

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Allah SWT menciptakan seluruh manusia di dunia ini dengan tujuan yang jelas, yaitu untuk beribadah kepada-Nya sekaligus menjalankan amanah sebagai khalifah di muka bumi.¹ Salah satu bentuk pelaksanaan amanah tersebut adalah dengan bekerja, berusaha, dan mengembangkan kegiatan ekonomi yang memberikan manfaat bagi diri sendiri maupun masyarakat.² Melalui aktivitas atau kegiatan bisnis yang dijalankan secara jujur, adil, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, manusia tidak hanya berupaya memperoleh keuntungan, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan, menciptakan lapangan pekerjaan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi.³

Seiring dengan perkembangannya zaman, dunia bisnis di era modern terus mengalami pertumbuhan yang sangatlah pesat, terutama pada sektor industri makanan yang terus mengalami peningkatan dan perkembangan seiring bertambahnya kebutuhan dan permintaan masyarakat.⁴ Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut kepada setiap pelaku usaha atau bisnis untuk mampu bertahan dan berkembang melalui strategi pengembangan bisnis

¹ Sulistyowati, "Alternatif Mengembangkan Usaha Kecil & Menengah Dalam Perspektif Islam," *Realita Jurnal STAIN Kediri* 2 (2012): 47, <https://doi.org/https://doi.org/10.18326/ijtihad.v13i1.33-48>.

² Suprihantosa Sugiarto dan Nur Afifah Febriyani, "Model Penghimpunan dan Pendayagunaan Dana Umat Melalui Gerakan Koin NU Peduli," *ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development* 5, no. 1 (2021): 47.

³ Sulistyowati dkk., "The Impact Of Nusa Data Prima Corner Wifi In Improving Community Economy Based On Maqashid Syari'ah," *Media Trend: Berkala Kajian Ekonomi dan Studi Pembangunan* 18 (2023): 11, <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/mediatrend.v18i1.19040>.

⁴ Dijan Novia Saka, "Implementasi Franchise Berbasis Syariah di Sektor UMKM," *Istithmar: Journal of Islamic Economic Development* 1, no. 2 (2017): 56.

yang tepat.⁵ Strategi pengembangan bisnis menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha, karena melalui strategi tersebut pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, serta mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan yang terus meningkat.⁶

Industri makanan merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki peluang besar untuk terus berkembang. Hal ini disebabkan karena makanan merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang selalu dibutuhkan setiap hari. Selain itu, meningkatnya jumlah penduduk, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta tingginya permintaan terhadap produk makanan membuat pelaku usaha dituntut untuk terus melakukan inovasi dan pengembangan usaha.⁷

Pengembangan tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, strategi pemasaran yang efektif, penentuan harga yang sesuai, promosi, serta pemanfaatan saluran distribusi yang tepat agar produk dapat menjangkau konsumen lebih luas.⁸ Guna menghadapi persaingan usaha, pelaku bisnis makanan tidak hanya dituntut untuk mampu menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga harus memiliki strategi pengembangan bisnis yang baik agar usaha dapat bertahan dan berkembang. Strategi pengembangan bisnis menjadi langkah penting dalam meningkatkan pendapatan, memperluas pangsa pasar, serta menciptakan daya saing usaha. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha

⁵ Suprihantosa Sugiarto, *Online Dispute Resolution (ODR) Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa di Era Modernisasi*, 3, no. 1 (2019): 21.

⁶ Dijan Novia Saka, *Pengaruh Perijinan bagi Industri Rokok Kecil dan Menengah Guna Meningkatkan Perkembangan Usaha*, 1, no. 1 (2012): 57.

⁷ Fakhry Zamzam dan Havis Arvarik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (CV Budi Utama, 2020), 19.

⁸ SK Hermanto, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Makanan Tanpa Tanggal Kadaluaarsa," *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum* 3 (2019): 26.

perlu memahami kondisi pasar dan kebutuhan konsumen agar mampu menentukan strategi yang sesuai dengan perkembangan zaman.⁹

Salah satu industri makanan yang terus berkembang di wilayah Indonesia adalah industri tahu, salah satu usaha makanan yang berprospek cukup baik karena produk tahu banyak dikonsumsi masyarakat di berbagai kalangan. Selain harganya yang terjangkau, tahu juga memiliki kandungan gizi yang baik sehingga permintaannya cenderung stabil. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan antar pelaku usaha tahu semakin meningkat, khususnya di wilayah Jawa Timur yang dikenal sebagai salah satu pusat industri tahu di Indonesia.¹⁰

Kabupaten Jombang, yang terletak di Provinsi Jawa Timur, dikenal memiliki potensi ekonomi yang besar, terutama di sektor industri makanan. Salah satu desa yang sangat terkenal sebagai desa sentra industri tahu yakni Desa Sumbermulyo yang terletak di Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang yang memiliki luas wilayah 335.14 Ha dan jumlah penduduk sebanyak 12.916 jiwa yang mana menjadi Desa dengan jumlah penduduk terbanyak di Kecamatan Jogoroto Jombang.

Adapun di Desa Sumbermulyo terdapat 116 *home industry* tahu. Dimana di Dusun Bapang memiliki 56 *home industry* tahu, Dusun Semanding ada 27, Dusun Sumbermulyo ada 9, Dusun Sidowaras ada 13, Dusun Kebun Melati ada 4 dan Dusun Subentoro ada 7 *home industry* tahu. Berikut ini peneliti sajikan data 56 pabrik di Dusun Bapang Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang yang memiliki pabrik terbanyak:

⁹ Trisnawaty, "Strategi Pemasaran Kue Tradisional Dolung-Dolung Sebagai Makanan Oleh-Oleh Khas Kabupaten Simalungun," *Jurnal Akomodasi Agung* 9 (2022): 72.

¹⁰ Salsabilla Putri Furensa dkk., "Peranan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UD. Tahu Uap Barokah di Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi* 2 (2022): 35.

Tabel 1.1
Data Industri Pabrik Tahu di Dusun Bapang Desa Sumbermulyo
Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang
Tahun 2026

No	Nama	No	Nama	No	Nama
1	CV Putra Mandiri	20	Mulyono	39	Subur
2	CV Eka Jaya	21	Abdul Qodir	40	Irwan Tri P.
3	CV Rahayu Perkasa	22	Ridwan	41	Suroso
4	Dika Jaya	23	Mahfudz	42	Muhammad Halim
5	Karya Abadi	24	Ahmad	43	Sholeh
6	Rahayu Putra	25	Ahmad Rokhimin	44	Wasis
7	Wakid	26	Aris	45	Didin
8	Mashudin	27	Bima	46	Fauzan
9	Arbaatin	28	Abdul Musa	47	Eko Budi Santoso
10	Syaifudin Arifin	29	Amiruddin	48	Syamsul Huda
11	Zainul Arifin	30	M. Najib	49	Junaidi
12	Syaifullah	31	Heddi Susetyo	50	Waris
13	Sulton	32	Ulum	51	Ghofur
14	Musyabikhin	33	Zulkifli	52	Syaifuddin
15	Ya'kub	34	Musthoffa	53	Rohmad
16	Ardiansyah	35	Khoirul	54	Syafiil Anam
17	M. Sholeh	36	Moh. Sugianto	55	Mustaqim
18	Fauzi	37	Anam	56	Rama
19	Sugeng Harianto	38	Nur Qodim		

Sumber : Data Observasi (Data Diolah)¹¹

Namun dari banyaknya *home industry* tahu di Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang, hanya ada 3 (tiga) *home industry* tahu yang sudah mendaftarkan usahanya sebagai CV atau (*Commanditaire Vennootschap*), yaitu CV Putra Mandiri, CV Rahayu Perkasa dan CV Eka Jaya di Dusun Bapang Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang.¹² Dengan demikian, maka peneliti akan melakukan perbandingan kepada keempat industri tersebut yang mana bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

¹¹ Observasi di Dusun Bapang Desa Sumberlyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang, Pada 22 November 2025.

¹² Observasi di Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang, Pada Tanggal 21 Juli 2024.

Tabel 1.2
Perbedaan CV Putra Mandiri, CV Rahayu Perkasa dan CV Eka Jaya
Di Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang

No	Kategori	CV Putra Mandiri	CV Rahayu Perkasa	CV Eka Jaya
1	Nama Pemilik	Bapak Masruki	Bapak Mulyono	Bapak Ali
2	Tahun Berdiri	2009	2014	2011
3	Jumlah Karyawan Tahun 2023	Jumlah karyawan : 67 a. 1 mandor produksi tahu b. 13 karyawan memasak tahu c. 9 karyawan pemotong tahu d. 5 karyawan membungkus tahu e. 19 karyawan pemasar	Jumlah karyawan : 20 a. 8 karyawan memasak tahu dan pemotong tahu b. 3 karyawan membungkus tahu c. 9 karyawan pemasar	Jumlah karyawan : 23 a. 11 karyawan memasak tahu b. 2 pemotong tahu c. 3 karyawan membungkus tahu d. 7 karyawan pemasar
4	Omset Pendapatan Tahun 2025	Rp15.456.829.000	Rp.3.872.831.000	Rp.6.025.860.000

Sumber : Data Dokumentasi (Data Diolah)¹³

Berdasarkan tabel di atas, maka bisa diketahui bahwa CV Putra Mandiri menunjukkan keunggulan yang signifikan dibandingkan dengan CV Rahayu Perkasa dan CV Eka Jaya. Didirikan pada tahun 2009, CV Putra Mandiri telah berkembang menjadi perusahaan yang lebih besar dengan jumlah karyawan yang mencapai 67 orang pada tahun 2025, jauh lebih banyak dibandingkan dengan CV Rahayu Perkasa yang memiliki 20 karyawan dan CV Eka Jaya dengan 23 karyawan. Selain itu, omset pendapatan CV Putra Mandiri juga yang tertinggi, mencapai Rp.11.520.926.000 pada tahun 2023, hampir tiga kali lipat lebih besar dibandingkan CV Rahayu Perkasa dan hampir dua kali lipat dibandingkan CV Eka Jaya.

¹³ Ibid.,

Berdasarkan tabel di atas, maka bisa diketahui bahwa CV Putra Mandiri menjadi usaha yang paling berkembang dibandingkan usaha lainnya karena memiliki jumlah tenaga kerja paling banyak serta omset pendapatan tertinggi. Oleh karena itu, peneliti memilih CV Putra Mandiri sebagai lokasi penelitian untuk mengkaji lebih mendalam mengenai strategi pengembangan bisnis yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan usahanya. Omset pendapatan yang diperoleh CV. Putra Mandiri tahun 2019 sampai tahun 2025 sebagai berikut:

Tabel 1.3
Omset Pendapatan CV. Putra Mandiri
Tahun 2022-2025

No	Tahun	Omset
1	2022	Rp. 11.001.829.000
2	2023	Rp. 12.193.680.000
3	2024	Rp. 13.658.229.000
4	2025	Rp. 15.456.829.000

Sumber Data : CV Putra Mandiri (Data Diolah)¹⁴

Berdasarkan tabel di atas, bisa diketahui bahwa data omset pendapatan CV Putra Mandiri di Dusun Bapang Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang terus mengalami peningkatan. Hal ini menjadikan peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti mengenai bagaimana strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh CV Putra Mandiri dalam menumbuhkan bisnisnya dan juga bisa terus meningkatkan pendapatannya.

Menurut Tuwanku Aliandri berpendapat bahwa strategi pengembangan bisnis adalah serangkaian tujuan, kebijakan, perencanaan, dan aktivitas yang dirancang oleh perusahaan untuk menggali peluang bisnis, memastikan kelangsungan operasi, dan mencapai kesuksesan. Strategi ini merupakan

¹⁴ Masruki, Pemilik CV. Putra Mandiri di Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang, Pada 05 April 2026.

bagian penting dari keseluruhan strategi perusahaan dan sangat terkait dengan model bisnis yang digunakan.¹⁵ Penilaian terhadap strategi bisnis sangat penting untuk merancang model bisnis berkelanjutan dan memberi dampak positif keberlanjutan jangka panjang perusahaan.¹⁶

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa CV. Putra Mandiri terus melakukan pengembangan bisnis melalui inovasi dan diversifikasi produk sejak awal berdiri hingga saat ini. Pengembangan tersebut dilakukan dengan menyesuaikan kebutuhan pasar, permintaan konsumen, serta perkembangan persaingan industri tahu di Kabupaten Jombang. Strategi pengembangan produk ini menjadi salah satu upaya perusahaan untuk mempertahankan daya saing sekaligus meningkatkan pendapatan usaha. Adapun pengembangan produk oleh CV Putra Mandiri di Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang yakni:

Tabel 1.4
Perkembangan Produk di CV. Putra Mandiri Kabupaten Jombang
Tahun 2007–2025

Tahun Mulai Produksi	Produk Tahu
2007	Tahu Bentuk Kotak Persegi Kecil Goreng Isi 15
	Tahu Bentuk Kotak Persegi Besar Goreng Isi 7
2010	Tahu Bentuk Bulat Goreng Isi 10
	Tahu Bentuk Kotak Persegi Kecil Goreng Isi 30
	Tahu Bentuk Kotak Persegi Besar Goreng Isi 15
2013	Tahu Mentah Warna Putih Bentuk Kotak Kecil
2016	Tahu Bentuk Pelumpung (Tabung) Goreng Panjang Kecil
2021	Tahu Susu Mentah <i>Packing Tainwall</i>
	Tahu Mentah Warna Putih Berbumbu
2023	Tahu Mentah Warna Kuning Bentuk Kotak Persegi
	Tahu Bentuk Bulat Mentah

¹⁵ Tuwanku Aria Auliandri, "Analisa Aktivitas Manajemen Strategi pada Industri Pariwisata Berbasis Digital," *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen* 1 (2018):28.

¹⁶ Dijan Novia Saka, *Sistem Akuntansi Penjualan dan Penerimaan Kas Guna Meningkatkan Pengendalian Intern Perusahaan*, 3, no. 2 (2023): 79.

Sumber Data : CV Putra Mandiri (Data Diolah)¹⁷

Berdasarkan tabel di atas, bisa diketahui bahwa awal menjalankan usaha pada tahun 2007, CV. Putra Mandiri produksi tahu goreng berbentuk kotak persegi kecil isi 15 dan tahu goreng berbentuk kotak persegi besar isi 7 sebagai produk utama yang dipasarkan kepada masyarakat. Seiring meningkatnya permintaan pasar, pada tahun 2010 perusahaan mulai mengembangkan variasi produk dengan memproduksi tahu bulat goreng isi 10, tahu kotak persegi kecil goreng isi 30, serta tahu kotak persegi besar goreng isi 15.

Pengembangan produk terus dilakukan pada tahun 2013 dengan memproduksi tahu mentah warna putih berbentuk kotak kecil untuk memenuhi kebutuhan pedagang maupun konsumen rumah tangga yang mengolah tahu sendiri. Selanjutnya pada tahun 2016, CV. Putra Mandiri kembali melakukan inovasi melalui produksi tahu berbentuk pelampung (tabung) goreng panjang kecil yang menjadi salah satu alternatif produk sesuai selera konsumen.

Memasuki tahun 2021, perusahaan mulai memperluas jenis produknya dengan menghadirkan tahu susu mentah dalam kemasan tainwall serta tahu mentah warna putih berbumbu. Lalu terakhir pada tahun 2023 menambah pengembangan produk tahu mentah warna kuning bentuk kotak persegi dan tahu bentuk bulat mentah.

Adapun sampai saat ini, seluruh produk tersebut tetap diproduksi dan dipasarkan secara berkelanjutan. Keberagaman jenis produk yang dimiliki menunjukkan bahwa CV. Putra Mandiri telah menerapkan strategi pengembangan bisnis melalui diversifikasi produk, sehingga mampu

¹⁷ Masruki, Pemilik CV. Putra Mandiri di Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang, Pada 05 April 2026.

memperluas pangsa pasar, memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam, serta mendukung peningkatan pendapatan perusahaan dari waktu ke waktu. Selain itu, CV. Putra Mandiri tidak hanya berfokus pada usaha produksi tahu, tetapi juga melakukan pengembangan bisnis dengan merambah sektor peternakan kambing dan sapi sebagai salah satu strategi diversifikasi usaha.

Pengembangan ini dilakukan untuk menambah sumber pendapatan perusahaan serta mengurangi ketergantungan pada satu jenis usaha. Dari tahun 2023 hingga 2025, jumlah ternak yang dimiliki terus mengalami peningkatan, di mana kambing bertambah dari 50 ekor pada tahun 2023 menjadi 60 ekor pada tahun 2024 dan mencapai 76 ekor pada tahun 2025. Sementara itu, jumlah sapi meningkat dari 17 ekor pada tahun 2023 menjadi 25 ekor pada tahun 2024 dan 31 ekor pada tahun 2025. Selain peningkatan jumlah ternak, harga jual kambing dan sapi juga mengalami kenaikan setiap tahunnya, sehingga memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan dan peningkatan pendapatan CV. Putra Mandiri.

Namun di sisi lain, CV. Putra Mandiri juga menghadapi beberapa masalah, seperti kualitas produk yang tidak tahan lama, promosi yang masih terbatas, dan kurangnya fokus dari para karyawan. Persaingan yang ketat baik yang ada di Desa Subermulyo ataupun di pasar dan fluktuasi harga bahan baku juga menjadi kendala yang harus diatasi. Pengelolaan limbah juga penting untuk diperhatikan agar tidak menimbulkan masalah lingkungan yang dapat merusak citra perusahaan. Jika masalah-masalah ini dapat diatasi, CV. Putra

Mandiri akan mampu meningkatkan usahanya dan bisa berdampak pada peningkatan pendapatan karyawannya juga.¹⁸

Berdasarkan seluruh uraian latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, maka menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan pada CV. Putra Mandiri, dengan mengambil judul **“Strategi Pengembangan Bisnis dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Pada CV. Putra Mandiri di Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang)”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis di CV. Putra Mandiri di Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang?
2. Bagaimana peran strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan CV. Putra Mandiri di Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk menjelaskan bagaimana strategi pengembangan bisnis di CV. Putra Mandiri di Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang.
2. Untuk menjelaskan bagaimana peran strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan CV. Putra Mandiri di Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang.

¹⁸ Observasi di Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang, Pada Tanggal 21 Juli 2024.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan berbagai manfaat yang dapat dilihat dari sisi teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang manajemen pemasaran dan pengembangan bisnis. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan pada usaha berskala menengah seperti CV. Putra Mandiri di Kabupaten Jombang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan dan pemahaman peneliti terkait penerapan strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan penjualan pendapatan. Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengetahui secara langsung kondisi nyata di lapangan serta analisis efektivitas strategi yang digunakan oleh CV. Putra Mandiri di Dusun Bapang Desa Sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembelajaran dan referensi akademik, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan pengembangan bisnis. Selain itu, penelitian

ini juga dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa atau peneliti lain dalam menyusun penelitian yang berkaitan dengan strategi bisnis dan peningkatan pendapatan.

c. Bagi Pelaku Usaha atau UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai bentuk informasi dan gambaran yang bermanfaat bagi pelaku usaha, khususnya CV. Putra Mandiri, mengenai pentingnya menerapkan strategi pengembangan bisnis yang tepat dan sesuai. Dengan demikian, diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan pendapatan, memperluas pasar, serta menjaga keberlangsungan usaha secara lebih optimal dan berkelanjutan.

E. Telaah Pustaka

Berikut telaah pustaka yang digunakan peneliti dalam penelitian ini:

1. Ahmad Syarifudin dalam penelitiannya pada tahun 2023 yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Tri Tunggal (Studi Konveksi Star Nine Desa Tritunggal Kecamatan Babat lamongan)”.

Penelitiannya menemukan bahwa pengusaha Industri Konveksi Star Nine telah berhasil merancang strategi pengembangan bisnis yang komprehensif dengan fokus pada inovasi produk, diversifikasi, promosi, dan peningkatan kualitas SDM) Melalui investasi riset dan teknologi, Konveksi Star Nine menjaga kualitas produk dan memastikan daya saing di pasar konveksi yang kompetitif. Diversifikasi produk, responsif terhadap tren pasar, serta aktif dalam event dan media sosial menjadi strategi pemasaran

efektif. Industri konveksi ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat di Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan. Kerja sama dengan mitra usaha konveksi juga berhasil meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan. Kontribusi positif ini mengindikasikan bahwa strategi pengembangan bisnis Konveksi Star Nine berhasil memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi Masyarakat Desa.¹⁹

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan pendapatan. Namun, perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

2. Penelitian oleh Rizki Rahmandari pada tahun 2024 dengan judul “Peran Strategi Pemasaran Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha (Studi pada Home Industry Kerupuk Ikan Trenggiri Cap Ikan Terbang di Desa Gedangan Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto)”.

Penelitiannya menemukan bahwa home industry kerupuk ikan tenggiri menggunakan strategi pemasaran dengan menentukan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P. Strategi produk dengan menjaga kualitas produk yang dijual, karena dengan menjaga kualitas produk maka akan mempengaruhi daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang. Dari segi harganya itu standart dan juga mengikuti harga bahan bakunya. Tempatnya juga cukup strategis. Pendistribusiannya juga dipertahankan meskipun yang dilakukan hanya offline saja. Pendapatan usaha home

¹⁹ Ahmad syarifudin, “Strategi Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Tri Tunggal (Studi Konveksi Star Nine Desa Tritunggal Kecamatan Babat lamongan)” (Skripsi, IAIN Kediri, 2023).

industry kerupuk ikan tenggiri cap ikan terbang mengalami peningkatan pendapatan.²⁰

Kesamaan dengan penelitian ini adalah keduanya sama-sama membahas tentang strategi usaha untuk meningkatkan pendapatan. Namun, perbedaannya terletak pada ruang lingkup pembahasannya, dimana penelitian sebelumnya lebih menekan pada aspek strategi pemasaran, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan bisnis. Selain itu, lokasi penelitiannya juga berbeda.

3. Mey Rani Duwi Astuti dalam penelitiannya pada tahun 2015 yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Trottoart Cafe”.

Trottoart Cafe menggunakan sembilan strategi untuk mengembangkan bisnisnya. Salah satu strategi utamanya adalah mempertahankan desain interior, eksterior, dan tata ruang kafe, yang ternyata memiliki pengaruh besar dalam menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan. Ini menunjukkan bahwa tampilan dan penataan ruang di kafe memainkan peran penting dalam membuat tempat tersebut lebih menarik bagi pengunjung, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan.²¹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah fokus pada strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan penjualan, dan keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif. Namun, perbedaan utamanya pada jenis strategi yang diteliti dan lokasi penelitian yang berbeda.

²⁰ Rizki Rahmandari, “Peran Strategi Pemasaran Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha (Studi pada Home Industry Kerupuk Ikan Tenggiri Cap Ikan Terbang di Desa Gedangan Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto)” (Skripsi, IAIN Kediri, 2024).

²¹ Mey Rani Duwi Astuti, “Strategi Pengembangan Bisnis dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Trottoart Cafe” (Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia, 2015).

4. Penelitian Mohammad Muktafa Mahfud tahun 2024, berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Warung Madura dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi di Warung Madura Azalia Rizky Kelurahan Ngronggo Kota Kediri)”

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Warung Madura Azalia Rizky di Kelurahan Ngronggo, Kediri, mengembangkan usaha dengan strategi buka 24 jam, menawarkan produk terjangkau, serta responsif terhadap kebutuhan pelanggan, seperti menambah pom mini dan barang cepat habis. Mereka juga mendukung UMKM lokal dengan membeli barang dari grosir kecil, menawarkan harga kompetitif, dan memastikan stok barang selalu tersedia. Pelayanan ramah dan kenyamanan pelanggan menjadi prioritas, sementara perpindahan usaha dijaga dengan konsistensi jam operasional dan stok yang memadai, menjadikan warung ini layak berkembang dalam jangka panjang. Berkat strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Warung Madura Azalia Rizky toko ini mengalami peningkatan laba bersih yang signifikan setiap tahunnya.²²

Adapun persamaan penelitiannya terletak pada fokus kajian yang sama, yaitu membahas strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan pendapatan. Namun, terdapat perbedaan pada objek penelitiannya.

5. Penelitian oleh Novia Sridewi pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat”

²² Mohammad Muktafa Mahmud, “Strategi Pengembangan Usaha Warung Madura dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Pada Warung Madura Azalia Rizky Kelurahan Ngronggo Kota Kediri)” (Skripsi, IAIN Kediri, 2024).

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Rumah Makan Sukma Rasa yaitu menambah varian produk, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), meningkatkan kualitas pelayanan, dan menggunakan konsep penjualan baru. Adapun hambatan-hambatan yang di hadapi oleh Rumah Makan Sukma Rasa dalam mengembangkan usahanya yaitu kurangnya manajemen operasional, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan tekanan dari luar (pesaing). Jika dilihat dari segi strategi Rumah Makan Sukma Rasa sudah mampu mengembangkan usaha untuk meningkatkan pendapatan.²³

Adapun persamaannya terletak pada kesamaan tujuan, yaitu mengkaji strategi usaha dalam meningkatkan pendapatan. Sementara itu, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yang digunakan juga berbeda.

²³ Novia Sridewi, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat” (Skripsi, UIN Mataram, 2020).