

**DIVERSIFIKASI SEBAGAI STRATEGI KORPORASI DAN
DAMPAKNYA TERHADAP *SUSTAINABILITY*
*BUSINESS PERFORMANCE***

(Studi Kasus Pada CV. Rajasa Mas Jaya Desa Maos Kidul
Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :
HARRY FAISHAL AQMAL
NIM. 1522201091

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2019**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mampu mengubah cara pandang, pola pikir dan pola kehidupan manusia.¹ Pada gilirannya, perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi telah mengubah pola-pola kehidupan ekonomi masyarakat secara global dalam berbagai bidang, seperti pola produksi, pola distribusi dan pola konsumsi. Perubahan pola produksi dan distribusi telah mendorong perubahan pola kebutuhan dan pola konsumsi masyarakat. Di samping pola-pola ekonomi yang terus berubah, inovasi teknologi dan kreativitas ilmu pengetahuan juga telah menggeser orientasi ekonomi.²

Pada abad ke-18, revolusi industri telah menyebabkan transformasi ekonomi yang awalnya didominasi oleh sektor pertanian berbasis sumber daya manusia dan sumber daya alam menjadi perekonomian yang didominasi industri berbasis barang modal. Pada tahun 1950-an, perekonomian digerakkan oleh pengetahuan sebagai sumber daya utamanya dalam penciptaan nilai tambah. Kemudian pada tahun 1995 terjadi globalisasi industri berbasis kreativitas yang membuat ekonomi kreatif semakin berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi informasi.³

Perubahan-perubahan orientasi ekonomi tersebut oleh Howkins (2001) dikenal dengan sebutan “gelombang ekonomi” dan sekarang telah memasuki gelombang ekonomi ke empat yaitu “gelombang ekonomi kreatif”.⁴ Dimana dimulailah era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif. Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini mereka tidak bisa hanya

¹ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, (Jakarta : Salemba Empat, 2013), hlm. 2.

² Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru.....*hlm. 3.

³ Bekraf, *Sistem Ekonomi Kreatif Nasional Panduan Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif 2016*.

⁴ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru.....*hlm. 3.

mengandalkan bidang industri sebagai sumber ekonomi di negaranya tetapi mereka harus lebih mengandalkan sumber daya manusia yang kreatif, karena kreativitas manusia itu berasal dari daya pikirnya yang menjadi modal dasar untuk menciptakan inovasi dalam menghadapi daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar.⁵

Disisi lain, dampak yang muncul akibat dari fenomena perubahan gelombang ekonomi tersebut adalah munculnya daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar. Kondisi ini menuntut perusahaan mencari cara agar bisa menekan biaya semurah mungkin dan se-efisien mungkin guna mempertahankan eksistensinya.⁶ Apalagi perspektif persaingan bisnis dalam abad 21 ini, ditandai pula dengan munculnya era kompetisi berbasis pengetahuan, yaitu era yang menitikberatkan pada kualitas pikiran (*knowledge content*) dalam mengelola sistem kerja. Dalam era ini kemampuan organisasi untuk bersaing dan bertahan hidup sangat ditentukan oleh tingkat kualitas pikiran, yaitu kreativitas dan inovasi, serta ketrampilan lain yang digunakan dalam mengeksplisitkan pengetahuan tasit (*tacit knowledge*) dalam praktik bisnis.⁷

Terjadinya gelombang revolusi industri 4.0 juga telah membawa perubahan fundamental pada berbagai tatanan kehidupan global, hal ini ditandai dengan semakin berkembangnya kreativitas dan inovasi dengan pemanfaatan teknologi informasi, yang mendisrupsi berbagai sendi kehidupan global, termasuk persaingan dalam bidang ekonomi.⁸ Oleh karenanya, perkembangan dunia usaha pada saat ini juga mengalami peningkatan, yang ditunjukkan dengan banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan di masyarakat. Banyaknya perusahaan baru tersebut menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Persaingan ketat mengakibatkan

⁵ Rochmat Aldy Purnomo, S.E., M.Si., *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta : Ziyad Visi Media, 2006), hlm. 7.

⁶ Rochmat Aldy Purnomo, S.E., M.Si., *Ekonomi Kreatif Pilar.....*Hlm. 7.

⁷ Lina Anatan, S.E., M.Si dan Lena Ellitan, S.E., M.Si., Ph.D., *Strategi Bersaing Konsep, Riset dan Instrumen*, (Bandung : Alfabeta, 2009), hlm. 48.

⁸ Eddy Cahyono Sugiarto, *Ekonomi Kretaif Masa Depan Indonesia* diakses dari halaman <http://setkab.go.id/ekonomi-kreatif-masa-depan-indonesia/> pada tanggal 26 Juli 2019 pukul 9.12 WIB.

suatu perusahaan dalam menjalankan dan mengembangkan kegiatan bisnisnya harus mampu bersaing demi kelangsungan hidup perusahaannya.⁹ Apalagi saat ini banyak perusahaan yang menawarkan jenis produk dengan kualitas dan harga yang hampir sama. Sehingga mutlak diperlukan suatu inovasi untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumen guna menambah angka permintaan terhadap produknya.¹⁰

Kesuksesan dalam persaingan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan improvisasi dan inovasi untuk mempertahankan pelanggannya. Bentuk improvisasi dan inovasi dalam menarik konsumen antara lain dapat dilakukan melalui strategi diversifikasi produk. Diversifikasi produk berperan dalam pembentukan improvisasi dan inovasi produk baru. Konsumen memilih sebuah produk, didasari adanya penilaian positif terhadap banyaknya pilihan yang tersedia atau dalam hal ini perusahaan melakukan strategi diversifikasi produk.¹¹

Diversifikasi dapat diartikan sebagai upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, meningkatkan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas.¹² Strategi diversifikasi merupakan sebuah strategi yang paling kompleks implikasinya karena bagi perusahaan yang melakukan diversifikasi akan menjadi pengalaman baru, baik dari segi pasarnya, maupun dari segi produknya. Diversifikasi sangat diperlukan untuk memberikan lapangan usaha, kerja dan pendapat kepada masyarakat dan dunia usaha dan juga untuk meningkatkan daya saing di pasar nasional dan internasional.¹³

Diversifikasi usaha dapat dilakukan baik melalui *internal new venturing*, yakni memulai sebuah bisnis baru (*star up business*) yang

⁹ Muhammad Haris Afandi dan Parjono, “Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di UD. Dewi Rosalinda Sidoarjo”, hlm. 13.

¹⁰ Kuku Harianto, “Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Volume Penjualan Batik Tulis Aulya Kediri”, JMK, Vol. 1, No. 3 Edisi September 2016, hlm. 267.

¹¹ Muhammad Haris Afandi dan Parjono, “Pengaruh Diversifikasi.....” hlm. 13.

¹² Fandy Tjiptono, Ph.D., *Strategi Pemasaran Edisi 4*, (Yogyakarta : Andi, 2015), hlm. 282.

¹³ Lucius Hermawan, “Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk?”, *Jurnal Studi Manajemen*, Vol. 9, No. 2, Oktober 2015, hm. 143.

dikembangkan dari awal di dalam perusahaan itu sendiri atau bisa juga dilakukan melalui proses akuisisi dengan membeli usaha lain yang sudah berjalan. Selain melalui *internal new venturing* dan akuisisi, proses diversifikasi dapat pula dilakukan melalui *joint venture*, yakni membangun bisnis baru dengan bantuan rekan bisnis (*business partner*). Tujuan yang ingin dicapai dari penerapan strategi diversifikasi adalah terjadinya maksimalisasi laba perusahaan dalam jangka panjang. Sebagaimana halnya tujuan korporasi, strategi pada level korporasi juga akan menjadi acuan bagi pengembangan strategi pada unit bisnis dan strategi fungsional perusahaan.¹⁴

Salah satu industri yang telah melakukan strategi diversifikasi adalah CV. Rajasa Mas Jaya yang berlokasi di Desa Maos Kidul Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap. Industri ini berawal dari sebuah industri batik khas Maos dengan nama Rajasa Mas yang didirikan sejak tahun 2007, dimana dalam perkembangan usahanya sempat jatuh dan mengalami beberapa kendala. Hingga akhirnya pemilik usaha Ibu Euis Rohaini dan Bapak Tonik Sudarmaji terus berusaha membuat inovasi-inovasi baru, salah satu yang dilakukannya adalah terus berpromosi dan mengembangkan diversifikasi produk. Jika hanya berkuat pada batik, rasanya akan sulit untuk berkembang. Apalagi sebagian besar batik dipasarkan di lokal. Hanya sebagian kecil atau skala retail yang diekspor.

Karena itulah, Rajasa Mas menemukan sebuah ide dengan mengembangkan produk lainnya yakni pembuatan kerajinan tangan yang mengombinasikan antara kerajinan bambu dengan anyaman dari tekstil dan batik. Ide ini sekaligus juga sebagai upaya melahirkan pembatik-pembatik baru, demi menjaga keberlanjutan proses regenerasi pembatik di Cilacap.¹⁵

Ide pembuatan kerajinan ini kemudian dapat terwujud pada tahun 2016 melalui program Fasilitasi Pendampingan Desain atau *Designer Dispatch Service* (DDS) yang diimplementasikan oleh Kementerian Perdagangan, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional. Rajasa

¹⁴ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Jakarta : Erlangga, 2012), hlm. 191-193.

¹⁵ Wawancara dengan Bapak Tonik Sudarmaji (Pemilik CV. Rajasa Mas Jaya) Pada Tanggal 10 Agustus 2019.

Mas berhasil melakukan diversifikasi produk dengan membuat produk *home living* berbahan baku perca batik Maos, yang selama ini hanya menjadi limbah yang berkolaborasi dengan desainer produk Mufti Alem (desainer produk dari Bandung), menghasilkan sebuah produk berupa wadah bertajuk “Raja Serayu”.¹⁶

Dengan adanya diversifikasi produk ini, kini unit usahanya bertambah yaitu ada batik dengan Rajamas dan untuk kerajinan adalah Raja Serayu. Kini CV. Rajasa Mas Jaya memiliki mitra kerja yang jumlahnya hingga ratusan, terutama yang membuat kerajinan. Ada dua desa di Kecamatan Nusawungu, puluhan warga dari Kecamatan Binangun dan tengah dirintis juga dari Kecamatan Cipari. Sedangkan untuk pembuatan batiknya, CV. Rajasa Mas Jaya memberdayakan warga Desa Maos Kidul, Kecamatan Maos. CV. Rajasa Mas sengaja tidak membuat sebuah perusahaan, kemudian merekrut karyawan, namun lebih memilih mengembangkan kewirausahaan sosial, sehingga usaha kecil mitra CV. Rajasa Mas Jaya juga semakin maju.

Pengembangan produk “*handmade*” ini ternyata mendapatkan kesempatan dari Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) untuk mengikuti pameran di Ambiente pada tahun 2017, salah satu pameran kriya internasional terbesar di Eropa dan paling berpengaruh di dunia dan akhirnya lolos di “*new talents*”, menjadi salah satu dari 12 produk yang benar-benar baru di dunia. Pameran Ambiente 2017 ini menjadi salah satu momen penting bagi sektor desain produk nasional, dengan kehadiran produk CV. Rajasa Mas Jaya pada kontes “Ambiente Talents 2017” untuk kategori *Ethical Style*. Selama lima hari berada di Jerman yaitu sejak 10-14 Februari 2017, produk berupa kerajinan tangan yang mengombinasikan antara anyaman bambu dengan material tekstil dan batik ini mendapat apresiasi. Usai pameran, produk ini dipajang di “*display*” Indonesia Trade Promotion Center (ITPC) Jerman.

¹⁶ Warta Ekspor, *Desain Kemasan Produk Makanan Olahan*, Edisi Februari 2017, Ditjend PEN/MJL/10/II/2017, Hlm. 13

Sementara itu pada bulan Juli-Agustus 2018, Ibu Euis Rohaini selaku pemilik CV. Rajasa Mas Jaya melakukan kunjungan ke Tiongkok atas undangan ASEAN. Ia berkeliling bersama-sama dengan para perajin di negara-negara ASEAN untuk memperkenalkan produknya. Di sana, CV. Rajasa Mas Jaya menjalin kerja sama dengan Alibaba dan diberi fasilitas sebagai “good member” Alibaba untuk memamerkan produknya. Hal ini merupakan capaian yang sangat istimewa, karena jika sebuah produk ingin dipamerkan di Alibaba harus membayar di “display” Alibaba yang nominalnya bisa mencapai US\$1.500.¹⁷

Selain itu, CV. Rajasa Mas Jaya juga mendapat penghargaan dari Australia dan mendapat sertifikat hak atas kekayaan intelektual (HAKI) atas penciptaan karya keranjang bambu tersebut.

Tabel. 1
Capaian Prestasi CV. Rajasa Mas Jaya untuk brand Raja Serayu

| No | Prestasi |
|----|--|
| 1 | Nominate new talents at the 2017 ambiente exhibition in german |
| 2 | Big 100 finalists at blibli.com |
| 3 | Participants in the Jeddah Expo exhibition in Jeddah, Arabic |
| 4 | Exhibitors at the 2017 Salone Del Mobile event in Milan |

Sumber : Company Profile Rajamas and Raja Serayu.¹⁸

Dari sekian capaian yang diraih oleh CV. Rajasa Mas Jaya, kini hasilnya sentra kerajinan asal Cilacap ini kebanjiran order dari dalam dan luar negeri seperti Rusia, Jerman, Italia dan Saudi Arabia dengan jumlah produksi 7.000 hingga 10.000 produk per tahun. Pada Tahun 2016 produk baru dari CV. Rajasa Mas Jaya ini berhasil mengekspor produknya sebesar 10.000 produk dan meningkat 3 kali lipat atau sekitar 30.000 produk pada tahun 2017.¹⁹

¹⁷ Liliek Dharmawan, Kegigihan Jadi Jalan untuk Mendunia diakses dari halaman <https://mediaindonesia.com/read/detail/195159-kegigihan-jadi-jalan-untuk-mendunia.html> pada tanggal 09 Agustus 2019 pukul 20.00 WIB.

¹⁸ Company Profile Rajamas and Raja Serayu 2019.

¹⁹ Wawancara dengan Bapak Tonik Sudarmaji (Pemilik CV. Rajasa Mas Jaya) Pada Tanggal 10 Agustus 2019.

Produk baru dari CV. Rajasa Mas Jaya ini menarget ke segmen *end-consumer* dan bisnis. Untuk *end-consumer*, produk ini ditujukan kepada pria dan wanita dengan rentang usia 35-50 tahun, dan memiliki tingkat ekonomi yang mapan atau berasal dari kalangan menengah ke atas. Sementara untuk segmen bisnis, produk ini menyasar kepada usaha restoran, hotel dan salon/spa dengan konsep tradisional Indonesia atau natural. Brand Positioning untuk brand produk baru ini adalah “*Prestigious Product*” yang berarti produk berkelas untuk digunakan untuk orang-orang dengan kalangan atas.

Produk baru dari CV. Rajasa Mas Jaya merupakan rangkaian produk berupa wadah (*storage series*), yang didesain dalam berbagai bentuk namun menggunakan bahan baku yang sama. Masing-masing bentuk tersebut juga memiliki nama unik yang terdiri dari Seuseuhan (*laundry basket*), Pasagi (*square storage*) dan Lodong (*tube storage*). Pemberian nama-nama unik terhadap seri produk tersebut bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk melalui cerita yang ditawarkan di balik proses pembuatan produk yang ditawarkan.²⁰

Pengembangan produk melalui strategi diversifikasi dalam bentuk desain yang direalisasikan melalui kolaborasi antara pelaku usaha dengan desainer, mengindikasikan bahwa strategi tersebut memegang peranan penting dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing suatu produk. Strategi diversifikasi selain berperan dalam meningkatkan fungsi, juga berguna untuk menjadikan suatu produk memiliki identitas dan ciri khas, yang akan membedakan dengan produk-produk serupa di pasaran. Terlebih dengan pemain pasar di kancah yang terus bertambah, maka pengembangan produk merupakan strategi untuk menarik perhatian dan minat konsumen.²¹

Tujuan utama strategi diversifikasi adalah untuk mempertahankan keunggulan bersaing yang berkesinambungan (*sustainable competitive advantage*) dan posisi bersaing perusahaan di pasar agar perusahaan dapat

²⁰ Warta Ekspor, *Desain Kemasan Produk Makanan Olahan.....*hlm. 11

²¹ Warta Ekspor, *Desain Kemasan Produk Makanan Olahan.....*hlm. 13.

meningkatkan nilai perusahaan secara terus menerus.²² Diversifikasi usaha selain bertujuan untuk memaksimalkan ukuran dan keragaman perusahaan juga dapat menciptakan efek premium bagi kinerja perusahaan.²³

Kinerja merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya. Selain itu tujuan pokok penilaian kinerja adalah untuk memotivasi karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya, agar membuahkan tindakan dan hasil yang diharapkan.

Ada banyak aspek yang perlu diperhatikan dalam menilai kinerja perusahaan. Bukan hanya aspek keuangan (*finansial*) tetapi non-finansial juga perlu diperhatikan. Dengan melihat beberapa alat pengukuran kinerja yang sering digunakan maka disimpulkan bahwa untuk mengukur kinerja bisnis yang berkelanjutan (*sustainability business performance*) diperlukan beberapa faktor baik secara ekonomi/finansial, sosial, lingkungan dan spiritual. Dengan memperhatikan keempat tipe tersebut, maka keberlanjutan suatu bisnis dapat dipertahankan.²⁴

Berdasarkan uraian di atas, lebih lanjut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Diversifikasi Sebagai Strategi Korporasi dan Dampaknya Terhadap Sustainability Business Performance (Studi Kasus Pada CV. Rajasa Mas Jaya Desa Maos Kidul Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap)”**.

²² Wayan Tantra dan Ida Ayu Ratna Wesnawati, “Strategi Diversifikasi Dan Nilai Perusahaan”, Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian-Denpasar, 30 September 2017, hlm 176.

²³ Sulisty Esti Kurniasari, “Pengaruh Diversifikasi Usaha Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh kepemilikan Manajerial”, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.

²⁴ Ramlah, dkk, “Sustainability Performance Pada Bank BNI Syariah di Makassar”, Universitas Hasanuddin.

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam mengartikan istilah dan sekaligus sebagai acuan dalam pembahasan-pembahasan selanjutnya, maka penulis menegaskan istilah dari judul penelitian ini. Adapun penegasan yang penulis maksud adalah sebagai berikut :

1. Diversifikasi

Diversifikasi produk didefinisikan sebagai suatu perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan dengan jalan menambah produk baru atau jasa ataupun memperbaiki tipe, warna, model, ukuran, jenis dari produk yang sudah ada dalam rangka memperoleh laba maksimal.²⁵

2. Strategi Korporasi

Strategi korporasi adalah strategi yang menggambarkan arah perusahaan secara keseluruhan mengenai sikap perusahaan secara umum terhadap arah pertumbuhan dan manajemen berbagai bisnis dan lini produk untuk mencapai keseimbangan portofolio produk dan jasa.²⁶

3. Dampak

Dampak adalah suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat suatu aktivitas. Aktivitas tersebut dapat bersifat alamiah, baik kimia, fisik maupun biologi, serta aktivitas yang dilakukan oleh manusia.²⁷ Dampak dapat bersifat biofisik dan juga dapat bersifat sosio, ekonomi dan juga budaya.²⁸

4. *Sustainability Business Performance*

Pertumbuhan kinerja perusahaan yang berkelanjutan (*sustainability performance*) adalah pertumbuhan kinerja dalam jangka panjang sebagai hasil dari kemampuan perusahaan dalam

²⁵ Effendy Rustam, *Marketing Manajemen*, (Malang : Institut Ekonomi dan Manajemen, 2001), hlm. 109.

²⁶ Dr. Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik : Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Strategik Untuk Skripsi, Tesis dan Praktik Bisnis*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 17.

²⁷ Otto Soemarwoto, *Analisis Dampak Lingkungan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1990), hlm. 43.

²⁸ Otto Soemarwoto, *Analisis Dampak Lingkungan.....* hlm. 44.

mempertahankan kemampuannya dalam menghasilkan produk dan layanan yang berkualitas.²⁹ Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang di refleksikan dalam kondisi keuangan semata. Melainkan tanggung jawab yang berpijak pada konsep *Quadrangle Bottom Line* (QBL) yang mampu mengungkapkan masalah ekonomi (*finansial*), aktivitas entitas berkaitan dengan masalah sosial, masalah lingkungan dan spiritual (pola pikir dan bertindak manusia). Keberlanjutan entitas akan terjamin bila mana entitas memperhatikan sinergi dari dimensi ekonomi, sosial, lingkungan dan spiritual.³⁰

C. Rumusan Masalah

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, dalam persaingan bisnis dibutuhkan strategi yang tepat untuk dapat bertahan dalam dunia bisnis. Maka dari itu, dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah faktor-faktor yang menyebabkan CV. Rajasa Mas Jaya melakukan strategi diversifikasi dalam pengembangan usahanya ?
2. Bagaimana strategi diversifikasi yang di lakukan oleh CV. Rajasa Mas Jaya dalam mengembangkan usahanya ?
3. Bagaimanakah dampak yang ditimbulkan dari penerapan strategi diversifikasi terhadap kinerja bisnis yang berkelanjutan (*sustainability business performance*) CV. Rajasa Mas Jaya?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ialah :

²⁹ Mombang Sihite dan Ernie Tisnawati Sule, *Sustainable Business Performance Strategi*, (Jakarta : BEE Management Consulting, 2017), hlm. 79.

³⁰ Muhammad Suyudi, *Konsep Quadrangle Bottom Line (QBL) Dalam Praktik Sustainability Reporting Dimensi "Spiritual Performance"*, Jurnal Akuntansi Multiparadigma, Volume 3, Nomor 1, April 2012, hlm. 7-8.

- a. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan CV. Rajasa Mas Jaya melakukan strategi diversifikasi dalam pengembangan usaha.
- b. Mengidentifikasi strategi diversifikasi yang dilakukan oleh CV. Rajasa Mas Jaya dalam mengembangkan usahanya.
- c. Mengidentifikasi dampak yang ditimbulkan dari penerapan strategi diversifikasi terhadap kinerja bisnis yang berkelanjutan (*sustainability business performance*) CV. Rajasa Mas Jaya.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teori, bahwa temuan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan untuk berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang mungkin timbul.
- b. Secara praktis, penelitian ini menjadi bentuk kontribusi yang positif dan referensi sebagai :
 - 1) Hasil kajian diharapkan dapat dijadikan tolak ukur atau pijakan untuk menyusun suatu perencanaan yang baik di masa akan datang dan merupakan suatu analisis yang efektif bagi perkembangan perusahaan dan dapat dijadikan sebagai masukan konstruktif pedoman dalam penyusunan strategi perusahaan di masa yang akan datang.
 - 2) Konsep strategi pengembangan usaha dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi strategi bisnis yang dapat diterapkan perusahaan untuk meningkatkan daya saing perusahaan guna menghadapi persaingan yang semakin ketat.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan, atau hal-hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang ada dan yang belum ada. Sementara itu setelah menelaah beberapa penelitian, peneliti menemukan ada sejumlah karya tulis ilmiah yang relevan dengan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Puji Cahyo Astik (2017) mahasiwi jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro yang berjudul “Pengembangan Produk Melalui Diversifikasi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Pabrik Roti Sari Asri Hadimulyo TimurMetro Pusat)”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengembangan produk melalui diversifikasi dalam upaya meningkatkan volume penjualan sudah dilakukan dengan sebaik mungkin oleh Pemilik Pabrik Roti Sari Asri. Strategi yang diterapkan adalah strategi produk dimana perusahaan lebih cenderung mengutamakan dari sisi produk, yakni dengan menerapkan Diversifikasi Konsentris. Diversifikasi Konsentris adalah produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada. Kebijakan strategi diversifikasi menjadi satu langkah yang diambil untuk mengatasi penurunan volume penjualan. Walaupun upaya penganeekaragaman sudah dilakukan akan tetapi volume penjualan belum mampu menembus angka pada masa kejayaan yakni berkisar 2.160.000 per tahun. Sedangkan setelah dilakukan diversifikasi volume penjualan hanya menembus angka 1.627.200 per tahun dengan demikian pengembangan produk melalui diversifikasi dirasa belum mampu memberikan dampak yang signifikan. Keadaan tersebut kemungkinan besar dipengaruhi oleh beberapa keluhan yang dirasakan oleh konsumen terutama terkait masalah rasa dan tekstur roti yang dihasilkan kurang memuaskan, yang kemudian berdampak terhadap volume penjualan perusahaan.³¹
2. Penelitian yang dilakukan oleh Rizqi Napisah (2016) mahasiwi Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang yang berjudul “Kontribusi Diversifikasi Produk Terhadap

³¹ Puji Cahyo Astik, “*Pengembangan Produk Melalui Diversifikasi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Pabrik Roti Sari Asri Hadimulyo TimurMetro Pusat)*”. Skripsi, (Metro : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2017).

Keberhasilan Industri Batik Di Kota Pekalongan”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar atau sekitar 80% industri batik di Kota Pekalongan sudah menerapkan strategi diversifikasi produk. Strategi diversifikasi produk menghasilkan berbagai macam produk batik yang lebih beragam dan mempunyai nilai jual yang cukup tinggi dibandingkan hanya dijadikan kain panjang, kain potong atau sarung. Adanya perbedaan yang signifikan antara industri yang melakukan diversifikasi produk dengan industri yang tidak melakukan diversifikasi produk dan Kontribusi diversifikasi produk terhadap keberhasilan industri batik sebesar 72,9%.³²

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ramlah, Alimuddin dan Tawakkal dari Universitas Hasanudin yang berjudul “*Sustainability Performance* Pada Bank BNI Syariah di Makassar”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa dengan adanya etika syariah serta perumusan tujuan BNI Syariah Makassar yang dimulai dengan *corporete culture* yang baik, kemudian *corporate campaign* yang menginspirasi, serta prinsip yang amanah dan jamaah, maka *sustainability performance* dapat tercapai yaitu kinerja yang dapat bermanfaat secara jangka pendek maupun jangka panjang. *Sustainability performance* ini memberikan pengaruh spiritual kepada pihak-pihak manajemen serta seluruh karyawan BNI Syariah Makassar karena adanya edukasi untuk melakukan kebaikan dan niat awal yang selalu ditanamkan bahwa bekerja adalah ibadah. Selain itu, dalam melakukan muamalah selalu melibatkan Allah yang menjadi pengingat untuk senantiasa berbuat kebaikan (hasanah). Hasil penelitian ini hanya fokus pada kinerja salah satu bank syariah yang berada pada level cabang sehingga tidak bisa digeneralisasikan ataupun disamakan pada objek yang berbeda, untuk itu penelitian ke depan diharapkan bisa menambah

³² Rizqi Napisah, “*Kontribusi Diversifikasi Produk Terhadap Keberhasilan Industri Batik Di Kota Pekalongan*”, Skripsi, (Semarang : Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang, 2016).

objek dan fokus penelitian agar hasil penelitian lebih mampu mengungkapkan realitas sosial yang utuh.³³

4. Jurnal yang ditulis oleh Shinta Heru Satoto Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta yang berjudul "Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan". Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengujian terhadap 75 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa diversifikasi berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan. Ini berarti bahwa perluasan unit bisnis melalui diversifikasi yang dilakukan oleh perusahaan memperkecil atau memberikan pengaruh yang tidak menguntungkan bagi kinerja perusahaan. Pengaruh negatif ini mungkin disebabkan karena diversifikasi dilakukan di lingkungan perekonomian yang tidak stabil sehingga kurang mendukung strategi diversifikasi yang dilakukan perusahaan. Selain itu, banyak faktor lain yang kurang mendukung diversifikasi yang dilakukan perusahaan, seperti kemampuan manajerial, kurang efisiennya informasi dan sumber dana, maupun perubahan kondisi yang berlangsung dengan cepat. Sehingga diversifikasi yang seharusnya memperbaiki atau memberikan efek positif bagi kinerja perusahaan selama periode yang stabil berubah dalam arah yang berkebalikan dengan adanya perubahan kondisi yang sangat cepat.³⁴
5. Penelitian yang dilakukan oleh Edon Ramdani Dosen Universitas Pamulang yang berjudul "Analisis Strategi Diversifikasi Bisnis (Studi Kasus Pt Sun Star Motor Group)". Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa Strategi diversifikasi terkait dilakukan PT Sun Star Motor Group dengan mendirikan /menjadi agen tunggal kendaraan berat merek MAN dari Jerman. Memanfaatkan keahlian dan keunggulan kompetitif yang dimilikinya dibidang penjualan kendaraan (dealer) maka PT Sun Star Motor Group bekerjasama dengan prosuden kendaraan berat MAN

³³ Ramlah, dkk, "Sustainability Performance Pada Bank BNI Syariah di Makassar", Universitas Hasanuddin.

³⁴ Shinta Heru Satoto, "Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan", Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol. 13, No.2 Mei 2009.

dengan menjadi ATPM di Indonesia. Strategi diversifikasi terkait juga dilakukan dengan mendirikan perusahaan pembiayaan PT Sun Parama Finance, perusahaan penyewaan kendaraan PT Sun Rent Car dan menjadi dealer sepeda motor, dengan memanfaatkan kecocokan strategi pada pemasaran/penjualan, distribusi dan administrasi. Strategi diversifikasi tak terkait dilakukan dengan memasuki industri properti dan perhotelan. Pertimbangan memasuki kedua industri tersebut adalah, potensi pertumbuhan yang sangat baik, dengan pertumbuhan pertahun diatas 6%. Melakukan strategi diversifikasi tak terkait dengan memasuki industri yang memiliki pertumbuhan yang sangat baik tersebut, merupakan suatu keputusan yang tepat dilakukan.³⁵

Tabel. 2
Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

| No | Nama | Judul Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|--|--|--|
| 1 | Puji Cahyo Astik (2017). ³⁶ | Pengembangan Produk Melalui Diversifikasi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Pabrik Roti Sari Asri Hadimulyo TimurMetro Pusat). | a. Pembahasan yang dilakukan sama-sama mengenai strategi diversifikasi | a. Peneliti sebelumnya meneliti dampak strategi diversifikasi terhadap peningkatan volume penjualan, sedangkan Penulis melakukan pembahasan mengenai penerapan strategi diversifikasi dan dampaknya terhadap <i>sustainability business performance</i> (kinerja bisnis berkesinambungan) secara keseluruhan. b. Perbedaan tempat penelitian. |
| 2 | Rizqi Napisah (2016). ³⁷ | Kontribusi Diversifikasi Produk Terhadap Keberhasilan Industri Batik | a. Pembahasan yang dilakukan sama-sama mengenai strategi | a. Peneliti sebelumnya membahas mengenai kontribusi strategi diversifikasi terhadap keberhasilan industri batik, dimana keberhasilan industri batik diukur dengan |

³⁵ Edon Ramdani, "Analisis Strategi Diversifikasi Bisnis (Studi Kasus Pt Sun Star Motor Group)", Jurnal Akuntansi Bareleng, Vol 2 No 2 (2018):

³⁶ Puji Cahyo Astik, "Pengembangan Produk Melalui.....Skripsi, (Metro : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2017).

³⁷ Rizqi Napisah, "Kontribusi Diversifikasi Produk Terhadap Keberhasilan Industri Batik Di Kota Pekalongan", Skripsi, (Semarang : Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang, 2016).

| | | | | |
|---|--|--|--|---|
| | | Di Kota Pekalongan | diversifikasi | menggunakan beberapa indikator diantaranya peningkatan keuntungan, produktivitas dan efisiensi, daya saing, peningkatan jumlah pelanggan dan perluasan usaha. Sedangkan Penulis melakukan pembahasan mengenai penerapan strategi diversifikasi dan dampaknya <i>sustainability business performance</i> (kinerja bisnis berkesinambungan) secara keseluruhan yang meliputi dampak terhadap perkembangan ekonomi, sosial, lingkungan dan spiritual. b. Perbedaan tempat penelitian. |
| 3 | Ramlah, Alimuddin dan Tawakkal. ³⁸ | <i>Sustainability Performance</i> Pada Bank BNI Syariah di Makassar | a. Pembahasan yang dilakukan sama-sama mengenai konsep <i>sustainability performance</i> . | a. Penelitian sebelumnya hanya meneliti mengenai penerapan <i>sustainability performance</i> pada Bank BNI Syariah di Makassar. Sedangkan Penulis melakukan pembahasan mengenai penerapan strategi diversifikasi dan dampaknya terhadap <i>sustainability business performance</i> (kinerja bisnis berkesinambungan) secara keseluruhan yang meliputi dampak terhadap perkembangan ekonomi, sosial, lingkungan dan spiritual. b. Perbedaan tempat penelitian. |
| 4 | Shinta Heru Satoto (2009). ³⁹ | Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan | a. Pembahasan yang dilakukan sama-sama mengenai strategi diversifikasi | a. Peneliti sebelumnya meneliti dampak strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan sedangkan Penulis melakukan pembahasan mengenai penerapan strategi diversifikasi dan dampaknya terhadap <i>sustainability business performance</i> (kinerja bisnis berkesinambungan) secara keseluruhan. |

³⁸ Ramlah, dkk, "Sustainability Performance Pada Bank BNI Syariah di Makassar", Universitas Hasanuddin.

³⁹ Shinta Heru Satoto, "Strategi Diversifikasi Terhadap.....Vol. 13, No.2 Mei 2009.

| | | | | |
|---|------------------------------------|--|--|--|
| | | | | <p>b. Pada penelitian sebelumnya kinerja perusahaan hanya diukur dengan kinerja keuangan saja, sedangkan penulis meneliti dampak yang ditimbulkan terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan.</p> <p>c. Perbedaan tempat penelitian.</p> |
| 5 | Edon Ramdani (2018). ⁴⁰ | Analisis Strategi Diversifikasi Bisnis (Studi Kasus PT Sun Star Motor Group) | a. Pembahasan yang dilakukan sama-sama mengenai strategi diversifikasi | <p>a. Peneliti sebelumnya melakukan penelitian mengenai strategi diversifikasi yang diterapkan PT Sun Star Motor Group dengan menggunakan pendekatan Analisis kompetitif dengan menggunakan Model Lima Kekuatan Porter, Analisis industri berdasarkan matrik strategi besar (<i>Grand Strategy Matrix</i>) serta melakukan penelitian mengenai strategi diversifikasi terkait dan tak terkait. Sedangkan Penulis melakukan pembahasan mengenai penerapan strategi diversifikasi dan dampaknya terhadap <i>sustainability business performance</i> (kinerja bisnis berkelanjutan) secara keseluruhan yang meliputi dampak terhadap perkembangan ekonomi, sosial, lingkungan dan spiritual.</p> <p>b. Perbedaan tempat penelitian.</p> |

F. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan dalam penulisan penelitian ini peneliti membagi skripsi ini menjadi tiga bagian yaitu : bagian awal, bagian isi dan bagian akhir.

Bagian awal dari skripsi ini memuat tentang pengantar yang di dalamnya terdiri dari halaman judul, pernyataan keaslian, halaman pengesahan, halaman nota pembimbing, halaman motto, halaman

⁴⁰ Edon Ramdani, "Analisis Strategi Diversifikasi Bisnis..... Vol 2 No 2 (2018):

persembahan, abstrak, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar bagan dan daftar lampiran.

Bagian isi dari skripsi ini terdiri dari lima bab, di mana gambaran mengenai setiap bab dapat penulis paparkan sebagai berikut :

Bab I, merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, kajian pustaka serta sistematika penulisan.

Bab II, merupakan tinjauan umum terkait dengan strategi diversifikasi dan dampaknya terhadap kinerja bisnis yang berkelanjutan (*sustainability business performance*). Bab ini menguraikan berbagai landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, yang meliputi : konsep strategi, konsep strategi korporasi, konsep diversifikasi, konsep *sustainability business performance* dan landasan teologis.

Bab III, merupakan metode penulisan yang berisi tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pemilihan informan, metode pengumpulan data, teknis analisis data serta metode keabsahan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini.

Bab IV merupakan hasil penulisan yang berisi tentang gambaran umum obyek penelitian dan pembahasan serta penemuan-penemuan dilapangan yang kemudian dikomparasikan dengan apa yang selama ini ada dalam teori. Kemudian data tersebut dianalisis sehingga mendapatkan hasil data yang valid dari penelitian yang dilakukan.

Bab V, merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penulisan yang dilakukan peneliti serta kata penutup sebagai akhir dari isi pembahasan.

Kemudian pada bagian akhir peneliti mencantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi ini beserta lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Terdapat dua faktor yang menyebabkan CV. Rajasa Mas Jaya melakukan strategi diversifikasi. Kedua faktor tersebut adalah faktor internal dan eksternal. Faktor pendorong internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam CV. Rajasa Mas Jaya yang menyebabkan dilakukannya strategi diversifikasi, faktor tersebut adalah : adanya dorongan psikologis dan adanya keinginan untuk berkembang. Sedangkan Faktor eksternal adalah adanya dorongan dari luar CV. Rajasa Mas Jaya yang membawanya melakukan diversifikasi masuk ke bisnis baru, faktor tersebut adalah : adanya program dari pemerintah dan Pasar Ekspor.
2. Pengembangan produk yang dilakukan melalui strategi diversifikasi pada CV. Rajasa Mas Jaya telah dilakukan dengan sebaik mungkin oleh pemilik usaha dan dijalankan sesuai dengan langkah-langkah sebagaimana yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2008), bahwa setidaknya dalam melakukan pengembangan produk ada 8 langkah yang harus dilakukan yaitu : adanya ide / gagasan, penyaringan gagasan, pengembangan dan pengujian konsep, pengembangan strategi pemasaran, melakukan analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar dan tahap komersialisasi. Jenis diversifikasi yang dilakukan oleh CV. Rajasa Mas Jaya adalah diversifikasi konglomerat dan konsentris.
3. Pelaksanaan strategi diversifikasi pada CV. Rajasa Mas Jaya membawa dampak bagi kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini kinerja perusahaan diukur dengan menggunakan teori *Quadrangle Bottom Line* (QBL). Berdasarkan temuan penelitian dilapangan, keberlanjutan usaha (*sustainability performance*) pada CV. Rajasa Mas Jaya dapat dilihat dari beberapa kegiatan berikut ini :

- a. Dampak ekonomi (*Economic Performance*), antara lain : Peningkatan Ekonomi Keluarga, peningkatan jenis produk, peningkatan penjualan produk, Mengikuti pameran internasional dan mendapatkan penghargaan dari Internasional dan peningkatan nilai ekspor produk.
- b. Dampak sosial (*Social Performaance*), kehadiran CV Rajasa Mas Jaya memberikan dampak positif antara lain : Memberdayakan para pengrajin lokal, memberikan pelatihan, pembinaan usaha dan Memberikan kontribusi terhadap lingkungan masyarakat. Diantara kegiatan tersebut ada beberapa kegiatan yang belum dilakukan oleh CV. Rajasa Mas Jaya, seperti : Belum tersedianya jaminan sosial dan kesehatan yang terorganisir oleh perusahaan, Belum adanya prosedur kerja (SOP) yang terorganisir dengan baik.
- c. Dampak Lingkungan (*Environmental Performance*) antara lain : pengelolaan limbah, pemanfaatan sisa-sisa kain batik dan produk ramah lingkungan.
- d. Dampak Spiritual (*Spiritual Performance*), antara lain : adanya kenyamanan bekerja, memiliki etos kerja yang baik dan mempunyai kegiatan keagamaan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka sebagai bagian akhir dari tulisan ini, penulis memberikan beberapa saran diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Untuk CV. Rajasa Mas Jaya
 - a. Diharapkan pemilik CV. Rajasa Mas Jaya terus melakukan pengembangan produknya ke produk-produk yang baru lagi agar terus dapat meningkatkan *profitabilitas* perusahaan dengan tetap menjaga keseimbangan antara faktor-faktor ekonomi, sosial, lingkungan serta spiritual yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usahanya.

- b. Diharapkan CV. Rajasa Mas Jaya terus menjaga kualitas produknya sehingga produk yang dihasilkan tetap mampu bersaing di pasaran.
 - c. Diharapkan pemilik CV. Rajasa Mas Jaya membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) secara tertulis yang dapat digunakan sebagai acuan bagi karyawannya dalam melakukan proses produksi, sehingga menghasilkan produk yang benar-benar memenuhi standar.
 - d. Diharapkan pemilik usaha untuk lebih memperhatikan hak-hak karyawannya seperti mendapatkan jaminan sosial dan jaminan kesehatan. Sehingga karyawan tidak memiliki ke-khawatiran terhadap resiko yang mungkin terjadi selama bekerja .
2. Untuk Penelitian Selanjutnya
- a. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti perusahaan yang sudah besar dan telah berhasil melakukan strategi diversifikasi, serta dapat mengevaluasi penerapan strategi tersebut dan bagaimana dampaknya terhadap keadaan sosial, ekonomi, lingkungan dan spiritualnya.
 - b. Dapat lebih mendalami dan mengkaji terhadap aspek-aspek yang terdapat dalam konsep *Quardrangle Bottom Line* (QBL), sehingga dapat diketahui dampaknya secara lebih besar.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana Dr. H. S.E., Ak., M.M. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Agung Wiranto, *Konsep Pembangunan Berkelanjutan dalam Alquran*, diakses dari halaman <https://bincangsyariah.com/kalam/konsep-sustainable-development-dalam-alquran/>
- Aisjah, Siti Dr. S.E., MS. 2012. *Strategi Diversifikasi Korporat : Penciptaan Nilai Perusahaan*. Malang : UB Press.
- Aksen, Pikiran Rakyat Minggu (Manis) 16 April 2017 19 Rajab 1438 H Rajab 1950 diakses dari halaman http://staging.bekraf.go.id/downloadable/pdf_file/170442-pikiran-rakyat-paviliun-indonesia-memikat-pengunjung.pdf pada tanggal 30 September pukul 19.45 WIB.
- Anatan, Lina S.E., M.Si dan Lena Ellitan, S.E., M.Si., Ph.D. 2009. *Strategi Bersaing Konsep, Riset dan Instrumen*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi Prof. Dr. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi Prof. Dr. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Badroen, Faisal Dr. MBA, dkk. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Bekraf, Sistem Ekonomi Kreatif Nasional Panduan Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif 2016.
- Buku Panduan Identitas Visual, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia 2016.
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Company Profile Rajamas and Raja Serayu 2019.
- Danim, Sudarwan Prof. Dr. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- David, Fred R. 2012. *Strategic Management : Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta : Salemba Empat.

- Eddy Cahyono Sugiarto, *Ekonomi Kreatif Masa Depan Indonesia* diakses dari halaman <http://setkab.go.id/ekonomi-kreatif-masa-depan-indonesia/>
- Edon Ramdani, “*Analisis Strategi Diversifikasi Bisnis (Studi Kasus Pt Sun Star Motor Group)*”, *Jurnal Akuntansi Barelang*, Vol 2 No 2 (2018).
- Eko Ganis Sukoharsono, *Metamorfosis Akuntansi Sosial dan Lingkungan : Mengkonstruksi Akuntansi Sustainability Berdimensi Spiritualitas. In Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Akuntansi Sosial dan Lingkungan pada 13 Desember 2010. Malang.*
- Endang Sulistyia Rini, “*Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan*”, *Jurnal Ekonom*, Vol 16, No 1, Januari 2013.
- Gunawan, Imam S.Pd., M.Pd. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hadih Fitriyah, “*Corporate Social Responsibility : Aktualisasi Dan Implementasi Ajaran Tauhid Dalam Menghadapi Era Sustainable Development Goals (SDGS)*”, *Journal Of Accounting Science* Vol. 2 No. 1 EISSN 2548-3501.
- Hardjono dan Ria Ary Utari, “*Pengaruh Strategi Diversifikasi dan Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kedai Pissbroo di Kabupaten Situbondo*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH (JEBG)*, Vol. 15 No. 1 (2017) : JEBG Mei 2017.
- Hartono, Jogyanto Prof. Dr. M.B.A., Ak. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman Edisi 6*. Yogyakarta : BPFE.
- Ika Yunia Fauzia, “*Urgensi Implementasi Green Economy Perspektif Pendekatan Dharuriyah Dalam Maqashid Al-Shariah*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni 2016.
- Katalog Raja Serayu 2017, *Preserving Culture Through Batik & Bamboo Mowen*.
- Kemendag Dorong Pangsa Ekspor Mebel ke Jerman, diakses dari halaman http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/AcceptedRsses/view/54e15c13-7930-49bd-b446-5a5cc0a83502 pada tanggal 30 September pukul 19.30 WIB.

- Kodrat, David Sukardi. 2009. *Manajemen Strategi : Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi A*, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran : Jilid 2, Terj. Bob Sabran, M.M.* Jakarta : Erlangga.
- Kukuh Harianto, “*Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Volume Penjualan Batik Tulis Aulya Kediri*”, JMK, Vol. 1, No. 3 Edisi September 2016.
- Kuncoro, Mudrajad Ph.D. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif ?*. Jakarta : Erlangga.
- Lako, Andreas. 2014. *Green Economy : Menghijauan Ekonomi, Bisnis & Akuntansi*. Jakarta : Erlangga.
- Lilie Dharmawan, Kegigihan Jadi Jalan untuk Mendunia diakses dari halaman <https://mediaindonesia.com/read/detail/195159-kegigihan-jadi-jalan-untuk-mendunia.html>
- Lucius Hermawan, “*Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk?*”, Jurnal Studi Manajemen, Vol. 9, No. 2, Oktober 2015.
- Mar’atun Shalihah, “*Pengembangan Sistem Bisnis Berbasis Syariah Untuk Mendukung Strategi Pengembangan Yang Sustainable*”, Tahkim Vol. X No. 2, Desember 2014.
- Marzuki, Drs. M.M. 2005. *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*. Yogyakarta : Ekonisa.
- Media Aparatur Informatif dan Terkini, VOL 16/MAP 12/ 2017.
- Mirawati, *Mewujudkan Organisasi Spiritual Melalui Sistem Pengendalian Manajemen Mutu Lingkungan ISO 14001 : 2015 Berbasis Spiritualisme (Studi Pada PT. Semen Tonasa)*, Skripsi (Makasar : Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar, Akuntansi).
- Mohamad Anang Firdaus, “*Maqashid Al-Syari’ah: Kajian Mashlahah Pendidikan Dalam Konteks UN Sustainable Development Goals*”, JRTIE: Journal of Research and Thought of Islamic Education Vol. 1, No. 1, 2018.

- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Haris Afandi dan Parjono, “*Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Dewi Rosalinda Sidoarjo*”.
- Muhammad Suyudi, *Konsep Quadrangle Bottom Line (QBL) Dalam Praktik Sustainability Reporting Dimensi “Spiritual Performance”*, Jurnal Akuntansi Multiparadigma, Volume 3, Nomor 1, April 2012.
- Nasution, S. Prof. Dr. M.A. 1988. *Metodologi Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung : Tarsito.
- Nijman, H. J. Drs. dan Drs. E. Van Der Wolk. 1983. *Strategi Pemasaran Modern*, Jakarta : Erlangga.
- Nilasari, Senja. 2014. *Manajemen Strategi itu Gampang : Untuk Pemula & Orang Awam*. Jakarta : Dunia Cerdas.
- Nur Muchamad Kurniawan dan Sri Mulyati, “*Akuntansi Sosial Spiritual Antara “Innaa Lillaahi Wa Innaa Ilaihi Raaji’uun” Dan “Lakum Diinukum Wa Liya Diin” (Sebuah Studi Komparasi Antara Pertanggungjawaban Universal Dan Parsial)*”, Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam, Volume 6(1) April 2018.
- Puji Cahyo Astik, “*Pengembangan Produk Melalui Diversifikasi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Pabrik Roti Sari Asri Hadimulyo TimurMetro Pusat)*”. Skripsi, (Metro : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2017).
- Purnomo, Rochmat Aldy S.E., M.Si. 2006. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta : Ziyad Visi Media.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia. 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Radyati, Maria R. Nindita Ph.D. 2014. *Sustainable Business dan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jakarta : CECT Trisakti University Indonesia.
- Rahayuningsih, “*Strategi Diversifikasi Bisnis*”, Analisa : Vol. 3 No. 1, April 2015.
- Ramlah, dkk, “*Sustainability Performance Pada Bank BNI Syariah di Makassar*”, Universitas Hasanuddin.

- Rizqi Napisah, “*Kontribusi Diversifikasi Produk Terhadap Keberhasilan Industri Batik Di Kota Pekalongan*”, Skripsi, (Semarang : Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang, 2016).
- Rustam, Effendy. 2001. *Marketing Manajemen*, (Malang : Institut Ekonomi dan Manajemen.
- Sampurno. 2013. *Manajemen Stratejik : Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Shinta Heru Satoto, “*Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan*”, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 13, No.2 Mei 2009.
- Siaran Pers Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta, 28 Februari 2018 diakses dari halaman <https://www.kemendag.go.id/files/pdf/2018/02/28/usung-peralatan-dapur-khas-palembang-desainer-muda-indonesia-unjuk-gigi-di-ambiente-talents-2018-id0-1519782909.pdf> pada tanggal 30 September pukul 19.35 WIB.
- Sihite, Mombang dan Ernie Tisnawati Sule. 2017. *Sustainable Business Performance Strategi*. Jakarta : BEE Management Consulting.
- Soemanto, Bakdi dkk. 2007. *Sustainable Corporation : Implikasi Hubungan Harmonis Perusahaan dan Masyarakat*. PT Semen Gresik (Persero) Tbk.
- Soemarwoto, Otto. 1990. *Analisis Dampak Lingkungan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sofi Mubarak dan Muhammad Afrizal, “*Islam dan Sustainable Development : Studi Kasus Menjaga Lingkungan dan Ekonomi Berkeadilan*”, *Dauliyah*, Vol. 3, No. 1, January 2018.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2011. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulistyo Esti Kurniasari, “*Pengaruh Diversifikasi Usaha Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh kepemilikan Manajerial*”, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.
- Supriyadi, “*Konsep dan Model Pengukuran Corporate Sustainability : Sebuah Kajian Literatur*”, *STAR - Study & Accounting Reseach*, Vol X, No. 3 – 2013.

- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta : Salemba Empat.
- Susanto, AB. 2014. *Manajemen Strategik Komprehensif : Untuk Mahasiswa dan Praktisi*. Jakarta : Erlangga.
- Suyanto, M. 2008. *Muhammad Business Strategy & Etrics : Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy Ph.D. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta : Andi.
- Umar, Husein Dr. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik : Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Strategik Untuk Skripsi, Tesis dan Praktik Bisnis*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Usman, Abdul Halim Dr. Ir. H. M.M. 2015. *Manajemen Strategis Syariah : Teori, Konsep & Aplikasi*. Jakarta : Zikrul Hakim.
- Warta Ekspor, *Desain Kemasan Produk Makanan Olahan*, Edisi Februari 2017, Ditjend PEN/MJL/10/II/2017.
- Wayan Tantra dan Ida Ayu Ratna Wesnawati, “*Strategi Diversifikasi Dan Nilai Perusahaan*”, Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian-Denpasar, 30 September 2017.
- Zainal, Veithzal Rivai Prof. Dr. S.E., M.M., M.B.A. 2012. *Islamic Marketing : Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Zainal, Veithzal Rivai Prof. Dr. S.E., M.M., M.B.A., CRGP., CRMP., dkk. 2017. *Islamic Marketing Management : Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*. Jakarta : Bumi Aksara.