

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan yang ada pada dunia bisnis yang penuh persaingan dari hari ke hari semakin ketat. Hal ini mendorong setiap usaha menghadapi tantangan, maka dari itu strategi yang tepat sangat penting untuk produsen. Tujuan utama dari perusahaan yakni tercapainya profit (laba). Demikian efektivitas dalam menjalankan operasional pada perusahaan juga sangat penting, dalam menjalankan strategi pemasaran yang akurat dan sesuai, sehingga yang namanya pemborosan biaya itu tidak ada, baik itu dalam biaya operasional maupun biaya promosi. Maka dari itu untuk meningkatkan volume penjualan perlu dilakukannya strategi, seperti halnya pada bisnis yang dilakukan untuk memperbaiki atau memperluas pemasaran atau dapat disebut diversifikasi produk.

Meskipun sebuah bisnis dapat memproduksi sesuatu secara efisien, namun tidak akan bertahan lama jika hanya menggunakan produk yang sudah ada. Penjualan pada perusahaan akan terkena dampak jika tidak terus mengembangkan pangsa pasarnya karena pelanggan akan semakin tertarik dengan produk perusahaan lain yang menghasilkan barang lebih banyak dengan inovasi yang berbeda-beda.

Diversifikasi merupakan upaya untuk mengembangkan suatu jenis produk yang akan dipasarkan guna untuk membentuk sejenis rencana bisnis demi memperluas intrusi pasar.<sup>1</sup> Pada era globalisasi saat ini potensi dalam perusahaan merupakan hal yang wajib, sehingga produk diversifikasi dapat diterima konsumen. Maka dari itu diversifikasi produk makanan membutuhkan strategi yang tepat agar produk dapat diterima konsumen.

---

<sup>1</sup> Lucius Hermawan, "Dilema diversifikasi produk", *Jurnal studi Manajemen (Universitas Ma Chung :2015)*,143.

Dalam Islam tidak dilarang bagi seorang muslim menghasilkan sesuatu untuk mencari nafkah. Pentingnya kegiatan ekonomi ini ditekankan baik dalam Al-Qur'an maupun Sunnah Nabi sebagai sarana untuk mencari keridhaan Allah. Oleh karena itu, produksi dianggap sebagai hal yang krusial dalam bidang perekonomian. Terlibat dalam praktik kebaktian pribadi dan menghasilkan berbagai barang untuk memenuhi permintaan konsumen dan komitmen sosial.<sup>2</sup>

Pada kecamatan Pagu Kabupaten Kediri yang mana memiliki luas wilayah 24,67km<sup>2</sup> dan memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM yang sangat banyak, salah satunya seperti UMKM di bidang produksi makanan yang senantiasa bermunculan, khususnya usaha catering yang mana merupakan salah satu potensi *home industri* terbesar kedua yang sangat marak di wilayah Kediri setelah pertanian yang memiliki prospek dan peluang jangka panjang yang mampu menyerap tenaga kerja di daerah.

Usaha catering harus memiliki berbagai cara yang cukup mampu menjawab pembahasan tersebut agar mempunyai nilai jual yang tinggi serta mampu meningkatkan kompetensi penjualan serta daya saing di mata konsumen. Setiap perusahaan catering memiliki keunggulan tersendiri, sehingga perusahaan bersaing secara ketat antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya sejenis. Perusahaan bisa melakukan analisis terhadap perusahaan yang lain untuk dijadikan referensi serta motivasi agar bisa mewujudkan produk yang lebih berkualitas, inovatif serta berbeda dengan produk perusahaan yang lainnya agar mampu meningkatkan tingkat produksi perusahaan.<sup>3</sup>

Beberapa usaha catering di wilayah kecamatan Pagu kabupaten Kediri peneliti melakukan perbandingan berdasarkan teori strategi diversifikasi menurut Efendi dan

---

<sup>2</sup> Veithzal Riva'I, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), hlm. 91.

<sup>3</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 63.

Singarimbun yakni dengan jalan menambahkan produk modern atau jasa, ataupun memperbaiki mode, tipe, mode warna, jenis dan ukuran dari bisnis yang sudah ada, dengan tujuan guna mengembangkan keuntungan, antara lain sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**Perbandingan Usaha Catering Di Kecamatan Pagu**

No	Nama Usaha Catering	Strategi	Produk	Target Pemasaran
1.	Mutiara Catering Kambingan	Mengutamakan diversifikasi produk konsentris (membuat produk baru yang berkaitan dengan produk sebelumnya dalam hal pemasaran ataupun yang lainnya), namun juga melakukan diversifikasi	Paket aqiqah, paket prasmanan, nasi tumpeng, nasi kotak, snack kotak, kue bolu, kue basah, kue kering, jajan pasar, jamu tradisional, (bisa request semua produk), tidak menawarkan produk yang berbeda	Konsumen umum
2.	Wigati Catering Wonosari	Hanya melakukan diversifikasi produk horizontal (memasarkan produk baru yang mana tidak berkaitan dengan produk	Paket prasmanan, nasi tumpeng, nasi kotak, snack kotak, jajan pasar selain itu juga menawarkan produk lain yang tidak berkaitan	Konsumen tetap

		sebelumnya kepada konsumen sama)	dengan produk sebelumnya yakni Beli/kredit Mobil	
3.	Dapoer Ngebull Tanjung	Hanya melakukan diversifikasi produk konglomerat (memasarkan produk baru yang sama sekali tidak berkaitan dengan produk sebelumnya kepada konsumen berbeda)	Nasi kotak, nasi tumpeng, jajan pasar, kue bolu, kue basah, kue kering. Seain itu juga menjual produk lainnya yang tidak berkaitan dengan produk sebelumnya yakni sabun cuci piring, sabun mandi, pelicin pakaian	Konsumen berbeda

Sumber: Observasi di Kecamatan Pagu<sup>4</sup>

Dari tabel 1.1 terdapat data daftar usaha dibidang jasa boga atau catering yang ada di wilayah kecamatan Pagu, data tersebut kami peroleh dari observasi diseluruh wilayah kecamatan Pagu terdapat tiga home industri yang bergerak dalam bidang yang sama yaitu catering atau jasa boga. Tabel diatas menunjukkan bahwa pada usaha catering memiliki produk dan strategi yang berbeda-beda. Wigati Catering dalam strateginya melakukan diversifikasi produk horizontal yakni memasarkan produk baru yang tidak berkaitan dengan produk sebelumnya yakni menawarkan produk beli/kredit mobil kepada konsumen yang sama sedangkan Dapoer Ngebull melakukan diversifikasi produk konglomerat yang mana memasarkan produk baru yang mana tidak berkesinambungan dengan produk yang

<sup>4</sup> Observasi awal di Kecamatan Pagu

sebelumnya yakni mempromosikan produk sabun cuci piring, sabun cuci pakaian, pelicin pakaian dan sabun mandi kepada konsumen yang berbeda. Sedangkan Mutiara Catering dalam menghadapi persaingan dagang dengan mengutamakan diversifikasi produk konsentris yakni memasarkan produk baru yang berkaitan dengan produk sebelumnya dalam hal pemasaran ataupun yang lainnya pada konsumen umum. Hal tersebut dibuktikan citra Mutiara Catering akan produknya mengenai kualitas rasa dan inovasinya terbukti selama lima tahun terakhir selalu melakukan diversifikaisi produk baru yang belum ada pada daftar menu Mutiara Catering sebagaimana pada tabel berikut:

**Tabel 1.2**

**Diversifikasi Produk Mutiara Catering**

Produk	Catering		Snack	
	Menu Lama	Menu Baru	Menu Lama	Menu Baru
2018	1. Menu prasmanan: <b>a. Paket A:</b> nasi putih, ayam kecap/sate ayam, mie, capjay, air mineral, es (kuwut/kopyor/buah) <b>b. Paket B:</b> nasi putih, nasi goreng, ayam kecap/sate ayam, mie, capjay, air mineral, es (kuwut/kopyor/buah) <b>c. Paket C:</b> nasi putih, nasi goreng, ayam kecap/sate ayam,	Nasi kotak: <b>a. Paket A:</b> nasi putih, ayam (bakar/bumbu bali/kuning), tahu goreng, sambel, lalapan, krupuk <b>b. Paket B:</b> nasi putih, ayam (bakar/bumbu bali/kuning), sambel goreng,	Nagasari, kue bugis (mendut), jaddah, wajik dan kue tok	Kue pukis, kue apem, bikang mawar, dan putu ayu

	<p>mie, sambal goreng kentang + hati, oseng daun pepaya, capjay, air mineral, es (kuwut/kopyor/buah)</p> <p>2. Nasi kotak: <b>Paket A:</b> Pecel lele atau bandeng presto + lalapan</p>	<p>mie, krupuk udang</p> <p>c. <b>Paket C:</b> nasi putih, ayam (bakar/bumbu bali/kuning), telur, sambel goreng, mie/capcay, krupuk udang</p>		
<b>2019</b>	-	<p>Paket Aqiqah, nasi tumpeng:</p> <p>Paket A: untuk 10 orang</p> <p>Paket B: untuk 15 orang</p> <p>Paket C: untuk 20 orang</p>	-	Onde-onde, lempre abon/ayam, klepon
<b>2020</b>	-	<p>Jamu kesehatan, aneka jus buah, tumpeng mini, seblak mongah</p>	-	Lumpia sayur/ayam, bolu kukus, cake caramel, brownies, donat kentang
<b>2021</b>	-	<p>Nasi kuning box, nasi bakar</p>	-	Kue kering (nastar, kastangel, roti kacang, mawar semprit, pastel mini, cookies coklat), brownies

				klepon lumer, redvelvet
<b>2022</b>	-	Tumpeng klepon, nasi bento	-	Risoles mayo, sosis solo, pie buah, cake gulung pelangi, nuget pisang
<b>2023</b>	-	Nasi Kotak dan Tumpeng Paket Spesial	-	Putri mandi, pudding, soes premium, tahu fantasi, kroket ayam, kue kering bola coklat, lidah kucing rainbow, palm sugar

Sumber : Wawancara Pemilik Usaha Mutiara Catering<sup>5</sup>

Mutiara Catering merupakan salah satu home industri di bidang jasa boga di Desa Kambingan Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri. Setelah peneliti melakukan beberapa pengamatan awal pada Mutiara Catering, peneliti mengetahui bahwa Mutiara Catering saat ini berkembang cukup baik karena ada penjualan yang meningkat dan ada pula yang menurun akibat persaingan yang ketat.

**Tabel 1.3**

**Data Penjualan Produk Usaha Mutiara Catering Periode 2018-2023**

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan</b>	<b>Total</b>
--------------	------------------	--------------

<sup>5</sup> Wawancara Pemilik Usaha Mutiara Catering

	<b>Prasmanan (porsi)</b>	<b>Tumpeng (pax)</b>	<b>Aqiqah (pax)</b>	<b>Nasi Kotak (box)</b>	<b>Snack (box)</b>	<b>Kue Kering (box)</b>	<b>(unit)</b>
<b>2018</b>	1.970	-	-	4.500	12.080	-	18.550
<b>2019</b>	2.220	28	6	9.850	13.520	-	25.624
<b>2020</b>	690	40	4	5.900	10.250	-	16.884
<b>2021</b>	2.810	65	6	8.150	12.150	180	23.361
<b>2022</b>	3.830	80	7	12.400	14.220	238	30.775
<b>2023</b>	4.210	99	8	13.750	15.100	250	33.417

Sumber: Wawancara Pemilik Usaha Mutiara Catering<sup>6</sup>

Berdasarkan tabel 1.3 dari hasil observasi membuktikan bahwa data perkembangan volume penjualan selama lima tahun terakhir membuktikan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah Mutiara Catering bersifat fluktuasi. Pada tahun 2018-2019 jumlah pendapatan setiap tahunnya mengalami peningkatan, dari 18.550 unit menjadi 25.624 unit, hal ini membuktikan bahwa dengan adanya diversifikasi produk pada tahun 2018-2019 dapat dikatakan berhasil. Namun pada tahun 2020 Mutiara Catering mengalami penurunan pada penjualan produknya dikarenakan oleh berlakunya PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar akibat dari dampaknya pandemi Covid-19. Pada tahun 2021-2023 Mutiara Catering bangkit kembali dengan diversifikasi produk yang lebih baik, sehingga mendapati kenaikan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun.

<sup>6</sup> Wawancara Pemilik Usaha Mutiara Catering

Menurut penelitian Fahrillah persaingan dalam bidang ekonomi sangat ketat. Perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lain guna meningkatkan volume pendapatan pada perusahaan agar mampu mengembangkan perusahaan lebih besar lagi.<sup>7</sup> Akan tetapi menurut penelitian Maryam Nadhir perusahaan harus mempertimbangkan keunggulan yang ditawarkan produknya selain hanya pada karakteristik, namun juga harus memperhatikan manfaat yang ada pada produknya.<sup>8</sup> Dikarenakan masih banyak konsumen yang merasa sulit untuk memahami karakteristik fisik produk, konsumen beranggapan bahwa hal fisik kurang dirasa penting, akan tetapi yang dicari konsumen adalah suatu manfaat dari produknya.<sup>9</sup> Jadi, perusahaan harus memiliki keunggulan tersendiri pada produknya yang berbeda dengan perusahaan lain agar mampu menarik ketertarikan pelanggan untuk membelinya.

Berdasarkan topik pada uraian di atas, maka dari itu penulis tertarik untuk melaksanakan sebuah penelitian karena berkaitan dengan isu-isu mengenai strategi untuk meningkatkan volume penjualan, salah satunya strategi diversifikasi produk. Selain itu, strategi diversifikasi produk memiliki relevansi yang signifikan dengan perkembangan terkini dalam bidang jasa boga. Hal ini dapat dituangkan dalam bentuk penelitian yang judulnya **“Peran Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Di Mutiara Catering Desa Kambingan Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri)”**.

## **B. Fokus Penelitian**

---

<sup>7</sup> Fahrillah, Peran Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Burger Bangor Kediri Raya di Desa Sukorejo Ngasem Kediri),(Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024), hlm. 1.

<sup>8</sup> Maryam Nadir. Modul Pembelajaran Total Quality Manajemen, (Modul Pembelajaran: Universitas Mulawarman, 2021), hlm. 4

<sup>9</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 63.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi diversifikasi produk pada bisnis Mutiara Catering Desa Kambangan Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana peran strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada bisnis Mutiara Catering Desa Kambangan Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian pada fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi diversifikasi produk pada bisnis Mutiara Catering Desa Kambangan Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri.
2. Untuk menganalisa peran strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada bisnis Mutiara Catering Desa Kambangan Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Harapan dari hasil dari penelitian ini nantinya bisa menghadirkan banyak manfaat baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis, sebagai berikut:

1. Dari segi teoritis

Secara teoritis penulis berharap penelitian ini dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan bagi pembaca dalam bidang ekonomi syariah terkhususkan pada salah satu faktor yang dapat meningkatkan volume penjualan, salah satunya yaitu diversifikasi produk. Penelitian ini dapat dijadikan bahan perbandingan dengan

penelitian yang sama ataupun referensi bagi penelitian di masa mendatang, sehingga penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan guna mengembangkan suatu kegiatan bisnis.

## 2. Dari segi praktis

### a. Bagi Akademisi

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memperluas ilmu pengetahuan serta wawasan para akademisi sehingga dapat meningkatkan pengetahuan pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan volume pendapatan, salah satunya strategi diversifikasi produk guna meningkatkan volume penjualan.

### b. Bagi Bisnis Mutiara Catering

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi ataupun rujukan bagi bisnis Mutiara Catering dalam mengaplikasikan serta mengembangkan faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan volume penjualan.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian mengenai peran strategi diversifikasi produk untuk meningkatkan volume pendapatan pada bisnis Mutiara Catering diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya apabila melakukan penelitian dengan topik atau permasalahan yang sama pada perusahaan yang berbeda.

### d. Bagi Pengusaha Kuliner

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas ilmu pengetahuan bagi pengusaha kuliner mengenai peran strategi diversifikasi produk dalam

meningkatkan volume pendapatan ditengah persaingan bisnis yang semakin kuat sekarang ini.

e. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan kepada konsumen bahwa perusahaan mengimplementasikan strategi diversifikasi produk agar mendapat nilai unggul dari pelanggan.

## E. Penelitian Terdahulu

1. Peneliti dari Ade Siska Mentari. 2020."Pengaruh strategi promosi dan diversifikasi produk terhadap volume penjualan khodijah hijab di Kota Jambi". Universitas Islam Negeri Srlthan Thaha Saifuddi Jambi.<sup>10</sup>

Penelitian memakai pendekatan kuantitatif dengan cara pengumpulan data, penyaluran instrumen angket serta didukung dengan interview, pengamatan, dokumentasi. Hasil penelitian, simultan uji F menyatakan bahwa nilai signifikan (0,000,0,05) yang artinya variabel independen strategi promosi (X1) serta diversifikasi produk (X2) secara bersama-sama maupun simultan mempengaruhi daya tampung penjualan (Y) pada khidijah hijab di Kota Jambi.

Persamaannya sama-sama mengkaji tentang diversifikasi produk terhadap penjualan. Serta metode pengumpulan data menggunakan observasi, interview, dan dokumentasi. Perbedaannya yakni penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan pendekatan kualitatif.

---

<sup>10</sup> Ade Siska Mentari, Pengaruh strategi promosi dan diversifikasi produk terhadap volume penjualan khodijah hijab di Kota jambi,(Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi,2020)

Metode analisis data penelitian yang akan kita gunakan tidak menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.

2. Penelitian dari Zulfina Fauziah. 2019. "Analisis faktor yang mendorong diversifikasi produk". Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.<sup>11</sup>

Pendekatan yang digunakan yakni pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan Angket serta dokumentasi. Hasil penelitian pada 12 macam memotivasi pelaku usaha konveksi menjalankan diversifikasi, terdapat hasil reduksi menjadi tiga faktor yakni pertambahan keuntungan, penambahan perantara penjualan, efektivitas kerja, pendapatan beban penjualan, perluasan pasar, akurasi model pakaian jadi, penilaian aktivitas operasional, pendapatan biaya konsumen, peluang internal, penggunaan mesin, serta pendapatan biaya pabrik.

Persamaannya adalah sama-sama membahas diversifikasi produk dan menggunakan pengumpulan data dokumentasi. Perbedaannya yaitu pendekatan kuantitatif dan menggunakan kuesioner/ angket.

3. Penelitian dari Sukmah. 2018. "Pengaruh Diversifikasi produk terhadap volume penjualan koperasi pegawai Republik Indonesia (KPRI)". Universitas Negeri Makasar.<sup>12</sup>

Hasil penelitian yang digunakan yaitu penelitian field research dengan desain penelitian deskriptif kuantitatif. bukti yang digunakan ialah data sekunder didapat berdasarkan notulen penjualan dan bukti tertulis. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh penjualan produk

Koperasi pegawai Republik Indonesia (KPRI). Pengambilan sampel memakai teknik

---

<sup>11</sup> Zulfina Fauziah, Analisis faktor yang mendorong diversifikasi produk (studi kasus pada pelaku usaha konveksi Kota Malang, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019)

<sup>12</sup> Sukmah, Pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan koperasi pegawai Republik Indonesia KPRI, (Skripsi: Universitas Negeri Makasar, 2018)

purposive sampling. mengumpulkan bukti melalui observasi, interview, serta dokumentasi.

Persamaanya yakni sama-sama membahas diversifikasi produk dan pengumpulan datanya menggunakan observasi, interview, serta dokumentasi. Perbedaanya ialah terdapat pada desain penelitian yang mana penelitian ini memakai penelitian kuantitatif sedangkan pada peneliti yang akan melakukan penelitian adalah menggunakan kualitatif.

4. Peneliti dari Tengku Putri Lidung Bulan. 2017. “ Pengaruh diversifikasi produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada juragan jasmine langsa”. Universitas Samudra.<sup>13</sup>

Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data kuantitatif, sumber data yang dilakukan yaitu data primer serta data sekunder. Teknik pengumpulan data berupa observasi, interview, serta kuesioner. Metode analisis data dilakukan dalam penelitian yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian secara uji t variabel diversifikasi produk dan harga memperoleh nilai signifikan  $<0,05$  dan dapat dinyatakan bahwa diversifikasi produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada juragan jasmine langsa. Untuk uji F diperoleh nilai signifikan  $<0,05$  dan dapat dinyatakan bahwa variabel diversifikasi produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada juragan jasmine langsa. Koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa diversifikasi produk dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada juragan jasmine langsa sebesar 49,80%, sedangkan sisanya 50,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

---

<sup>13</sup> Tengku Putri Lidung Bulan, Pengaruh Diversifikasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Juragan Jasmine Langsa, (Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol 6, No.1, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, 2017)

Persamaan sama-sama mengkaji tentang Diversifikasi produk dan pengumpulan data berasal dari observasi dan wawancara. Perbedaannya adalah peneliti yang akan diteliti menggunakan data kualitatif dan dalam pengumpulan data menggunakan observasi sedangkan penelitian di atas menggunakan kuesioner.

5. Peneliti dari Wahidah Abdullah Fahmi Faisal. 2016 .“Pengaruh Diversifikasi produk terhadap kinerja pemasaran pada PT Bank Mandiri (persero) Tbk Kanwil X Makassar”. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.<sup>14</sup>

Pendekatan penelitian yang dilakukan yakni penelitian Explanatory research. Sedangkan jenis penelitian yaitu penelitian kuantitatif, sedangkan pengumpulan data yang digunakan instrumen penelitian ialah analisis data. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini ialah kuesioner. Hasil penelitian, bahwa Bank mandiri dalam memasarkan produknya tidak hanya mengandalkan promosi yang secara langsung atau tidak langsung tetapi juga harus menjamin produknya yang telah mengalami penganeekaragaman dengan kualitas dan tingkat penggunaannya yang mudah.

Persamaannya yakni sama-sama membahas diversifikasi produk. Perbedaannya ialah penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif sementara itu penelitian yang hendak diteliti menggunakan penelitian kualitatif, serta penelitian menggunakan pendekatan penelitian Explanatory research sedangkan peneliti yang akan diteliti yaitu menggunakan pendekatan field research. Selain itu juga menghasilkan sebuah hasil penelitian yaitu tingkat volume penjualan dipengaruhi oleh diversifikasi produk,

---

<sup>14</sup> Wahida Abdullah Fahmi Faisal, Pengaruh diversifikasi produk terhadap kinerja pemasaran pada PT Bank Mandiri PERSERO Tbk Kanwil Makasar, (skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016)