

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan ekonomi merupakan suatu dongkrak bagi kehidupan dimana ekonomi merupakan pondasi untuk memenuhi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Ekonomi yang semula dijalankan dengan konvensional seiring berjalannya waktu mulai menjalankan ekonomi dengan berbasis Islam atau biasa disebut dengan ekonomi syariah. Ekonomi Islam diartikan sebagai perilaku kegiatan ekonomi yang didasarkan pada kaidah-kaidah Islam agar mendapatkan ridha dari Allah SWT. Usaha yang diperbolehkan dalam Islam atau sesuai kaidah Islam ialah usaha yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah.<sup>1</sup>

Disebutkan di dalam Al-Qur'an surah Al-Jumu'ah ayat 10, yaitu :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ  
كَثِيرًا الْعَلَّامُ تَفْلِحُونَ

Artinya : “Apabila sholat telah dilaksanakan, maka bertebarlah kamu di muka bumi carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”. (Q.S. Al-Jumu'ah, 10)<sup>2</sup>

Ayat di atas dijelaskan bahwa makna kata “carilah karunia Allah” dimaksudkan untuk usaha yang dilakukan secara halal dalam melibatkan orang untuk memenuhi kebutuhannya. Ayat tersebut juga menjelaskan bahwa manusia diperintahkan agar melakukan usaha atau kegiatan bisnis untuk mencapai tujuan dari kehidupan, namun tidak hanya semata-mata mencari materi atau kekayaan saja, tetapi keseimbangan antara materi dan rohani.

---

<sup>1</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009), 196

<sup>2</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : Diponegoro, 2010), 553

Industri rumah tangga atau *home industry* diharapkan dapat menjadi pemecah masalah perekonomian yang ada di Indonesia. Hal ini berkaitan dimana industri rumah tangga memiliki jumlah unit usaha yang baik dibanding dengan kelompok usaha industry yang sedang dan besar, karena industry rumah tangga sendiri memiliki daya tahan yang kuat dalam perekonomiannya.<sup>3</sup>Di Indonesia banyak sekali yang memanfaatkan industri rumah tangga sebagai kegiatan usaha untuk menambah pendapatan, sehingga dapat meningkatkan perekonomian. Pelaksanaan *home industry* atau industri rumah tangga ini mengalami beberapa hambatan dalam pelaksanaannya, seperti sumber daya manusia, pembiayaan atau permodalan, promosi, dan yang sedang terjadi saat ini ialah kondisi pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia yang tidak terkecuali adalah Indonesia.

Pandemi Covid-19 yang terjadi pada awal tahun 2020 sangat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia. Hal ini mengakibatkan terjadinya penurunan kepada semua komponen Produk Domestik Bruto (PDB). Penurunan tersebut bahkan kontraksi yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 sehingga menyebabkan pertumbuhan perekonomian Indonesia masuk dalam kategori krisis. Perekonomian yang krisis dilihat dari kontraksi pertumbuhan PDB sebesar 2,19%. Tahun 2022 pertumbuhan ekonomi nasional pada triwulan III-2022 tercatat sebesar 5,72%, menguatnya pemulihan ekonomi ditunjukkan oleh pertumbuhan ekonomi Q3 tahun 2022 dibandingkan Q2 2022 yaitu sebesar 1,8%. Tingkat pertumbuhan ini, level PDB nasional secara kumulatif sampai dengan triwulan III-2022 berada pada 6,6% diatas kumulatif I-III 2019.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Kiki Joesyiana, *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekan Baru (Studi Kasus Usaha Tas Rajut Pengolahan Kreatifitas Tali Kur)*, Jurnal Valuta, Vol. 3 No. 1, 2017, 161

<sup>4</sup> Kementerian Keuangan Republik Indonesia, *Pertumbuhan Ekonomi Nasional Triwulan III-2022 Sebesar 5,72%, MenKeu : Cerminan Menguatnya Pemulihan Ekonomi Nasional di Tengah Ketidakpastian*

Menurut Pamuji<sup>5</sup>, mengatakan bahwa pengembangan didefinisikan sebagai : sebuah pembangunan merupakan suatu yang dirubah sehingga menjadi sesuatu yang baru dan memiliki nilai yang tinggi. Makna yang terkandung dari kutipan tersebut ialah dalam menjalankan suatu usaha buatlah sesuatu hal yang cocok dengan kebutuhan dan juga bermanfaat agar menjadi lebih baik.<sup>6</sup>

Strategi pengembangan usaha dapat dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut, hal tersebut dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu memperluas skala usaha dengan menambah fasilitas, tenaga kerja dan menambahkan modal untuk investasi, meningkatkan kualitas dan standar produk, meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan jiwa kewirausahaan. Strategi pengembangan usaha merupakan tugas dan proses persiapan peluang tumbuhnya potensi, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, serta strategi implementasi pertumbuhan usaha, agar usaha tersebut berjalan sesuai dengan tujuan. Peran Pemerintah juga merupakan salah satu hal yang dapat dimanfaatkan untuk membantu dalam mengembangkan usaha tersebut. Adanya strategi pengembangan usaha ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan.<sup>7</sup>

Di Kalimantan Tengah yang tepatnya di Desa Sungai Kapitan Kecamatan Kumai Kabupaten Kotawaringin Barat, terdapat industri rumah tangga atau *home industry* oleh-oleh dengan produk yang memanfaatkan bahan baku dari hasil

---

*Ekonomi Global*. 09 November 2022. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Perekonomian-Indonesia-Triwulan-III-2022-5,7>

<sup>5</sup> S. Pamuji, *Pembinaan arti dan metodenya Tinjauan dari Aspek Administrasi Pemerintah*, ( Jakarta : Bina Aksara, 1985), 7

<sup>6</sup> Bayu Gumelar dan Ratih Nur Pratiwi, dkk, *Strategi Pengembangan Industri Kecil Kripik Tempe di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi (Studi Pada Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Kabupaten Ngawi)*, (Malang : Universitas Brawijaya), 57

<sup>7</sup> Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis : Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), 182

pertanian dan hasil laut yang ada di Kecamatan Kumai tersebut, produk yang dihasilkan berupa *snack* oleh-oleh, seperti amplang ikan tenggiri, stik ikan tenggiri, dan keripik pisang. Sebelum terjadinya pandemi usaha oleh-oleh yang serupa dapat memproduksi kisaran setiap bulannya yaitu kurang lebih 10.000 sampai 15.000 produk pada setiap jenis produknya, namun saat pandemi Covid-19 menyebar pada tahun 2020 silam yang mana produksi mengalami penurunan pemilik usaha hanya dapat memproduksi sekitar 7.000 sampai 10.000 produk *snack* perbulan dimana hal tersebut mempengaruhi penjualan maupun pendapatannya. Berikut merupakan tabel yang menunjukkan usaha oleh-oleh yang berada di Desa Sungai Kapitan dengan memanfaatkan hasil laut maupun pertanian dari masyarakat sekitar.

**Tabel 1.1**  
**Nama Usaha Oleh-Oleh yang Berada di Desa Sungai Kapitan Kecamatan Kumai**  
**Kabupaten Kotawaringin Barat**  
**Tahun 2023**

No	Nama Usaha	Tahun Berdiri	Lokasi
1	Toko Oleh-Oleh Salbiah Abuk	2003	Jl. Panglima Utar, Desa Sungai Kapitan, Kumai Hilir, Kec. Kumai, Kab. Kotawaringin Barat
2	Toko Oleh-Oleh Amplang Syarifah Salmah	1978	Jl. Swadaya, Desa Sungai Kapitan, Kumai Hilir, Kec. Kumai, Kab. Kotawaringin Barat
3	Toko Oleh-Oleh Pulau Laut	2014	Jl. Panglima Utar, Desa Sungai Kapitan, Kumai Hilir, Kec. Kumai, Kab. Kotawaringin Barat

Sumber: *Observasi Lapangan dan Wawancara pemilik usaha*

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 1.1 terlihat bahwa ada usaha yang menjual produk oleh-oleh yang berbahan baku hasil dari nelayan dan petani sekitar. Hasil dari observasi dan wawancara yang telah saya lakukan sebagai berikut :

Toko Oleh-Oleh Salbiah Abuk yang berdiri hampir 19 tahun ini mengatakan bahwa pada saat terjadinya pandemi Covid-19 mengalami penurunan dan harus sampai mengurangi karyawan, dikarenakan berkurangnya permintaan, produksi, dan penjualan. Pemilik mengatakan bahwa produksi yang semula dilakukan 5-6 kali dalam sebulan sebelum terjadinya pandemi, pada saat pandemi produksi hanya dilakukan 3-4 kali saja dalam sebulan. Penjualan produk sebelum pandemi dalam sebulan bisa mencapai 1500-2000 produk, saat pandemi kurang dari 1000 produk. Distribusi hanya dalam kota saja, namun terkadang ada permintaan luar kota yang meliputi Sampit, Lamandau, dan Palangkaraya. Promosi dilakukan dari mulut ke mulut dan sosial media seperti *FaceBook* dan *ecommers*.

Kemudian Toko Oleh-Oleh Amplang Syarifah Salmah ini lebih lama berdiri dibanding dengan toko oleh-oleh disekitarnya, dapat dikatakan toko oleh-oleh Amplang Syarifah Salmah merupakan pelopor dari produk amplang ikan tengiri. Toko oleh-oleh Amplang Syarifah Salmah juga merasakan dampak dari pandemi, yang mana sempat terhenti kegiatan produksi yang mana menghambat penjualan produk. Penjualan produk selama tahun 2020 juga menurun yang pada awalnya sekitar 1500-2000 produk perbulan hingga kurang lebih 1000 perbulan. Distribusi dilakukan Sampit, Lamandau, dan Palangkaraya. Promosi dilakukan dari mulut ke mulut dan sosial media seperti *FaceBook* dan *ecommers*.

Usaha *Home Industry* Pulau Laut merupakan usaha yang terbilang baru dibandingkan dengan sekitarnya, tahun 2020 *home industry* Pulau Laut mengalami penurunan yang diakibatkan terhambatnya bahan baku, menurunnya permintaan, sehingga harus mengurangi produksi produk. Penjualan produk yang awalnya mencapai 1500-2000 perbulan harus merasakan penjualan yang hanya mencapai

kurang lebih 1000-1500 produk.Promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut dan sosial media seperti *FaceBook* dan *ecommers*. Distribusi pada saat terjadi Covid-19 hanya didalam kota saja, namun pada tahun 2021 sampai 2022 pendistribusiannya lebih luas dimana *customer* dapat membeli produk pulau laut tidak hanya di dalam kota dan sekitarnya namun juga di luar kota seperti Sampit, Palangka Raya, Surabaya, Semarang dan Jakarta.

Data dan penjelasan diatas bahwa usaha *home industry* oleh-oleh Pulau Laut merupakan salah satu usaha yang terdampak dari pandemi covid-19 namun pemilik usaha harus mengatasi hal tersebut dengan adanya strategi yang tepat dan efektif dalam menjalankan dan mengembangkan usaha *home industry* pulau laut ini. Berikut adalah data pendapat pada *home industry* Pulau Laut sebelum sampai pada pasca Covid-19 :

**Tabel 1.2**  
**Data Pendapatan *Home Industry* Pulau Laut Tahun 2019-2022**

No	Tahun	Jumlah Pendapatan Penjualan
1	2019	Rp. 940.000.000
2	2020	Rp. 568.000.000
3	2021	Rp. 1.265.000.000
4	2022	Rp. 1.903.853.000

Sumber : Dokumen Lapangan Penjualan

Data diatas menunjukkan bahwa pendapatan dari sebelum pandemi dan sesudah terjadinya pandemi, Ibu Sudarwati mengatakan usaha *Home Industry* Pulau Laut ini mengalami peningkatan mulai dari tahun 2021 sampai tahun 2022 setelah pada tahun 2020 mengalami penurunan. Kondisi dan situasilah yang menjadi salah satu keberhasilan dari strategi pengembangan yang telah dijalankan, Ibu Sudarwati juga mengatakan bahwa selama awal pandemi yaitu pada tahun 2020 dampak yang dirasakan menekan angka penjualan, dimana pada tahun 2020 distribusi ke luar kota diberhentikan sementara sehingga penjualan merosot tetapi beliau tetap dapat

menjualkan produknya dengan cara *online* melalui *e-commerce* maupun *offline* seperti datang langsung ke toko namun dengan pembatasan jumlah orang yang bertransaksi, waktu yang singkat, dan protokol kesehatan. Satu tahun berjalan yaitu pada tahun 2021 kondisi mulai membaik, walau masih tetap ada peraturan-peraturan dari pemerintah yang harus ditaati untuk menghindari dan menurunkan jumlah yang terkena paparan covid-19 seperti adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Terdapat kebijakan dari pemerintah yang mulai memperbolehkan aktivitas transportasi, namun tetap sesuai dengan surat edaran No. 17 Tahun 2021 tentang Ketentuan Perjalanan Orang Dalam Negeri pada Masa Pandemi Covid-19 Disease dan SE No. 18 Tahun 2021 tentang Protokol Kesehatan Perjalanan Internasional pada Masa Pandemi Covid-19.<sup>8</sup>Tahun 2022, peningkatan kembali dirasakan hal ini bisa terjadi karena meningkatkan perekonomian Indonesia sehingga berdampak meningkatnya pula usaha-usaha yang ada.

Data diatas diperkuat dengan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kotawaringin Barat yang dirilis pada tahun 2022, data tersebut sebagai berikut :

**Tabel 1.3**  
**Data Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Kotawaringin Barat**  
**Tahun 2019-2021**

No	Tahun	Presentase
1	2019	5,79%
2	2020	4,09%
3	2021	5,61%

Sumber : *Data Badan Pusat Statistik Ko-Bar 2022*<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, Syarat Perjalanan Kembali Disesuaikan, <https://dephub.go.id/post/read/siaran-pers-bersama-satgas-penanganan-covid-19-dan-kementrian-perhubungan---syarat-perjalanan-kembali-disesuaikan> , di akses pada 28 November 2022 pukul 05.22 WIB

<sup>9</sup> Badan Pusat Statistik (BPS) “Kotawaringin Barat Dalam Angka 2022”. Katalog BPS, diakses pada tanggal 20 Desember 2022.

Data tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi setelah terjadinya penurunan pada saat pandemi Covid-19 yaitu 4,09% sampai saat 2021 mengalami kenaikan yang berada diangka 5,61%. Bupati Kotawaringin Barat yaitu ibu Nurhidayah menuturkan bahwa akan optimis untuk lebih baik lagi terkait ekonomi daerah maupun ekonomi masyarakat, UMKM mulai digalakkan kembali, serta mendorong peningkatan produksi pertanian dalam arti luas, pariwisata dan infrastrukturnya.<sup>10</sup>

Pernyataan tersebut dapat memberikan motivasi usaha yang ada tak terkecuali *home industry* Pulau Laut untuk gencar dalam menjalankan strategi pengembangan usahanya dengan melakukan distribusi ke berbagai kota sesuai dengan permintaan *reseller* hal yang berkaitan dengan distribusi sangat berpengaruh jalan penjualannya, namun dalam mengembangkan *home industry* Pulau Laut terdapat pula beberapa masalah yaitu permasalahan internal dan eksternal. Permasalahan internalnya ialah beliau kurang berinovasi sehingga produk yang dihasilkan tidak banyak variasinya. Permasalahan secara eksternal adanya pesaing dengan produk yang sejenis, bahan baku yang tidak selalu ada terutama pada pisang dan ikan tenggiri. Telah dilakukan wawancara kepada ibu Sudarwati, beliau mengatakan bahwa strategi yang dilakukannya untuk mengembangkan usahanya karena beliau sudah mengetahui dan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi *Home Industry* Pulau Laut ini dimana yang awalnya hanya memproduksi keripik pisang saja sekarang telah ada amplang ikan tenggiri dan stik ikan tenggiri dengan rasa original dan balado. Ibu Sudarwati juga

---

<sup>10</sup> Lukman Hakim, Pertumbuhan Ekonomi Kotawaringin Barat Tertinggi Se-Kalimantan di Tahun 2022, (InfoPbun News : 22 Maret 2022)



mengatakan bahwa beliau membuat variasi pada produk buaatannya karena mengikuti keinginan konsumen.

Melalui wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, strategi pengembangan usaha merupakan cara yang diterapkan oleh *home industry* Pulau Laut untuk mengembangkan bisnis yang dijalankan tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti tertarik untuk mengetahui strategi dan pengembangan usaha *home industry* Pulau Laut sehingga dapat bertahan pada saat pasca pandemi Covid-19 dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pasca Pandemi Covid-19 Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus *Home Industry* Oleh-Oleh Pulau Laut Desa Sungai Kapitan Kabupaten Kotawaringin Barat)”**

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha *home industry* Pulau Laut desa Sungai Kapitan Kabupaten Kotawaringin Barat?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan *home industry* Pulau Laut desa Sungai Kapitan Kabupaten Kotawaringin Barat pada masa pasca pandemi Covid-19?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan *home industry* Pulau Laut desa Sungai Kapitan Kabupaten Kotawaringin Barat pada masa pasca pandemi Covid-19 pada perspektif ekonomi Islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menjelaskan strategi pengembangan usaha *home industry* Pulau Laut desa Sungai Kapitan Kabupaten Kotawaringin Barat

2. Untuk menjelaskan strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan *home industry* Pulau Laut desa Sungai Kapitan Kabupaten Kotawaringin Barat pada masa pasca pandemi Covid-19
3. Untuk menjelaskan strategi pengembangan usahadalam meningkatkan penjualan *home industry* Pulau Laut desa Sungai Kapitan Kabupaten Kotawaringin Barat pada masa pasca pandemi Covid-19 pada perspektif ekonomi Islam

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif hal tersebut dapat membantu memahami realitas sosial menurut sudut pandang seorang aktor dan informasi ini penting dalam banyak hal .<sup>11</sup> Tujuan kegunaan dari penelitian ini, yaitu :

1. Kegunaan Praktis
  - a. Bagi Peneliti sendiri, sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan pengalaman aplikasi ilmu pemasaran praktis khususnya dalam penerapan strategi untuk mengembangkan usaha dimasa pasca pandemi Covid-19 ini.
  - b. Bagi Perusahaan tersebut, sebagai bahan bacaan yang digunakan untuk masukan dan berbagi pengalaman maupun informasi yang bermanfaat untuk mempertahankan bisnisnya.
  - c. Bagi pihak yang lain, untuk yang memiliki kepentingan untuk menambah keilmuan dan dapat digunakan sebagai bahan informasi.
2. Kegunaan Teoritis
  - a. Pada penelitian menghasilkan sebuah karya yang diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang ekonomi Islam. Khususnya bagi setiap

---

<sup>11</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif (Sebuah upaya mendukung penggunaan penelitian kualitatif dalam berbagai disiplin ilmu)*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2015), 38

orang yang membutuhkan penelitian yang mendetail dalam bidang wawasan keilmuan.

## E. Telaah Pustaka

1. Penelitian yang dilakukan oleh Azifatul Maizah (2020) mahasiswa IAIN Kediri dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Toko Family Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang Ditinjau Dari Bisnis Islam”.<sup>12</sup> Hasil dari penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut, A) pengembangan usaha dapat dilakukan dengan cara perluasan usaha yang meliputi : a) penambahan infrastruktur dan tenaga kerja seperti penambahan computer dan jumlah tenaga kerja serta penambahan jumlah barang dan jasa, perluasan lokasi usaha, b) meningkatkan persaingan usaha sejenis dapat dilakukan untuk menjaga pelanggannya, ketersediaan dan lengkapnya barang, layanan yang baik, kebersihan toko terjaga serta memberikan promo. B) pengembangan yang dilakukan oleh Toko Family telah sesuai dengan kaidah Islam, hal ini dikarenakan telah tercapainya target hasil *profit* dan *benefit* pada Toko Family, keberlangsungan selama mungkin serta keberkahan dan keridhaan Allah. Pada praktiknya Toko Family menjalankan prinsip-prinsip pengembangan usaha dalam Islam, meliputi jujur, menjual barang dengan mutu yang baik, longgar dan murah hati, menetapkan harga secara transparan dan menjaga hubungan baik dengan kolega. Perbedaan antar penelitian ini adalah focus strategi pengembangan antara menjual produk sembako atau jadi, sedangkan peneliti meneliti produk yang produksi sendiri dengan prespektif ekonomi Islam.

---

<sup>12</sup>Azifatul Maizah, “Strategi Pengembangan Bisnis Toko Family Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang Ditinjau Dari Bisnis Islam” (*Skripsi*, Kediri : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2020)

2. Penelitian yang telah dilakukan oleh Rina Lismnawati (2021) mahasiswa IAIN Kediri dengan judul “Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari *Syariah Marketing* (Studi kasus di CV. Wecono Asri Dandangan Kota Kediri)”.<sup>13</sup> Hasil dari penelitian ini bahwa (a) strategi pengembangan produk CV. Wecono Asri yaitu memperbaiki produk yang sudah ada, memprluas lini produk, menambah produk yang ada. (b) pengembangan produk dilakukan untuk meningkatkan penjualan yang mana pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 155.4%, kemudian pada tahun 2018 sebesar 30.1% pada produk yang terjual dan 11.3% pada hasil penjualannya, selanjutnya mengalami penurunan pada tahun 2019 sebesar 11.7% pada produk yang terjual dan 16.3% pada hasil penjualan. Hal tersebut dikarenakan tidak ada penjualan dan pemesanan dari lembaga pemerintahan yang biasa memesan dalam jumlah yang banyak. Jika dilihat dari *syariah marketing*, CV. Wecono Asri telah berupaya menerapkan *syariah marketing* dengan memproduksi barang dengan kualitas yang baik dan melakukan pemasaran secara *offline* maupun *online*. Perbedaan penelitian ialah penelitian Rina yaitu menekan pada strategi pengembangan terkait penjualan CV yang ditinjau dari *Syariah Marketing*. Sedangkan, penelitian sekarang berfokus terhadap meningkatkan penjualan usaha oleh-oleh snack amplang dan keripik pisang.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Meyka Ayu Widyawati (2020) mahasiswa IAIN Kediri dengan judul “ Strategi Pengembangan Produk Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi kasus di Mayang

---

<sup>13</sup>Rina Lismnawati, “Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari *Syariah Marketing*” (*Skripsi*, Kediri : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2021)

*Collection* Pandaan Kabupaten Pasuruan)”.<sup>14</sup> Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk dalam mengatasi persaingan usaha pada Mayang *Collection* Pandaan dengan mengembangkan penampilan produk serta kualitas yang lebih baik dan model yang menarik. Factor penghambah dari pengembangan produk yaitu kurangnya ide, siklus hidup produk, dan modal yang besar. Sedangkan factor pendukung yaitu menghadapi masalah yang ada dengan terjun langsung ke lapangan, kualitas yang digunakan baik, harga yang ditawarkan terbilang terjangkau dan pelayanan pemesanan produk baik. Dalam tinjauan etika bisnis Islam pengembangan produk dilakukan dengan persaingan yang sehat melalui kejujuran dan transparan. Mayang *Collection* Pandaan melakukan pengembangan produk sesuai dengan etika bisnis Islam akan tetapi ada penyimpangan dari etika bisnis Islam yaitu memanfaatkan kondisi konsumen dalam keterpaksaan dalam membeli produk tersebut. Perbedaan penelitian adalah penelitian Meyka meneliti tentang strategi pengembangan dalam mengatasi persaingan yang ditinjau dari etika bisnis Islam sedangkan penelitian sekarang berfokus terhadap strategi pengembangan dalam meningkatkan penjualan persepektif ekonomi Islam.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Suci Dian Ning Bekti (2019) yang berjudul “Startegi Pengembangan Usaha Konveksi UD. ABA *Collection* Tulungagung dengan pendekatan Analisis *Strenghts, Weakness, Opportunities,*

---

<sup>14</sup>Meyka Ayu Widyawati, “ Strategi Pengembangan Produk Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Prespektif Etika Bisnis Islam” (*Skripsi*, Kediri : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2020)

*Threats*".<sup>15</sup> Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi pengembangan usaha konveksi yang dilakukan oleh UD. ABA Collection, dan menemukan strategi yang tepat untuk diterapkan pada usahanya tersebut. Hasil penelitian ini bahwa strategi yang paling tepat digunakan UD. ABA Collection yaitu meningkatkan jumlah produksi dengan memanfaatkan mesin yang sudah ada, dilakukannya promosi melalui social media, melakukan inovasi produk secara berkala dengan desain kekinian dan memberikan promo atau diskon khusus yang menarik dan dapat menarik minat konsumen. Persamaannya yaitu sama-sama membahas terkait strategi pengembangan dan menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini pada sentral konveksi sedangkan peneliti meneliti sentral kuliner.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ugin Setyani (2020) dengan judul “ Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif pada Pengrajin Sepatu Kulit Sumali Novhita di Kelurahan Keniten Kabupaten Ponorogo”.<sup>16</sup> Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan matrik IE, strategi produk berada pada kuadran IV yaitu tahap hati-hati dengan strategi stabilitas. Pada hasil analisis SWOT berada pada kuadran I yaitu memiliki peluang dan kekuatan besar. Alternative strategi produk sesuai matriks SWOT adalah strategi SO. Kesamaan penelitian adalah sama-sama membahas tentang

---

<sup>15</sup> Suci Dian Ning Bekti, *Strategi Pengembangan Usaha Konveksi UD. ABA Collection Tulungagung dengan pendekatan Analisis Strength, Weakness, Opportunities, Threats.*(Tulungagung : Skripsi tidak diterbitkan, 2019), 109-110.

<sup>16</sup> Ugin Setyani, *Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Pengrajin Sepatu Kulit Sumali Novhita di Kelurahan Keniten Kabupaten Ponorogo,* (SKRIPSI, Tulungagung : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo, 2020).

strategi pengembangan, perbedaannya ialah penelitian ini berbasis ekonomi kreatif sedangkan peneliti ekonomi Islam.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada strategi pengembangan dengan menggunakan strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keefektifan bagi usaha pada masa pasca pandemi Covid-19. Selain itu pengembangan usaha yang dilakukan dalam penelitian ini yang dilakukan pada *Home Industry* Pulau Laut dalam meningkatkan Penjualan pada Masa Pasca Pandemi Covid-19 memberikan referensi baru serta memperkuat penelitian yang sudah ada. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi.