

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dewasa ini kelas persaingan dalam bisnis kian hari makin pesat dan ketat perkembangannya. Munculnya dinamika persaingan tersebut memaksa para praktisi bisnis harus memaksimalkan upaya dan kinerjanya supaya tetap bertahan dan dapat bersaing di pasaran. Seiring dengan berjalannya waktu kegiatan ekonomi berupa produksi, distribusi, dan konsumsi juga mengalami perkembangan. Sumber daya manusia, teknologi dan juga mesin semakin mudah ditemukan dan marak digunakan untuk mendukung jalannya usaha. Hal-hal semacam inilah yang menjadikan perekonomian dunia makin maju dan berkembang dari tahun ke tahun.¹

Produksi sendiri merupakan sebuah kegiatan perekonomian yang merupakan cikal bakal adanya kegiatan ekonomi lain seperti distribusi dan konsumsi. Produksi dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan dalam upaya untuk membuat sebuah produk. Untuk itu produksi dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang diciptakan dan ditawarkan oleh produsen kepada calon konsumen atau pembeli melalui penjual untuk memenuhi kebutuhan. Ketika proses produksi berlangsung tiap perusahaan seakan-akan diharuskan untuk menciptakan sebuah produk dengan kualitas terbaiknya, akan tetapi juga dituntut untuk menyesuaikan kemampuan pasar dalam menyerap hasil produksi. dengan

¹ Fauziah Afriani, "Peluang Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Ekonomi Indonesia'," *Jurnal Ekonomika Sharia*, 1 (2016): 57.

maksud dan tujuan sebagai upaya dalam meningkatkan daya saing produk yang bertujuan untuk memberi kepuasan pada konsumen sebagai konsumen.²

Dalam menghadapi persaingan ekonomi yang makin ketat dari waktu ke waktu, perusahaan tentunya dituntut agar memiliki strategi yang tepat, terarah, dan terencana guna mengambil posisi di mata konsumen dan juga mempertahankan perusahaan agar tetap mendapat tempat pada hati konsumen. Setiap perusahaan pasti memiliki misi untuk senantiasa meningkatkan potensi penjualan produknya dengan menerapkan sistem pemasaran yang paling efektif dan efisien. Untuk itu dibutuhkan strategi paling tepat dalam upaya untuk meningkatkan penjualan secara organik.³ Salah satu strategi pemasaran tersebut adalah strategi diversifikasi produk.

Diversifikasi produk umumnya termasuk proses mengembangkan produk yang diciptakan oleh beberapa usaha *home industry* ataupun manufaktur. Walaupun sebenarnya diversifikasi tidak wajib termasuk kedalam sebuah produk yang diciptakan oleh pengembangan (*discovery*) atau inovasi (*invention*) sebuah produksi, tetapi juga termasuk kedalam proses mengembangkan produk serta keberaniannya seorang pebisnis dalam perluas area barang penjualannya, contohnya mulai dari produk olahan beras ketan diolah menjadi kerupuk rengginang dengan berbagai varian rasa dan ukuran yang disajikan.⁴

² Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013), 17.

³ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makassar: CV Sah Media, 2019), 1.

⁴ Taufik Aris Saputra, Aang Kunaifi, dan Siti Azizah, "Diversifikasi Produk Pendekatan Islamic Ethic Dalam Meningkatkan Omset Bisnis Retail," *CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman* 7 (Juni 2021): 3.

Adapun seperti halnya di Kecamatan Papar Kabupaten Kediri yang memiliki luas wilayah 3.622,32 Km² yang memiliki banyak UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Salah satunya yakni UMKM pada bidang makanan ringan yakni kerupuk rengginang. Agar eksistensinya tidak tergerus dengan kian banyaknya muncul jajanan (makanan ringan) kekinian yang senantiasa bermunculan, UMKM kerupuk rengginang haruslah memiliki metode-metode terbaik yang mampu menjawab permasalahan-permasalahan tersebut agar memiliki nilai jual, dan dapat meningkatkan kompetensi penjualan dan daya saing dimata konsumen.

Salah satu desa yang ada di Kecamatan Papar Kabupaten Kediri yang memiliki banyak 14 UMKM kerupuk rengginang yakni di Desa Pehwetan. Hal ini menjadikan Desa Pehwetan memiliki keuntungan yang cukup banyak dari bisnis kerupuk rengginang tersebut karena banyak masyarakatnya yang menjadi pengusaha kerupuk rengginang. Hal tersebut bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Data Pekerjaan Warga Desa Pehwetan, Kecamatan Papar Tahun 2023

Pekerjaan	Jumlah
PNS	10%
Pedagang	36%
Wiraswasta	30%
Lain-Lain	22%

Sumber: Kepala Desa Peh Wetan (Rudy Santoso S.E)⁵

Berdasarkan tabel 1.1 diatas maka bisa diketahui bahwasanya Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri yang memiliki jumlah penduduk sebanyak 3.312 jiwa, dimana mayoritas penduduknya lebih memilih menjadi

⁵ Wawancara Dengan Bapak Rudy Santoso Kepala Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri, 20 Oktober 2022.

seorang pedagang dan wiraswasta. Para masyarakat Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri yang memilih menjadi pedagang dan wiraswasta mayoritas usaha di bidang kuliner keurpuk rengginang. Dari beberapa pedagang, wiraswasta dan pengrajin kerupuk rengginang di Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri, peneliti melakukan perbandingan pada beberapa UMKM Kerupuk Rengginang dengan terapkan teori strategi diversifikasi menurut Benson yakni keberagaman pada ukurannya produk, jenisnya produk, bahannya produk, harganya produk, dan desainnya produk.⁶ Beberapa UMKM tersebut yakni UMKM milik Bapak Suswanto, Ibu Yuli dan Mak Sri.

Tabel 1.2
Daftar UMKM Kerupuk Rengginang
di Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri

UMKM Bapak Suwanto				
Alamat : Desa Pehwetan Rt.09 Rw.07				
Produk				Penjualan Tahun 2022
Produk	Varian ukuran	Harga	Tampilan Desain	
Kerupuk Rengginang Bawang	500gr / 17cm	<i>Offline</i> = 9.000 <i>Online</i> = 15.000	- Desain : biasa - Pengemasan : plastik agak tipis dan diujung plastik dilipat dan di	1.600 pcs
Kerupuk Rengginang Ketan Hitam	500gr / 17cm	<i>Offline</i> = 10.000 <i>Online</i> = 16.000	staples	1.400 pcs
Kerupuk Rengginang Terasi	500gr / 17cm	<i>Offline</i> = 9.000 <i>Online</i> = 15.000	- <i>Brand</i> : memakai stiker label cap dua padi berwarna putih	1.400 pcs
Total Penjualan				4.400 pcs
UMKM Ibu Yuli				
Alamat : Dusun Karangdowo Rt.3 Rw.1 Desa Pehwetan				

⁶ Robert J. Benson, *From Business Strategy to IT Action, Right Decisions for a Bottom Line* (New Jersey: Jhon Wiley and Sons, Inc., 2007), 136.

Produk				Penjualan per Tahun 2022
Produk	Varian ukuran	Harga	Tampilan Desain	
Kerupuk Rengginang Bawang	400gr sama 5kg / 15cm	400gr = 7.000 5kg = 85.000	- Desain : biasa - Pengemasan : plastik tebal dan diujung plastik dilipat dan di staples - Brand : memakai stiker label cap matahari berwarna putih	2.350 pcs
Kerupuk Rengginang Ketan Hitam	400gr sama 5kg / 15cm	400gr = 8.000 5kg = 90.000		1.350 pcs
Kerupuk Rengginang Terasi	400gr sama 5kg / 15cm	400gr = 7.000 5kg = 85.000		1.900 pcs
Kerupuk Rengginang Seledri	400gr sama 5kg / 15cm	400gr = 8.000 5kg = 90.000		1.800 pcs
Kerupuk Rengginang Balado	400gr sama 5kg / 15cm	400gr = 8.000 5kg = 90.000		1.650 pcs
Total Penjualan				9.050 pcs
UMKM Mak Sri				
Alamat : Jl. Balai Desa, RT 1 RW 2, Desa Pehwetan				
Produk				Penjualan Tahun 2022)
Produk	Varian ukuran	Harga	Tampilan Desain	
Kerupuk Rengginang Bawang	500gr / 17cm	10.000	- Desain : biasa - Pengemasan : plastik tipis dan diujung plastik dilipat dan di staples - Brand : memakai stiker label cap bintang lima berwarna pink.	1.200 pcs
Kerupuk Rengginang Terasi	500gr / 17cm	10.000		800 pcs
Total Penjualan				2.000 pcs

Sumber : Hasil Observasi dan Diolah Peneliti⁷

Berdasarkan tabel 1.2 di atas maka bisa terlihat bahwasanya UMKM milik bu Yuli merupakan UMKM yang menjualkan kerupuk rengginang dan memiliki

⁷ UMKM Kerupuk Rengginang, Observasi di Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri, 12 April 2023.

penjualan paling tinggi sebanyak 9.050 pcs dalam setahun di tahun 2022, jika dibandingkan dengan UMKM Bapak Suwanto yang 4.400 pcs dan UMKM Mak Sri yang laku sebanyak 2.000 pcs dalam waktu setahun. UMKM Ibu Yuli juga memiliki jenis, ukuran dan varian harga produk dan bahan kerupuk rengginang yang lebih beragam jika dibandingkan dengan UMKM Bapak Suwanto dan Mak Sri. Meskipun pengemasan produk kerupuk rengginang pada 3 (tiga) UMKM di atas sama-sama memakai plastik dan diujung plastik dilipat serta distaples, tetapi UMKM Ibu Yuli juga lebih unggul dibandingkan lainnya karena menggunakan plastik yang tebal.

Berdasarkan berbagai keunggulan dan kelebihan pada UMKM Ibu Yuli maka Ibu Yuli bisa mempertahankan penjualan kerupuk rengginangnya setiap tahunnya. Hal ini bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.3
Jumlah Penjualan Kerupuk Rengginang UMKM Ibu Yuli

Tahun	Jumlah Penjualan (pcs)	Presentase
2013	8.800	-
2014	9.200	4,5%
2015	8.600	-6,5%
2016	9.100	5,8%
2017	8.740	-3,9%
2018	8.900	1,8%
2019	9.000	1,1%
2020	6.750	-25%
2021	7.850	16,3%
2022	9.050	15,3%

Sumber: Hasil Wawancara bersama UMKM Ibu Yuli⁸

Berdasarkan tabel di atas maka bisa diketahui bersama jika penjualan di UMKM Ibu Yuli mengalami penurunan penjualan ketika sesudah menjalankan

⁸ Yuliati, Pemilik UMKM Kerupuk Rengginang Ibu Yuli Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri, 20 Oktober 2022.

strategi diversifikasi produk. Dimana pada tahun 2014 mulai merasakan kenaikan penjualan sebanyak 4,5%. Namun pada tahun 2015 UMKM Kerupuk Rengginang Ibu Yuli mengalami penurunan pendapatan yang cukup drastis sebanyak 6,5% karena Ibu Yuli tidak bisa memenuhi banyak permintaan pasar dikarenakan bahan baku kerupuk rengginang ketan hitam dan terasi yang terbatas dan jumlah karyawan yang kurang. Tetapi di tahun 2016 Ibu Yuli bisa bangkit dan bisa meningkatkan penjualannya lagi sebanyak 5,8%.

Adapun pada tahun 2017 UMKM Kerupuk Rengginang Ibu Yuli juga mengalami penurunan pendapatan lagi sebanyak 3,9% karena Ibu Yuli kalah dengan banyak kompetitor yang mulai menjualkan produknya melalui media sosial seperti *facebook* dan *whatsapp*, akhirnya banyak konsumen yang mulai membeli di para kompetitor. Sehingga pada tahun 2018 UMKM Kerupuk Rengginang Ibu Yuli mulai menjualkan produknya melalui media sosial juga dan akhirnya bisa meningkatkan penjualannya sebesar 1,8% dan pada tahun 2019 meningkat sebesar 1,1%.

Pada tahun 2020 UMKM Kerupuk Rengginang Ibu Yuli mengalami penurunan pendapatan paling banyak selama menjalani usaha kerupuk rengginang ini yakni sebesar 25%, Hal ini karena ketika masa pandemi permintaan pemesanan kerupuk rengginang menurun, terdapat pembatasan sosial berskala besar (PSBB), dan suami dari ibu Yuli meninggal ketika masa pandemi. Namun Ibu Yuli yang terus mau berusaha dan bangkit akhirnya melakukan strategi diversifikasi produk dan kemudian bisa terus mempertahankan penjualannya yakni di tahun 2021 bisa meningkat sebanyak

16,3% dan pada tahun 2022 bisa meningkat sebanyak 15,3%.⁹ Karena melalui diversifikasi produk pada suatu usaha akan menjadi salah satu faktor yang menjadikan calon konsumen memiliki keputusan untuk membeli produk di sebuah perusahaan.¹⁰ Melalui strategi diversifikasi produk kerupuk rengginang Ibu Yuli berusaha untuk terus mempertahankan penjualannya supaya tidak mengalami penurunan.

Kerupuk rengginang Ibu Yuli terus berusaha untuk penuhi minat dan kebutuhannya konsumen melalui menyediakan produk yang sangat beragam dengan cara menambah varian menu baru yang mencocokkan dengan daya minat dan keinginannya konsumen yang nanti dapat diterima dengan baik oleh para konsumennya. Strategi diversifikasi produk dilaksanakan guna pertahankan posisi usahanya UMKM Ibu Yuli supaya terus di tahapan pendewasaan dan memberikan pencegahan usaha supaya tidak alami penurunan penjualan lagi.

Melaksanakan strategi diversifikasi produk dengan penambahan varian menu atau jenis produk baru yang belum pernah UMKM Kerupuk Rengginang Ibu Yuli produksi dan tawarkan ke konsumen akan membagikan kesan terbaru bagi para konsumennya. Hal ini dilakukan juga karena ingin memberikan pencegahan rasa bosan pada selernya konsumen atas produk yang sebelumnya yang telah ada. Jenis atau menu baru yang ditambahkan oleh UMKM Ibu Yuli dilaksanakan secara bertahap dengan lihat responnya para konsumen mengenai jenis produk baru tersebut. Adapun produk sebelum masa pandemi di UMKM

⁹ Yulianti, Pemilik UMKM Kerupuk Rengginang Ibu Yuli Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri, 12 April 2023.

¹⁰ Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Jurusan Jasmine Langsung," *Jurnal Manajemen Keuangan* 6 (2017): 680.

Ibu Yuli hanyalah produk kerupuk rengginang bawang yang sudah diproduksi sejak tahun 1995, kemudian di tahun 2013 melakukan penambahan varian rasa baru yakni kerupuk rengginang rasa ketan hitam dan terasi. Adapun setelah penurunan penjualan pada masa pandemi pada tahun 2020, kemudian di tahun 2021 Ibu Yuli melakukan strategi diversifikasi produk dengan penambahan jenis produk kerupuk rengginang rasa balado dan kerupuk rengginang seledri.¹¹

Berdasarkan tabel 1.2 bisa terlihat dengan jelas bahwasanya jenis produk baru yang ditawarkan oleh UMKM Kerupuk Rengginang Ibu Yuli memiliki omset penjualan yang cukup banyak dan bisa melebihi produk sebelumnya. Berdasarkan hal tersebut maka membuat peneliti tertarik untuk meneliti mengenai strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh UMKM Ibu Yuli dalam mempertahankan penjualan.

Berdasarkan seluruh uraian latar belakang penelitian yang telah dijelaskan oleh peneliti di atas, maka mendorong peneliti untuk mengkaji dan meneliti lebih lanjut tentang **“Strategi Diversifikasi Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus UMKM Kerupuk Rengginang Ibu Yuli Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri)”**.

¹¹ Yuliati, Pemilik UMKM Kerupuk Rengginang Ibu Yuli Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri, 20 Oktober 2022.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yakni:

1. Bagaimana strategi diversifikasi produk UMKM Kerupuk Rengginang ibu Yuli di Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana strategi diversifikasi produk UMKM Kerupuk Rengginang ibu Yuli di Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri dalam meningkatkan volume penjualan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi diversifikasi produk UMKM Kerupuk Rengginang ibu Yuli di Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui strategi diversifikasi produk UMKM Kerupuk Rengginang ibu Yuli di Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri dalam meningkatkan volume penjualan.

D. Manfaat Penelitian

Harapannya hasil dari penelitian ini nantinya bisa memberikan banyak manfaat baik dari segi teoritis dan praktis, sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Harapannya penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti ini bisa memperoleh gambaran yang sangat jelas mengenai bagaimana strategi diversifikasi produk pada sebuah produk UMKM Kerupuk Rengginang Ibu

Yuli Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri dalam meningkatkan penjualan.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pembaca

Bagi peneliti selanjutnya bisa menggunakan penelitian ini untuk tahap pertama penelitiannya yang berkaitan dengan bagaimana strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan penjualan di UMKM Ibu Yuli Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mejadi sebuah karya ilmiah yang bersifat ilmiah, memberikan informasi yang bermanfaat, sumber bahan kajian dengan studi kasus yang sama khususnya pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan terutama mengenai strategi diversifikasi produk.

c. Bagi Peneliti

Harapan peneliti dengan adanya penelitian yang telah dilaksanakan ini nantinya dapat mengembangkan kemampuan peneliti ketika melakukan suatu peneltian dan juga dapat memperluas wawasan dan pengetahuan peneliti. Kemudian dapat juga guna meningkatkan pemahaman peneliti untuk melaksanakan dan menerapkan ilmu yang telah dimiliki.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka dapat diartikan sebagai sebuah tulisan penelitian yang dijadikan sebagai bahan perbandingan dan rujukan untuk pembuatan dan menyusun penulisan. Telaah pustaka dalam Penelitian diambil tiga telaah pustaka dari peneliti terdahulu yang berhubungan dengan objek pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian M. Iqbal Maulana Nur Hasan (2021) berjudul “*Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 (Study Kasus Pada Cv. Pentol Bakso Oye Kertosono Nganjuk)*”.¹² Kesimpulan penelitian dari penelitian terdahulu tersebut yakni bahwasanya CV pentol bakso melaksanakan diversifikasi produknya di tahun 2018 yang bisa hasilkan produk terbaru sebanyak 5 (lima) produk baru, yang menjadikan mereka memiliki jumlah produk sebanyak 7 (tujuh) jenis produk. Jenis pendiversifikasian produk tersebut memiliki baiknya dampak pada volume penjualan yang meningkat di CV Pentol Bakso Uye pada masa pandemi covid-19. Hal tersebut ketika berbagai indikatornya peningkatan volume penjualan bisa terpenuhi yakni target penjualannya terpenuhi, keuntungannya meningkat dari 100 juta menjadi 200 juta perbulan. Lalu perolehan keuntungannya bisa memberikan penunjangan pada pertumbuhannya perusahaan. Persamaan dengan penelitian ini yakni membahas tentang strategi diversifikasi produk kuliner dalam meningkatkan

¹² M. Iqbal Maulana Nur Hasan, “Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 (Study Kasus Pada Cv. Pentol Bakso Oye Kertosono Nganjuk)” (Skripsi, IAIN Kediri, 2021).

sebuah penjualan di suatu usaha. Sedangkan perbedaannya yakni penelitian objek penelitian yang diambil tidak memiliki kesamaan.

2. *Penelitian Zahrotul Mutmainah (2022) berjudul “Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Mia Snack & Catering (Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil Menengah Mia Snack & Catering Kec. Geneng, Kab. Ngawi, Prov. Jawa Timur)”*.¹³ Hasil penelitian tersebut yakni *Mia Snack & Catering* menggunakan Strategi Diversifikasi Konsentris dimana upaya ini dilakukan dengan penambahan varian baru dalam bentuk penerapan strategi diversifikasi pada produk. Adapun strategi diversifikasi yang telah dilakukan tersebut bisa meningkatkan volume penjualan *Mia Snack & Catering*. Persamaan dengan penelitian ini yakni meneliti mengenai strategi diversifikasi produk pada usaha bidang kuliner guna meningkatkan volume penjualan memakai metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya yakni objek penelitiannya juga berbeda.
3. *Penelitian Desi Fitriyah (2022) berjudul “Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Kuantitas Penjualan Produk (Studi Kasus UD Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo)”*.¹⁴ Penelitian tersebut memberikan hasil penelitian jika dalam diversifikasi produk pada perusahaan UD Akar Dewa Jati begitu diperlukan dikarenakan guna pengembangan produk dan

¹³ Zahrotul Mutmainah, “Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Mia Snack & Catering (Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil Menengah Mia Snack & Catering Kec. Geneng, Kab. Ngawi, Prov. Jawa Timur)” (Skripsi, Universitas Koperasi Indonesia, 2022).

¹⁴ Desi Fitriyah, “Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Kuantitas Penjualan Produk (Studi Kasus Ud Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember, 2022).

kepuasannya konsumen. Pada UD Akar Dewa Jati dampaknya diversifikasi produk begitu positif karena dapat meningkatkan kualitas penjualannya produk dengan utamakan kualitas. Persamaan dengan penelitian ini yakni meneliti tentang strategi diversifikasi produk pada sebuah usaha memakai penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya yakni penelitian ini lebih ke fungsinya sebagai meningkatkan penjualan bukan meningkatkan kauntitas penjualan produk dan objek penelitiannya juga berbeda.

4. Penelitian oleh Rizky Kurniawan Pambudi (2018) berjudul “*Diversifikasi dalam Peningkatan Kemandirian Ekonomi Pondok Pesantren (Studi Kasus Ponpes Ar Risalah Hidayatullah Kota Kediri)*”.¹⁵ Penelitian tersebut memberikan hasil penelitian jika strategi diversifikasinya ponpes Ar Risalah hidayatullah sudah dijalankan dan masuk ke dalam strategi kolongmerat. Dengan pembuatan berbagai jenis usaha misalnya peternakan, pertanian dan perikanan. Tetapi hasil menjalankan strategi diversifikasi tersebut belum semuanya memperoleh dampaknya pada proses memandirikan perekonomian. Jadi dari sisinya kemandirian perekonomiannya ponpes Ar Risalah Hidayatullah Kota Kediri belum dapat dianggap mandiri dikarenakan masih memiliki ketergantungan kepada BMH dalam perihal memenuhi kebutuhannya operasional setiap bulannya. Tetapi walaupun belum mandiri telah dapat dianggap sejahtera dikarenakan berbagai aspek kebutuhan seperti sandangnya, pangannya, dan papannya telah terpenuhi. Persamaan dengan

¹⁵ Rizky Kurniawan Pambudi, “Diversifikasi dalam Peningkatan Kemandirian Ekonomi Pondok Pesantren (Studi Kasus Ponpes Ar Risalah Hidayatullah Kota Kediri)” (Skripsi, IAIN Kediri, 2018).

penelitian ini yakni meneliti tentang penerapan strategi diversifikasi dengan memakai metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya di penelitian terdahulu tidak fokus pada diversifikasi pada sebuah produk usaha kuliner melainkan dalam diversifikasi peningkatan kemandirian ekonomi pondok pesantren.

5. Penelitian Rina Lismawati (2021) berjudul “*Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Syariah Marketing (Studi Kasus Di CV. Wecono Asri Dandangan Kota Kediri)*”.¹⁶ Hasil penelitian tersebut yakni Strategi pengembangan produk CV. Wecono Asri yakni memperbaiki produk yang telah ada, perluas lininya produk, serta penambahan produk yang telah ada. Proses penjualannya CV. Wecono Asri mengalami kenaikan pada tahun 2017 sebesar 203.4% produk yang terjual kemudian hasil penjualan yang diterimanya yakni sebesar 155.4%, kemudian pada tahun 2018 sebesar 30.1% pada produk yang terjual dan peroleh hasilnya penjualan sebanyak 11.3%, kemudian alami penurunan di tahun 2019 sebesar 11.7% pada produk yang terjual dan peroleh hasilnya penjualan sebanyak 16.3%. Persamaan dengan penelitian ini yakni meneliti pada sebuah usaha dalam proses mengembangkan produk yang bisa bermanfaat untuk penjualan dan bisa meningkatkan volume penjualan yang ada dengan memakai metode kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya yakni objek penelitian yang berbeda dan penelitian ini tidak ditinjau dari *syariah marketing*.

¹⁶ Rina Lismawati, “Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Syariah Marketing (Studi Kasus Di CV. Wecono Asri Dandangan Kota Kediri)” (Skripsi, IAIN Kediri, 2021).