

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan sektor ritel modern di Indonesia dalam dua dekade terakhir menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan. Keberadaan jaringan minimarket besar seperti Alfamart dan Indomaret telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Kedua ritel tersebut berhasil memperluas jangkauan bisnis hingga ke daerah-daerah kecil, bahkan ke wilayah pedesaan. Kehadiran mereka menawarkan kemudahan akses, harga yang kompetitif, promosi yang menarik, serta pelayanan yang cepat dan seragam di berbagai cabang. Kondisi ini membuat masyarakat semakin terbiasa berbelanja di ritel modern dan secara perlahan menggeser preferensi terhadap minimarket atau toko kelontong lokal.¹

Fenomena dominasi ritel modern ini menimbulkan tantangan besar bagi minimarket lokal, baik dalam hal daya saing harga, ketersediaan produk, maupun strategi pemasaran. Minimarket lokal sering kali menghadapi keterbatasan modal, jaringan distribusi yang lebih sempit, dan kurangnya kemampuan untuk mengikuti standar operasional ritel modern yang telah terintegrasi dengan sistem teknologi. Akibatnya, banyak minimarket lokal kesulitan mempertahankan eksistensinya, bahkan tidak sedikit yang akhirnya gulung tikar. Kondisi ini menjadi cerminan bahwa strategi bisnis

¹ Dea Meliana and others, 'Analisis Perkembangan Bisnis Ritel Di Indonesia *Journal of Business Economics and Management*', *Journal of Business Economics and Management*, 01.03 (2025), 235–43.

konvensional yang selama ini diterapkan oleh pelaku usaha lokal belum cukup kuat untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.²

Dalam menghadapi tekanan persaingan ini, strategi diversifikasi usaha muncul sebagai mekanisme ketahanan dan pertumbuhan yang krusial bagi UMKM dan bisnis lokal.³ Diversifikasi memungkinkan perusahaan untuk memasuki lini produk atau pasar baru di luar fokus utamanya, dengan tujuan memperluas basis pelanggan, mengurangi risiko, dan meningkatkan pendapatan.⁴ Bagi minimarket lokal, diversifikasi dapat berarti penambahan jenis produk, pengembangan layanan baru, atau bahkan integrasi dengan ekosistem digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Diversifikasi usaha merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan untuk mengembangkan dan memperluas kegiatan usaha guna meningkatkan kemampuan bersaing dan kinerja perusahaan. Diversifikasi usaha dilakukan melalui pengembangan berbagai jenis layanan dan aktivitas usaha yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan serta didukung oleh sumber daya dan kapabilitas perusahaan. Strategi diversifikasi juga dilakukan untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.⁵

² Eldawati Lia Tandipayuk, 'Analisis Yuridis Terhadap Pembangunan Minimarket Yang Jaraknya Berdekatan Dengan Usaha Toko Tradisional Ditinjau Dari Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007', 2024, 1–23 <<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/57755>>.

³ Sitti Hadijah And Eliyanti Agus Mokodompit, 'Strategi Diversifikasi Sebagai Mekanisme Ketahanan UMKM : Systematic Literature Review Tahun 2020 – 2025', 4.4 (2025), 6451–58.

⁴ RB, 'Diversification Strategy Adalah Kunci Tumbuh Di 2025' (INDODAX, 2025) <<https://indodax.com/academy/diversification-strategy-adalah-kunci-tumbuh-2025/>>.

⁵ Agus Aji Samekto, 'Peningkatan Kinerja Perusahaan Ekspedisi Muatan Kapal Laut Melalui Diversifikasi Usaha The Performance Improvement of Sea Freight Forwarder Through Business Diversification', 01.01 (2014), 1–14.

Selain itu, diversifikasi usaha juga dipandang sebagai strategi yang mampu membangun kekuatan pasar (*market power*) melalui pengembangan sumber daya dan kemampuan usaha secara efektif. Strategi ini dilakukan dengan cara menambah variasi produk, memperluas jenis layanan, dan menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen agar usaha mampu bertahan dan berkembang.⁶ Konteks diversifikasi usaha tersebut relevan dengan kondisi Minimarket Sinar Mart, dimana minimarket tidak hanya menyediakan produk kebutuhan pokok, tetapi juga terus melakukan penambahan variasi produk dan kategori barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar.

Penambahan variasi produk mengacu pada upaya pengembangan jenis, bentuk, maupun kategori produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam persaingan usaha yang semakin ketat, kemampuan perusahaan dalam melakukan pengembangan dan penambahan variasi produk menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Hal ini dilakukan agar strategi diversifikasi usaha dapat mendukung peningkatan omzet pada Minimarket Sinar Mart serta mengurangi kejenuhan konsumen terhadap produk yang telah lama beredar. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu terus melakukan pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar. Penambahan variasi produk menjadi hal yang penting, baik pada produk kebutuhan sehari-hari maupun barang konsumsi lainnya, karena

⁶ Sulastris Sulastris and others, 'Peningkatan Produktivitas Dan Pendapatan Masyarakat Melalui Diversifikasi Usaha Tani Pembuatan Pupuk Organik (Increasing Community Productivity and Income through Diversification of Farming Businesses for Making Organic Fertilizers)', 1.2 (2023), 89–100.

konsumen senantiasa mengharapkan adanya pilihan produk yang lebih beragam dan sesuai dengan kebutuhan mereka.⁷

Sebelum membahas lebih jauh mengenai strategi diversifikasi usaha yang diterapkan oleh Minimarket Sinar Mart, penting untuk mengetahui kondisi persaingan ritel yang ada di sekitar Desa Bangsongan Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri. Lingkungan usaha yang dihadapi oleh minimarket lokal tidak terlepas dari keberadaan toko ritel lain. Oleh karena itu, peneliti menyajikan data mengenai daftar toko ritel yang beroperasi di sekitar Desa Bangsongan, posisi Minimarket Sinar Mart di antara toko-toko tersebut, serta keunggulan yang dimilikinya sebagai gambaran awal konteks penelitian.

⁷ Siti Masnun, Makhdalena Makhdalena, And Hardisem Syabrus, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen', *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7.4 (2024), 3736–40 <<https://doi.org/10.54371/Jiip.V7i4.4280>>.

**Tabel 1. 1 Daftar Nama Toko Ritel dan Keunggulannya di Sekitar
Minimarket Sinar Mart Desa Bangsongan Kecamatan Kayen Kidul
Kabupaten Kediri**

No	Nama Toko Ritel	Alamat	Keunggulan
1	Sinar Mart	RT.02/RW.02, Dsn Gerdu, Ds. Bangsongan, Kec. Kayen Kidul, Kab Kediri.	1. Tempat berada di seberang jalan alternatif dari kabupaten menuju ke kota, dan dekat dengan jalan provinsi 2. Harga produk bisa dimulai dari Rp 500 an 3. Harga relatif murah dan stabil 4. Pilihan produk yang lengkap dan bisa diatur sendiri sesuai pangsa pasar 5. Pembayaran bisa menggunakan tunai, qris dan debit 6. Menggunakan struck pembelian
2	Swalayan Surya	Jl. raya Kediri Papar Bangsongan, RT.04/RW01, Gerdu, Ds Bangsongan, Kec. Kayen Kidul, Kab. Kediri.	1. Tempat berada di seberang jalan provinsi 2. Harga produk mulai di harga Rp 1.500 an 3. Harga relatif lebih tinggi 4. Produk menyesuaikan dari atas dan lebih dominan buat kebutuhan yang besar 5. Pembayaran bisa menggunakan tunai dan debit 6. Menggunakan struck pembelian

3	Indomaret	Jl. Raya Minggiran, Morangan, Kec. Papar, Kab. Kediri.	1. Tempat berada di seberang jalan provinsi 2. Harga produk mulai di harga Rp 2.000 an 3. Harga relatif lebih tinggi tetapi terdapat beberapa diskon setiap minggu 4. Produk sesuai dengan merk produk yang terdaftar di pusat 5. Pembayar bisa menggunakan tunai, qris, dan debit 6. Menggunakan struck pembelian
4	Songa Mart	Jl. Raya Bangsongan, Ds. Bangsongan, Kec. Kayen Kidul, Kab. Kediri.	1. Tempat berada di seberang jalan alternatif dari kabupaten menuju ke kota 2. Harga produk mulai di harga Rp 2.000 an 3. Harga relatif lebih tinggi tetapi terdapat beberapa diskon setiap minggu 4. Produk sesuai dengan merk produk yang terdaftar di pusat 5. Pembayaran bisa menggunakan tunai, qris dan debit 6. Menggunakan struck pembelian

Sumber : Hasil obesrvasi peneliti dengan beberapa toko ritel yang berada di sekitar Desa Bangsongan Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa Minimarket Sinar Mart berada di lingkungan persaingan ritel yang cukup beragam, baik dari sisi jenis usaha maupun skala bisnis. Meskipun tidak memiliki jaringan sebesar ritel modern, Minimarket Sinar Mart tetap memiliki keunggulan tertentu, seperti pilihan variasi produk yang lebih lengkap, kedekatan dengan konsumen, lokasi yang strategis, serta hubungan sosial yang baik dengan masyarakat

sekitar. Kondisi ini menunjukkan bahwa minimarket lokal masih memiliki peluang untuk bertahan dan bersaing melalui strategi yang tepat, khususnya dalam hal diversifikasi usaha.

Untuk mengetahui perkembangan kinerja usaha Minimarket Sinar Mart, peneliti melakukan pengumpulan data secara langsung kepada pemilik (*owner*) Minimarket Sinar Mart sebagai sumber utama data penelitian. Data yang diperoleh berupa omzet penjualan selama satu tahun terakhir pada tahun 2025, yaitu mulai bulan Januari sampai Desember. Data ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi penjualan serta stabilitas usaha dalam menghadapi persaingan ritel di lingkungan sekitar.

**Tabel 1. 2 Omzet Minimarket Sinar Mart Tahun 2025 di Bulan Januari
Sampai Desember**

No	Bulan	Omzet
1	Januari	Rp 173.479.000
2	Februari	Rp 176.568.500
3	Maret	Rp 203.297.500
4	April	Rp 207.158.000
5	Mei	Rp 184.975.000
6	Juni	Rp 185.836.500
7	Juli	Rp 182.530.000
8	Agustus	Rp 205.475.500
9	September	Rp 191.400.500
10	Oktober	Rp 195.170.000
11	November	Rp 199.224.000
12	Desember	Rp 210.950.500

Sumber : Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sinar Mart

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa omzet Minimarket Sinar Mart selama periode Januari hingga Desember 2025 mengalami fluktuasi, namun secara umum menunjukkan tren peningkatan. Omzet terendah terjadi pada bulan Januari sebesar Rp 173.479.000, sedangkan tertinggi pada bulan Desember sebesar Rp 210.950.500. Peningkatan signifikan terlihat pada bulan Maret–April serta Agustus dan Desember, yang dipengaruhi oleh momen hari besar dan akhir tahun yang meningkatkan konsumsi masyarakat.

Secara keseluruhan, kondisi ini menunjukkan bahwa kinerja penjualan cukup stabil dan mampu meningkat pada periode tertentu, yang mengindikasikan adanya pengaruh faktor musiman serta strategi yang diterapkan dalam menarik minat dan keputusan pembelian konsumen.

Namun, dalam kerangka Manajemen Bisnis Syariah, penerapan strategi bisnis tidak boleh hanya didorong oleh motif keuntungan ekonomi semata. Bisnis dalam perspektif Islam merupakan bagian dari ibadah (*'amal shalih*) yang harus dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran (*shidq*), amanah, keadilan (*'adl*), tanggung jawab (*mas'uliyah*), dan pelayanan terbaik (*ihsan*). Prinsip-prinsip tersebut menjadi landasan moral dan spiritual yang mengarahkan setiap keputusan bisnis agar tetap berada dalam koridor etika Islam. Dengan demikian, strategi diversifikasi usaha tidak hanya berorientasi pada efisiensi dan profit, tetapi juga pada keberkahan (*barakah*) dan kesejahteraan bersama (*falāh*).⁸

⁸ M Jannah, P Nirmala, And R Meirisa, 'Urgensi Implementasi Bisnis Syariah Islam Di Indonesia', *Religion: Jurnal Agama ...*, 1 (2023), 193–207
<<https://Maryamsejahtera.Com/Index.Php/Religion/Article/View/734%0Ahttps://Maryamsejahtera.Com/Index.Php/Religion/Article/Download/734/638>>.

Penerapan prinsip syariah dalam praktik bisnis juga dapat menjadi bentuk diversifikasi strategis yang bernilai tinggi. Dalam era di mana kesadaran masyarakat Muslim terhadap kehalalan dan etika bisnis semakin meningkat, minimarket lokal memiliki peluang besar untuk menarik konsumen melalui nilai-nilai Islami yang tercermin dalam operasional mereka. Contohnya, dengan menjamin produk yang dijual memiliki sertifikasi halal, menjaga kejujuran dalam penetapan harga, memperlakukan karyawan secara adil, serta menampilkan keramahan dan pelayanan tulus sebagai wujud ihsan kepada pelanggan. Pendekatan ini dapat menjadi kekuatan unik yang membedakan minimarket lokal dari pesaing ritel modern yang umumnya berorientasi profit dan efisiensi semata.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi diversifikasi usaha dan peningkatan omzet pada minimarket berbasis prinsip syariah merupakan langkah strategis bagi minimarket lokal untuk tetap bertahan dan berkembang di tengah dominasi ritel modern. Penelitian ini penting dilakukan untuk menggali secara mendalam bagaimana pelaku minimarket lokal memahami, merancang, dan menerapkan nilai-nilai syariah dalam praktik bisnis mereka, serta bagaimana nilai tersebut memengaruhi daya saing usaha mereka.⁹

Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini akan mengeksplorasi pengalaman, pandangan, dan strategi para pelaku minimarket lokal dalam menghadapi persaingan pasar modern. Diharapkan hasil penelitian ini dapat

⁹ Novian Rialdy Arya Wangsa Tyrta, 'Implementasi Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Manajemen Bisnis Modern', *Jurnal Media Akademi (JMA)*, 3.1 (2023).

memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu Manajemen Bisnis Syariah dan kontribusi praktis bagi pelaku usaha lokal untuk mengelola bisnisnya secara profesional, beretika, dan berkeberkahan.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana penerapan strategi diversifikasi usaha ritel lokal sinar mart desa Bangsongan kecamatan kidul kabupaten kediri?
2. Bagaimana peran strategi diversifikasi usaha dalam meningkatkan omzet ritel lokal pada minimarket sinar mart desa bangsongan kecamatan kayen kidul kabupaten kediri?

C. Tujuan Penelitian

- 1 Untuk mendeskripsikan strategi diversifikasi usaha ritel lokal sinar mart desa Bangsongan kecamatan kidul kabupaten kediri.
- 2 Untuk menganalisis strategi diversifikasi usaha dalam meningkatkan omzet ritel lokal pada minimarket sinar mart desa bangsongan kecamatan kayen kidul kabupaten kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis
 - a. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan bahan kajian bagi akademisi dan mahasiswa, khususnya dalam memahami hubungan

antara strategi diversifikasi usaha, dan meningkatkan omzet. Hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman teoretis mengenai bagaimana strategi diversifikasi usaha yang diterapkan oleh minimarket lokal, serta bagaimana penerapan prinsip-prinsip manajemen bisnis syariah memengaruhi strategi tersebut dan persepsi konsumen. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang memiliki fokus serupa.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori Manajemen Bisnis Syariah ke dalam praktik bisnis nyata. Selain itu, penelitian ini juga menjadi media pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan analisis peneliti dalam mengkaji strategi diversifikasi usaha serta penerapan prinsip syariah dalam meningkatkan daya saing dan meningkatkan omzet minimarket lokal.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pengelola Minimarket Sinar Mart dalam memahami bentuk-bentuk strategi diversifikasi produk yang telah diterapkan serta efektivitasnya dalam meningkatkan omzet. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengoptimalkan penerapan prinsip-prinsip manajemen bisnis syariah seperti kejujuran, keadilan, dan pelayanan yang baik sebagai strategi diversifikasi yang mampu

meningkatkan daya saing minimarket lokal di tengah persaingan ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya strategi diversifikasi usaha dan penerapan prinsip bisnis syariah dalam aktivitas ritel. Dengan meningkatnya pemahaman tersebut, masyarakat diharapkan dapat lebih menghargai dan mendukung keberadaan minimarket lokal yang menjalankan usahanya secara etis dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pemerintah sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pengembangan usaha ritel lokal melalui penerapan strategi diversifikasi usaha guna meningkatkan omzet dan daya saing usaha.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mendukung upaya pemberdayaan UMKM dalam menghadapi persaingan ritel modern serta mendorong terciptanya praktik usaha yang selaras dengan prinsip-prinsip Manajemen Bisnis Syariah.

E. Penelitian Terdahulu

1. “Peran Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Di Mutiara Catering Desa Kambingan Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri)” Oleh Nurul Azizatur Ashar (2024), Skripsi Mahasiswa IAIN Kediri¹⁰

Penelitian tersebut menjelaskan bahwa strategi diversifikasi produk dilakukan melalui penambahan variasi produk, pengembangan jenis layanan, serta penyesuaian produk sesuai kebutuhan konsumen guna meningkatkan volume penjualan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Persamaannya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas strategi diversifikasi dalam meningkatkan penjualan atau omzet usaha. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian terdahulu berfokus pada usaha catering dan diversifikasi produk makanan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada diversifikasi usaha pada ritel lokal Minimarket Sinar Mart melalui penambahan variasi dan kategori produk untuk meningkatkan omzet usaha.

2. “Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus UMKM Kerupuk Rengginang Ibu Yuli Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri)” Oleh Muhamad Abel Rendyansah

¹⁰ Nurul Azizatur Ashar, ‘Peran Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Di Mutiara Catering Desa Kambingan Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri)’, *Skripsi IAIN Kediri*, 2024 <<https://etheses.iainkediri.ac.id/14212/>>.

(2023), Skripsi Mahasiswi IAIN Kediri¹¹

Penelitian tersebut membahas mengenai strategi diversifikasi produk pada UMKM kerupuk rengginang milik Ibu Yuli di Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri yang bergerak di bidang usaha makanan ringan tradisional. Penelitian ini menjelaskan bahwa strategi diversifikasi produk dilakukan sebagai upaya mempertahankan dan meningkatkan penjualan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Diversifikasi produk dilakukan melalui penambahan varian rasa, ukuran, harga, serta pengembangan tampilan produk agar mampu menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa penambahan variasi produk dapat membantu usaha mempertahankan eksistensi bisnis, memenuhi kebutuhan konsumen, serta meningkatkan volume penjualan secara bertahap.

Persamaannya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas strategi diversifikasi dalam meningkatkan penjualan atau omzet usaha dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan fokus penelitian, dimana penelitian terdahulu berfokus pada diversifikasi produk pada usaha makanan ringan tradisional berupa kerupuk rengginang, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada diversifikasi usaha pada ritel lokal Minimarket Sinar Mart melalui penambahan variasi dan kategori produk untuk meningkatkan omzet usaha.

¹¹ Muhamad Abel Rendyansah, 'Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus UMKM Kerupuk Rengginang Ibu Yuli Desa Pehwetan Kecamatan Papar Kabupaten Kediri)', *Skripsi IAIN Kediri* <<https://etheses.iainkediri.ac.id/11873/>>.

3. “Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Produk Jenang di UD TEGUH RAHARJO Ponorogo)” Oleh Ria Ayuning Tias Palupi (2019), Skripsi Mahasiswa IAIN Ponorogo¹²

Penelitian tersebut membahas strategi diversifikasi produk pada usaha yang bergerak di bidang produksi makanan khas Ponorogo, khususnya produk jenang. Awalnya usaha tersebut hanya memproduksi jenang dengan varian rasa original, namun seiring perkembangan usaha dilakukan strategi diversifikasi melalui penambahan berbagai varian rasa dan jenis produk baru. Perusahaan berhasil mengembangkan produk hingga memiliki banyak variasi rasa seperti rasa buah, sayur, dan berbagai produk pendukung lainnya. Diversifikasi dilakukan dengan tujuan memenuhi perubahan kebutuhan konsumen, mengurangi kejenuhan konsumen, memperluas pilihan produk, serta mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas strategi diversifikasi sebagai upaya meningkatkan hasil penjualan atau omzet usaha. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian terdahulu berfokus pada usaha produksi makanan tradisional berupa jenang melalui penambahan varian rasa produk, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada diversifikasi usaha pada ritel lokal Minimarket Sinar Mart melalui

¹² Rima Ayuning Tias Palupi, ‘Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Produk Jenang Di UD TEGUH RAHARJO Ponorogo)’, *Skripsi IAIN Ponorogo*, 2019 <[https://etheses.iainponorogo.ac.id/5785/1/Upload etheses pdf.pdf](https://etheses.iainponorogo.ac.id/5785/1/Upload%20etheses%20pdf.pdf)>.

penambahan variasi dan kategori produk untuk meningkatkan omzet usaha.

4. “Analisis Diversifikasi Usaha Bagi Petani Padi, Peternak Kambing, Dan Pekebun Sayur Terhadap Peningkatan Penghasilan (Studi Kasus Desa Sambirata, Cilongok, Banyumas)” Oleh Nur Aisah (2025), Skripsi Mahasiswi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto¹³

Penelitian tersebut membahas mengenai strategi diversifikasi usaha pada sektor pertanian yang dilakukan oleh masyarakat Desa Sambirata, Cilongok, Banyumas. Usaha yang diteliti bergerak pada tiga bidang sekaligus, yaitu usaha tani padi, peternakan kambing, dan perkebunan sayur. Penelitian ini menjelaskan bahwa diversifikasi usaha dilakukan karena petani tidak hanya mengandalkan satu sumber penghasilan, tetapi menggabungkan beberapa jenis usaha sebagai upaya menghadapi ketidakpastian hasil panen, perubahan harga pasar, dan kondisi ekonomi. Diversifikasi usaha tersebut dilakukan dengan memadukan kegiatan pertanian, peternakan, dan perkebunan sehingga dapat meningkatkan penghasilan, memanfaatkan sumber daya secara lebih optimal, serta memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga petani. Selain itu, integrasi usaha juga memberikan manfaat tambahan, seperti penggunaan kotoran ternak sebagai pupuk organik yang dapat mengurangi biaya produksi.

¹³ Nur Aisah, ‘Analisis Diversifikasi Usaha Bagi Petani Padi, Peternak Kambing, Dan Pekebun Sayur Terhadap Peningkatan Penghasilan (Studi Kasus Desa Sambirata, Cilongok, Banyumas)’, *Skripsi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 2025
<https://repository.uinsaizu.ac.id/32383/2/NUR_AISAH_ANALISIS_DIVERSIFIKASI_USAHA_BAGI_PETANI_PADI%2C_PETERNAK_KAMBING%2C_PEKEBUN_SAYUR_TERHADAP_PENINGKATAN_PENGHASILAN.pdf>.

Persamaan dan perbedaannya yaitu penelitian tersebut dan penelitian yang akan dilakukan sama-sama membahas strategi diversifikasi usaha sebagai upaya meningkatkan hasil usaha atau pendapatan. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian terdahulu berfokus pada diversifikasi usaha tani melalui kombinasi usaha padi, peternakan kambing, dan perkebunan sayur untuk meningkatkan penghasilan petani, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada diversifikasi usaha pada ritel lokal Minimarket Sinar Mart melalui penambahan variasi dan kategori produk untuk meningkatkan omzet usaha.

5. “Peran Strategi Diversifikasi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UD. Rizky Barokah Dusun Ngreco Desa Ngreco Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri” Oleh Citra Rahayu (2024), Skripsi Mahasiswi IAIN Kediri¹⁴

Penelitian tersebut membahas mengenai strategi diversifikasi produk pada yang bergerak di bidang produksi serta penjualan bahan bangunan di Dusun Ngreco, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri. Awalnya usaha ini hanya menjual beberapa jenis produk seperti batu bata merah, kemudian melakukan diversifikasi produk dengan menambahkan berbagai produk lain seperti tanah liat, tanah uruk, kayu bakar, batako, semen, dan pasir. Strategi diversifikasi dilakukan sebagai upaya mengurangi ketergantungan terhadap satu jenis produk, menyesuaikan permintaan pasar, serta meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penambahan berbagai jenis produk

¹⁴ Citra Rahayu, ‘Peran Strategi Diversifikasi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ud. Rizky Barokah Dusun Ngreco Desa Ngreco Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri’, *Skripsi IAIN Kediri*, 2024 <<https://etheses.iainkediri.ac.id/14365/>>.

mampu meningkatkan volume penjualan karena konsumen memperoleh lebih banyak pilihan produk sesuai kebutuhan mereka.

Persamaan dan perbedaannya yaitu penelitian tersebut dan penelitian yang akan dilakukan sama-sama membahas strategi diversifikasi sebagai upaya meningkatkan hasil usaha atau omzet. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian terdahulu berfokus pada usaha bahan bangunan melalui penambahan berbagai jenis produk seperti batu bata, batako, semen, dan pasir untuk meningkatkan volume penjualan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada diversifikasi usaha pada ritel lokal Minimarket Sinar Mart melalui penambahan variasi dan kategori produk untuk meningkatkan omzet usaha.