

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA CV WIRAMITRA KABUPATEN SIDOARJO

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY IN

CV WIRAMITRA SIDOARJO REGENCY

Lailatul Fajriyah, Titin Kartini, Hety Mustika Ani

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember (UNEJ)
JL.Kalimantan 18, Jember 68121

Email : titin_kartini8090@yahoo.com

Abstrak

Strategi pengembangan usaha merupakan cara untuk menjadikan sebuah usaha menjadi lebih maju, baik, dan berfokus pada tujuan jangka panjang dalam keadaan perusahaan yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tempat penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive area* yang dilaksanakan di CV Wiramitra yang terletak di jalan Perum Ciputran Citra Garden B 07/09 Sidoarjo Jawa Timur. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu perusahaan jasa *server* dengan menerapkan beberapa strategi pengembangan usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Adapun strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh CV Wiramitra antara lain: pengembangan produk, penetrasi pasar, serta pengembangan pasar.

Kata kunci: Strategi Pengembangan Usaha, Perusahaan jasa server

Abstract

Business development strategy is a way to make an effort to become more advanced, better, and focus on long-term goals in a competitive state of the company. This study aimed to describe the business development strategies undertaken by CV Wiramitra Sidoarjo. This type of research used is descriptive qualitative approach. The place of this research is determined by using purposive method implemented in the CV Wiramitra area located at Ciputran Perum Citra Garden B 07/09 Sidoarjo, East Java. Analysis of the data in this study consisted of data reduction, data presentation, and conclusion. Based on the research results, it can be seen that the CV Wiramitra Sidoarjo is a service company servers by implementing several business development strategy in operation. The business development strategies undertaken by CV Wiramitra include: product development, market penetration, and market development.

Keywords: *Business development strategy, Enterprise server services*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berjalan cukup pesat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat dihindarkan lagi, terutama dalam sektor bisnis. Pada awalnya bisnis masih menggunakan cara yang manual untuk menunjang aktivitas bisnis yang dilakukan, sehingga aktivitas bisnis yang dilakukan tidak dapat berjalan dengan baik. Berkembangnya TIK dalam bisnis membantu pelaku

bisnis untuk memperoleh berbagai macam informasi dari tempat yang berjauhan dalam waktu yang singkat serta biaya yang murah.

Salah satu peluang bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi adalah bisnis jasa berbasis *server* yang memanfaatkan koneksi internet. *Server* merupakan sebuah bisnis yang menggunakan komputer yang berfungsi untuk melayani, membatasi, dan mengontrol, dalam hal ini posisi dari *server* adalah sebagai grosir yang membawahi outlet. Selain itu, bisnis

ini juga sangat membantu memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang, misalnya kebutuhan akan pulsa HP, pulsa listrik, pulsa telepon, *voucher game online*. Oleh karena itu bisnis *server* ini mulai banyak diminati untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin bervariasi.

Salah satu bisnis jasa yang berbasis teknologi adalah perusahaan CV Wiramitra, yang terletak di daerah Sidoarjo. CV Wiramitra merupakan sebuah perusahaan jasa *server*. CV Wiramitra tentunya memiliki ciri khas dan kekuatan dalam bisnisnya, baik dari segi penambahan jumlah produk jasa yang semakin ditambah mengikuti kebutuhan konsumen serta layanan transaksi yang cepat, karena menggunakan teknologi yang canggih. Perusahaan CV Wiramitra juga memiliki beberapa kelemahan diantaranya produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra sebatas wilayah regional saja atau wilayah di sekitar kabupaten Sidoarjo seperti Surabaya, Gresik, Pasuruan. Peluang dari CV Wiramitra dapat dilihat dari penggunaan telepon seluler yang terus meningkat. Ancaman yang dialami oleh CV Wiramitra yaitu adanya persaingan produk dari perusahaan sejenis lainnya, yang menyebabkan konsumen dapat berpindah ke perusahaan lain.

Berkembangnya bisnis ini sangat erat kaitannya dengan strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan. Hamel dan Prahalad (dalam Suroso, 2011:3) mengatakan, strategi sebagai suatu tindakan yang bersifat senantiasa meningkat, dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan dimasa yang akan datang. Dengan semakin banyaknya perusahaan jasa *online* ini, CV Wiramitra harus mampu untuk tetap mempertahankan kelangsungan usahanya serta bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis lainnya.

Melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi CV Wiramitra, strategi sangat perlu dilakukan untuk lebih mengembangkan bisnisnya. Strategi yang sesuai digunakan oleh CV Wiramitra adalah strategi intensif dalam pengembangan usaha. Menurut

David (2011:257), strategi intensif dalam pengembangan usaha merupakan strategi yang mengharuskan adanya upaya untuk mengembangkan usaha jika perusahaan dalam posisi kompetitif.

David (2011:257) menyatakan bahwa, terdapat beberapa sub strategi intensif yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan usaha yang dijalankannya diantaranya, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengembangan pasar. Jika CV Wiramitra melakukan strategi pengembangan usaha diharapkan adanya perubahan yang ditimbulkan dari penerapan strategi ini dalam hal penambahan, kepuasan konsumen, penguasaan pasar serta omset yang didapatkan.

Berdasarkan pemaparan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau situasi yang sedang berjalan pada saat dilakukan penelitian di CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area*, yaitu lokasi penelitian secara sengaja telah ditentukan oleh peneliti di CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo. Sedangkan dalam hal pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumen. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa strategi pengembangan usaha yang

dilakukan oleh CV Wiramitra. Strategi pengembangan usaha tersebut antara lain: pengembangan produk, penetrasi pasar serta pengembangan pasar.

a. Pengembangan Produk

Produk merupakan salah satu aspek yang paling penting dalam sebuah perusahaan. Pada awalnya CV wiramitra tidak menyediakan berbagai macam produk, produk yang ditawarkan hanya sebatas pulsa. Posisi CV Wiramitra pada saat itu adalah sebagai *distributor* dari kota Bandung. Namun, karena kegigihan dari pemilik CV Wiramitra produk yang kembangkan juga bervariasi. Produk yang dikembangkan oleh CV Wiramitra adalah sebagai berikut:

1) *Payment point*

Payment point merupakan salah satu penyedia jasa pembayaran secara *online* untuk melayani masyarakat yang akan melakukan pembayaran yang relatif rutin dan nilainya relatif kecil. Saat memiliki *server* sendiri, CV Wiramitra bebas menambah jenis layanan yang disediakan. Berawal dari pulsa, kemudian ditambah dengan pembayaran bermacam-macam tagihan. Seperti yang dikemukakan oleh pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Jenis layanan payment point yang dikembangkan bervariasi layanan payment point ini terdiri dari berbagai produk diantaranya pulsa all operator, pembayaran maupun pembelian macam-macam jenis tagihan, seperti PLN, Telkom, speedy, multifinance, TV kabel, PDAM, Voucher game online dan banyak lagi nanti yang akan kita kembangkan pada produk kami” (AI 42Th).

2) *Tour and travel*

Layanan ini menyediakan penjualan tiket *online* pesawat terbang dan kereta api, yang ditujukan bagi para konsumen yang ingin melakukan perjalanan diluar kota bahkan luar negeri, tanpa harus mendatangi tempat pembelian tiket secara langsung.

3) *Online shop*

Pengembangan produk dari CV Wiramitra tidak hanya *payment point* dan *tour and travel* saja, namun perusahaan tersebut juga membaca pangsa pasar yang mayoritas masyarakat yang menyukai belanja *online*. Oleh karena itu perusahaan ini juga menyediakan layanan yang berupa *online shop*. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Variasi layanan CV wiramitra selalu kami update mbak, kami selalu membaca pangsa pasar. Masyarakat yang saat ini menyukai produk online, peluang ini kami manfaatkan untuk mendirikan layanan online shop ini mbak. Nah, sejak layanan online shop ini kami tambahkan bisnis yang kami miliki kami beri sebutan dengan bisnis “TOP”, agar mempermudah penyebutan dari produk yang kami miliki mbak biar orang semakin kenal juga dengan produk kami mbak” (AI 42Th).

Layanan produk yang ditawarkan kepada konsumen menjadi lengkap serta bervariasi dibandingkan dengan perusahaan *server* lainnya setelah ada layanan *online shop*. Lanjar.com sebagai media bisnis *online* di harapkan menjadi sarana pelaku bisnis UKM (Usaha Kecil dan Menengah) dan pebisnis *online*, yang diharapkan menjadi penopang yang kuat bagi industri UKM Indonesia. Mekanisme layanan lanjar ini tidak hanya CV Wiramitra yang menjual barang, namun konsumen juga dapat membantu menjualkan produk yang ada dengan menjadi *affiliate* lanjar, yang merupakan orang yang membantu memasarkan produk-produk lanjar melalui internet.

Pada dasarnya produk yang dimiliki oleh CV Wiramitra sama dengan perusahaan lain, namun terdapat beberapa keunggulan lain yang ditawarkan oleh CV Wiramitra dalam mengelola serta mengembangkan usaha yang dijalankan.

Keunggulan dari CV Wiramitra diantaranya, memberikan kebebasan bagi para agen, maupun *sub dealer* untuk menentukan keuntungan mereka sendiri, keuntungan yang diperoleh oleh agen dapat berupa produk *prepaid*, *postpaid*, serta *ticketing*.

b. Penetrasi Pasar

Sesuai data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa CV Wiramitra selalu berusaha untuk meningkatkan penjualan produk di pasar yang lama dengan menguatkan aspek promosi, iklan yang makin efektif dan variatif sesuai target pasar, maupun dengan cara pendekatan yang berbeda namun lebih membumi. Iklan dan promosi juga merupakan aspek yang paling penting dalam sebuah perusahaan. Karena melalui iklan dan promosi sebuah produk pada perusahaan tertentu akan lebih mudah dikenal oleh konsumen. Penetrasi pasar dilakukan CV Wiramitra melalui:

1) Promosi (Seminar dan *Workshop* Kewirausahaan)

Penetrasi pasar CV Wiramitra khususnya dalam hal ini promosi dilakukan dengan cara melakukan seminar maupun *workshop* kewirausahaan serta *launching* buku kewirausahaan yang ditulis sendiri oleh bapak Arif. Promosi yang dilakukan di pusat perbelanjaan dalam waktu tertentu.

2) Iklan (*internet marketing*)

Iklan produk atau layanan yang disediakan oleh CV Wiramitra juga dilakukan melalui internet dengan menggunakan web, maupun iklan baris. Hal ini dilakukan agar pengguna internet dapat dengan mudah mengetahui produk apa saja yang disediakan oleh CV Wiramitra. Sebab, internet merupakan media yang cukup efektif untuk memperkenalkan produk maupun layanan dari perusahaan. Seperti yang dikatakan kepala bagian IT:

“Berbagai alternatif kita gunakan untuk melakukan pemasaran pada dunia maya. Selain web kita juga menggunakan berbagai aplikasi seperti OLX, forum kaskus, forum djawir, facebook, twitter, youtube, blog, weboxi, dsb” (INH 25Th).

c. Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar merupakan salah satu aspek terpenting dalam perusahaan CV Wiramitra, karena pengembangan pasar merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan, ketika pasar lama sudah jenuh dan stabil. CV Wiramitra melakukan upaya untuk membuka di pasar maupun wilayah yang baru dengan membidik segmen baru. Dalam pengembangan pasar CV Wiramitra memiliki beberapa pasar yang nantinya dijadikan tempat untuk menawarkan sejumlah produk yang dimiliki.

1) *Terminal Server*

Terminal server merupakan salah satu pengembangan pasar dari CV Wiramitra untuk bekerja sama dengan perusahaan lain yang ingin memiliki layanan yang sama persis dengan CV Wiramitra, namun perusahaan tersebut tidak memiliki cukup dana untuk menyediakan *server* sendiri. Hal ini sesuai dengan pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Terminal server ini kita melakukan kerjasama dengan perusahaan lain yang menginginkan memiliki layanan seperti layanan kami, namun servernya masih ikut perusahaan ini. Terminal server ini diperuntukkan bagi orang-orang yang ingin berwirausaha namun tidak memiliki cukup modal untuk membangun server sendiri” (AI 42Th).

2) *Host to Host* (H2H)

Host to Host (H2H) adalah sistem antar *server*. Hubungan antar *server*, banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk hubungan koneksi, baik itu pertukaran data, pembiayaan, dll.

“Host to host ini sebuah bentuk kerja sama yang kita lakukan dengan perusahaan lain yang ingin memiliki beberapa layanan dari perusahaan kami, umumnya kami melakukan via YM (Yahoo Mesangger)” (AI 42Th).

3) Server Bisnis 33 Propinsi

Server bisnis 33 propinsi merupakan sebuah sistem yang disediakan oleh CV Wiramitra yang memperluas pasarnya dengan menjangkau wilayah nasional. Alasan CV Wiramitra dalam melakukan server bisnis 33 propinsi adalah karena layanan yang ditawarkan sangat dibutuhkan, misalnya pembayaran PLN, maupun Telkom, didaerah luar Jawa tempat melakukan pembayaran listrik maupun telepon sangat jauh. Jadi dengan adanya layanan ini diharapkan dapat membantu mereka dalam melakukan pembayaran.

“CV Wiramitra selalu berusaha untuk melakukan pengembangan pasar sampai dengan daerah wilayah nasional. Karena bisnis yang kami jalankan ini bisa berlaku secara nasional mbak” (AI 42Th)

Penerapan sebuah strategi tentunya akan memberikan dampak bagi sebuah perusahaan. Dari dampak yang ditimbulkan nantinya perusahaan tersebut akan mengetahui berhasil tidaknya strategi yang sudah dijalankan. CV Wiramitra yang menggunakan strategi secara pengembangan usaha yang dijalankan sukses. Strategi pengembangan usaha yang dijalankan oleh CV Wiramitra ada 3 hal pokok diantaranya adalah pengembangan produk, penetrasi pasar serta pengembangan pasar.

Secara umum upaya yang dilakukan CV wiramitra untuk mengembangkan usaha yang dijalankan dapat dikemukakan berhasil dan memiliki dampak yang cukup positif bagi perusahaan diantaranya:

a. Pasar meluas dan konsumen bertambah.

Berbagai produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra, dengan perluasan pasar yang dilakukan hingga ekspansi nasional, menyebabkan produk dari CV Wiramitra dikenal oleh banyak konsumen dari berbagai daerah tidak hanya didaerah sekitar Sidoarjo saja. Namun, produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra dapat digunakan secara nasional, walaupun, masih beberapa daerah luar Jawa yang dapat dikuasai. Hal ini

didukung dengan pernyataan Hal ini sesuai dengan pernyataan pemilik yang menyatakan:

“Pasar yang kita kuasai juga semakin luas sehingga kita berusaha menjadikan perusahaan CV Wiramitra dapat dikenal diseluruh kalangan masyarakat” (AI 42Th).

b. Kepuasan konsumen

Konsumen menjadi salah satu hal penting dalam perusahaan, karena memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain itu, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan dengan perusahaan lain. CV Wiramitra selalu berusaha untuk memuaskan konsumen terbukti dengan banyaknya variasi produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra kepada konsumen, banyaknya keunggulan yang ditawarkan kepada konsumen sehingga konsumen lebih memilih membeli produk CV Wiramitra, hal ini sesuai dengan pernyataan pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Kepuasan konsumen menjadi satu alasan kami untuk mengembangkan layanan produk kami, selain itu agar konsumen tetap menggunakan produk yang kami tawarkan” (AI 42Th).

c. Omset bertambah.

Semakin banyak agen atau perusahaan lain yang bergabung dengan CV Wiramitra, maka omset yang didapatkan oleh perusahaan semakin lama semakin bertambah, hal ini sesuai dengan pernyataan pemilik CV Wiramitra yang menyatakan:

“Setelah saya melakukan pengembangan pasar tentunya dengan banyaknya konsumen maupun agen yang bergabung dengan kita maka secara otomatis omset kita akan semakin bertambah, namun jika berbicara masalah keuntungan seperti yang saya jelaskan tadi bahwa keuntungan agen dapat mereka tentukan sendiri, kita hanya menentukan batas minimalnya

saja, jadi keuntungan tidak sebanyak perusahaan lain” (AI 42Th).

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara, dapat diketahui bahwa CV Wiramitra telah menggunakan tiga aspek strategi pengembangan usahanya. Ketiga strategi pengembangan usaha tersebut antara lain, pengembangan produk, penetrasi pasar, dan pengembangan pasar.

Pengembangan produk dilakukan CV Wiramitra melalui modifikasi dengan menambah layanan pada masing-masing produk *payment point*, layanan *tour and travel*, serta *online shop* yang disediakan oleh CV Wiramitra. Berbagai macam produk layanan yang disediakan oleh CV Wiramitra, maka produk CV Wiramitra dikenal dengan sebutan bisnis “TOP”. Bisnis ini merupakan singkatan dari *Tour and travel*, *Online shop* serta *Payment point*. Adaptasi produk juga sangat perlu dilakukan untuk menambah variasi layanan yang ada di CV Wiramitra, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk lebih memahami dan menarik minat konsumen menggunakan produk yang ditawarkan serta menanamkan keyakinan kepada konsumen bahwa CV Wiramitra merupakan perusahaan *server* yang layanannya terlengkap. Seperti yang diungkapkan oleh Assauri (2007:200) pengembangan produk dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pasar yang ada sehingga dapat memuaskan pasar yang telah tersedia.

Adanya inovasi baru dalam sebuah produk membutuhkan analisis pasar yang dilakukan. Dalam menciptakan produk yang baru CV Wiramitra selalu berusaha untuk mengerti dan memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga konsumen tidak merasa jenuh dengan produk dan mekanisme yang ditawarkan. Untuk menciptakan produk yang baru CV Wiramitra menciptakan beberapa alternatif dikembangkan dengan menerapkan mekanisme yang berbeda dengan

perusahaan lain. Seperti yang diungkapkan oleh Widjaja (2004:77) yang menyatakan, pengembangan sebuah produk baru dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan agar konsumen tidak merasa bosan, dan terus menerus membeli produk yang disediakan oleh perusahaan.

Penetrasi pasar dilakukan CV Wiramitra dengan melakukan promosi lebih berbeda serta lebih melakukan pendekatan kepada konsumen, sehingga lebih banyak konsumen yang tertarik dan ikut bergabung menjadi agen dari CV Wiramitra. Hal ini sesuai dengan pernyataan Widjaja (2004:86), penjualan melalui penyampaian pesan secara langsung bertujuan menemukan calon konsumen untuk meyakinkan agar melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, serta memuaskan kebutuhan konsumen.

CV Wiramitra juga memanfaatkan teknologi yang canggih dan memasang iklan di internet, agar konsumen lebih mengetahui produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra, sehingga nantinya terdapat peningkatan penjualan yang ada. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Assauri (2007:194), penetrasi pasar dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan penguasaan pasar oleh perusahaan sekaligus untuk meningkatkan penjualan.

Pengembangan pasar yang dilakukan oleh CV Wiramitra melalui 3 pasar yaitu *terminal server*, *Host to Host (H2H)*, serta *server* bisnis 33 propinsi, perusahaan ini melakukan ekspansi hingga pasar nasional yang mencakup beberapa daerah bahkan propinsi yang ada di Indonesia. CV Wiramitra berusaha menawarkan dari jenis barang yang sama dengan produk sebelumnya yang telah ada modifikasi untuk mencari segmen pasar yang ada didaerah yang lain, sehingga mereka tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Suwarsono (2013:295) mengemukakan, pengembangan pasar atau perluasan pasar dapat digunakan oleh sebuah perusahaan untuk mencoba menarik segmen pasar yang lain.

Pengembangan pasar dilakukan oleh CV Wiramitra dengan berbagai macam cara, terdapat beberapa aplikasi yang digunakan untuk mengiklankan produk diantaranya *OLX, facebook, twitter, youtube, blog*, kaskus, djawir, sehingga konsumen dengan mudah mengetahui produk yang ditawarkan oleh CV Wiramitra, hal ini bertujuan untuk memperluas pasar serta menambah jumlah konsumen yang menggunakan produk CV Wiramitra. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Suwarsono (2013:295) mengemukakan, pengembangan pasar atau perluasan pasar dapat dilakukan dengan menambah intensitas promosi, dengan tujuan untuk memikat daya tarik untuk kelompok konsumen tertentu.

Semakin banyak konsumen, agen atau perusahaan lain yang bergabung dengan CV Wiramitra, maka tujuan dari perusahaan dapat tercapai, salah satu tujuan dari perusahaan adalah peningkatan omset penjualan yang didapatkan oleh CV Wiramitra semakin lama semakin bertambah. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Assauri (2007:362), ukuran tujuan dari perusahaan biasanya dinyatakan dalam ukuran kuantitatif atau angka-angka, seperti volume penjualan, omset penjualan, dan keuntungan.

PENUTUP

Kesimpulan

CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo merupakan sebuah perusahaan jasa server yang menyediakan layanan pembelian serta pembayaran secara elektronis. yang menerapkan strategi pengembangan usaha. Adapun strategi pengembangan usaha yang dilakukan tersebut antara lain: pengembangan produk, penetrasi pasar serta pengembangan pasar. Strategi tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menambah jumlah konsumen memperluas pasar, meningkatkan kepuasan konsumen serta meningkatkan omset penjualan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat diberikan saran kepada pemilik CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo untuk menambah inovasi produk, promosi dijadwal rutin, serta memperluas pasar luar jawa. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk lebih meningkatkan jumlah konsumen, memperluas pasar, meningkatkan kepuasan konsumen serta meningkatkan omset penjualan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [2] David, F. R. 2011. *Managemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- [3] Muhammad, Suwarsono. 2013. *Manajemen Strategik*. Cetakan V. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- [4] Suroso, Imam. 2011. *Managemen Strategi*. Mojokerto: Insan Global.
- [5] Widjaja, Jenu Tandjung. 2004. *Marketing Management*. Cetakan II. Malang: Bayumedia Publishing