

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Konteks Penelitian**

Perkembangan dan peran ekonomi ditandai dengan perubahan-perubahan yang membawa berbagai hambatan bagi perkembangan bisnis suatu perusahaan. Terlihat dari pertumbuhan perusahaan yang memiliki produk yang mirip dengan pesaingnya, situasi pertumbuhan bisnis saat ini sangat tinggi, sehingga banyak pesaing untuk pangsa pasar dan konsumen. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui dimana pasar produk dan jasa yang diproduksi yang ditawarkan untuk dijual. Pemilik bisnis mampu memperoleh keuntungan dengan mengambil resiko untuk memasuki pasar baru sehingga dapat bersaing dengan bisnis yang ada. Salah satu pertimbangan paling mendasar dalam menjalankan suatu usaha dikatakan erat kaitanya dengan menjaga kelayakan usaha agar dapat mencapai keunggulan atau kemajuan secara berskala dan berkelanjutan. Dalam lingkup bisnis yang dapat berubah dan belum tentu dapat diprediksi, perusahaan menghadapi tantangan. Terutama jika perusahaan tersebut menghadapi pesaing atau perusahaan sejenis lainnya. Adanya persaingan yang ketat dan cepat tidak dapat dihindari oleh pemilik bisnis, sehingga konsumen selalu mencari apa yang terjadi dipasar dan yang diinginkan konsumen mampu bersaing dengan bisnis lainnya.

Semua produsen berusaha untuk mencapai misi perusahaan. Pertama, konsumen dapat menjual atau membeli produk yang dihasilkan pada harga yang menguntungkan perusahaan. Dengan produk yang dijual perusahaan bisa

menjamin kualitasnya, sehingga stabilitas dan mengembangkan usahanya mampu terjaga dengan baik.<sup>1</sup> Startegi Pemasaran pada hakikatnya merupakan suatu rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu yang memberikan pedoman kegiatan yang dilakukan guna mencapai tujuan suatu pemasaran. Strategi tersebut biasanya termasuk dalam bauran peasaran yang mencakup strategi produk, startegi harga, saluran distribusi, dan startegi promosi/periklanan.

Menerapan strategi yang ada dalam suatu perusahaan berdampak signifikan pada kinerja perusahaan. Oleh karena itu, pemasaran perlu memahami adanya keinginan pelanggan dan apa yang dibutuhkan konsumen. Peran pemasaran yang ada saat ini mampu membawa produk dan jasa ketangan konsumen serta memiliki keuntungan dengan memuaskan pelanggan dengan jangka panjang.

Dalam ekonomi islam pemasaran berada pada posisi yang sangat menguntungkan, oleh sebab itu, salah satu startegi pemasaran yang berlandaskan hukum al-quran dan sunnah. Herman Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula berpendapat Pemasaran syariah ialah sebuah starategi bisnis yang mengarah kepada proses menciptakan, menyampaikan, value serta dari pemprakarsarsa kepada stakeholders-nya semua keseluruhan harus sesuai prinsip dan akadnya.<sup>2</sup> Pemasaran dalam perspektif syari'ah menciptakan, menyediakan, dan memodifikasi nilai yang memungkinkan para pelaku tumbuh dan menikmati keuntungannya, berdasarkan kejujuran, keadilan,

---

<sup>1</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2013). 139.

<sup>2</sup> Muhammad Irham Ilahi, "Startegi Pemasara Dalam Prespektif Ekonomi Islam Terrhadap Peningkatan Penjualan Pada Took Chocolicious Indonesia" (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019):14-15.

keterbukaan, dan integritas, mengikuti proses berdasarkan muamalah islami dan semua aktivitas bisnis dalam bentuk akad. Allah mengingatkan kita untuk selalu menghindari adanya penipuan dalam dunia industri termasuk pada proses penciptaan, penawaran/penyampaian, dan proses value dalam pemasaran.

Strategi pemasaran memiliki salah satu unsur yaitu produk. Strategi produk adalah faktor paling penting sebab mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Untuk meningkatkan penjualan, kami perlu berusaha meningkatkan dan mengubah produk yang dihasilkan sehingga lebih berkualitas. Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, hal ini dapat memuaskan konsumen, dan meningkatkan keuntungan perusahaan dan meningkatkan penjualan dalam jangka Panjang.<sup>3</sup>

Terdapat Usaha/bisnis *home industry* yang terus berkembang salah satunya adalah usaha Krupuk Rambak Kelurahan Tamanan, RT. 01/RW. 02, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri. Usaha ini didirikan oleh Ibu Karyani. Pada awal pendiriannya usaha ini dilakukan oleh Ibu Karyani beserta Suaminya. Seiring berjalanya waktu usaha krupuk rambak mendapatkan respon yang baik dari masyarakat dan juga para konsumen. Keberadaan krupuk rambak yang berkembang pesat di sector industri makanan khususnya makanan ringan berbahan dasar tepung tapioka. Usaha tersebut mulai dibangun sejak 2005.

---

<sup>3</sup> Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010). 167-168.

Walaupun saat ini produk yang dihasilkan memiliki tempat di masyarakat, namun terdapat persaingan bisnis yang semakin ketat berakibat pada cara atau strategi dalam mempertahankan pembelian atau distributor agar tidak lari ke usaha krupuk rambak lainnya.<sup>4</sup>

**Tabel 1.1**

**Daftar Usaha Dan Data Pendapatan *Home Industry* Krupuk  
Rambak Per Tahun 2020 Kelurahan Tamanan**

<b>Nama Pemilik</b>	<b>Alamat</b>	<b>Strategi Pemasaran dan Produk</b>	<b>Pendapatan Per Tahun 2020</b>
<b>Ibu Tokah</b>	Kelurahan. Tamanan RT. 06/Rw.02 Kec. Mojoroto, Kota Kediri	Ibu Tokah menggunakan strategi pemasaran yaitu dengan cara menjual krecek rambak ke pasaran dikarenakan Ibu tokah hanya menjual produk krecek rambak saja.	Rp 62.500.000
<b>Ibu Musdiyah</b>	Kelurahan. Tamanan RT. 05/Rw.02 Kec. Mojoroto, Kota Kediri	Ibu Musdiyah menggunakan strategi pemasaran dengan cara memproduksi krupuk krecek rambak sesuai permintaan pelanggan.	Rp 50. 800.000
<b>Ibu Shofiyana</b>	Kelurahan. Tamanan RT. 02/Rw.02 Kec. Mojoroto, Kota Kediri	Ibu Shofiyana menggunakan strategi pemasaran juga sama dengan Ibu Musdiyah yaitu dengan cara memproduksi krupuk krecek rambak sesuai permintaan pelanggan.	Rp 80. 600.000
<b>Ibu Narti</b>	Kelurahan. Tamanan RT. 07/Rw.02 Kec. Mojoroto, Kota Kediri	Ibu Narti menggunakan strategi pemasaran yaitu menjual krupuk rambak ke warung-warung saja dikarenakan ibu Narti hanya menjual produk krupuk rambak dan tidak menjual krecek rambak.	Rp 90.500.000
<b>Ibu Karyani</b>	Kelurahan. Tamanan RT. 01/RW. 02 Kec Mojoroto, Kota Kediri	Ibu Karyani menggunakan strategi pemasaran yaitu menitipkan produk krupuk dan krecek rambak ke beberapa tempat yang sudah menjadi langganan dan produk yang dijual berupa krupuk dan krecek rambak.	Rp 172. 800.000

Sumber Data: Observasi dan wawancara kepada pemilik krupuk rambak di Kelurahan Tamanan<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Ibu Karyani, *Wawancara dan Observasi*, Pada 1 September 2021.

<sup>5</sup> Observasi Dan Wawancara Lapangan Home Industry Krupuk Rambak Di Desa Tamanan, Pada 13 Desember 2021.

Berdasarkan tabel 1.1 bahwa Strategi pemasaran dan produk sangat berperan penting dalam upaya meningkatkan pendapatan home industri hal ini dikarenakan bisa meningkatkan pendapatan *home industry* krupuk rambak. Dari data diatas dapat dilihat bahawa pendapatan Ibu Karyani lebih besar karena menggunakan strategi pemasaran dengan menitipkan produk krupuk dan krecek rambak ke beberapa tempat yang sudah menjadi langganan. Dan produk yang dijual pun berbeda dari yang lain Ibu Karyani menjual produk krupuk dan krecek rambak sehingga penyebab meningkatnya pendapatan. Berikut ini dapat dilihat dari tabel data pendapatan *home industry* krupuk rambak per tahun 2020.

**Tabel 1.2**

**Data Perbandingan *Home Industry* Krupuk Dan KrecekRambak**

**Kelurahan Tamanan**

Nama Pemilik	Product (Produk)		Price (Harga)		Place (Lokasi)	Promotion (Promosi)
	Bentuk	Jenis	Krecek	Krupuk		
<b>Ibu Tokah</b>	kotak	Krecek (mentah)	Kemasan 1 kg Rp 15.000	-	Kelurahan. Tamanan RT. 06/Rw.02 Kec. Mojoroto, Kota Kediri	<i>Reseller</i>
<b>Ibu Musdiyah</b>	Bundar	Krecek (mentah)	Kemasan 1kg Rp 18.000	-	Kelurahan. Tamanan RT. 05/Rw.02 Kec. Mojoroto, Kota Kediri	<i>Drop ship</i>
<b>Ibu Shofiyana</b>	Bundar Tipis	Krecek (mentah)	Kemasan 1 kg Rp 15.000	-	Kelurahan. Tamanan RT. 02/Rw.02 Kec. Mojoroto, Kota Kediri	<i>Drop Ship</i>
<b>Ibu Narti</b>	Persegi Panjang	Krupuk (matang)	-	Kemasan sedang Rp 5.000	Kelurahan. Tamanan RT. 07/	<i>Door To Door</i>

					Rw.02 Kec. Mojoroto, Kota Kediri	
<b>Ibu Karyani</b>	Bundar	Krecek (mentah) Dan Krupuk (matang)	Kemasan 1 kg Rp 20.000	Kemasan kecil/pcs Rp 1.000 Kemasan sedang Rp 5.000	Kelurahan. Tamanan RT. 01/RW. 02 Kec Mojoroto, Kota Kediri	<i>Door To Door</i>

Sumber Data: Observasi dan Wawancara *home industry* krupuk dan krecek rambak di Kelurahan Tamanan.<sup>6</sup>

Berdasarkan pada tabel 1.2 bisa dilihat data perbandingan *home industry* yang ada di Kelurahan Tamanan Kec. Mojoroto Kota Kediri bahwa perbandingan antara ke lima *home Industry* tersebut punya Ibu Karyani lebih maju dari pada *home industry* lainnya. Dari segi produk Ibu Karyani menjual produk krecek (mentah) dan krupuk (matang), kemudian dari harga Ibu Karyani produknya lebih mahal, dari promosi walaupun sama dengan Ibu Narti tapi pendapatan Ibu Karyani lebih besar.

---

<sup>6</sup> Observasi dan Wawancara *home industry* krupuk dan krecek rambak di Kelurahan Tamanan, 16 juli 2022.

**Tabel 1.3**

**Data Pendapatan *Home Industry* Krupuk Rambak Ibu Karyani Per Tahun 2020**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pendapatan</b>
Januari	Rp 9.000.000
Februari	Rp 12.300.000
Maret	Rp 12.900.000
April	Rp 13.800.000
Mei	Rp 10.800.000
Juni	Rp 18.000.000
Juli	Rp 18.900.000
Agustus	Rp 12.900.000
September	Rp 12.900.000
Oktober	Rp 10.800.000
November	Rp 18.000.000
Desember	Rp 22.500.000
<b>Total</b>	<b>Rp 172.800.000</b>

Sumber Data: Observasi dan Wawancara dengan pemilik Krupuk Rambak<sup>7</sup>

Berdasarkan data tabel 1.3, menunjukkan bahwa setiap bulan pada tahun 2020 pendapatan dari bulan Januari – Desember mengalami Fluktuatif bahkan cenderung meningkat. Dikarenakan adanya wabah Covid-19 menyebabkan banyaknya toko-toko dan penjual soto yang ditutup karena kebijakan pemerintah menetapkan PSBB, dampak langsung yang ditimbulkan Covid-19 terhadap kegiatan ekonomi dapat diukur dari penurunan konsumsi rumah tangga, serta melemahnya kepercayaan konsumen dan dunia bisnis

Peneliti tertarik untuk meneliti pada usaha *Home industry* Krupuk Rambak Ibu Karyani karena dilihat dari tabel 1.3 Fluktuatif, bahkan cenderung meningkat padahal pemasarannya sangat Tradisional dengan dititipkan *Door To*

---

<sup>7</sup> Ibu Karyani, *Wawancara Dan Observasi*, Pada 1 September 2021.

*Door*. Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh, peneliti mengajukan penelitian berjudul **“Peran *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus *Home Industry* Krupuk dan Krecek Rambak Ibu Karyani Kelurahan Tamanan Kecamatan Mojoroto Kota Kediri)”**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penulis mampu merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanan strategi produk yang diterapkan *home industry* krupuk dan krecek rambak Ibu Karyani Kelurahan Tamanan Kecamatan Mojoroto Kota Kediri?
2. Bagaimana pendapatan home industri krupuk dan krecek rambak Ibu Karyani Kelurahan Tamanan Kecamatan Mojoroto Kota Kediri?
3. Bagaimana peran *marketing mix* dalam meningkatkan pendapatan pendapatan *home industry* krupuk dan krecek rambak Ibu Karyani Kelurahan Tamanan Kecamatan Mojoroto Kota Kediri?



### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian antara lain, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi produk yang diterapkan *home industry* krupuk dan krecek rambak Ibu Karyani Kelurahan Tamanan Kecamatan Mojoroto Kota Kediri?
2. Untuk mengetahui pendapatan *home industry* krupuk dan krecek rambak Ibu Karyani Kelurahan Tamanan Kecamatan Mojoroto Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui peran *marketing mix* dalam meningkatkan pendapatan *home industry* krupuk dan krecek rambak Ibu Karyani Kelurahan Tamanan Kecamatan Mojoroto Kota Kediri.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian antara lain, sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmu pengetahuan di bidang ekonomi syariah. Terutama yang masih memerlukan penelitian yang detail di bidang ilmu pengetahuan.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperoleh pengetahuan sekaligus pengalaman dalam mempraktekkan teori-teori yang ada, sehingga penulis memiliki pengetahuan secara praktis dalam penerapan

pengetahuan yang berlaku di dunia akademis dan ilmu pemasaran khususnya penerapan strategi produk pada suatu *home industry* dalam meningkatkan pendapatan.

b. Bagi Masyarakat

Kajian diatas diharapkan dapat memberikan wawasan serta informasi masyarakat, khususnya mengenai strategi produk dalam upaya meningkatkan pendapatan *home industry* krupuk dan krecek rambak Kelurahan Tamanan Kecamatan Mojoroto Kota Kediri.

c. Bagi Usaha/intansi

Diharapkan hasil suarvei dapat memberikan informasi sekaligus masukan yang bermanfaat untuk meningkatkan omzet penjualan pemilik perusahaan.

## **E. Telaah Pustaka**

Berikut telaah yang digunakan penulis:

1. Penelitian ini dilakukan oleh Totok Sudyanto dan Rismansyah yang berjudul “Analisis Strategi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Penjualan PT. HTI Bumi Persada Banyuasin”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi produk untuk meningkatkan penjualan pada PT. HTI Bumi Persada Banyuasin. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi dan wawancara. Hasil penelitian di PT. HTI Bumi Persada Banyuasin adalah menggunakan strategi bauran produk, strategi

pemanfaatan merk, strategi distribusi dan strategi pemilihan media massa. Untuk itu penulis menarik kesimpulan dan mencari saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT. HTI Bumi Persada Banyuasin.<sup>8</sup>

Persamaan peneliti terdahulu yang ditulis oleh Totok Sudyanto dan Rismansyah dalam penelitian yang tertulis, yaitu sama-sama membahas tentang meningkatkan pendapatan. Sedangkan dalam perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti tulis adapada objeknya, peneliti terdahulu di PT HTI Bumi Persada Banyuasin, sedangkan penulis meneliti *Home Industry* Krupuk dan Krecek Rambak Ibu Karyani Kelurahan Tamanan Kecamatan Mojojoto Kota Kediri.

2. Penelitian ini dilakukan oleh Ita Dewi Fransiskha yang berjudul “Strategi Produk Krupuk Rambak dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus pada Home Indusrtri Krupuk Rambak Cap Tiga Bintang Dusun Ngantup Desa Kambingan Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri)”. Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif, dimana penelitian sebagai instrusmen kunci. Peneliti ini menggunakan sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi inovasi produk meliputi inovasi bentuk, cita rasa, kemasan dan ukuran produk. Pengusaha krupuk rambak cap tiga bintang berinovasi dengan menyediakan bahan tambahan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Menghadapi persaingan bisnis, para

---

<sup>8</sup> Totok Sudyanto and Rismansyah, “Analisis Strategi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pt. Hti Bumi Persada Banyuasin,” *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 13, no. 4 (2019).

pembisnis krupuk rambak cap tiga bintang mampu berusaha memberikan kualitas dan pelayanan yang baik pada produk.<sup>9</sup>

Persamaan penelitian terdahulu yang di tulis oleh Ita Dewi Fransiskha dengan peneliti tulis sama-sama membahas terkait Home industri Krupuk Rambak. Sedangkan perbedaanya Penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu terletak pada objeknya jika peneliti terdahulu meneliti Home Industri Krupuk Rambak Cap Tiga Bintang Dusun Ngantup Desa Kambingan Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri. Sedangkan peneliti meneliti *Home Industry* Krupuk Dan Krecek Ibu Karyani Kelurahan Tamanan Kecamatan Mojojoto Kota Kediri.

3. Penelitian ini dilakukan oleh Elok Fuziatun yang berjudul “Peran Home Industri Kerajinan Anyaman Bambu Dalam Meningkatkan Pendapatan Wanita Perspektif Islam (Studi Kasus DiDusun Sukolilo Desa Sukolilo Kecamatan Sukodadi Kabupaten Lamongan)”.

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, namun jenis penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya keberadaan *home industry* kerajinan anyaman bambu berperan penting untuk meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya para perempuan didusun sukolilo dari usaha produksi rumahan memapu menghasilkan pendapatan setiap bulannya. Usaha produksi rumahan kerajinan anyaman bambu memperhatikan prinsip yang ada

---

<sup>9</sup> Ita Dewi Fransiskha, “*Strategi Produk Krupuk Rambak Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk Rambak Cap Tiga Bintang Dusun Ngantup Desakambingan Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri)*” (IAIN KEDIRI, 2019). 69.

dalam ekonomi islam. Realisasi nilai *tauhid*, *'adl*, *khilafah*, *nubuwwah*, dan *ma'ad*. Berdasarkan laba pendapatan pengrajin, menurut *Ar-Rubh At-Tijari* dan ketentuan upah kesulitan.<sup>10</sup>

Persamaan penelitian terdahulu yang di tulis oleh Elok Fauziatun Nisa' dengan yang peneliti tulis sama sama meneliti terkait *home industry* dalam meningkatkan pendapatan, sedangkan perbedaannya terletak pada objeknya yaitu peneliti terdahulu meneliti *home industry* kerajinan anyaman sedangkan yang peneliti tulis meneliti *home industry* krupuk dan rambak.

4. Penelitian ini dilakukan oleh Ahmad Imam yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Kue Rumahan Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Pagutan Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah)”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan merupakan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian didapatkan dilapangan berupa faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan usaha kue rumahan yaitu faktor tempat, faktor harga, dan faktor promosinya. Faktor kedua yaitu potensi usaha kue rumahan desa Pangutan cukup baik, dikarenakan dukungan dari banyaknya sumber daya manusia yang sangat ramah, dan sarana prasarananya yang menunjang serta pendapatan usaha kuenya yang sangat bagus.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Elok Fauziatun Nisa', “*Peran Home Industri Kerajinan Anyaman Bambu Dalam Meningkatkan Pendapatan Wanita Perspektif Islam (Studi Kasus Di Dusun Sukolilo Desa Sukolilo Kecamatan Sukodadi Kabupaten Lamongan)*” (IAIN Kediri, 2019).73

<sup>11</sup> Ahmad Imam, “*Strategi Pemasaran Produk Kue Rumahan Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Pagutan Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah)*” (Universitas Islam Negeri Mataram., 2019). 55.

Persamaan penelitian terdahulu yang ditulis oleh Ahmad Imam dengan yang peneliti tulis yaitu sama-sama meneliti terkait dalam upaya meningkatkan pendapatan, sedangkan perbedaannya terletak pada objeknya yaitu peneliti terdahulu meneliti di usaha kue rumahan di Desa Pangutan sedangkan yang peneliti tulis meneliti *home industry* krupuk dan krecek rambak.

5. Penelitian ini dilakukan oleh Novia Sridewi yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labu Api Kabupaten Lombok Barat”. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Hasil yang diperoleh dilapangan yaitu strategi pengembangan usaha yang dilakukan Rumah Makan Sukma Rasa yaitu menambah varian produk, bisa meningkatkan kuliatas sumber daya manusia, meningkatkan kualitas pelayanan dan menggunakan konsep penjualan baru serta memiliki beberapa hambatan yang dihadapi Rumah Makan Sukma Rasa dalam mengembangkan usahannya yaitu kurangnya manajemen operasinalnya.<sup>12</sup>

Persamaan penelitian terdahulu yang tulis oleh Novia Sridewi dengan yang peneliti tulis yaitu sama-sama membahas terkait meningkatkan pendapatan, sedangkan perbedaannya terletak pada objeknya yaitu peneliti terdahulu meneliti analisis strategi pengembangan sedangkan yang peneliti tulis meneliti peran *marketing mix*.

---

<sup>12</sup> Novia Sridewi, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labu Api Kabupaten Lombok Barat,” *Journal of Chemical Information and Modeling* 21 (2020).