

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Dunia usaha sekarang semakin meluas. Banyak perusahaan yang menciptakan produk-produk baru yang pada dasarnya hampir sama antara satu dengan yang lainnya, yang membedakan hanya kualitas dan merk. Menghadapi keadaan seperti ini, membuat perusahaan menggunakan berbagai macam cara atau strategi agar produk yang mereka tawarkan laku dan berkembang di pasaran.

Bagi perusahaan yang baru memulai sebuah usaha tentunya sangat diperlukan usaha yang optimal untuk memasuki persaingan bisnis yang ketat. Mengembangkan usaha yang masih baru memang tidak mudah, sangat diperlukan usaha yang maksimal demi berkembangnya usaha tersebut. Hal terpenting yang mendasar dari sebuah usaha adalah perencanaan, banyak sekali perusahaan yang gagal akibat tidak mampu merancang perencanaan yang baik.

Menurut Tjokroaminoto, perencanaan ialah proses mempersiapkan kegiatan-kegiatan secara sistematis yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Perencanaan bisnis merupakan suatu dokumen yang menyatakan keyakinan/kemampuan sebuah perusahaan untuk menjual barang/jasa dengan menarik para konsumen untuk mengenal barang/jasa apa yang kita jual dan untuk mendapatkan keuntungan.

Ilmu manajemen diperlukan oleh hampir semua jenis profesi, baik yang bekerja di swasta, pemerintah, dan yayasan maupun Lembaga swadaya Masyarakat(LSM). Ilmu manajemen diperlukan dalam pengelolaan setiap ilmu organisasi, baik organisasi bisnis,

organisasi sekolah, organisasi profesi, organisasi politik maupun organisasi sosial kemasyarakatan.

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.<sup>1</sup>

Strategi adalah cara atau teknik untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Salah satu alasan mengapa suatu industri atau perusahaan dapat berhasil atau gagal dalam pengembangan bisnis terkait dengan strategi yang diterapkan. Menyebarkan dan memilih strategi yang tepat telah terbukti meningkatkan kinerja bisnis. Strategi dapat menekan biaya perusahaan, strategi dapat mengarahkan perusahaan untuk melaksanakan pemasaran yang sukses, strategi dapat menyebabkan perusahaan bertahan bahkan berkembang pesat, atau banyak industri (perusahaan) bangkrut karena kegagalan dalam penerapan strategi dan manajemen perusahaan.<sup>2</sup>

Manajemen strategi merupakan suatu rangkaian aktivitas terhadap pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan komprehensif, dan disertai dengan penetapan cara aplikasinya yang dibuat oleh pimpinan dan juga dilaksanakan oleh seluruh pihak-pihak yang terlibat di dalam suatu Perusahaan dalam mencapai tujuan yang di harapkan.<sup>3</sup>

Menurut Lukito, menjelaskan bahwa manajemen strategik adalah manajemen yang mengutamakan strategi untuk membuat organisasi menjadi unggul sehingga menang dalam berkompetisi. Sudah tentu manajemen strategik ini tidak hanya terbatas pada pembemtuk

---

<sup>1</sup> Dian Wijayanto, SPi, MM, MSE, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta Pusat: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm, 1.

<sup>2</sup> Suharman, *Strategi Pengembangan Industri Barang Jadi Karet*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), hlm. 4.

<sup>3</sup> Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Andi, 2016), hlm. 6.

strategi saja, tapi juga konsep melaksanakan strategi itu agar bisa menjadi kenyataan. Dengan demikian manajemen strategik mirip sekali dengan perencanaan strategi.

Menurut Suwarno Muhammad, manajemen strategi dapat diartikan sebagai usaha manajerial menumbuh-kembangkan kekuatan perusahaan untuk mengeksploitasi peluang bisnis yang muncul, guna mencapai tujuan Perusahaan yang telah ditetapkannya dengan misi yang telah ditentukan.<sup>4</sup>

Strategi korporasi adalah strategi utama di tingkat korporasi yang menaungi beberapa grup perusahaan atau perusahaan, atau di tingkat Perusahaan yang mengelola unit usaha dan melayani beberapa industri yang berbeda.<sup>5</sup>

Strategi korporasi terdiri dari strategi bisnis Tunggal dan strategi korporasi multibisnis. Strategi korporasi bisnis Tunggal adalah strategi korporasi yang berorientasi pada pertumbuhan dan industri yang akan menjadi tempat bersaing. Sedangkan korporasi multibisnis tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan dan industri yang akan menjadi tempat bersaing, tetapi juga pengelolaan unit-unit bisnisnya mencapai sinergi.<sup>6</sup>

Strategi bisnis unit merupakan strategi yang dibuat oleh manajer pada level menengah yang harus menerjemahkan strategi korporasi ke dalam tujuan-tujuan aktivitas organisasi yang lebih realistis di dalam divisi masing-masing.

Strategi fungsional, dimana strategi ini dibuat untuk tujuan-tujuan jangka pendek pada berbagai fungsi organisasi seperti keuangan, sdm, penelitian dan pengembangan, dan sebagainya. Tiga level strategi ini biasanya digunakan pada organisasi bisnis yang

---

<sup>4</sup> Dr. Ir. Ahmad, AC, ST, MM., *Manajemen Strategis*, (Sulawesi Selatan: Nas Media Pustaka, 2020), hlm. 3-4.

<sup>5</sup> Jemsly Hutabarat, *Strategi*, (Jakarta Selatan: Prasetya Mulya publishing, 2017), hlm. 195.

<sup>6</sup> M. Suyanto, *Strategic Manajement Global Most Admired Companies*, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm. 107.

mempunyai banyak bidang bisnis. Sementara itu untuk organisasi yang hanya bergerak pada satu bidang hanya menggunakan 2 level strategi yaitu korporasi dan fungsional.<sup>7</sup>

Strategi pengembangan usaha adalah meningkatnya suatu volume produksi, mempertahankan kualitas, mempertahankan mutu pelayanan terhadap pelanggan dan distributor dan juga meningkatkan upaya quality control terhadap produk, memperluas jaringan penjualan dan distribusi, serta meningkatkan promosi produk dan mengusahakan kemasan dan label produk agar loyalitas konsumen semakin meningkat, melakukan penetrasi pasar, menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia.<sup>8</sup>

Persaingan yang semakin ketat membuat para pengusaha harus menyusun kembali strategi bisnis atau usahanya untuk terus mengembangkan usahanya. Pengusaha yang tidak berinovasi di dalam usahanya akan tersingkir dengan sendirinya, oleh karena itu setiap pengusaha harus mempunyai tujuan agar dapat bertahan dan bersaing dalam jangka waktu yang lama.

Untuk menghadapi persaingan antar usaha, maka dibutuhkan strategi khusus untuk tetap mempertahankan usahanya, seperti dengan menyediakan produk yang bermutu, harga terjangkau, pelayanan yang lebih baik dan juga memberikan diskon kepada pelanggan tak lupa juga memberikan bonus kepada pelanggan yang telah berbelanja dengan nominal yang tinggi.

Di desa Pegantenan Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan terdapat suatu usaha yang menggeluti usaha fashion, aksesoris, dan semua perlengkapan kebutuhan sehari-hari

---

<sup>7</sup> Dr. Ir. Ahmad, AC, ST, MM., *Manajemen Strategis*, (Sulawesi Selatan: Nas Media Pustaka, 2020), hlm. 136.

<sup>8</sup> Rahmatang, Evahelda, Fournita Agustina, "Strategi Pengembangan Usaha Madu Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi kasus: UMKM Toko Pelawan Desa Namang Kabupaten Bangka Tengah)", *Jurnal Agribisnis Terpadu*, Vol. I No. 2 (2019), hlm. 117-118.

yang telah dikenal banyak oleh masyarakat luas, tak hanya dikenal oleh masyarakat desa pegantenan saja tetapi sudah sampai kepada masyarakat luar desa pegantenan. Usaha toko ini sudah berdiri sejak tahun 2013, yang didirikan oleh bapak Rifadi dan ibu Kurnia Fajariyah Yasin yang berasal dari Desa Pegantenan, Pamekasan. Pada awal berdirinya, toko ini tidak memiliki karyawan hanya dikelola berdua saja, tetapi Alhamdulillah dengan semakin meningkatnya usaha ini, sekarang sudah mempunyai 10 karyawan. Untuk memulai usaha toko ini Bapak Rifadi dan Ibu Nia memerlukan modal sebesar 13 juta. Dan toko ini juga merupakan toko yang menjual lengkap kebutuhan sehari-hari. Pada awal berdiri usaha toko ini masih sangat kecil dilihat dari segi bangunannya, seiring berjalannya waktu usaha ini mulai berkembang, toko ini sudah semakin besar dan luas, sekarang toko ini sudah menjadi toko 2 lantai yang sangat besar. Berikut kutipan wawancara dari pemilik mengenai awal mula berdirinya Toko Dolphin “awal mula saya hanya menjual lpg dan alat tulis sekolah mbak dan dari pendapatan yang saya dapatkan saya tabung dan per 3 bulan sekali saya menambah produk jualan saya sampai selengkap sekarang ini”. Pendapatan daripada toko ini berbeda-beda setiap bulannya, jika toko ini sepi pelanggan maka omset yang didapatkan sekitar 15juta-an, tetapi jika toko ini ramai bisa mendapatkan omset sekitar 25juta-an.

Peningkatan pendapatan dalam sebuah usaha adalah kemampuan pelaku usaha untuk menghasilkan laba selama periode tertentu dengan memanfaatkan seluruh modal kerjanya. Pendapatan usaha merupakan arus kas masuk atau kenaikan dalam aset pemilik, atau penyudahan beban entitas.

Pendapatan sangat penting dalam operasi perusahaan karena akan mempengaruhi tingkat laba yang menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Pendapatan Toko Dolphin ini juga mengalami peningkatan dan penurunan. Berikut ini laporan pendapatan Toko Dolphin dari tahun ke tahun.

**TABEL 1.1**

**Laporan Pendapatan Toko Dolphin per Tahun**

<b>Tahun</b>	<b>Pendapatan / Bulan</b>	<b>Pendapatan / Tahun</b>
2018	Rp. 15.000.000	Rp. 1.330.000.000
2019	Rp. 18.000.000	Rp. 1.580.000.000
2020	Rp. 14.000.000	Rp. 1.010.000.000
2021	Rp. 25.500.000	Rp. 1.600.000.000
2022	Rp. 27.000.000	Rp. 1.760.000.000
2023	Rp. 30.000.000	Rp. 1.800.000.000

Data diolah dari hasil wawancara<sup>9</sup>

Dalam laporan diatas bahwasanya dalam pendapatan perbulan ataupun pertahun mengalami peningkatan. Namun yang mengalami penurunan ialah pada tahun 2020. Dimana pada tahun 2020 awal mula covid-19 dan mengalami penurunan adapun persaingan yang dirasakan oleh Toko Dolphin karena banyak usaha yang serupa di desa pegantenan. Namun pemilik Toko Dolphin menghadapi persaingan ini dengan cara mempertahankan kualitas dan harga.

Dan yang namanya usaha pasti ada hambatan ataupun kendalanya tidak semua usaha berjalan dengan mulus, hambatan atau kendala yang dihadapi oleh usaha toko ini yaitu pada penyetokan barang karena kalok barang habis harus nunggu karena owner memesan

---

<sup>9</sup> Kurnia Fajariyah Yasin. Pemilik Toko Dolphin, *Wawancara Langsung* (26 September 2024)

barang via online. Dan kendala atau hambatan lainnya yaitu kadang barang yang dipesan tidak sesuai dengan pemesanan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Toko Dolphin Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah di uraikan, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan pada Toko Dolphin?
2. Bagaimana tahap-tahap pengembangan yang dilakukan oleh Toko Dolphin dalam meningkatkan pendapatan?
3. Bagaimana peningkatan pendapatan pada Toko Dolphin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan tersebut, maka tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan Toko Dolphin dalam meningkatkan pendapatan.
2. Untuk mengetahui bagaimana tahap-tahap pengembangan yang dilakukan Toko Dolphin dalam meningkatkan pendapatan.
3. Untuk mengetahui bagaimana peningkatan pendapatan pada Toko Dolphin.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian diharapkan akan dapat mempunyai kegunaan dan nilai manfaat dari berbagai pihak, diantaranya yaitu:

### **1. Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan serta dapat berpartisipasi sebagai bahan masukan teori untuk menambah informasi, khususnya menyangkut strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan.

### **2. Kegunaan Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, diantaranya sebagai berikut:

#### **a. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan, pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti sebagai ilmu tambahan tentang strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan yang nantinya dapat meningkatkan pengetahuan peneliti.

#### **b. Bagi Usaha Toko Dolphin**

Penelitian ini dapat dijadikan catatan atau koreksi untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan kinerja yang sudah baik, sekaligus bisa menghadapi kendala yang ada.

#### **c. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura**

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan dan dapat pula dijadikan salah satu sumber untuk meningkatkan daya pikir mahasiswa dan semoga dapat dijadikan sebagai input yang sangat urgen tentang temuan ilmiah dan koleksi perpustakaan yang nantinya dapat disajikan sebagai referensi

#### d. Bagi Pembaca

Penelitian dapat menjadi bahan rujukan dan wawasan bagi pembaca sekaligus untuk dijadikan sebagai kajian secara ilmiah sesuai dengan perkembangannya, dan dapat dijadikan bahan acuan penelitian pada masa yang akan datang.

#### E. Definisi Istilah

Peneliti perlu memberikan batasan terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian yang berjudul “*Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Toko Dolphin Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan*” sebagai berikut :

1. Strategi merupakan rencana yang disatukan dan mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu. Strategi juga bersifat menyeluruh yang meliputi seluruh aspek penting di dalam perusahaan, terpadu satu sama lain dan bersesuaian.<sup>10</sup>
2. Pengembangan usaha ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang jasa guna mendapatkan keuntungan.<sup>11</sup>
3. Pendapatan bisnis adalah pendapatan yang dihasilkan dari memiliki dan mengoperasikan bisnis. Pemilik bisnis dapat memperoleh penghasilan dari keuntungan yang dihasilkan oleh bisnis atau dari penjualan bisnis. Pendapatan bisnis adalah sumber pendapatan pasif yang sangat baik bagi mereka yang ingin membangun kekayaan jangka Panjang.<sup>12</sup>

Berdasarkan definisi istilah di atas, maka yang dimaksud dari judul penelitian “Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Toko Dolphin Kecamatan

---

<sup>10</sup> La Rajab, S.Ag., M.A., *Strategi Pengembangan Madrasah Menjadi Lembaga Pendidikan Modern; Kajian Manajemen Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: Deepublish, 2023), hlm. 15.

<sup>11</sup> A. Gunanto, S.T., *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan SMK/MAK Kelas XII. Program Keahlian Teknik Mesin. Kompetensi Keahlian Teknik Pemesinan*, (Yogyakarta : Andi, 2021), hlm. 137.

<sup>12</sup> Gilad James, Ph.D, *Pengantar Kekayaan*, ( Amerika Serikat: Gilad James Mystery School, 2022), hlm. 14.

Pegantenan Kabupaten Pamekasan” yaitu keingintahuan peneliti terkait dengan bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh toko Dolphin.

## **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Kajian penelitian terdahulu di jadikan sebagai referensi tambahan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah penjelasan hasil penelitian terdahulu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Angga Adiaksa tahun 2020 dalam jurnal ekonomi dan bisnis yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Sumber Waras Desa Tahunan Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan”. Penelitian tersebut difokuskan pada strategi pengembangan produk untuk meningkatkan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah sumber waras desa tahunan. Hasil pembahasannya yaitu UMKM Sumber Waras sudah melakukan pengembangan produk dengan memodifikasi produk yang ada sebelumnya menjadi produk baru dengan tujuan untuk menambah minat beli konsumen. Dengan menambahnya minat beli konsumen total pendapatan dari UMKM Sumber Waras ini juga dapat mengalami peningkatan. Selain itu, keberhasilan dari strategi modifikasi pengembangan produk ditandai dengan adanya peningkatan profitabilitas dan dapat mengatasi berbagai resiko, hal ini sudah diterapkan oleh UMKM Sumber Waras yaitu dengan meningkatkan profitabilitas dan penanggulangan risiko.<sup>13</sup>

Adapun kesamaan dalam penelitian yang ditulis oleh Angga Adiaksa yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek dan lokasi penelitian.

---

<sup>13</sup> Angga Adiaksa, “Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Sumber Waras Desa Tahunan Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 8 NO. I (Maret 2022), hlm.53.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Oktovianus Anari tahun 2018 dalam jurnal yang berjudul “Strategi Pengembangan Ternak Sapi Potong Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Kabupaten Manokwari Papua barat”. Hasil pembahasannya yaitu berdasarkan analisis SWOT, didapatkan prioritas strategi hasil kombinasi strategi yang memiliki nilai paling tinggi, yaitu strategi SO (strength-opportunity), alternatif strategi dimaksud adalah (a) Memperkuat permodalan agar dapat bersaing, (b) Memperluas pengembangan usaha sapi potong, dan (c) Meningkatkan kualitas hasil ternak sapi potong.<sup>14</sup>

Adapun kesamaan dalam penelitian yang ditulis Oktovianus Anari yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek dan lokasi penelitian.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Bahri dalam jurnal yang berjudul “Pengembangan Usaha Jasa Laundry Dalam Meningkatkan Pendapatan Marginal Rumah Tangga Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Watampone”. Hasil pembahasannya yaitu dalam pengembangan usaha yang dilakukan pada Octa laundry, umumnya membutuhkan tiga faktor produksi diantaranya yaitu modal berupa uang dan peralatan, tenaga kerja dan jiwa kewirausahaan. Ketiga faktor produksi inilah yang kemudian digunakan dengan baik dan benar untuk memperoleh masalah maksimum. Dari pengembangan usaha yang dilakukan, usaha jasa laundry mampu memberikan kontribusi pendapatan marginal rumah tangga yang mencapai 65% dari penerimaan

---

<sup>14</sup> Oktovianus Anari, “Strategi Pengembangan Ternak Sapi Potong Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Kabupaten Manokwari Papua barat”, *Jurnal Manajemen IKM*, Vol 13 No. II (September 2018), hlm. 114.

total yang diterima. Hal ini memberikan sumbangsih yang cukup besar dalam mewujudkan stabilitas perekonomian rumah tangga.<sup>15</sup>

Adapun kesamaan dalam penelitian yang ditulis oleh Rahayu Bahri yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan dari penelitian ni adalah objek dan lokasi penelitian.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Imamah pada tahun 2023 dalam jurnal yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Olahan Kelor “Nya`Oemi” Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat”. Hasil pembahasannya yaitu berdasarkan metode anaisis SWOT yang digunakan maka diperoleh hasil bahwa strategi pengembangan yang digunakan oleh usaha olahan kelor “Nya`Oemi” dalam peningkatan pendapatan masyarakat yang tepat adalah strategi SO. Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki perusahaan dan digunakan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata pendapatan petani di Desa Plandaan Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang selama satu kali musim tanam untuk petani ciherang sebesar Rp. 2.242.841/ha/MT dan Rp. 2.406.978/ha/MT untuk petani varietas beragam.<sup>16</sup>

Adapun kesamaan dalam penelitian yang ditulis oleh Nurul Imamah yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek dan lokasi penelitian.

---

<sup>15</sup> Rahayu Bahri, “Pengembangan Usaha Jasa Laundry Dalam Meningkatkan Pendapatan Marginal Rumah Tangga Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Watampone”, *Jurnal Ilmiah Al Tsarwah*, Vol. 1 No. III (Oktober 2018), hlm. 197-198.

<sup>16</sup> Nurul Imamah, ”Strategi Pengembangan Usaha kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Olahan Kelor “Nya`Oemi” Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat”, *Jurnal Benchmark*, Vol. 3 No. II (Surabaya 2023), hlm. 70-73.

5. Penelitian yang dilakukan oleh LB. Ruth Florida pada tahun 2015 dalam jurnal yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif”. Hasil pembahasannya yaitu Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Malang khususnya dalam Studi kasus pada Jl. Pulosari dan Jl. Kawi Kecamatan Klojen adalah kolaborasi antara pilar Model Pengembangan Ekonomi Kreatif yaitu: a) Strategi dalam Aspek Industri b) Strategi dalam aspek Teknologi c) Strategi Aspek Sumber Daya d) Strategi Aspek Institusi e) Strategi Aspek Lembaga Keuangan Selain strategi pengembangan dalam internal pengusaha kuliner di Jl. Pulosari dan Jl. Kawi itu sendiri, dibutuhkan juga peran dari ke-3 aktor penggerak dalam Triple Helix yaitu :a) Pihak Akademisi (intellectuals) b) Pihak Pebisnis (business) c) Pihak Pemerintah (government).<sup>17</sup>

Adapun kesamaan Adapun kesamaan dalam penelitian yang ditulis oleh LB. Ruth Florida yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek dan lokasi penelitian.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Nafisah Yuliani pada tahun 2021 dalam jurnal yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Pada Toko Online Mart.lo.Gue Dengan Pendekatan Business Model Canvas”. Hasil pembahasannya business model canvas toko mart.lo.gue\_ dapat diketahui dengan jelas “rupa” dari bisnis Toko Mart.lo.gue\_ nantinya dan dapat menganalisis model bisnis serta mengembangkan bisnis tersebut sesuai alurnya nanti. Business Model Canvas ini sangat memudahkan dalam mengambil dan melakukan keputusan serta langkah-langkah strategis untuk bisnis yang dijalani. perencanaan model bisnis terbaik Toko Mart.lo.gue\_, terletak pada

---

<sup>17</sup> LB. Ruth Florida “ Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif”, *Jurnal Jesp*, Vol.7 No. I (Malang 2020), hlm. 19.

komponen Value Proposition pada Business Model Canvas adalah 1) Elemen performance = pelayanan ramah dan sopan, pelayanan cepat, rasa makanan yang khas disukai pelanggan, 2) Elemen Customization = melayani pesanan makanan khusus (Catering), 3) Elemen price = adanya promo harga makanan, diskon harga pengantaran, 4) Elemen accessibility delivery order.<sup>18</sup>

Adapun kesamaan Adapun kesamaan dalam penelitian yang ditulis oleh Nafisah Yuliani yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek dan lokasi penelitian.

**Tabel 1.2**

**Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Angga Adiaksa (2020)	Strategi pengembangan produk untuk meningkatkan pendapatan UMKM sumber waras Desa Tahunan Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Dari subjeknya dan objeknya
2	Oktovianus Anari (2018)	Strategi Pengembangan Ternak Sapi Potong Untuk Meningkatkan	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Dari subjeknya dan objeknya

<sup>18</sup> Nafisah Yuliani “Strategi Pengembangan Bisnis Pada Toko Online Mart.io.Gue Dengan Pendekatan Business Model Canvas”, *Jurnal Ikraith Ekonomika*, Vol. 3 No. IV (Jakarta Pusat 2021), hlm. 191.

		Pendapatan Petani Kabupaten Manokwari Papua Barat		
3	Rahayu Bahri (2018)	Pengembangan Usaha Jasa Laundry Dalam Meningkatkan Pendapatan Marginal Rumah Tangga Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Watampone	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Dari subjeknya dan objeknya
4	Nurul Imamah (2023)	Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Olahan Kelor “Nya’Oemi” Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Dari subjeknya dan objeknya
5	LB. Ruth Florida (2020)	Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Dari subjeknya dan objeknya
6	Nafisah yuliani (2021)	Strategi Pengembangan Bisnis Pada Toko Mart. Lo Gue Dengan Pendekatan	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Dari subjeknya dan objeknya

		Business Model Canva		
--	--	-------------------------	--	--