

**IMPLEMENTASI STRATEGI DIFERENSIASI PADA PRODUK
DIMSUM MULYADI DI BRINGIN SEMARANG**



**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Strata I
Pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan**

Oleh:
PUTRI INDAH PRATIWI
A210170110

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI STRATEGI DIFERENSIASI PADA PRODUK DIMSUM
MULYADI DI BRINGIN SEMARANG**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

PUTRI INDAH PRATIWI

A210170110

Telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji.

Surakarta

Dosen Pembimbing



(Dr. Sabar Narimo, M.M., M.Pd)

NIDN. 0613036301

HALAMAN PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI STRATEGI DIFERENSIASI PADA PRODUK DIMSUM
MULYADI DI BRINGIN SEMARANG**

Oleh:

PUTRI INDAH PRATIWI

A210170110

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
Pada hari Jumat, 18 Juni 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Sabar Narimo, M.M., M.Pd
(Selaku dosen penguji I)
2. Dr. Suyatmini, M.Si
(Selaku dosen penguji II)
3. Dhany Efita Sari, M. Pd
(Selaku dosen penguji III)

(.....)
(.....)
(.....)

Surakarta, 18 Juni 2021
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dekan,



Prof. Dr. Sutarna, M.Pd
NIP. 196001071991031002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 04 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,



Putri Indah Pratiwi
A210170110

IMPLEMENTASI STRATEGI DIFERENSIASI PADA PRODUK DIMSUM MULYADI DI BRINGIN SEMARANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mendeskripsikan implementasi strategi bisnis dengan menggunakan dimensi diferensiasi pada Dimsum Mulyadi di Bringin Semarang, 2) mendeskripsikan analisis SWOT pada produk Dimsum Mulyadi di Bringin Semarang. Metode penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan desain fenomenologi. Narasumber terdiri dari narasumber utama yaitu seorang pemilik usaha dan 2 karyawan serta narasumber pendukung yaitu 5 konsumen. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif dan untuk keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi sumber. Hasil penelitian pada bisnis Dimsum Mulyadi di Bringin Semarang menunjukkan bahwa ada lima dimensi yang digunakan sebagai strategi bisnisnya dalam meningkatkan penjualan yaitu: diferensiasi produk, diferensiasi personil, diferensiasi citra, diferensiasi pelayanan, dan diferensiasi saluran. Selain itu hasil dari analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan (S) cita rasa unik pada dimsum tahu, kelemahan (W) varian saus yang kurang variatif, peluang (O) media sosial membuka target pasar baru khususnya anak muda, ancaman (T) para pesaing baru dengan produk serupa. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bisnis Dimsum Mulyadi menggunakan strategi bisnis diferensiasi dalam meningkatkan penjualannya dan dari analisis SWOT maka perusahaan dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang bisa digunakan sebagai rekomendasi bisnis kedepannya. Untuk penelitian selanjutnya bisa melakukan strategi bisnis dengan memanfaatkan teknologi di era pandemi Covid.

Kata kunci: strategi bisnis, diferensiasi, analisis SWOT

Abstract

The aimed of this research is to: 1) describe the implementation of the strategy business using a syndicated dimension in mulyadi's district in bringin semarang, 2) describes a swot analysis of a mulyadi's product in Bringin Semarang. This method of research is a qualitative study with a string of phenomena 'designs. The company's business owner and the two employees and the supporting source are five customers. Data collection techniques are acquired through interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques used interactive analysis and for data validity used source triulation, data collection techniques, and source tripling. Research on business of dimsuma mulyadi in bringin semarang showed that there are five dimensions used as his business strategy to improve the sale of products, differentiation of personnel, differentiation of image, differentiation of services, and differentiation of channels in addition the result of swot analysis shows that the strength (s) of unique taste in dimsum tofu,

weakness (w) variant sauce, Opportunities (o) social media opens new market targets especially young people, threats (t) new competitors with similar products. The conclusion of this study is that bismis dimsum mulyadi uses business strategy to increase its sales and from swot analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats that can be used as a future business recommendation. For further research, you can carry out business strategies by utilizing technology in the era of the Covid pandemic.

Keywords: business strategy, differentiation, swot analysis

1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis semakin ketat membuat perusahaan dituntut untuk mencari alternatif-alternatif dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian dimsum dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Larosa, 2011).

Produsen dalam usaha memenuhi kebutuhan konsumen atau permintaan pasar dengan menyediakan jenis produk atau varian-varian yang baru dibuat, ditengah tingginya persaingan dengan produsen yang juga memasarkan produk sejenis. Dengan demikian diversifikasi produk menentukan penjualan produk. Dengan menggunakan strategi diversifikasi akan menjadi paling kompleks implikasinya, karena bagi perusahaan ini akan menjadi pengalaman buruk, baik dari segi pasar maupun dari segi produknya (Tarida, 2012). Diversifikasi juga perluasan atau pengembangan, diversifikasi produk dilakukan oleh perusahaan sebagai akibat dilaksanakannya pengembangan produk, sementara produk lama secara ekonomis masih dapat untuk dipertahankan. Selain dengan mengembangkan strategi diversifikasi, strategi yang juga digunakan oleh perusahaan guna meningkatkan penjualan usahanya adalah strategi diferensiasi produk.

Strategi diferensiasi lebih cocok diterapkan dibanding diverifikasi karena strategi ini dirasa paling mudah untuk dikembangkan karena hanya mengandalkan bahan baku yang sama menjadi produk yang berbeda, jadi pada diferensiasi lebih menekankan pada inovasi produk. Persaingan yang ketat menyebabkan suatu perusahaan perlu melakukan usaha pelayanan terbaik kepada konsumennya. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan (Daft, 2010) Selanjutnya (Rangkuti, 2004) menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan yang ada saling berlomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya minat beli. Strategi distribusi menjadi salah satu pilihan yang berkembang saat ini. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya) (Umar, 2016). Kualitas bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Agar bisnis terus berkembang maka perlu adanya tindakan analisis peluang untuk dijadikan referensi sebagai alat untuk melakukan terobosan inovasi baru dalam bisnis dengan tetap memperhatikan ancaman yang mungkin ada baik dari luar maupun dalam. Disinilah kita melihat sejauh mana cara strategi pengembangan bisnis pada makanan Dimsum Mulyadi dan analisis SWOT dapat memengaruhi penilaian konsumen dari produk tersebut.

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **Implementasi Strategi Diferensiasi Pada Produk Dimsum Mulyadi Di Bingin Semarang.**

penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu: 1) memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu khususnya dalam bidang strategi manajemen kaitannya dalam dengan strategi pengembangan bisnis melalui diferensiasi produk Dimsum dan juga dapat menambah wawasan dunia wirausaha

yang didapat, 2) memberikan informasi mengenai pengaruh strategi bisnis melalui hasil analisis SWOT. Dengan memberikan informasi terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Untuk nantinya dapat dijadikan perusahaan sebagai acuan dalam menghadapi pesaing dan juga dapat dijadikan bahan analisis dalam pengambilan keputusan dalam berbisnis.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan Desain studi dari penelitian ini adalah dengan pendekatan fenomenologi (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi dan teknik analisis data (Bittmann et al., 2020) pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan uji kredibilitas (Moleong, 2010) terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Dan Menurut (Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, 2014) analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis interaktif. data dianalisis secara kualitatif melalui empat tahap yaitu : pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengamatan telah peneliti paparkan pada Bab IV. Agar hasil penelitian tersebut dapat digunakan sebagai hasil temuan, maka pada Bab IV peneliti menguraikan dengan berpedoman pada teori-teori yang relevan yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Sesuai dengan fokus yaitu Implementasi Strategi diferensiasi pada produk Dimsum Mulyadi di Bringin Semarang. Untuk memiliki diferensiasi memang tidak hanya bertumpu karena adanya perbedaan kualitas. Melainkan masih banyak aspek lain yang kemudian bisa membuat perbedaan antara satu jasa atau produk dengan jasa atau produk lainnya. Berikut hasil dari Strategi Pengembangan Bisnis Dimsum Mulyadi dengan menggunakan beberapa dimensi diferensiasi:

3.1 Implementasi Strategi Diferensiasi Pada Produk Dimsum Mulyadi

Tabel 1. Startegi 5 Dimesnsi Difererensiasi Pada Produk Dimsum

	Dimensi Diferensiasi	Temuan
Strategi Diferensiasi	Diferensiasi Produk	1. Melakukan perbaikan kualitas produk peningkatan kualitas produk yang mencakup bentuk, fitur, kinerja, kesesuaian mutu, daya tahan, keandalan, kemudahan untuk diperbaiki, gaya, dan rancangan. 2. Dimsum dengan cita rasa unik dari tahu dan bentuk yang menarik karena beda dengan yg lain.
	Diferensiasi Personil	1.Memperkerjakan karyawan sesuai dengan bidangnya, dengan menjaring karyawan lulusan tataboga.
	Diferensiasi Citra	1.Membuat brand dengan logo sendiri agar lebih produk lebih mudah di ingat oleh masyarakat luas. 2.Melakukan iklan melalui penjualan online seperti Shopee, Facebook, dan juga whatApps agar produk bisa dikenal luas
	Diferensiasi Pelayanan	1. Memberikan pelayanan yang baik dan memudahkan bagi pelangganya untuk melakukan pembelian baik secara online maupun offline. 2. Memberlakukan sistem free ongkir untuk pembelian produk lebih dari dua. 3. Pemesan via <i>Shopee</i> bisa meggunakan go sent melalui aplikasi Gojek sedangkan Facebook bisa langsung kontak lewat WhatApps.
	Diferensiasi Saluran	1.Usaha Dimsum Mulyadi di Bringin Semarang cara pendistribusian modern dengan memanfaatkan teknologi.

Berdasarkan hasil penelitian strategi diferensiasi dengan lima dimensi yaitu diferensiasi produk, diferensiasi personil, diferensiasi citra, diferensiasi pelayanan, dan diferensiasi saluran. Dengan melakukan strategi bisnis diferensiasi maka seorang wirausaha akan menjadi pembeda dengan pesaingnya yang mempengaruhi tingkat penjualannya. Seperti pada Dimsum Mulyadi yang melakukan strategi diferensiasi membuat usaha ini beda dengan pesaing lainnya sebab bisnis ini memperhatikan kelima aspek dari dimensi diferensiasi yang digunakan untuk meningkatkan penjualannya.

Sejalan dengan penelitian (Lortie et al., 2021). Berdasarkan hasil penelitian wirausaha dengan kemampuan untuk secara jelas mendefinisikan dan mengidentifikasi diferensiasi memungkinkan menjadi pembeda yang sebenarnya antara perusahaan wirausaha dan perusahaan non-wirausaha yang dapat bersaing dengan sukses serta meningkatkan pendapatan perusahaannya.

1.2 Analisis SWOT

Tabel 2. Matriks Analisis SWOT

Eksternal Internal	O	T
S	1.)Megutamakan kualitas produk dengan melakukan perbaikan varian makanan yang diminati oleh konsumen 2.)Memberikan pelayanan yang baik dengan terus menjaga kinerja perusahaan agar memperoleh citra yang baik di mata konsumen 3.)Meningkatkan strategi pemasaran melalui media sosial dengan memanfaatkan teknologi yang ada guna meningkatkan daya beli konsumen 4.)Mempertahankan cita rasa unik pada tahu dengan memberi garnis	1.)Melakukan inovasi produk baru misal menambah menu isian dan saus sehingga konsumen tidak mudah bosan 2.)Menjaga loyalitas konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik 3.)Mempertahankan harga yang terjangkau agar menjadi pembeda dari pesaing baru yang mengeluarkan produk yang sama

	atau hiasan pada dimsum agar menarik minat beli konsumen	
W	1.)Meningkatkan varian isi dimsum baru dan saus yang digemari oleh konsumen 2.)Memberlakukan diskon atau potongan harga pada produk yang cacat atau rusak saat proses pengiriman online	1.)Menciptakan varian produk baru untuk menekan munculnya pesaing baru akibat mudahnya bahan isian tahu yang diperoleh pada lokasi kami berbisnis,sesbab lokasi berada pada kawasan industri kerajinan tahu 2.)Meningkatkan pelayanan baik saat proses pembuatan maupun saat pendistribusian agar kualitas produk tetap terjaga sampai ketangan konsumen

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor intenal dan ektsernal. Dengan mengetahui matrik SWOT maka bisnis Dimsum Mulyadi dapat melakukan altenatif perbaikan bisnis yang disesuaikan pada hasil analisis agar kedepanya bisnis dapat terus berkembang dan meningkatkan penjualan dari Dimsum Mulyadi.

Sesuai dengan penelitian (Wijaya, 2020) Berdasarkan matriks SWOT akan menghasilkan strategi SO, WO, ST, dan WT sebagai alternative perbaikan perusahaaan. Adapun penelitian yang mendukung yang dilakukan (Aviffah, 2020) Brownies Cinta juga memiliki beberapa alternatif strategi hasil dari matrik SWOT seperti strategi SO, WO, ST, dan WT. dengan analisis SWOT maka Strategi pengembangan bisnis yang dilakukan atau dijalankan Brownies Cinta meliputi strategi Integrasi, strategi Intensif, strategi diversifikasi, dan strategi divensif.

4. PENUTUP

Pada bisnis Dimsum Mulyadi menggunakan strategi bisnis diferensiasi produk, diferensiasi personil, diferensiasi citra, diferensiasi pelayanan, dan diferensiasi saluran dalam meningkatkan penjualannya. Berdasarkan hasil penelitian yang

telah diuraikan, menunjukkan bahwa tujuan dari penelitian tentang Strategi Pengembangan Bisnis melalui Analisis SWOT pada Dimsum Mulyadi di Bringin Semarang telah tercapai dan diperoleh simpulan sebagai berikut: Selain itu hasil dari analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan (Strengts) cita rasa unik pada dimsum tahu,kelemahan (Weakness) varian saus yang kurang variatif dan juga pendistribusian makanan jarak jauh yang terkadang terjadi kerusakan pada kualitas produk, peluang (Opportunity) media sosial membuka target pasar baru khususnya anak muda,ancaman (Threat)para pesaing baru dengan produk serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aviffah, N. 'Ilmi N. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MELALUI ANALISIS SWOT PADA UKM BROWNIES CINTA KARANGANYAR. *Eprints.Ums.Ac.Id*.
- Bittmann, T., Bronnmann, J., & Gordon, D. V. (2020). Product differentiation and dynamics of cost pass-through in the German fish market: An error-correction-distance measure approach. *Journal of Commodity Markets*, 19(August 2019), 100105. <https://doi.org/10.1016/j.jcomm.2019.100105>
- Daft, R. L. (2010). *Era Baru Manajemen*. Salemba Empat.
- Larosa, S. R. (2011). ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Warung-Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang). *Skripsi*, 1–65.
- Lortie, J., Cox, K. C., & Sproul, C. (2021). Toward a theory of entrepreneurial differentiation: how entrepreneurial firms compete. *International Entrepreneurship and Management Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00716-4>
- Miles,M.B, Huberman,A.M, dan Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (U.-P. Tjetjep Rohindi Rohidi (ed.); 3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya.
- Rangkuti, F. (2004). *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

- Tarida, Y. (2012). Strategi Diferensiasi Produk, Diversifikasi Produk, Harga Jual Dan Kaitannya Terhadap Penjualan Pada Industri Kerajinan Rotan Di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(2), 124–142.
- Umar, Z. A. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK ELEKTRONIK PADA TOKO SINAR MUTIARA GORONTALO*. 07(02), 14–26.
- Wijaya, R. F. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA CV GEMILANG MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT. *Http://Repository.Unika.Ac.Id/*.