

EFFECT OF BENEFITS COST AND DIFFERENTIATION STRATEGIES IN ORDER TO INCREASE SALES VOLUME IN OPTICAL BUSINESS IN PEKANBARU

Agung Perdana Putra¹, Rina Selva Johan², Hardisem Syabrus³
Email :agung.perdana82@yahoo.co.id, rsjohan68@gmail.com, hardi_545@yahoo.co.id

Study Program Ekonomic Education
Faculty of Teachers Training and Education
Riau University

Abstack: *This study aims to determine the effect of cost advantage and differentiation strategy in order to increase sales volumes in the optical business in the city pekanbaru. Populasi in this study is a business venture or optical totaling 59 optics in Pekanbaru 2015, respondents in this study is the owner or employee optics. Samples were obtained using the formula slovin total of 37 optical, samples were taken by using random sampling techniques. Data were collected using a questionnaire or a questionnaire. Data were analyzed using multiple linear regression analysis, t test and F test with significance level of 0.05%. It is based on the analysis results, in which the calculation results show $F_{count} > F_{table}$ ($12.260 > 3.276$), followed by t-test to determine whether each independent variable (Strategies cost advantage and differentiation) effect on the dependent variable (Volume Sales). The results of this study partially shows cost advantage and a significant positive effect on sales volume this is evidenced by $t_{count} > t_{table}$ ($2.646 > 1.691$). Next differentiation strategy is positive and significant impact on sales volume this is evidenced by the value of $t > t_{table}$ ($4.066 > 1.691$). The predictive ability of these two variables on sales volume in this study amounted to 41.9%, while the remaining 58.1% is influenced by other factors not examined in this study.*

Keywords: *strategies excellence, differentiation and volume sales*

PENGARUH STRATEGI KEUNGGULAN BIAYA DAN DIFERENSIASI DALAM RANGKA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA BISNIS OPTIK DI KOTA PEKANBARU

Agung Perdana Putra¹, Rina Selva Johan², Hardisem Syabus³
Email :agung.perdana82@yahoo.co.id, rsjohan68@gmail.com, hardi_545@yahoo.co.id

**Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau**

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Strategi keunggulan biaya dan diferensiasi dalam rangka meningkatkan volume penjualan pada bisnis optik di kota pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah usaha atau bisnis optik yang berjumlah 59 optik di Kota Pekanbaru tahun 2015, Responden dalam penelitian ini adalah pemilik atau karyawan optik. Sampel yang diperoleh menggunakan rumus slovin berjumlah 37 optik, sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik Random Sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner atau angket. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, Uji t dan Uji F dengan taraf signifikan 0,05%. Hal ini didasarkan atas hasil analisa, dimana hasil perhitungan menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($12,260 > 3,276$), selanjutnya dengan Uji t untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas (Strategi Keunggulan biaya dan diferensiasi) berpengaruh terhadap variabel terikat (Volume Penjualan). Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan strategi keunggulan biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,646 > 1,691$). selanjutnya Strategi diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,066 > 1,691$). Kemampuan prediksi dari kedua variabel tersebut terhadap volume penjualan dalam penelitian ini sebesar 41,9%, Sedangkan sisanya 58,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : strategi keunggulan, diferensiasi dan volume penjualan

PENDAHULUAN

Pada masa globalisasi saat ini, perkembangan perekonomian diberbagai belahan dunia berkembang sangat pesat. Kita menghadapi peradaban dimana terdapat berbagai macam perubahan dalam segala bidang. Hal ini ternyata berpengaruh dalam sistem perekonomian di negara berkembang seperti Indonesia, khususnya di bidang usaha bisnis. Untuk menghadapi persaingan dunia bisnis ini suatu bentuk usaha jasa harus mempunyai cara-cara tertentu yang akan membuat usaha tetap berada pada posisinya. Hal ini bukanlah sesuatu yang mudah bagi usaha bisnis dilihat dari meningkatnya persaingan dunia usaha bisnis yang ketat serta perilaku konsumen yang selalu mengalami perubahan.

Pertumbuhan ekonomi suatu daerah dapat ditandai dengan meningkatnya pertumbuhan usaha yang ada dalam daerah tersebut. Semakin berkembang usaha-usaha kecil, menengah ataupun besar maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi daerah itu sendiri. Tingginya tingkat persaingan suatu usaha dapat dilihat dari perkembangan usaha dan banyaknya usaha yang bergerak dibidang yang sama serta menawarkan jasa dan produk yang sama. Dalam kondisi seperti ini akan memacu manajemen perusahaan agar terus berusaha untuk melakukan perbaikan-perbaikan terus menerus terhadap perusahaan demi mempertahankan dan memajukan perusahaannya diantara pesaingnya.

Salah satu daerah di Indonesia yang perkembangan bisnisnya cukup pesat beberapa tahun belakangan ini adalah Kota Pekanbaru. Pekanbaru merupakan salah satu kota yang mengalami perkembangan yang cukup tinggi baik itu perkembangan dalam bidang ekonomi maupun perkembangan penduduknya. Pekanbaru merupakan Ibukota dan Kota terbesar di Provinsi Riau, Indonesia. Sebagai kota yang memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi yang baik dengan dikukuhkan, diakui dan ditetapkan sebagai sepuluh besar kota yang memiliki daya tarik investasi dari 134 kota yang ada di Indonesia oleh Komite Pemantau Pelaksanaan Otonomi Daerah (KPPOD) maka kota pekanbaru sangat berpeluang untuk pengembangan baik untuk pembangunan fisik maupun dalam pembangunan sarana dan prasarana kota. (BPS Kota Pekanbaru,2013).

Kebutuhan manusia akan kesehatan khususnya kesehatan penglihatan atau mata membuat kebutuhan akan jasa dan produk kacamata banyak diminati, apalagi pada perkembangan zaman yang canggih penuh dengan teknologi, maraknya produk seperti Handphone, Laptop, Computer, Play Station, Televisi dan lain sebagainya, sehingga membuat mata akan lebih cepat lelah akibat cahaya yang lama dan berlebihan dan juga efek radiasi dari Gadget yang semakin meningkatkan angka para penderita mata sehingga tidak hanya orang tua bahkan anak-anak pun terkena dampak yang dapat merusak penglihatannya.

Dengan meningkatnya kebutuhan akan kesehatan mata dan sejalan dengan semakin berkembangnya zaman, maka hal ini akan menjadi landasan munculnya keinginan suatu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan kacamata dan menawarkan jasanya untuk melayani masyarakat akan kebutuhannya terhadap kacamata. Maka seiring dengan hal ini, meningkat pula persaingan bisnis antara usaha optik yang ada di Kota Pekanbaru. Ketatnya persaingan akan menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan dipasar yang sudah ada karena banyak produk atau jasa yang ditawarkan dengan memiliki keunggulan dari para pesaingnya sehingga sulit bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar pesaing. Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi

bersaingnya. Strategi bersaing yang dapat dilakukan pada bisnis optik adalah dengan menerapkan strategi keunggulan biaya dan strategi diferensiasi.

Dengan adanya persaingan yang semakin tajam, menuntut kemampuan perusahaan untuk dapat menentukan dan menetapkan strategi yang tepat bagi perusahaan sehingga perusahaan dapat tetap bertahan dalam menghadapi persaingan guna meningkatkan volume penjualannya. Dari latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Strategi Keunggulan Biaya dan Diferensiasi Dalam Rangka Meningkatkan Volume Penjualan Pada Bisnis Optik di Kota Pekanbaru”**.

METODE PENELITIAN

Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek yang diteliti pada penelitian yaitu seluruh usaha atau bisnis optik yang berjumlah 59 optik di Kota Pekanbaru tahun 2015. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik atau karyawan optik.

Sampel

Menentukan ukuran besarnya sampel menggunakan rumus dari Slovin sehingga sampel yang diperoleh berjumlah 37 optik dengan perhitungan sampel ini mampu mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian dengan pertimbangan objek penelitian yakni usaha atau pebisnis optik yang tersebar di beberapa Kota Pekanbaru dan dapat membuat waktu serta biaya penelitian menjadi lebih efektif. Teknik pengambilan sampel optik ini peneliti menggunakan teknik *Random Sampling*. *Random Sampling* dilakukan secara acak guna menggali informasi-informasi yang tepat tentang strategi bersaing bisnis optik.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Kuesioner cocok di gunakan jika jumlah responden cukup besar dan tersebar.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis permalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau

tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat (Riduwan, 2004).

$$\text{Rumus : } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y	: Variabel terikat yaitu volume penjualan
a	: Konstanta dari persamaan regresi berganda
X_1	: Variabel keunggulan biaya
X_2	: Variabel diferensiasi
b_1, b_2	: Koefisien regresi
e	: <i>Standard Error</i>

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis koefisien regresi bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan regresi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

a. Uji Determinasi (R^2)

Karena dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel, maka digunakan koefisien determinasi untuk mengukur besar sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar koefisien determinasi terkoreksi atau model regresi maka model yang dapat digunakan akan semakin baik. Koefisien determinasi (r^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi (r^2) mempunyai *range* antara 0 sampai 1 ($0 < r^2 < 1$). Semakin besar nilai r^2 (mendekati 1) maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila (r^2) mendekati nol (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah.

b. Uji signifikan simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $F_{hitung} >$ dari nilai F_{tabel} , maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama diterima.

c. Uji Signifikasi Individu (Uji t)

Uji t ini dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 (Strategi Kenggulan Biaya), dan variabel X_2 (Strategi Diferensiasi) terhadap variabel Y (volume penjualan), (Umar, 2011).

Uji ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

a. Uji Persyaratan Analisis

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dan PP plot *standardized residual*. Uji normalitas data dilihat dari kedua hal tersebut, nilai Kolmogorov Smirnov lebih besar dari 0,05 dan PP plot *standardized residual* mendekati garis diagonal, maka data terdistribusi normal. Hasil output dari pengujian normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov.

Tabel. 1 Uji normalitas data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Keunggulan Biaya	Diferensiasi	Volume Penjualan
N		37	37	37
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	24,65849	23,49484	7,81330
	Std. Deviation	5,129447	3,868779	2,027014
	Absolute	,133	,122	,177
Most Extreme Differences	Positive	,061	,089	,177
	Negative	-,133	-,122	-,123
	Kolmogorov-Smirnov Z	,808	,744	1,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,531	,637	,195

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) yaitu 0,531, artinya data tersebut berdistribusi normal karena nilainya $0,531 > 0,05$. 0,637, artinya data tersebut berdistribusi normal karena nilainya $0,637 > 0,05$ dan 0,195, artinya data tersebut berdistribusi normal karena nilainya $0,195 > 0,05$ (taraf signifikan) dan memenuhi uji asumsi normalitas, dimana data berdistribusi normal jika nilai Sig > taraf Signifikansi

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,110	2,027		-1,041	,305
Keunggulan Biaya	,137	,052	,346	2,646	,012
Diferensiasi	,279	,069	,532	4,066	,000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data Olahan SPSS 2016

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Volume Penjualan = - 2,110 + 0,137 Keunggulan Biaya + 0,279 Diferensiasi

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas:

- Nilai konstanta (a) sebesar -2,110. Artinya adalah apabila Keunggulan Biaya dan Diferensiasi diasumsikan nol (0), maka sebesar -2,110 Volume penjualan atau sama dengan nol (0).
- Nilai koefisien regresi variable Keunggulan Biaya sebesar 0,137. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Volume Penjualan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Keunggulan Biaya sebesar 0,137.
- Nilai Koefisien regresi variabel Diferensiasi sebesar 0,279. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Volume Penjualan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Diferensiasi sebesar 0,279.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independennya (strategi keunggulan biaya dan strategi diferensiasi) dapat menjelaskan variabel dependen (volume penjualan). Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel dependen dalam menjelaskan variabel independennya. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,647 ^a	,419	,385	1,589850	1,403

a. Predictors: (Constant), Diferensiasi, Keunggulan Biaya

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data Olahan SPSS 2016

Diketahui nilai R Square sebesar 0,419. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh Keunggulan Biaya dan Diferensiasi terhadap Volume Penjualan adalah sebesar 41,9%. Sedangkan sisanya 58,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

Dari analisis diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh strategi keunggulan biaya dan diferensiasi terhadap volume penjualan pada bisnis optik di Pekanbaru dapat diterima. Strategi keunggulan biaya dan diferensiasi berpengaruh positif terhadap volume penjualan.

1. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis koefisien regresi bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan regresi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

a). Uji Signifikan Individu (uji t)

Uji t dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh strategi keunggulan biaya dan diferensiasi terhadap volume penjualan pada bisnis optik di Kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil keluaran sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4 Uji Signifikan Individu (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,110	2,027		-1,041	,305
	Keunggulan Biaya	,137	,052	,346	2,646	,012
	Diferensiasi	,279	,069	,532	4,066	,000

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data Olahan SPSS 2016

Pada Tabel 4 diatas uji t digunakan untuk mengetahui apakah strategi keunggulan biaya dan diferensiasi berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap volume penjualan. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05% dan 2 sisi. Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara strategi keunggulan Biaya dan Diferensiasi terhadap Volume Penjualan pada bisnis optik di Kota Pekanbaru

H_a : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara strategi keunggulan biaya dan strategi diferensiasi terhadap volume penjualan pada bisnis optik di Kota Pekanbaru.

Dari output yang didapatkan t hitung sebesar 2,646 pada strategi keunggulan biaya dan signifikansi 0,012. 4,066 pada strategi diferensiasi dan signifikansi 0,000. t tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan derajat kebebasan $df = n-2$ atau $37-2 = 35$.

Diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan persamaan sebagai berikut: $t_{Tabel} = n - k - 1 ; k$

$$= 37 - 2 - 1 ; 2$$

$$= 34 ; 2$$

$$= 1,691$$

Kriteria pengujian

Jika $t_{Tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 di tolak

Berdasarkan signifikansi:

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Dapat disimpulkan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

a. Uji Hipotesis 1

Pengaruh strategi keunggulan biaya terhadap volume penjualan ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,646 > 1,691$). Sehingga dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan antara variabel keunggulan biaya terhadap volume penjualan pada Bisnis Optik di Kota Pekanbaru. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa semakin perusahaan meningkatkan strategi keunggulan biayanya maka volume penjualan akan meningkat.

b. Uji Hipotesis II

Pengaruh Strategi diferensiasi terhadap volume penjualan ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,066 > 1,691$). Sehingga dapat dikatakan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel strategi diferensiasi terhadap volume penjualan pada Bisnis Optik di Kota Pekanbaru. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa semakin perusahaan meningkatkan strategi diferensiasinya maka volume penjualan akan meningkat.

b). Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk data dua atau lebih variabel yang dihasilkan dari persamaan regresi tersebut secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 5 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61,977	2	30,989	12,260	,000 ^b
	Residual	85,939	34	2,528		
	Total	147,916	36			

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

b. Predictors: (Constant), Diferensiasi, Keunggulan Biaya

Sumber: Data Olahan SPSS 2016

Diketahui F hitung sebesar 12,260 dengan signifikansi 0,000. F table dapat diperoleh sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{\text{tabel}} &= n - k - 1 ; k \\ &= 37 - 2 - 1 ; 2 \\ &= 34 ; 2 \\ &= 3,276 \end{aligned}$$

c. Uji Hipotesis III

Uji hipotesis III menggunakan uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh strategi keunggulan biaya dan diferensiasi secara bersama-sama terhadap volume penjualan.

Apabila $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ atau $P_{\text{value}} > \alpha$ maka H_0 diterima. Hal ini berarti variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $P_{\text{value}} < \alpha$ maka H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Dengan demikian diketahui $F_{\text{hitung}} (12,260) > F_{\text{tabel}} (3,276)$ dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya adalah bahwa strategi Keunggulan Biaya dan Diferensiasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan. Maka hipotesa kedua menyatakan ada pengaruh strategi keunggulan biaya dan diferensiasi secara simultan terhadap volume penjualan pada bisnis optik di Kota Pekanbaru.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh strategi keunggulan bersaing dalam rangka meningkatkan volume penjualan pada bisnis optik di kota pekanbaru, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, strategi keunggulan biaya dan diferensiasi pada bisnis optik di Kota Pekanbaru berada dalam kategori tepat dan telah sesuai digunakan untuk menarik konsumen. Diantara strategi keunggulan biaya dan diferensiasi yang paling dominan adalah strategi keunggulan biaya. Volume penjualan pada bisnis optik di Kota Pekanbaru sudah tergolong baik dan telah sesuai untuk dapat menarik konsumen dan lebih unggul dengan pesaing.
2. Setelah dilakukan pengujian maka dapat diketahui bahwa variabel strategi keunggulan biaya dan strategi diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada bisnis optik di Kota Pekanbaru.

Rekomendasi

Dari simpulan tersebut, maka penulis dapat memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan volume penjualan melalui strategi keunggulan biaya, maka pengusaha optik di Kota Pekanbaru harus lebih meningkatkan kembali efisiensi

- biaya sehingga dapat memberikan harga yang lebih murah kepada konsumen dan tetap memberikan keuntungan untuk usahanya.
2. Untuk meningkatkan volume penjualan melalui strategi diferensiasi, maka pengusaha optik di Kota Pekanbaru harus lebih memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen, seperti menyediakan produk yang bermacam-macam agar konsumen mudah memilih produk yang diinginkannya, meningkatkan kemampuan dalam melayani konsumen agar terwujudnya pelayanan yang profesional sehingga konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan loyal terhadap perusahaan.
 3. Untuk meningkatkan volume penjualan, pengusaha optik diharapkan untuk memperhatikan strategi keunggulan biaya dalam memasarkannya serta strategi diferensiasi dalam menghasilkan suatu produk.
 4. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh strategi keunggulan biaya dan diferensiasi terhadap volume penjualan pada bisnis optik di Kota Pekanbaru memberikan pengaruh yang positif. Diharapkan bagi pemilik usaha optik untuk memilih dengan baik strategi yang akan digunakan baik strategi keunggulan biaya ataupun diferensiasi untuk membantu kelangsungan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Craven. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Analisis Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Liberty
- Duwi Priyatno. 2014. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: C.V Andi.
- Freddy, Rangkut. 2009. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Herlianto. 2010. *Analisis Strategi Bersaing Telkom Dalam Industri Internet*. Jakarta: Universitas Gajah Mada.
- Karim Jamaluddin, dkk. 2014. *Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan*. PT. Manado Sejati Perkasa Group.
- Kasmiruddin. 2012. *Analisis Strategi Bersaing Bisnis Eceran Besar/Modern (Kasus Persaingan Bisnis Ritel di Pekanbaru)*
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Bauran Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Porter, Michael E. 2006. *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri Pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Riduwan dan Sunarto. 2004. *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta

- Sampurno. 2010. *Manajemen Strategik: Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*. Jakarta: Gadjah Mada University Press
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.