

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada era sekarang ini dapat dilihat bahwa persaingan bisnis semakin ketat, mulai bermunculan banyak sekali usaha-usaha baru yang dapat meningkatkan persaingan. Perusahaan yang tidak dapat bersaing dan bertahan dari kompetitor maka akan tersingkir dengan sendirinya. Oleh karena itu setiap perusahaan yang ingin memenangkan persaingan, bertahan dan berkembang dalam jangka waktu yang lama, sudah sepatutnya memiliki strategi yang tepat.

Strategi adalah rencana yang dirancang sedemikian rupa guna untuk memastikan bahwa tujuan utama dari sebuah perusahaan dapat dicapai melalui proses pelaksanaan yang tepat. Strategi juga dapat diartikan rencana jangka panjang dengan diikuti tindakan-tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan analisis dan pengamatan lingkungan terlebih dahulu.¹

Setiap perusahaan pasti memiliki strategi yang berbeda-beda, termasuk perusahaan baru dan perusahaan lama. Perusahaan yang baru cenderung akan menyusun strategi untuk mengelola dan mempertahankan bisnisnya, sedangkan perusahaan yang sudah berjalan lama dan juga memiliki kondisi yang stabil, maka akan cenderung menyusun cara atau strategi pengembangan bisnis yang tepat agar perusahaan bisa semakin berkembang.

¹ Mimin Yatminiwati, *Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*, (Lumajang: Widya Gama Press, 2019), 3.

Sebagai upaya untuk memenangkan persaingan pasar dan meningkatkan volume penjualan, perusahaan diharuskan untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif, salah satunya yaitu menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran memiliki empat elemen atau sering disebut dengan 4P yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Keempat elemen ini saling berhubungan untuk membentuk sistem pemasaran yang efektif, berkembang dan berkelanjutan.²

Pengembangan bisnis merupakan proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna untuk meningkatkan performa sebagai salah satu upaya untuk mengembangkan bisnis demi memastikan nilai bisnis dapat tersampaikan dengan baik. Pengembangan bisnis pada dasarnya adalah aktivitas atau ide apapun yang bertujuan untuk membuat bisnis menjadi lebih baik dari waktu ke waktu dalam jangka yang panjang.³

Pengembangan bisnis yang dilakukan oleh sebuah perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan pangsa pasar sehingga dapat menjadi lebih luas, mengoptimalkan operasional yang ada dan juga untuk meningkatkan profitabilitas pada sebuah perusahaan. Dengan begitu, setelah menerapkan strategi pengembangan bisnis yang tepat dan efisien, suatu perusahaan tersebut akan mengalami peningkatan pada pendapatan atau omset yang diterima dibanding dengan sebelumnya.

² Imam Junaris, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 55.

³ Andyan Pradipta Utama Andi Amang, Mulyadi, *Strategi Pengembangan Bisnis* (Yogyakarta: Salur Pustaka, 2023), 42.

Banyak sekali hal yang dapat dilakukan untuk memperoleh pendapatan, salah satunya yaitu dengan berdagang atau menjalankan bisnis. Dalam aktivitasnya, bisnis diartikan kegiatan ekonomi yang berperan penting bagi kelangsungan hidup sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan manusia. Bahkan dalam Islam juga memperbolehkan untuk menjalankan bisnis selagi tidak mengarah pada riba, judi, penyediaan produk atau layanan yang haram, artinya pada semua prosesnya harus sesuai dengan prinsip Islam.⁴ Sebagaimana dijelaskan pada Surah An-Nisa' ayat 29 di bawah ini :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh diri, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa':29)

Pada masa sekarang ini tidak sedikit macam-macam bisnis yang dapat dijumpai salah satunya adalah industri kosmetik. Dan dari jenis-jenis kosmetik yang memiliki banyak pengguna yaitu parfum, karena hampir seluruh dari lapisan masyarakat terutama kaum remaja baik laki-laki maupun perempuan menggunakannya. Selain itu usaha parfum juga memiliki jangkauan pasar yang sangat luas sehingga banyak ditemui di lingkungan sekitar.

⁴ Supandi Rahman, “Bisnis Dalam Islam,” *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)* 1, no. 1 (2022): 54.

Jadi tidak heran jika saat ini banyak sekali kita temukan usaha parfum refill bahkan terdapat di sepanjang jalan. Penjualan dalam bentuk kemasan refill membuat usaha ini banyak diminati oleh masyarakat. Selain harga yang ditawarkan relatif murah, lokasinya pun mudah untuk dijangkau sehingga menjadikan usaha ini laris di pasaran. Hal ini juga dikarenakan pada saat ini parfum telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat.⁵

Tabel 1.1
Data Perbandingan Usaha Parfum Refill Tahun 2024

Aspek Perbandingan	Aneka Wangi Tuban	Copa Gabana Gresik	Iluv Perfume Tulungagung
Tahun Berdiri	2009	2004	2013
Jumlah Toko	25 toko	30 toko	23 toko
Jumlah Karyawan	70 orang	80 orang	60 orang
Varian Aroma	500 varian	400 varian	400 varian
Harga	2000-5000/ml	2000-7000/ml	2000-10.000/ml
Promosi	Media Cetak Media Sosial Media Audio	Media Cetak Media Sosial Ikut Event	Media Cetak Media Sosial Media Audio
Penjualan	<i>Online dan Offline di toko</i>	<i>Online dan Offline di toko</i>	<i>Online dan Offline di toko</i>
Pendapatan (bulan)	1,5 M	1,3 M	950 Juta

Sumber : Wawancara pemilik usaha pada Juli 2024

⁵ Fitri Sagita et al., "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Parfum Isi Ulang Di Toko Galery Perfume," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 3 (2022): 389.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari tabel 1.1 terlihat perbandingan antara tiga usaha parfum refill tahun 2024, perbedaannya dapat dilihat dari beberapa aspek yang telah dipaparkan di atas. Namun yang lebih terlihat disini yaitu pada aspek pendapatan, dimana usaha parfum Aneka Wangi lebih unggul dibanding dengan usaha parfum lainnya. Padahal jumlah toko yang dimiliki oleh usaha parfum refill Aneka wangi lebih sedikit jika dibandingkan dengan usaha parfum refill Copa Gabana. Hal ini tentunya disebabkan oleh adanya strategi yang berbeda-beda yang dimiliki setiap perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

Dari perbandingan ketiga usaha parfum di atas, maka peneliti memutuskan untuk meneliti pada usaha parfum refill Aneka Wangi. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan pada usaha parfum CV. Aneka Wangi Nusantara, peneliti menemukan informasi bahwa usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2009 atau kurang lebih sudah 15 tahun usaha ini dijalankan. Dalam kurun waktu 15 tahun tersebut usaha parfum ini telah berhasil mendirikan 25 toko parfum yang tersebar di beberapa wilayah, seperti Tuban, Bojonegoro, Blora, Gresik dan Lamongan yang dijalankan oleh seluruh tim atau karyawannya dengan jumlah kurang lebih 70 orang. Dari sini dapat diketahui bahwa usaha ini tentunya memiliki strategi pengembangan bisnis yang baik dan efisien sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang semakin luas, penjualan meningkat dan bisa meningkatkan pendapatan.

Tabel 1.2
Data Pendapatan CV. Aneka Wangi Nusantara Tahun 2020-2023

No	Tahun	Jumlah Toko	Pendapatan Rata-Rata
1.	2020	15	Rp. 200.000.000 / bulan
2.	2021	15	Rp. 520.000.000 / bulan
3.	2022	16	Rp. 865.000.000 / bulan
4.	2023	20	Rp. 1.150.000.000 / bulan
5.	2024	25	Rp. 1.500.000.000 / bulan

Sumber : Laporan keuangan CV. Aneka Wangi Nusantara

Dari informasi yang didiperoleh dari tabel 1.2 dapat diketahui bahwa dari tahun 2020 hingga 2024 usaha parfum refill CV. Aneka Wangi Nusantara memiliki jumlah pendapatan yang meningkat setiap tahunnya. Pemilik usaha ini mengungkapkan bahwa pada mulanya usaha ini hanya memiliki satu toko saja dengan jumlah pendapatan sebesar Rp. 4.000.000 hingga Rp. 5.000.000 setiap bulannya. Namun seiring berjalannya waktu, usaha ini mulai mengembangkan bisnisnya dengan melakukan hal-hal seperti menjaga kualitas produk, melakukan promosi, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, mengikuti perkembangan teknologi, memperluas pasar dengan membuka toko cabang, mengadakan promo, memperbaiki sistem organisasi perusahaan, melakukan evaluasi secara rutin dan lain sebagainya. Hingga pendapatan yang dihasilkan oleh usaha parfum refill CV. Aneka Wangi Nusantara ini mengalami peningkatan setiap tahunnya dan pada saat ini atau tahun 2024 mencapai Rp. 1.500.000.000 setiap bulannya.

Berangkat dari fenomena yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih lanjut hal tersebut dalam sebuah karya ilmiah dengan judul **“Strategi Pengembangan Bisnis dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi pada Usaha Parfum Refill CV. Aneka Wangi Nusantara Tuban)”**, karena tentu setiap perusahaan akan memiliki strategi yang berbeda-beda dalam mengembangkan bisnisnya.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan di atas, maka fokus penelitian dari peneliti yaitu :

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis pada usaha parfum refill CV. Aneka Wangi Nusantara Tuban ?
2. Bagaimana strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan pada usaha parfum refill CV. Aneka Wangi Nusantara Tuban ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis pada usaha parfum refill CV. Aneka Wangi Nusantara Tuban.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan pada usaha parfum refill CV. Aneka Wangi Nusantara Tuban.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca mengenai strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam meningkatkan pendapatan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti dapat memperoleh pengalaman baru, baik dalam proses penelitian di lapangan maupun dalam penulisan karya tulis ilmiah ini. Selain itu juga dapat menambah wawasan mengenai strategi pengembangan bisnis yang dilakukan dalam rangka untuk meningkatkan pendapatan dalam sebuah perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan sebagai masukan atau bahkan digunakan untuk bahan evaluasi dalam menjalankan strategi pengembangan bisnis sehingga pendapatan perusahaan dapat lebih meningkat.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan referensi tambahan untuk penelitian penelitian selanjutnya yang lebih mendalam tentang strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memiliki peran cukup penting yang dapat dijadikan sebagai dasar pijak dalam penyusunan penelitian ini. Hal ini berguna untuk mengetahui hasil penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu, dapat juga dijadikan pembanding dan gambaran untuk mendukung penelitian selanjutnya. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini:

1. *“Mengungkap Keberhasilan Toko Parfume Refil Abna dalam Meningkatkan Pendapatan Bersih (Studi Kasus pada Toko Parfume Refil Abna berada di Jalan Kauman No 10, Bangunharjo)”*, yang ditulis oleh Ayu Saputri (2021) mahasiswi Universitas Semarang.⁶

Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan toko Abna Parfume dalam meningkatkan pendapatan bersih dan upaya-upaya yang dilakukan dalam meningkatkan pendapatan bersih. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan hasil bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan Toko Parfum Refil Abna dalam meningkatkan pendapatan bersih dan upaya-upaya yang dilakukan yaitu dengan promosi, brosur, kualitas pelayanan, kualitas produk, harga terjangkau, lokasi yang strategis dan *word of mouth*.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti pada usaha parfum refill dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya, terletak pada fokus penelitian, jika penelitian terdahulu mengungkap keberhasilan toko

⁶ Ayu Saputri, *“Mengungkap Keberhasilan Toko Parfume Refil Abna dalam Meningkatkan Pendapatan Bersih (Studi pada Toko Parfume Refil Abna berada di Jalan Kauman No 10, Bangunharjo)”* (Universitas Semarang, 2021).

dalam meningkatkan pendapatan, maka dalam penelitian ini fokus pada strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan. Perbedaan lain yaitu pada lokasi penelitian, jika penelitian terdahulu pada Toko Parfume Refil Abna, maka penelitian ini pada usaha parfum refill CV. Aneka Wangi Nusantara di Tuban.

2. *“Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Platform Shopee (Studi pada Online Shop Belgatha Desa Deyeng Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri)”*, yang ditulis oleh Indrya Ayuni Febryna (2023), mahasiswi IAIN Kediri.⁷

Penelitian ini berfokus pada Strategi pemasaran yang digunakan oleh *online shop* Belgatha dalam meningkatkan volume penjualan di platform Shopee. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan hasil bahwa penerapan strategi pemasaran online shop Belgatha dalam meningkatkan volume penjualan di platform Shopee telah memperhatikan komponen utama strategi pemasaran yang meliputi segmentasi pasar, target pasar dan penempatan produk. Selain itu juga telah menerapkan strategi bauran pemasaran 4P yaitu produk (product), harga (price), tempat (place) dan promosi (promotion). Dengan penerapan strategi ini, volume penjualan mengalami peningkatan di setiap bulannya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti pada bidang kosmetik dan menggunakan metode kualitatif.

Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya, jika penelitian

⁷ Indrya Ayuni Febryna, *“Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Platform Shopee (Studi pada Online Shop Belgatha Desa Deyeng kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri)”*, (IAIN Kediri, 2023)

terdahulu berfokus pada strategi strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan, pada penelitian ini fokus kepada strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan. Selain itu juga pada lokasi penelitiannya, jika penelitian terdahulu pada online shop Belgatha Desa Deyeng Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri, sementara penelitian ini pada usaha parfum CV. Aneka Wangi Nusantara di Tuban.

3. *“Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Parfum Non-Alkohol di Queensland Sungai Kambang Jambi”* yang ditulis oleh Hareastoma, Putri Apria Ningsih dan Ahmad (2024), mahasiswa UIN STS Jambi.⁸

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan parfum non-alkohol di toko Queensland dan kendala yang dihadapi dalam pemasaran dan bagaimana cara mengatasi kendala tersebut. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan hasil strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan parfum non-alkohol di Queensland Sungai Kambang Jambi, diantaranya menciptakan perbedaan, melayani lebih baik, menjaga citra perusahaan dan pengelola keluhan pelanggan. Kendala yang dihadapi dalam pemasaran seperti informasi tidak up to date dan sumber daya manusia terbatas. Solusi dalam proses pemasaran produk dalam meningkatkan jumlah konsumen diantaranya keterbukaan informasi dan melakukan sosialisasi.

⁸ Hareastoma, Putri Apria Ningsih , and Ahmad, “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Parfum Non-Alkohol di Queensland Sungai Kambang Jambi”, *Jurnal Ilmiah kajian Multidisipliner* 8, no 11 (2024)

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti pada usaha parfum dan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya, jika pada penelitian terdahulu analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan, pada penelitian ini strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan penjualan. Selain itu juga pada lokasi penelitiannya, jika penelitian terdahulu pada usaha parfum non-alkohol Queensland Sungai Kambang Jambi, sementara penelitian ini pada usaha parfum CV. Aneka Wangi Nusantara di Tuban.

4. *“Mengungkap Keberhasilan Strategi Pemasaran Toko Parfum Refil Lancar Abadi (Studi Kasus pada Toko LA PARFUME yang berada di Jl. Abdul Rahman Saleh 161, Manyaran)”* yang ditulis oleh Miya Novita (2020), mahasiswa Universitas Semarang.⁹

Penelitian ini berfokus pada keberhasilan toko LA Parfume dalam memasarkan produk yang dijualnya. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan hasil bahwa strategi sukses yang mereka gunakan yaitu menggunakan tariff harga murah dan terjangkau pada produk yang dijual, penempatan usaha yang strategis, pelayanan yang baik dan ramah kepada konsumen, penggunaan media promosi berupa brosur untuk menarik konsumen. Menyediakan varian parfum refil dan botol yang dijual, memberikan member gratis kepada konsumen dan memberikan gratis 1 kali isi ilang setiap 10 kali isi ulang.

⁹ Miya Novita, *“Mengungkap Keberhasilan Strategi Pemasaran Toko Parfum Refil Lancar Abadi (Studi Kasus pada Toko LA PARFUME yang berada di Jl. Abdul Rahman Saleh 161, Manyaran)”* (Universitas Semarang, 2020)

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti pada usaha parfum refill dan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya, jika pada penelitian terdahulu mengungkap keberhasilan strategi pemasaran, pada penelitian ini mengani strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan. Selain itu juga pada lokasi penelitiannya, jika penelitian terdahulu pada toko parfum refill Lancar Abadi, sementara penelitian ini pada usaha parfum CV. Aneka Wangi Nusantara di Tuban.

5. *“Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat”* yang ditulis oleh Novia Sridewi (2020), mahasiswa UIN Mataram.¹⁰

Penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan bisnis dan hambatan yang dihadapi Rumah Makan Sukma Rasa dalam meningkatkan pendapatan. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan hasil pengembangan usaha dilakukan dengan cara menambah varian produk, meningkatkan kualitas SDM, kualitas pelayanan dan menggunakan konsep penjualan baru. Sedangkan hambatan yang dihadapi yaitu kurangnya manajemen operasional, rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan adanya persaingan. Strategi yang dilakukan ini sudah mampu untuk meningkatkan pendapatan.

¹⁰ Novia Sridewi, *“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat”* (UIN Mataram, 2020).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan bisnis dan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitiannya, jika penelitian terdahulu pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat, sementara penelitian ini pada usaha parfum CV. Aneka Wangi Nusantara di Tuban.

F. Definisi Istilah

1. Strategi

Strategi adalah rencana yang dirancang dengan sedemikian rupa dalam rangka untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan dalam jangka waktu tertentu. Dalam hal ini tentu akan melibatkan proses pengambilan keputusan yang cermat untuk memilih langkah-langkah yang tepat dan melakukan alokasi sumber daya yang tersedia secara efisien tujuannya untuk mencapai hasil sesuai dengan harapan.

2. Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam rangka untuk meningkatkan potensi dan juga prospek bisnis dengan berbagai cara, misalnya dengan memperluas pangsa pasar, menciptakan produk baru yang lebih menarik, meningkatkan efisiensi operasional, atau bisa juga dengan mengeksplorasi peluang baru untuk pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang.

3. Pendapatan

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang diperoleh atau diterima oleh individu, rumah tangga atau suatu perusahaan dari aktivitas yang dilakukannya. Pada umumnya aktivitas yang dilakukan adalah aktivitas penjualan produk atau jasa kepada konsumen, investasi atau pendapatan lainnya. Pendapatan dapat dihubungkan dengan profesi seseorang, setelah bekerja seseorang akan mendapatkan pendapatan yang kemudian digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.