

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia mempunyai keanekaragaman tumbuhan dan rempah rempah berkhasiat, sebagai negara yang kaya akan rempah-rempah. Indonesia dijuluki “Ibu Rempah-Rempah” karena kekayaan akan rempah yang melimpah dan berbagai macam.¹ Rempah-rempah memiliki peran penting dalam perdagangan internasional dan perekonomian Indonesia. Di wilayah yang menghasilkan rempah-rempah, jutaan rakyat Indonesia mendapat pekerjaan dari sektor pertanian rempah-rempah yang juga meningkatkan pendapatan negara dan kesejahteraan petani lokal.²

Hingga saat ini, rempah-rempah Indonesia seperti lada, vanila, kayu manis, cengkeh, pala, jahe, kunyit, kapulaga, dan kapulaga telah memikat pasar di seluruh dunia karena rasanya yang unik. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), volume ekspor rempah-rempah dari Januari hingga November 2024 mencapai 148,22 ribu ton, naik 29,77% yoy (*year on year*/ dari tahun ke tahun), dan nilai ekspor total mencapai 564,12 juta dolar, turun 4,16% yoy. Ini menunjukkan bahwa permintaan rempah-rempah Indonesia masih kuat meskipun harga secara keseluruhan turun. Negara-negara yang paling banyak mengirimkan rempah-rempah adalah Tiongkok, Amerika Serikat, India,

¹ Budi Bagaskoro, “Studi Kelayakan Bisnis Jamu Tradisional Djamuti Di Depok,” *Jurnal Sains Terapan Pariwisata* Vol. 9, No. 1 (2024): 2.

² Nur shofia et al., “Perbandingan Nilai Impor Non-Migas Terhadap Komoditas Rempah-Rempah Bulan Januari 2024 Dan Februari 2024,” *Journal of International Multidisciplinary Research* Vol. 2, No. 7 (2024): 119, <https://journal.banjaresepacific.com/index.php/jimr/article/view/761>.

Vietnam, dan Belanda. Namun, periode ekspor tertinggi terjadi antara Januari dan November 2023.³

Kekayaan alam Kabupaten Kediri sangat beragam. Salah satunya adalah tanaman yang menghasilkan rempah-rempah. Masyarakat sering menggunakan rempah-rempah untuk pengobatan tradisional dan kebutuhan rumah tangga sebagai bumbu dapur ataupun sebagai obat. Desa Parang, Kecamatan Banyakan, Kabupaten Kediri, juga memiliki banyak tanaman rempah berupa jahe, kunyit, kencur, dan temu lawak. Rimpang-rimpang dari tanaman rempah tersebut biasanya diiris tipis-tipis dan kemudian dikeringkan di bawah sinar matahari hingga mencapai kadar kekeringan yang sesuai untuk disimpan atau dijual. Produk olahan rempah kering ini kemudian dipasarkan ke berbagai daerah di Indonesia, termasuk kota-kota besar seperti Jakarta, yang menjadi salah satu target pasar utama. Aktivitas ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi hasil pertanian masyarakat, tetapi juga membuka peluang usaha dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga sekitar.⁴

Setiap hari, banyak orang terlibat dalam kegiatan bisnis, baik sebagai produsen yang membuat barang atau menyediakan jasa, perantara yang menyalurkan produk, maupun konsumen yang membeli dan menggunakan barang atau jasa tersebut. Dalam prosesnya, berbagai aktivitas seperti jual beli, produksi, pemasaran, serta bekerja dan mempekerjakan orang lain terjadi

³ Chesna F. Anwar, "Rempah Indonesia Mendunia Jadi Sumber Devisa Dari Bumbu Dan Herba," *Eximbank Indonesia*, last modified 2023, <https://www.indonesiaeximbank.go.id/public-information/rempah-indonesia-mendunia-jadi-sumber-devisa-dari-bumbu-dan-herba>.

⁴ Anwar Bahar Basalamah, "Jadi Klaster Rempah, Warga Dusun Purut Produksi Jamu," *Radarkediri.Jawapos.Com*, diakses melalui <https://radarkediri.jawapos.com/events/781295368/jadi-klaster-rempah-warga-dusun-purut-produksi-jamu>.

dengan tujuan utama memperoleh keuntungan.⁵ Banyak penjual atau pelaku bisnis di Kabupaten Kediri yang menjual aneka rempah-rempah. Peneliti menggunakan pencarian Google untuk menemukan nama bisnis yang menjual berbagai jenis rempah-rempah di Kabupaten Kediri. Berikut ini adalah data toko penjualan rempah-rempah yang ada di Kabupaten Kediri:

Tabel 1. 1
Daftar Toko Penjual Rempah-Rempah di Kabupaten Kediri

No.	Nama Toko	Alamat Toko	Jangkauan Pasar	Tahun Berdiri
1.	UD. Agro Wilis Kediri	Dsn. Kradenan, Ds. Manyaran, Kecamatan Banyakan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64157	Lokal, regional, nasional, Internasional	2008
2.	UD. Sekar Wilis	Jl. Raya Desa Parang, Dsn. Bulawen, Ds. Tiron, Kecamatan Banyakan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64157	Lokal, regional, nasional	2017
3.	UD. Sari Husada	Dsn. Purut, Bulak Dawung, Parang, Kec. Banyakan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64157	Lokal, regional, nasional	2015
4.	Jogo Boyo Empon – Empon	Dsn. Sembak, Ds. Grogol, Kec. Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64151	Lokal, regional, nasional	2018
5.	SS Jaya Empon – Empon	Dsn. Geneng, Ds. Tarokan, Kec. Tarokan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur	Lokal, regional	2017
6.	Rempah Bagus	Dsn. kemiri, Ds. Kedungsari, Kec. Tarokan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64152	Lokal, regional	2018
7.	Rumah Rempah	Jl. KH. Wakhid Hasyim Va / No. 06, Bandar Lor, Kec. Mojoroto, Kota	Nasional, Internasional	2019

⁵ Idris Parakkasi, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bogor: Penerbit Lindan Bestari, 2021), 35.

		Kediri, Jawa Timur 64114		
--	--	-----------------------------	--	--

Sumber : hasil observasi peneliti.⁶

Pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terdapat banyak pengusaha yang menjual rempah-rempah di Kabupaten Kediri. Tetapi disini peneliti akan membandingkan tiga toko yang meperjualbelikan rempah-rempah yaitu UD. Agro Wilis, UD. Sekar Wilis dan UD. Sari Husada. Peneliti memilih ketiga toko ini dengan pertimbangan bahwa ketiganya memiliki karakteristik yang serupa, terutama dalam hal bentuk perizinan usaha yaitu UD (Usaha Dagang) serta jangkauan pasar yang luas. Perbandingan tersebut yaitu :

Tabel 1. 2
Perbandingan Toko Penjual Rempah-Rempah Di Kabupaten Kediri

No.	Perbandingan	UD. Agro Wilis Kediri	UD. Sekar Wilis	UD. Sari Husada
1.	Alamat	Dsn. Kradenan, Ds. Manyaran, Kecamatan Banyakan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64157	Jl. Raya Desa Parang, Dsn. Bulawen, Ds. Tiron, Kecamatan Banyakan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64157	Dsn Purut, Bulak Dawung, Parang, Kec. Banyakan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64157
2.	NIB (Nomor Induk Berusaha)	1701250073273	-	9120006271319
3.	Jenis Produk	a. Rempah basah b. Rempah kering c. Rempah serbuk	a. Rempah kering b. Rempah serbuk	a. Rempah kering
4.	Bahan Baku Produk	a. Rempah basah: petani lokal, daerah penghasil b. Rempah kering: produksi	a. Rempah kering: petani sekitar, pemasok b. Rempah serbuk: produksi	a. Rempah kering: produksi sendiri, petani dan pengepul

⁶ Data observasi, pada 8 Oktober 2024

		sendiri, pemasok c. Rempah serbuk: produksi sendiri, pemasok	sendiri, pemasok	
5.	Ukuran Produk	a. Serbuk (250gr, 500gr, 1kg, 5kg, 25kg) b. Kering (40kg) c. Basah (eceran 3kg, 5kg, grosir, partai)	a. Serbuk (terbatas kemasan 500gr, 1kg dan 25kg). b. Kering (40kg)	a. Kering (eceran 100gr, grosir)
6.	Desain Label	Belum tersedia (kemasan polos atau karung)	Label sederhana (produk serbuk)	Sudah memiliki label produk
7.	Peningkatan Volume Penjualan	a. Sebelum: 170 ton b. Sesudah: 732,2 ton	a. Sebelum: 95 ton b. Sesudah: 360 ton	a. Sebelum: 80 ton b. Sesudah: 180 ton
8.	Perolehan Laba	5% dari hasil produksi	Pendapatan dikurangi biaya produksi	Pendapatan dikurangi biaya produksi
9.	Pertumbuhan Perusahaan	Penambahan aset (gudang dan alat penunjang), ekspansi pengiriman nasional	Perluasan jangkauan pasar nasional	Peningkatan jumlah pelanggan tetap melalui reseller
10.	Jaminan dan garansi	Garansi jika produk rusak	Tidak ada garansi produk rusak	Garansi produk rusak
11.	Lokasi	Strategis, berada di area yang mudah dijangkau, masuk gang besar pedesaan	Strategis, berada di pinggir jalan raya namun di area yang curam	Kurang strategis, masuk ke dalam gang kecil daerah pegunungan
12.	Fasilitas kendaraan	2 truk, 4 pick up	2 truk	1 pick up

Sumber : Data observasi⁷

⁷ Data observasi, pada 9 Oktober 2024

Berdasarkan tabel 1.2, diketahui bahwa UD. Agro Wilis memiliki keunggulan dibanding UD. Sekar Wilis dan UD. Sari Husada dalam beberapa aspek penting. Dari jenis produk, UD. Agro Wilis menawarkan rempah basah, kering, dan serbuk, sementara dua pesaing hanya memproduksi sebagian jenis. Dalam ukuran produk, UD. Agro Wilis menyediakan variasi lengkap mulai dari eceran hingga partai besar. Bahan bakunya langsung dari petani, serta produksi sendiri sama seperti pesaing, namun dengan jangkauan lebih luas. Untuk desain label masih belum menerapkannya. UD. Agro Wilis menunjukkan keunggulan signifikan dibandingkan usaha sejenis dengan peningkatan volume penjualan dari 170 ton menjadi 732,2 ton setelah menerapkan strategi diversifikasi produk. Laba usaha mencapai 5% dari hasil produksi, mencerminkan efisiensi operasional yang baik. Selain itu, perusahaan juga mengalami pertumbuhan pesat melalui penambahan aset seperti gudang dan alat produksi, serta perluasan pengiriman hingga skala nasional, yang menunjukkan kematangan dalam pengelolaan dan daya saing usaha. Dalam hal pelayanan, UD. Agro Wilis memberikan garansi atas produk rusak, yang tidak dilakukan oleh dua kompetitor. Lokasi usahanya mudah dijangkau, didukung oleh jumlah karyawan terbanyak dan armada kendaraan paling lengkap, memperkuat distribusi dan operasional harian.

UD. Agro Wilis memulai usahanya pada tahun 2008 dengan mengelola rempah-rempah, khususnya kunir (kunyit) yang melimpah di sekitar lingkungan tempat tinggalnya. Melihat potensi besar dari hasil panen kunir di daerah tersebut, pemilik UD. Agro Wilis berinisiatif untuk mengolahnya menjadi produk kunir kering. Langkah awal ini dilakukan untuk meningkatkan nilai

tambah dari hasil pertanian lokal dan memperluas peluang pasar.⁸ Dengan pengalaman yang telah dimiliki selama lebih dari satu dekade, UD. Agro Wilis mampu bertahan dan terus berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif. Hal ini tidak terlepas dari strategi pengembangan bisnis yang diterapkan secara konsisten. Dalam konteks pengembangan usaha yang berkelanjutan, sangat penting untuk mengkaji bagaimana strategi bisnis yang dijalankan. Oleh karena itu, keberadaan UD. Agro Wilis menjadi objek yang relevan untuk dikaji lebih dalam dalam penelitian ini.

Strategi memiliki peran penting dalam dunia usaha untuk mencapai visi dan misi perusahaan, baik dalam jangka pendek maupun panjang. Strategi berfungsi sebagai pedoman untuk mengembangkan konsep bisnis dan mencapai tujuan perusahaan.⁹ Strategi merupakan tindakan potensial yang memerlukan keputusan dari manajemen puncak serta penggunaan sumber daya besar untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.¹⁰ Setiap organisasi memiliki kelebihan dan kekurangan, sehingga perusahaan harus mampu memanfaatkannya untuk bersaing di pasar.¹¹ Oleh karena itu, strategi yang tepat akan membantu perusahaan bertahan, tumbuh, dan meraih keuntungan di tengah tantangan persaingan.¹²

⁸ Wawancara dengan pemilik UD. Agro Wilis pada tanggal 15 Oktober 2024

⁹ Taufik Aris Saputra, Aang Kunaifi, and Siti Azizah, "Diversifikasi Produk Pendekatan Islamic Ethic Dalam Meningkatkan Omset Bisnis Retail," *Cendekia: Jurnal Studi Keislaman* 7 (2021): 6. Diakses melalui <https://ejurnal.inhafi.ac.id/index.php/cendekia/article/view/116>

¹⁰ Fred R David, *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep*, 15th ed. (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 127.

¹¹ Sri Anugerah Natalina and Arif Zunaidi, "Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah," *Wadiah* 5, no. 1 (2021): 103–104. Diakses melalui <https://doi.org/10.30762/wadiah.v5i1.3178> pada tanggal 1 Maret 2025.

¹² Oriza Ulfa Zahara and Teuku Makmur, "Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Kilang Padi Albaroqah Di Desa Keude Lapang Kecamatan Gandapura Kabupaten Bireuen" Nomor 1, Volume 9 (2024): 235. Diakses melalui <https://jim.usk.ac.id/JFP/article/view/28896/13733> pada tanggal 23 Februari 2025.

Sebelum menerapkan strategi diversifikasi produk, UD. Agro Wilis hanya memproduksi satu jenis produk, yaitu kunir kering. Ketergantungan pada satu jenis produk menjadikan perusahaan kurang fleksibel dalam menghadapi perubahan permintaan pasar. Minimnya variasi produk juga menyebabkan daya saing perusahaan relatif rendah, sehingga perkembangan usaha berjalan lambat dan rentan terhadap fluktuasi pasar. Melihat tantangan tersebut, UD. Agro Wilis mulai menerapkan strategi diversifikasi produk guna memperluas variasi barang yang ditawarkan.¹³

Diversifikasi produk merupakan strategi yang dirancang untuk memperluas dan menambah variasi barang yang dipasarkan, dengan cara menawarkan beragam produk kepada konsumen. Diversifikasi dapat dilakukan secara vertikal, horizontal, konsentris maupun konglomerasi.¹⁴ Diversifikasi menggambarkan jumlah bisnis berbeda yang dijalankan organisasi dan tingkat keterkaitan antar bisnis tersebut.¹⁵

UD. Agro Wilis memulai produksi rempah serbuk pada tahun 2018 untuk menjawab permintaan konsumen terhadap produk praktis dan siap pakai. Inovasi berlanjut pada tahun 2019 dengan memproduksi rempah basah untuk memenuhi kebutuhan pasar akan bahan baku segar, khususnya dari pelaku usaha kuliner dan jamu, serta untuk mempercepat distribusi dan memanfaatkan hasil panen secara langsung tanpa proses pengeringan. Produk-produk yang ditawarkan kemudian dikelompokkan ke dalam tiga jenis utama yaitu rempah basah, rempah kering, dan rempah serbuk. Pada kategori rempah basah, terdapat

¹³ Wawancara pada pemilik UD. Agro Wilis pada tanggal 15 Oktober 2024 pukul 12.10.

¹⁴ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Grafindo Persada, 2010), 25.

¹⁵ Ricky Griffin, *Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2015), 240.

berbagai macam bahan baku seperti laos merah, laos putih, jahe emprit, jahe gajah, jahe merah, kunir abras, kunir SP, kunci, kencur Kudus, kencur Galek, temulawak, dan kluwek yang didapatkan dari daerah penghasilnya. Produk-produk ini ditawarkan dalam beberapa ukuran sesuai dengan segmen pasar yang dituju, yakni ukuran eceran, grosir serta ukuran partai dalam jumlah tonase. Sementara itu, pada kategori rempah kering, bahan baku yang digunakan meliputi kunir kering, temulawak kering, jahe kering dan laos kering. Produk ini dikemas dalam ukuran tetap, yaitu 40 kg per karung, menyesuaikan dengan kebutuhan pasar grosir. Adapun pada kategori rempah serbuk, UD. Agro Wilis menyediakan berbagai jenis serbuk rempah seperti serbuk kunir, serbuk temulawak, serbuk jahe putih, serbuk jahe merah, serbuk kencur, serbuk laos, serbuk kunci, serbuk daun kelor, dan serbuk sambiloto. Bahan bakunya diperoleh dari pemasok dan juga stok rempah kering yang dimiliki. Produk serbuk ini tersedia dalam berbagai ukuran kemasan, mulai dari 250 gram hingga 25 kg, untuk menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen dari skala rumah tangga hingga industri.¹⁶

Tujuan utama dari strategi ini adalah agar tidak bergantung pada satu jenis produk saja, menjaga stabilitas usaha, memperluas pangsa pasar, serta mendorong pertumbuhan penjualan, khususnya bagi produk yang sudah mendekati atau melewati tahap kedewasaan dalam siklus hidup produk (*Product Life Cycle/PLC* yaitu pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan, dan penurunan). Pada tahap kedewasaan, penjualan produk biasanya mulai melambat karena pasar telah jenuh, persaingan semakin tinggi, dan inovasi menjadi kunci untuk

¹⁶ Wawancara pada pemilik UD. Agro Wilis pada tanggal 15 Oktober 2024 pukul 12.10.

mempertahankan eksistensi produk.¹⁷

Keberhasilan dalam menerapkan diversifikasi produk sangat berkaitan erat dengan daya tarik dari industri atau sektor usaha yang dijalankan. Faktor ini juga memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan volume penjualan dan berdampak langsung pada pertumbuhan pendapatan. Perusahaan yang melakukan diversifikasi terhadap hasil produksinya umumnya akan menunjukkan kinerja keuntungan yang lebih tinggi dan pertumbuhan bisnis yang lebih pesat.¹⁸ Hal ini juga terlihat pada UD. Agro Wilis, yang sejak menerapkan diversifikasi produk pada tahun 2018, mengalami peningkatan dalam volume penjualannya. Berikut data volume penjualan UD. Agro Wilis dari tahun 2016 hingga 2024:

Tabel 1. 3
Data Volume Penjualan UD. Agro Wilis Tahun 2016-2024

Tahun	Rempah kering	Rempah serbuk	Rempah basah	Total
2016	170 ton	-	-	170 ton
2017	170 ton	-	-	170 ton
2018	180 ton	0,5 ton	-	180,5 ton
2019	200 ton	1,5 ton	46 ton	247,5 ton
2020	180 ton	1,8 ton	78 ton	259,8 ton
2021	80 ton	1,3 ton	250 ton	331,3 ton
2022	170 ton	1,6 ton	525 ton	696,6 ton
2023	200 ton	2 ton	510 ton	712 ton
2024	200 ton	2,2 ton	530 ton	732,2 ton

Sumber: Data UD. Agro Wilis¹⁹

¹⁷ Anisa Yessika Nababan et al., “Analisa Strategi Diversifikasi Pada PT. Indosat Tbk,” *Jurnal Mirai Management* Volume 8, Nomor 1 (2023): 425. Diakses melalui <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4533>

¹⁸ Fasatakhul Nur Hani, “Strategi Diversifikasi Produk Kopi Sikadu Di Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan,” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)* Volume 24, Nomor 4 (2022): 47. Diakses melalui <https://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/jeba/article/view/3363/0>.

¹⁹ Stok gudang UD Agro Wilis dan wawancara kepada pemilik UD. Agro Wilis pada 10 Februari 2025 pukul 12.30.

Tabel 1.3 menunjukkan perkembangan produksi UD. Agro Wilis dari tahun 2016 hingga 2024 berdasarkan jenis produk: rempah kering, rempah serbuk, dan rempah basah. Pada tahun 2016 dan 2017, produksi hanya berfokus pada rempah kering dengan jumlah 170 ton per tahun. Diversifikasi dimulai pada 2018 dengan masuknya rempah serbuk, diikuti oleh rempah basah pada 2019. Sejak saat itu, produksi rempah basah meningkat signifikan, dari 46 ton (2019) menjadi 530 ton pada 2024. Rempah serbuk juga terus bertambah meski dalam jumlah lebih kecil. Total produksi meningkat pesat dari 170 ton (2016) menjadi 732,2 ton (2024), mencerminkan dampak positif dari strategi diversifikasi produk yang diterapkan oleh UD. Agro Wilis.

Dengan diversifikasi, perusahaan dapat mendorong pertumbuhan penjualan sekaligus meminimalisir risiko kerugian usaha. Jika salah satu unit bisnisnya mengalami penurunan, unit bisnis lain tetap dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Inovasi teknologi dan produk baru dengan cepat menarik pembeli dan mengubah industri, meskipun banyak perusahaan sukses beroperasi dalam industri tunggal.²⁰

Secara umum, tujuan utama setiap bisnis adalah meningkatkan penjualan, memperkuat daya saing, dan menekan biaya produksi untuk memperoleh profit maksimal, yang mencerminkan keberhasilan manajerial dan keberlanjutan operasional usaha.²¹ Penjualan adalah aktivitas yang dilakukan

²⁰ Jiartia Gobel, Irwan Yantu, and Andi Juanna, "Pengaruh Strategi Diversifikasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Kentucky Fried Chicken (KFC) Jl. Hb Jassin Gorontalo," *Jambura* Vol. 5, No. 2 (2022): 167. Diakses melalui <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>.

²¹ Sayda Firdausi Nuzula, Nilna Fauza, and Dhiya'u Shidiqy, "Strategi Marketing Mix Klinik Paradise Parisudha Desa Sumberagung Plosoklaten Kediri Dalam Meningkatkan Volume Penjualan," *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 4, no. 1 (2024): 105–106. Diakses melalui <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/muraqabah/article/view/1461/563>

penjual untuk menawarkan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan, serta melibatkan proses pengalihan hak kepemilikan dari penjual kepada pembeli.²² Volume penjualan merupakan indikator penting dalam menilai kinerja suatu perusahaan. Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari seberapa besar total penjualan yang dicapai selama periode tertentu. Volume penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dan menjadi salah satu cara utama untuk mencapai tujuan memperoleh keuntungan. Volume penjualan didefinisikan sebagai jumlah keseluruhan hasil penjualan dari produk atau komoditas yang diperjualbelikan dalam jangka waktu tertentu.²³

Pengembangan bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah tidak hanya menjadi respons terhadap meningkatnya kebutuhan konsumen Muslim, tetapi juga merupakan elemen penting dalam kebijakan ekonomi yang mengedepankan nilai-nilai keadilan, etika, dan keberlanjutan. Sebagaimana terkandung dalam Q.S Quraaisy ayat 1-4 yang berbunyi:²⁴

لَا يَلْبِسْ قُبْرَيْنِ ۖ إِبْلَاهُمْ رَحْلَةَ الشَّتَاءِ وَالصَّيْفِ ۖ فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ ۚ
الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ ۚ

Artinya: “Karena kebiasaan orang-orang Quraaisy, (yaitu) kebiasaan mereka bepergian pada musim dingin dan musim panas. Maka hendaklah mereka menyembah Tuhan Pemilik rumah ini (Ka’bah). Yang telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari ketakutan.” (Q.S. Quraaisy ayat 1-4)²⁵

²² Mulyadi, *Sistem Akuntansi* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 202.

²³ Precylia Ribka Raming and Walangitan Melania Rut, “Pengaruh Strategi Diversifikasi Produk Olahan Kelapa Terhadap Volume Penjualan Di Desa Sonsilo,” *Jurnal MABP* Vol. 3, No. 2 (2021).

²⁴ Nurul Pratiwi, Achmad Abubakar, and Halimah Basri, “Analisis Literatur Tentang Prinsip-Prinsip Entrepreneurship Dalam Q.S Quraaisy: Sebuah Landasan Untuk Pengembangan Strategi Bisnis Berbasis Syariah,” *Al-Ubudiyyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* Vol. 4, No. 2 (2023): 109. Diakses melalui <https://jurnal.staiddimakassar.ac.id/index.php/aujpsi/article/view/242> pada tanggal 25 Februari 2025.

²⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Sukoharjo: Madina, 2019), 602.

Dalam konteks Surah Quraissy, lafaz *Quraissy* dapat dipahami sebagai merek atau identitas dari suku Quraissy yang pada masa itu dikenal luas dan sangat dihormati oleh masyarakat. Surah ini mengajarkan pentingnya membangun *brand equity* dan *master brand* yang kuat, yang dapat membantu perusahaan dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan profitabilitas. Konsep ini bisa menjadi inspirasi bagi perusahaan dalam merancang strategi bisnis syariah yang berkelanjutan dan tetap berlandaskan pada nilai-nilai Islam.²⁶ Pelaku ekonomi dianjurkan mengikuti teladan Rasulullah SAW, dengan menaati perintah dan menjauhi larangan demi kebaikan dunia dan akhirat, bukan hanya untuk kebahagiaan sementara di dunia.²⁷ Agar dalam transaksinya dapat memberi kemaslahatan dan tidak menimbulkan kemudharatan setelah adanya jual beli.²⁸

Pengembangan bisnis yang dilakukan oleh UD. Agro Wilis tidak lepas dari penerapan diversifikasi produk, yaitu dengan menambah variasi produk rempah. Diversifikasi ini menjadi kunci dalam mendorong pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai **"Peran Diversifikasi Produk untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di UD. Agro Wilis Kabupaten Kediri"**.

²⁶ Pratiwi, Achmad Abubakar, and Halimah Basri, "Analisis Literatur Tentang Prinsip-Prinsip Entrepreneurship Dalam Q.S Quraissy: Sebuah Landasan Untuk Pengembangan Strategi Bisnis Berbasis Syariah," *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, Vol. 4, No. 2, 114. Diakses melalui <https://jurnal.staiddimakassar.ac.id/index.php/aujpsi/article/view/242>

²⁷ Sulistyowati, "Peluang Dan Tantangan Lembaga Keuangan Syariah Non Bank Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Wadiah* Volume 5, Nomor 2 (2021), 60. Diakses melalui <https://doi.org/10.30762/wadiah.v5i2.3511>

²⁸ Dewi Mudawamah, Binti Mustafarida, and Yuliani Yuliani, "Analisis Jual Beli Kotoran Ayam Petelur Prespektif Fiqih Muamalah" Volume 1, Nomor 3 (2024): 199. Diakses melalui <https://doi.org/10.61722/jrme.v1i3.1608>.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana diversifikasi produk yang diterapkan di UD. Agro Wilis Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana volume penjualan UD. Agro Wilis Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana peran diversifikasi produk untuk meningkatkan volume penjualan UD. Agro Wilis Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui diversifikasi produk yang diterapkan di UD. Agro Wilis Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui volume penjualan UD. Agro Wilis Kabupaten Kediri.
3. Untuk mengetahui peran diversifikasi produk untuk meningkatkan volume penjualan UD. Agro Wilis Kabupaten Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan berguna untuk menambah wawasan yang lebih mendalam mengenai penerapan strategi diversifikasi produk dalam upaya untuk meningkatkan volume penjualan dalam bisnis.

2. Kegunaan Secara praktis

- a. Bagi pelaku usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha rempah-rempah, khususnya UD. Agro Wilis. Dengan memahami strategi ini, pelaku usaha dapat meningkatkan volume penjualan, daya saing, serta membangun pertumbuhan bisnis.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah, khususnya tentang penerapan diversifikasi produk untuk meningkatkan volume penjualan.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat mengenai pentingnya penerapan diversifikasi produk dalam pengembangan usaha, khususnya dalam meningkatkan volume penjualan.

d. Bagi Peneliti

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengembangkan kajian terkait diversifikasi produk untuk meningkatkan volume penjualan.

E. Telaah Pustaka

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ida Choirunnisak, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2023, dengan judul “Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Pendapatan *Home Industry* Gorden Di Desa Blawe (Studi Pada Mutiara Gorden Desa Blawe Kecamatan Purwoasri Kabupaten Kediri)”.²⁹ Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi diversifikasi produk yang diterapkan oleh *Home Industry* Mutiara Gorden berhasil meningkatkan pendapatan dan memperluas pasar. Awalnya hanya memproduksi gorden wajikan, kini usaha ini telah mengembangkan berbagai produk seperti

²⁹ Ida Choirunnisak, “Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Pendapatan Home Indusrty Gorden Di Desa Blawe (Studi Pada Mutiara Gorden Desa Blawe Kecamatan Purwoasri Kabupaten Kediri)” (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2023).

gorden *Smokring Blackout*, *Smokring Prada*, Bordir Kaca, gorden minimalis, kelambu, kojong bayi, taplak, hingga gorden pernikahan. Pengembangan ini terbukti efektif, ditunjukkan oleh peningkatan pendapatan dari Rp.42.900.000,00 pada tahun 2017 menjadi Rp.172.780.000,00 pada tahun 2022.

Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti diversifikasi produk. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian pada *Home Industry* Mutiara Gorden terletak pada jenis usaha dan bentuk diversifikasi yang diterapkan. *Home Industry* Mutiara Gorden bergerak di bidang produksi barang jadi (gorden) dengan diversifikasi pada variasi desain dan produk dekoratif untuk konsumen akhir. Sementara itu, UD. Agro Wilis bergerak di bidang perdagangan rempah-rempah dengan diversifikasi berdasarkan bentuk produk (kering, basah, serbuk) yang ditujukan kepada pasar grosir atau reseller. Selain itu, desain produk menjadi fokus pada Mutiara Gorden, sedangkan di UD. Agro Wilis tidak diutamakan karena produknya dijual dalam bentuk curah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Syarifudin, Institut Agama Islam Negeri Kediri 2024 “Strategi Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Desa Tri Tunggal (Studi Konveksi *Star Nine* Desa Tritunggal Kecamatan Babat Lamongan)”³⁰ Penelitian ini menunjukkan bahwa Industri Konveksi *Star Nine* berhasil merancang strategi pengembangan bisnis dengan fokus pada inovasi

³⁰ Ahmad Syarifudin, “Strategi Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Desa Tri Tunggal (Studi Konveksi *Star Nine* Desa Tritunggal Kecamatan Babat Lamongan)” (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024).

produk, diversifikasi, promosi, peningkatan kualitas SDM melalui investasi riset dan teknologi. Diversifikasi produk dan pemasaran melalui media sosial serta partisipasi dalam *event* menjadi strategi efektif yang membantu meningkatkan daya saing. Pendekatan peningkatan kualitas SDM dengan pelatihan menciptakan lingkungan kerja inovatif, yang berkontribusi pada pertumbuhan bisnis jangka panjang. Industri ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat di Desa Tritunggal, melalui peningkatan jabatan dan pendapatan karyawan serta kerja sama dengan mitra usaha yang menguntungkan.

Persamaannya adalah kedua penelitian ini fokus pada diversifikasi produk untuk meningkatkan penjualan. Perbedaannya adalah penelitian sebelumnya lebih fokus pada industri konveksi, sementara penelitian ini berkaitan dengan bisnis rempah-rempah. Di samping itu, penelitian Konveksi *Star Nine* lebih menekankan pada strategi promosi, peningkatan kualitas SDM dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Tritunggal, sedangkan penelitian UD. Agro Wilis lebih terfokus pada diversifikasi produk rempah-rempah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Citra Rahayu, Institut Agama Islam Negeri Kediri 2024, dengan judul “Peran Strategi Diversifikasi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UD. Rizky Barokah Dusun Ngreco Desa Ngreco Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri”.³¹ Penelitian ini menunjukkan bahwa UD. Rizky Barokah melakukan diversifikasi produk

³¹ Citra Rahayu, “Peran Strategi Diversifikasi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UD. Rizky Barokah Dusun Ngreco Desa Ngreco Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri” (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024).

dengan menambah produk seperti koral dan abu batu pada 2024. Penjualan batu bata merah menurun, namun produk baru seperti batako, semen, dan pasir yang dijual sejak 2021 berkontribusi signifikan pada peningkatan omset, yang naik dari Rp.736.070.000,00 pada 2019 menjadi Rp.2.538.510.000,00 pada 2023. Strategi diversifikasi dengan produk berkualitas, variasi ukuran, dan desain menarik berhasil meningkatkan volume penjualan secara signifikan.

Persamaannya adalah kedua penelitian menggunakan strategi diversifikasi produk untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar, serta menunjukkan dampak positif terhadap pertumbuhan omset. Perbedaannya adalah penelitian sebelumnya berfokus pada diversifikasi produk di sektor bahan bangunan, sementara penelitian ini lebih fokus pada diversifikasi produk rempah-rempah.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Fasatakhul Nur Hani, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2023, dengan judul “Analisis Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Upaya Mempertahankan Eksistensi *Home Industry* Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Perajin Gedeg Di Desa Banjaran, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga)”.³² Penelitian menunjukkan bahwa strategi diversifikasi produk yang diterapkan oleh perajin di Desa Banjaran efektif untuk mempertahankan eksistensi *home industry*. Faktor-faktor yang mendukung keberhasilan ini antara lain lokasi, harga, kualitas, keragaman produk,

³² Fasatakhul Nur Hani, “Analisis Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Upaya Mempertahankan Eksistensi *Home Industry* Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Perajin Gedeg Di Desa Banjaran, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga)” (Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023).

kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan, yang semuanya diterapkan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti tauhid, adil, dan ta'awun.

Persamaan kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi diversifikasi produk. Perbedaannya adalah penelitian sebelumnya menekankan pada upaya mempertahankan eksistensi *home industry* perspektif ekonomi syariah, sedangkan penelitian ini menekankan pada peningkatan volume penjualan usaha.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Junaidi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2022, dengan judul Strategi Diversifikasi Produk Di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.³³ Penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Strategi diversifikasi yang digunakan oleh UD. Winna sari yaitu diversifikasi konsentris dan diversifikasi horizontal. 2) Kendala-kendala yang dihadapi diantaranya a) Kurangnya kualitas sumber daya manusia (SDM), b) Kurangnya tenaga kerja, c) Pandemi Covid-19. 3) dan solusi yang dilakukan yaitu: a) Melakukan studi banding. b) Menambah tenaga kerja borongan.

Persamaan kedua penelitian ini terletak pada penerapan strategi diversifikasi produk untuk meningkatkan penjualan. Perbedaannya adalah jenis diversifikasi yang diterapkan, penelitian sebelumnya menggunakan diversifikasi konsentris dan horizontal, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada diversifikasi produk rempah-rempah. Selain itu, penelitian

³³ Ahmad Junaidi, "Strategi Diversifikasi Produk Di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang" (Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022).

sebelumnya menghadapi kendala terkait SDM dan pandemi, sedangkan di penelitian ini tantangannya lebih berfokus pada pengembangan pasar dan peningkatan volume penjualan.