuliner merupakan bisnis yang selalu mengalami perkembangan dan dapat bertumbuh pesat. Kata kuliner sebenarnya berasal dari bahasa inggris *culinary* yaitu segala hal yang berkaitan dengan memasak atau masakan dan makanan. Hal ini didasari pada fakta yang menyatakan bahwa bisnis yang melakukan pemenuhan pada kebutuhan manusia yakni makanan memiliki prospek yang sangat baik. Sedangkan yang menjadi permasalahan adalah semakin banyak pengusaha yang

¹⁴ Khotim Fadhli dan Nia Dwi Pratiwi, “Pengaruh Digital ..”, h. 603.

menginginkan bisnis kuliner tersebut. Selain itu, keinginan konsumen dalam mengkonsumsi suatu makanan dengan tujuan yang dahulu dibutuhkan hanya untuk hidup namun, saat ini keinginan mereka semakin bervariasi dan memiliki cita rasa yang kaya. Hal tersebut membuat pertumbuhan bisnis kuliner semakin meningkat dan persaingannya semakin ketat.¹⁵

Industri kuliner makanan dan minuman merupakan industri yang banyak menyerap tenaga kerja sehingga kerap menjadi andalan pertumbuhan pada dunia usaha. “Data BPS mencatat tahun 2020, proporsi tenaga kerja yang di serap di bisnis makanan dan minuman mencapai 3,75%. Meningkat dibanding tahun sebelumnya sebesar 3,74%. Tidak perlu melulu menampilkan sajian mancanegara. Menggali cita rasa Nusantara, selain sebagai ide usaha, sekaligus sebagai perjuangan merawat kekayaan nasional bangsa. Namun, sebagai pelaku usaha perlu mengeluarkan kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing di tengah meningkatnya persaingan”.¹⁶ Daya saing usaha yaitu suatu kemampuan dalam

¹⁵ Mahendra Supriyat Dinata dan Imroatul Khasanah, “Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food Semarang”, *Diponegoro Journal Of Management*, Vol 11 No 2, (2022), h. 1.

¹⁶ Yudistira Perdana Imandiar, <https://news.detik.com/berita/d-5871610/bamsuet-sebut-kuliner-indonesia-bisa-jadi-peluang-usaha-potensial> Diakses Pada 17 September 2022 Pukul 20.15 WIB.

bersaing untuk mencapai kesuksesan dan pertumbuhan yang berkelanjutan di dalam lingkungan global selama biaya imbangannya lebih rendah dari penerimaan sumber daya yang digunakan.¹⁷ Di Indonesia industri skala mikro-kecil (IMK) yang bergerak pada sektor makanan, menurut data BPS pada tahun 2020 berjumlah 1,51 juta unit usaha. Proporsi IMK makanan mencapai 36% dari keseluruhan IMK yang berjumlah 4,21 juta unit usaha. IMK yang dimaksud adalah unit usaha yang hanya memiliki kurang dari 20 pekerja.¹⁸

Untuk menjalani usaha memang bukan hal yang mudah, karena tidak semua orang suka dengan produk yang dihasilkan. Akan tetapi, Tumpeng Rumah Ola mampu bertahan hingga saat ini disebabkan adanya faktor-faktor yang dapat membantu meningkatkan usaha dan mampu bersaing di tengah persaingan yang ketat ini. Salah satu faktor tersebut adalah dengan menerapkan diferensiasi produk dan kualitas produk.

Diferensiasi produk merupakan “kegiatan memodifikasi suatu produk agar lebih menarik. Diferensiasi membutuhkan riset pasar yang cukup serius agar benar-benar berbeda, serta pengetahuan tentang

¹⁷ Susi Desmaryani, *Wirausaha Dan Daya Saing*, (Yogyakarta: Deepulish, 2019), h. 106-107.

¹⁸ Adi Ahdiat, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/30/mayoritas-industri-mikro-kecil-bergerak-di-sektor-makanan> Diakses Pada 17 September 2022 Pukul 20.03 WIB.

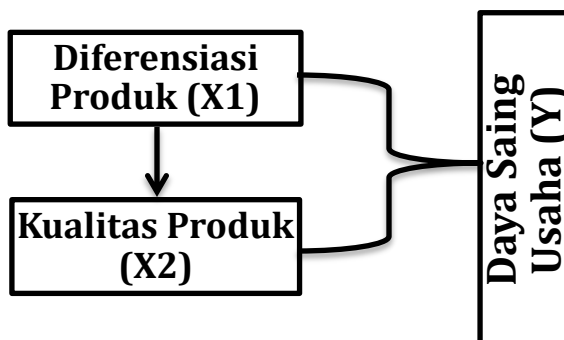
produk pesaing”. Diferensiasi juga termasuk salah satu jenis keunggulan dalam bersaing yang bisa dimiliki oleh setiap perusahaan. Diferensiasi bisa dikatakan sebagai kunci kesuksesan suatu perusahaan.¹⁹ Kualitas produk yakni terdapat kecocokan yang dirasakan oleh konsumen sehingga sesuai dengan keinginan dan harapan dalam memenuhi kebutuhannya.²⁰ Menurut definisi lain, kualitas produk merupakan “kemampuan produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan”.²¹ Sedangkan seperti yang diungkapkan oleh Kotler sebagaimana yang terdapat didalam buku karya Musran Munizu yang berjudul “*Total Quality Management dan Daya Saing Organisasi.*” bahwasanya kualitas produk memiliki delapan dimensi diantaranya adalah kinerja, keistimewaan tambahan, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemampuan melayani, estetika dan ketepatan kualitas yang dipersepsikan. Maka, diperoleh kerangka pemikiran sebagai berikut:

¹⁹ Nanda Annisa dkk, “Analisis Strategi”, h. 22.

²⁰ Khotim Fadhli dan Nia Dwi Pratiwi, “Pengaruh Digital”, h. 605.

²¹ Rini Astuti dkk, “Pengaruh Promosi”, h. 205.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



H. Metodologi Penelitian

1. Tempat dan Waktu Penelitian

- a. Pada penelitian ini, *home industry* Tumpeng Rumah Ola merupakan tempat yang akan digunakan oleh peneliti dalam melakukan suatu penelitian dengan judul yang terkait. Tumpeng Rumah Ola bertempat di Perum. Taman Puri Indah Blok D2 No. 13, Citraland Puri Ciracas, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42116. Instagram: Tumpeng Rumah Ola dan Telp: 0877-7259-1974.
- b. Waktu dalam penelitian ini dilakukan pada bulan Juli hingga September 2022. Alasan penulis dalam memilih *home industry* Tumpeng Rumah Ola sebagai objek penelitian karena melihat perbedaan dari beberapa pencapaian *home industry* dengan

proses pencapaian Tumpeng Rumah Ola dalam hal penjualan produknya bisa dikatakan lebih baik daripada *home industry* kuliner lainnya yang berada di Kota Serang.

2. Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menguraikan suatu kejadian dengan tidak menggunakan pengukuran melainkan melalui pengumpulan informasi yang dipecah dan kemudian diuraikan. Penelitian kualitatif menggabungkan penelitian yang menekankan pemahaman terkait dengan masalah dalam aktivitas publik yang bergantung pada kondisi asli dan terperinci.²² Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dimana data primer diperoleh dari sumber informasi pertama atau sebagai data asli. Sehingga dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha untuk mendapatkan informasi dan memecahkan masalah terkait dengan judul yang diteliti yaitu mengenai peran diferensiasi produk dan kualitas produk kuliner

²²Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Jawa Barat: CV Jejak, 2018), h. 7-9.

dalam menghadapi suatu persaingan usaha. Sedangkan data sekunder adalah informasi yang bersumber dari berbagai literatur seperti buku, karya ilmiah, jurnal, BPS (Biro Pusat Statistik) dan sebagainya.²³

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah suatu proses kerjasama antara penanya dengan sumber data atau orang yang diwawancarai melalui korespondensi langsung. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi wawancara yaitu: pewawancara, sumber informasi dan materi pertanyaan.

b. Observasi

Observasi yakni salah satu metode yang bisa digunakan sebagai proses penyelidikan dan untuk mengetahui tingkah laku nonverbal.²⁴ Dalam ulasan ini, peneliti menyebutkan fakta objektif langsung di *home industry* Tumpeng Rumah Ola

²³Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 58.

²⁴Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 372-384.

untuk mendapatkan informasi yang terkait dengan judul penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yakni proses dalam melacak informasi tentang faktor-faktor seperti catatan, buku, makalah, dan lainnya. Metode ini tidak sulit untuk dilakukan dibandingkan dengan metode lain, sebab jika terdapat kekeliruan maka sumber data masih tetap sama.²⁵

4. Pengolah Data

Data pada penelitian ini diolah menggunakan metode kualitatif pada pendekatan deskriptif kualitatif dan data dianalisis dengan penggunaan model Miles dan Huberman yang terdiri dari pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan kesimpulan (*verification*). Miles dan Huberman mengatakan bahwa aktivitas dalam analisis data penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif yang berlangsung secara terus menerus sehingga menghasilkan data sudah jenuh.²⁶

²⁵Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), h. 66.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 246.

Berikut ini penjelasan mengenai empat tahapan analisis data Miles dan Huberman yang digunakan dalam sebuah penelitian antara lain:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi terkait diferensiasi produk dan kualitas produk kuliner dan perannya membantu sebuah *home industry* terutama pada Tumpeng Rumah Ola yang berada di kota Serang dalam menghadapi persaingan usaha. Hasil yang telah diperoleh akan dicatat dan dikumpulkan kemudian melangkah ke tahapan selanjutnya yaitu reduksi data.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah merangkum catatan-catatan lapangan serta memilih hal-hal pokok yang sesuai terkait dengan permasalahan penelitian, kemudian disusun secara sistematis agar bisa memberikan suatu gambaran yang lebih tajam. Peneliti menggunakan reduksi data yang bertujuan untuk memudahkan dalam pengumpulan data di lapangan, pada tahapan ini akan berlangsung secara terus menerus sejalan dengan proses penelitian tanpa harus menunggu data terkumpul

dalam jumlah banyak dan mengarahkan hasil penelitian pada hal-hal yang dianggap penting oleh peneliti, data tersebut akan dimasukkan ke dalam laporan penelitian.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data didefinisikan sebagai kumpulan dari berbagai informasi yang tersusun untuk memungkinkan menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dilakukan agar tidak terkecoh oleh banyaknya data di lapangan sehingga data tersebut bisa dituangkan oleh peneliti dengan bentuk uraian singkat.

Penyajian data dalam penelitian ini digunakan untuk menyusun informasi mengenai diferensiasi produk dan kualitas produk kuliner pada *home industry* Tumpeng Rumah Ola Serang, strategi penerapan dan bagaimana perannya dalam menghadapi persaingan usaha dengan industri kuliner lainnya untuk menghasilkan gambaran dan hasil penelitian secara terperinci.

4. Kesimpulan (*Verification*)

Penarikan kesimpulan merupakan tahapan akhir dalam melakukan proses pengumpulan data yang bersifat masih sementara dan sewaktu bisa berubah apabila ditemukan bukti-

bukti lain yang lebih kuat dan mendukung. Peneliti akan mencari makna dari data-data yang telah dikumpulkan untuk mencapai suatu kesimpulan yang tepat. Selanjutnya, kesimpulan tersebut akan diverifikasi selama penelitian berlangsung agar menjamin validitas penelitian dan dapat dirumuskan menjadi suatu kesimpulan yang akurat.

5. Pedoman Penulisan

Pedoman penulisan skripsi yang penulis gunakan merujuk pada Buku Pedoman Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, tahun 2021 yang merupakan standar penulisan skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

I. Sistematika Pembahasan

Pembahasan harus dituliskan secara sistematis agar lebih memudahkan penulis yang terbagi dalam bab-bab yang berkaitan satu sama lain serta dapat menghasilkan penulisan yang baik dan teratur. Adapun sistematika pembahasan berikut ini:

Bab ke-Satu merupakan Pendahuluan. Dalam bab ini terkait dengan latar belakang masalah, perumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang

relevan, kerangka pemikiran, metode penelitian, sistematika pembahasan.

Bab ke-Dua merupakan Tinjauan Pustaka. Bagian ini, disajikan dengan teori-teori yang mendukung pembahasan mengenai peran diferensiasi produk dan kualitas produk kuliner pada *home industry* terhadap daya saing usaha. Adapun teori yang terkait meliputi Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Produk, Daya Saing Usaha dan juga terkait dengan Strategi Bisnis di Era Digital

Bab ke-Tiga merupakan Gambaran Umum. Bagian ini yang menjelaskan tentang *home industry* Tumpeng Rumah Ola. Bab ini akan diuraikan mengenai profil Tumpeng Rumah Ola yaitu sejarah singkat berdirinya *home industry* Tumpeng Rumah Ola, tujuan awal berdirinya, letak geografis, pemilihan merek dan macam-macam produk.

Bab ke-Empat yaitu Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bagian ini berisi penjelasan penelitian yang diuraikan terkait dengan strategi serta peran dari diferensiasi produk dan kualitas produk kuliner terhadap daya saing usaha di *home industry* Tumpeng Rumah Ola.

Bab ke-Lima adalah Penutup. Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari penjelasan, saran-saran yang mendukung serta lampiran.