

ABSTRAK

Ifafu Shadrini, 2020, *Analisis Strategi Bersaing dalam Pengembangan Produk Rengginang (Studi Kasus Home Industri Rengginang Cap Dua Jempol di Desa Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep)*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Shalehoddin, Lc., M.M.

Kata Kunci: *Strategi Bersaing, Pengembangan Produk, Rengginang*

Dalam menjalankan sebuah bisnis, tidak mungkin seterusnya akan berjalan lurus tanpa rintangan. Akan tetapi ada banyak hal yang harus dilalui. Di Desa Prenduan memang sebagian masyarakatnya banyak yang memiliki home industri rengginang, maka tidak dapat menutup kemungkinan bahwa di dalamnya pasti terdapat persaingan yang ketat antara home industri yang satu dengan yang lainnya, termasuk home industri rengginang Cap Dua Jempol. Maka dari itu, sangat diperlukan adanya suatu strategi yang digunakan untuk dapat bersaing sehingga dapat menjamin keberlangsungan usaha atau bisnis yang dijalankan.

Berdasarkan dari uraian tersebut, maka ada dua yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu: *Pertama*, bagaimana strategi bersaing yang dilakukan dalam pengembangan produk rengginang pada Home Industri Rengginang Cap Dua Jempol di Desa Prenduan. *Kedua*, bagaimana strategi bersaing dalam perspektif ekonomi Islam dalam pengembangan produk rengginang pada Home Industri Rengginang cap Dua Jempol di Desa Prenduan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan yang diwawancarai adalah pemilik home industri Cap Dua Jempol beserta karyawannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Pertama*, strategi bersaing dalam pengembangan produk yang dilakukan oleh home industri Cap Dua Jempol adalah berupa diferensiasi produk, yaitu dengan cara terus-menerus menginovasi produk sedemikian rupa baik dari segi bentuk, rasa, dan warnanya. Kualitas terbaik dari produk yang dihasilkan serta pelayanan yang baik kepada konsumen juga menjadi salah satu strategi bersaing yang digunakan. *Kedua*, strategi bersaing dalam pengembangan produk yang dilakukan oleh home industri Cap Dua Jempol sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam, yang mana hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana pihak Cap Dua Jempol memandang para pesaing yaitu menjadikan motivasi untuk terus berkarya. Kemudian, cara bersaing yang dilakukan yaitu dengan memberikan kualitas terbaik dari produknya, serta dari produk yang dipersaingkan yang merupakan produk yang halal sesuai dengan syariat Islam.