

ABSTRAK

Setiap perusahaan yang menjalankan usahanya pasti memiliki tujuan akhir yaitu penjualan, kegiatan penjualan dilakukan agar perusahaan dapat mencapai volume penjualan yang diharapkan dapat mendatangkan keuntungan atau laba maksimum bagi perusahaan. Sejalan dengan hal itu, perusahaan selayaknya terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Sama hal nya dengan yang telah diterapkan UMKM Soe Art terhadap mutu produk dan pelayanannya, dimana penerapan manajemen mutu produknya sangat diperhatikan, mulai dari pemilihan bahan baku dengan kualitas terbaik, melakukan *quality control* terhadap produknya, sampai pada tahap pendistribusian kepada pelanggan, kemudian pelayanan yang diberikan dengan selalu memberikan pelayanan prima. Tetapi bagaimanakah pandangan ekonomi syariah terkait dengan penerapan manajemen mutu produk dan pelayanan pada produk Soe Art. Oleh karena itu peneliti ingin menganalisis cara atau manajemen mutu produk dan pelayanan yang dilakukan oleh UMKM Soe Art sehingga dapat menaikkan volume penjualan yang ditinjau dalam perspektif ekonomi syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan manajemen mutu produk dan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan pada produk Soe Art, serta bagaimana pandangan ekonomi syariah tentang manajemen mutu produk dan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan pada produk Soe Art. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen mutu produk dan pelayanan telah dijalankan dengan baik, hal ini dapat terlihat dari penerapan komponen-komponen manajemen mutu produk, yaitu perencanaan mutu, peningkatan mutu, pengendalian mutu, dan jaminan mutu, serta diperhatikannya faktor-faktor yang mempengaruhi mutu pada UMKM Soe Art. Pemberian pelayanan yang ramah, sopan, dan pelayanan purna jual berupa *follow up* setiap beberapa bulan setelah pembelian. Kemudian pandangan ekonomi syariah tentang penerapan manajemen mutu produk dan pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan produk Soe Art adalah dengan selalu memegang teguh prinsip-prinsip ajaran Islam, menjaga hal-hal yang dapat merusak jual beli, dan memastikan pembeli mendapatkan hak untuk mendapatkan kualitas produk yang baik, memberikan pelayanan yang ramah, sopan, serta memperhatikan indikator-indikator pelayanan dalam islam. Dalam pelaksanaannya selalu mengacu kepada sifat Nabi SAW yaitu, *shiddiq, amanah, tabligh, fathonah*.

Kata Kunci: Manajemen, Mutu Produk, Pelayanan, Volume Penjualan, UMKM Soe Art Blawirejo Lamongan

ABSTRACT

Every company that runs business must have an ultimate goal, namely sales, sales activities are carried out so that the company can achieve the sales volume that is expected to bring maximum profit or profit for the company. In line with this, the company should continue to strive to improve the quality of products and services provided and services, where the application of product quality management is very concerned, starting from selecting the best quality raw materials, carrying out quality control on their products, to the stage of distribution to customers, then the services provided. By always providing excellent service. But how is the view of sharia economics related to the application of product and service quality management on Soe Art products. Therefore, researchers want to analyze the method or quality management of products and services carried out by Soe Art UMKM so that they can increase sales volume which is reviewed from a sharia economic perspective.

This research uses a qualitative approach with the type of field research (Field Research). The purpose of this study is to find out the application of product and service quality management in increasing sales volume on Soe Art products, as well as how the Islamic economic view on product and service quality management in increasing sales volume on Soe Art Products. Data collection techniques in this study were observation, interviews, and documentation.

The results of this study indicate that product and service quality management components, namely quality planning, quality improvement, quality control, and quality assurance, as well as attention to factors that influence quality in UMKM Soe Art. Providing friendly, courteous service, and after-sales service in the form of follow-up every few months after purchase. Then the view of sharia economics regarding the application of product and service quality management in increasing the sales volume of Soe Art products is to always adhere to the principles of Islamic teachings, guarding things that can damage buying and selling, and ensuring buyers get the right to get good quality products, provide friendly, courteous service, and pay attention to service indicators in Islam. In practice it always refers to the nature of the Prophet SAW, namely, shiddiq, amanah, tabligh, fathonah.

Keywords: Management, Product Quality; Service; Sales Volume; UMKM Soe Art Blawirejo Lamongan