



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024 Page 4667-4681

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Pada Usaha "Solusi" Cash Credit Electronic & Furniture Di Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara

Cyntia Veronika Br Siagian^{1✉}, Natalia E.T. Sihombing², Kepler Sinaga³

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas HKBP Nommensen

Email: 1cynitiasiagian@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif verifikasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Pemilik "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture menjual produk elektronik dan *furniture* rumah tangga sebagai produk utamanya, dan "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture lebih berfokus pada penjualan produk secara kredit, Produk-produk yang ditawarkan oleh pemilik "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture memiliki harga yang terjangkau, hal ini sudah dibuktikan oleh peneliti saat meneliti pelanggan "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture. Strategi pemberian harga yang terjangkau juga memberikan dampak yang signifikan pada penjualan, karena dinilai sebagai daya tarik "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture dan juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, Berdasarkan hasil wawancara, pemilik menyatakan harga yang mereka tetapkan sudah bisa bersaing di lokasi Batu Bara, karena sering kali pemilik dan tim *marketing* mengadakan riset tentang harga yang ditetapkan usaha sejenis, Lokasi Solusi Cash Credit Electronic & Furniture berada ditempat yang strategis, karena terletak di pinggir jalan lintas yang selalu ramai dilewati orang, dan berada di tempat yang kebanyakan perempuan bekerja sebagai ibu rumah tangga. Pemilik juga mendesain tempatnya dengan warna cerah dan mencolok sehingga orang akan lebih tertarik untuk masuk ke dalam *showroom*, Pemilik melakukan strategi diversifikasi produk sebagai strategi pertumbuhan usahanya. Pemilik meningkatkan penjualan melalui penganekaragaman produk yang dijual, dari segi jenis produk dan merek produk yang dijual, serta Banyak pelanggan yang suka mengkredit barang secara berulang, karena pelayanan karyawan atau tenaga lapangan yang baik dan ramah, serta penawaran harga yang dinilai sudah sangat terjangkau oleh pelanggan.

Kata kunci: *strategi pertumbuhan bisnis, usaha SOLUSI*

Abstract

The research method used in this research is a qualitative verification method. The data analysis used in this research is data analysis using the Miles and Huberman model. The results of the research explain that the owner of "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture sells electronic products and household furniture as its main products, and "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture focuses more on selling products on credit, the products offered by the owner of "SOLUSI " Cash Credit Electronic & Furniture has affordable prices, this has been proven by researchers when researching Cash Credit Electronic & Furniture "SOLUTION" customers. The strategy of providing affordable prices also has a significant impact on sales, because it is considered to be the attraction of the Cash Credit Electronic & Furniture "SOLUTION" and can also increase customer loyalty. Based on the results of the interview, the owner stated that the prices they set are competitive in the Batu Bara location , because the owner and marketing team often conduct research on the prices set by similar businesses, the location of Cash Credit Electronic & Furniture Solutions is in a strategic place, because it is located on the side of the main road which is always busy with people passing by, and is in a place where most women work as Housewife. The owner also designed the place with bright and striking colors so that people would be more interested in entering the showroom. The owner implemented a product diversification strategy as a growth strategy for his business. The owner increases sales through diversifying the products sold, in terms of the types of products and brands of products sold, and many customers like to credit goods repeatedly, because the service from employees or field staff is good and friendly, as well as offering prices that are considered very affordable by customers..

Keyword: *business growth strategy, SOLUSI business industry*

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, bisnis perkreditan barang elektronik dan *furniture* rumah tangga merupakan salah satu bisnis yang paling berkembang pesat di tengah masyarakat. Era digital telah menciptakan permintaan yang tinggi di kalangan konsumen untuk memiliki barang elektronik dan *furniture* terbaru. Namun seiring dengan harga barang-barang elektronik dan *furniture* yang cenderung mengalami kenaikan tidak semua konsumen memiliki akses langsung terhadap sumber daya finansial yang memadai untuk membeli barang elektronik tersebut secara langsung dengan uang tunai. Untuk mengatasi masalah ini, bisnis perkreditan barang elektronik dan *furniture* hadir sebagai alternatif yang populer saat ini. Bisnis ini memungkinkan konsumen untuk mendapatkan barang elektronik dan *furniture* dengan metode pembayaran secara berkala, yang dapat lebih mudah dijangkau dibandingkan melalui metode pembayaran dan pembelian secara tunai. Dengan hadirnya bisnis kredit ini, semakin banyak konsumen yang mengandalkan pembiayaan kredit untuk memenuhi kebutuhan mereka terkait barang-barang tersebut. Bisnis perkreditan barang

elektronik dan *furniture* juga termasuk sektor bisnis yang telah tumbuh pesat beberapa dekade terakhir, pertumbuhan pesat dalam sektor perkreditan ini sejalan dengan berbagai faktor, termasuk perkembangan teknologi, perubahan gaya hidup, dan perilaku konsumen.

Usaha perkreditan ini didirikan dengan memperhitungkan pasar yang sangat luas, mengingat 'mengkredit' sudah menjadi kebiasaan warga Kecamatan Sei Suka dan sekitarnya, dibanding membeli secara tunai. Barang yang ditawarkan oleh "SOLUSI" ini sangat beragam, dari mulai barang elektronik sampai furnitur rumah tangga, sehingga tidak memerlukan desain tempat yang rumit, cukup menggunakan bangunan yang luas, lebar dan terbuka. Selain itu, lokasi usaha yang dipilih juga berada di pinggir jalan lintas, sehingga sangat strategis untuk menarik pelanggan dari berbagai daerah dan kalangan. Untuk memasarkan produk yang mereka jual, "SOLUSI" menggunakan strategi promosi *personal selling* dengan menawarkan produk yang mereka jual kepada masyarakat yang tinggal di lingkungan sekitar.

Untuk meningkatkan pendapatan dan tetap bertahan di pasar, usaha "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture menggunakan dua strategi pertumbuhan yaitu dengan meningkatkan volume penjualan dan diversifikasi produk yang dijual kepada konsumen. Salah satu cara yang dilakukan "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture untuk meningkatkan volume penjualannya adalah dengan memperluas jangkauan promosi melalui *personal selling secara door to door*, menyebarkan brosur dan pemasangan baliho untuk menarik minat pembeli saat melintasi tempat usahanya. Cara selanjutnya adalah diversifikasi produk, produk yang ditawarkan oleh "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture terbagi menjadi dua jenis yaitu produk elektronik dan produk *furniture* rumah tangga. Strategi diversifikasi produk elektronik dilakukan dengan menawarkan berbagai jenis produk elektronik seperti mesin cuci, *magic com digital*, *freezer*, *smart television*, *mixer*, genset, kompor gas, *showcase*, *air conditioner*, dan barang elektronik tersebut terdiri dari berbagai merek seperti LG, Sharp, RSA, Fujiwa, Yongma, dan Wisdom.

Dengan adanya strategi diversifikasi produk ini, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasarnya, menarik pelanggan yang lebih beragam dan diharapkan dengan strategi diversifikasi ini "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture dimungkinkan mampu menghadapi persaingan lebih baik dengan menawarkan berbagai pilihan kepada pembeli ataupun pelanggan.

Literature Review

Pengertian Strategi

Clausewitz dalam Apriani dkk., (2023) berpendapat bahwa strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan.

Manajemen Strategi

Certo dalam Sudriamunawar dkk., (2020) mengemukakan bahwa manajemen strategi sebagai "analisis, keputusan, dan aksi yang dilakukan perusahaan/organisasi untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif." Definisi ini menggambarkan dua elemen utama dalam manajemen strategi. Elemen pertama, manajemen strategi berkaitan dengan proses yang sedang berjalan (*on-going processes*) yaitu, analisis, keputusan, dan tindakan. Elemen kedua, manajemen strategi merupakan studi tentang mengapa sebuah perusahaan mampu mengalahkan perusahaan lainnya.

Tingkatan Strategi Bisnis

Manajemen strategi melibatkan beberapa tingkat strategi yang diterapkan dalam organisasi untuk mencapai tujuan bisnisnya. Robbins dan Coulter dalam Sutanto dan Martomo (2023) mengungkapkan terdapat tiga tingkatan strategi dalam organisasi, yaitu :

1. Strategi di Tingkat Korporasi (*Corporate Level Strategy*)
2. Strategi di Tingkat Kompetitif / Unit Bisnis (*Business Unit Level Strategy*)
3. Strategi di Tingkat Fungsional (*Functional Level Strategy*)

Strategi Pemasaran

Philip Kotler dalam Hariyanti dan Wirapraja (2018) mendefinisikan pemasaran sebagai, "proses di mana perusahaan melibatkan pelanggan, membangun hubungan baik dengan pelanggan, dan menciptakan nilai untuk pelanggan, sehingga mendapatkan nilai / umpan balik yang baik dari pelanggan dalam rangka meningkatkan profit dan ekuitas pelanggan".

Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*)

Banyak ragam strategi pertumbuhan yang dapat dipilih oleh perusahaan, yaitu : (Ruslan, dkk 2021):

1. Konsentrasi

Strategi ini memfokuskan kegiatan bisnis pada satu lini bisnis utamanya.

2. Pengembangan Produk Baru

Strategi ini dilakukan dengan mengembangkan produk baru yang sudah memiliki tempat atau pasar yang baru,

3. Pengembangan Produk

Strategi ini mengembangkan produk, memperbaiki produk lama atau memperbanyak kegunaan produk lama dengan unsur baru.

4. Integrasi Horizontal

Strategi yang mengintegrasikan produksi dari barang atau jasa yang masih ada dalam satu tahap produksi.

5. Integrasi Vertikal

Strategi penguasaan unit usaha produksi dari mulai penyediaan bahan baku hingga ke distribusi barang atau jasa ke konsumen.

6. Diversifikasi Konsentrik

Strategi penambahan produk baru yang masih berkaitan dengan produk lama.

7. Diversifikasi Konglomerasi

Strategi penambahan produk atau layanan baru dan dipasarkan pada pasar baru yang tidak terkait dengan produk lama.

Strategi Diversifikasi "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture

Diversifikasi produk adalah strategi pertumbuhan yang diterapkan "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture. Dengan memperluas jangkauan produk mereka, pemilik usaha dapat menawarkan beragam opsi barang elektronik dan *furniture* kepada pembeli mereka. Tidak hanya meningkatkan kepuasan pembeli dengan memberikan lebih banyak pilihan, tetapi juga membantu mencapai segmen pasar yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif verifikasi Sugiyono (2014 : 38) mendefinisikan metode penelitian kualitatif adalah "metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), Analisis data merupakan proses pemeriksaan dan proses pengolahan data untuk menjadi informasi bermanfaat, menarik kesimpulan dan dapat membantu dalam menyelesaikan masalah. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data menggunakan model Miles dan Huberman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Strategi Pertumbuhan

Pemilik "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture melakukan strategi pertumbuhan dengan menjual berbagai jenis produk elektronik dan *furniture* rumah tangga dengan beragam merek dari berbagai jenis produk tersebut. Strategi produk merupakan strategi yang penting untuk dikembangkan karena produk yang ditawarkan pada "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture inilah yang dapat dipilih dan dibeli serta dimanfaatkan pembeli. Dalam produknya, pemilik ingin mengembangkan jenis produk yang dijualnya, dengan tujuan menghadirkan produk yang lebih beragam, terjangkau semua kalangan terkhusus kalangan menengah ke bawah dan lebih sesuai dengan kebutuhan serta preferensi pembelinya. Dengan dilakukannya pengembangan jenis produk maka daya saing akan meningkat, pangsa pasar usahanya akan lebih luas, dan menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih kuat.

Strategi pertumbuhan pada "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture dilaksanakan dengan menerapkan strategi diversifikasi produk dengan mengimplementasikannya sebagai berikut :

1. Implementasi Strategi Produk Elektronik (Produk)

Implementasi strategi diversifikasi produk elektronik pada "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture dapat dilihat dari perkembangan produk yang dijual, seperti pada tabel berikut :

Tabel 1

Data Produk Elektronik "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture

MEREK	NAMA PRODUK	BULAN DAN TAHUN DITAWARKAN
LG	LED 32"	Januari, 2013
	LED 32" SMART TV	Januari, 2015
	LED 43" DIGITAL	Januari, 2015
	LED 43" SMART TV	Januari, 2015
	LED 50" SMART TV	Januari, 2015
	L/ES GNY 201/202 CL 1PT	Maret, 2013
	L/ES LG 2PT 195	Maret, 2013
	LED LG 55" SMART	Januari, 2015
	MESIN CUCI 2 TB 9050 R	Januari, 2020
	MESIN CUCI 2 TB 1200	Januari, 2021
	MESIN CUCI 2 TB 1400	Januari, 2021
	FREEZER 304 SL	Januari, 2021
	AC LG 1PK	Maret, 2015
	AC LG 1/2 PK INVERTER	Januari, 2017

	AC LG 1/2 PK	Maret, 2015
SHARP	LED 32"	Januari, 2013
	LED 32" ANDROID	Maret, 2015
	LED 42" DIGITAL	Maret, 2015
	LED 42" SMART TV	Maret, 2015
	LED 50" SMART TV	Maret, 2015
	L/ES SJM 182	Januari, 2013
	L/ES SJX 192	Januari, 2013
	L/ES SJF 197 2PT	Januari, 2013
	L/ES SHARP 2PT 237	Januari, 2013
	SHOWCASE SCPH 170	Januari, 2016
	SHOWCASE SCPH 200	Januari, 2016
	SHOWCASE SCPH 300	Januari, 2016
	MESIN CUCI 2 TB EST 7,5 NT	Januari, 2015
	MESIN CUCI 2 TB EST 80 MW	Januari, 2015
	MESIN CUCI 2 TB EST 9.5 /9.6 CL	Januari, 2015
	MESIN CUCI 2 TB 90 mw	Januari, 2015
	AC 05 SCY 1/2PK	Januari, 2015
	AC 9 UCY 1 PK	Januari, 2015
	RSA	S/CASE 240
S/CASE 310		Januari, 2017
C/ FREZER XS 320		Juni, 2017
C/FREEZER 200		Juni, 2017
C/FREEZER 600		Juni, 2017
C/ FREZER 460		Juni, 2017
ALL	LED FUJIWA 32"	Januari, 2014
	LED FUJIWA 40"	Januari, 2014
	LED FUJIWA 43" ANDROID	Januari, 2015
	LED AQUA 32" ANDROID	Januari, 2021
	LED CHANGHONG 50" ANDROID	Juni, 2013
	LED 32" COOCAA DIGITAL	Juni, 2013
	LED COOCAA 40"	Juni, 2013
	MIXER WISDOM 6"	Juni, 2017
	MIXER WISDOM 8"	Juni, 2017
	GENSET TIGER 2880	Juni, 2013
	K GAS RINAI 712 A	Januari, 2015
	MAGICOM YONGMA DIGITAL	Januari, 2018
	K GAS SOLID + SELANG	Januari, 2015

Sumber : "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture (2023)

2. Implementasi Strategi Diversifikasi Produk Furniture

Implementasi strategi diversifikasi produk *furniture* pada "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture dapat dilihat dari perkembangan produk yang dijual, seperti pada tabel berikut:

Tabel 2

Data Produk Furniture "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture

JENIS	NAMA PRODUK	BULAN DAN TAHUN DITAWARKAN
S/B	S/B DENTONES WARIOR	Januari, 2015
	S/B DENTONES SAMURAI	Januari, 2015
	S/B DENTONES SAINT	Juni, 2015
	S/B DENTONES GOLD	Juni, 2015
	S/B DENTONES KNIGHT	Januari, 2015
	S/B DENTONES SOLUTION	Januari, 2015
	S/B DENTONES DIAMOND	Juni, 2015
	S/B KINGSTONE SILVER	Januari, 2015
	S/B KINGSTONE PILLOW TOP	Januari, 2015
	S/B KINGSTONE GOLD CALYA	Juni, 2015
	S/B KINGSTONE PLATINUM	Juni, 2015
	S/B WISDOM NEO SATURNUS	Maret, 2013
	S/B WISDOM NEO BUCHERI	Maret, 2013
	S/B SINOMAX LEXUS	Januari, 2015
	S/B SINOMAX GOLDEN	Januari, 2015
	S/B SINOMAX IOZ	Januari, 2015
S/B SINOMAX ULTIMATE	Januari, 2015	
MATRAS	MATRAS DENTONES WARIOR	Januari, 2015
	MATRAS DENTONES SAMURAI	Januari, 2015
	MATRAS DENTONES SAINT	Januari, 2015
	MATRAS SINOMAX LEXUS	Januari, 2015
	MATRAS SOLUTIONS	Januari, 2013
	MATRAS KINGSTONE PLATINUM	Januari, 2015
	MATRAS PILLOW TOP	Januari, 2013
	MATRAS SINOMAX ULTIMATE	Januari, 2015
	MATRAS SINOMAZX GOLDEN	Januari, 2015
	MATRAS SINOMAX DR IOZ	Januari, 2015
	MATRAS DENTONES DIAMOND	Januari, 2015
B/D	B/D DENTONES TEENS MOCA	Januari, 2015
	B/D DENTONES JUNIOR KARAKTER	Januari, 2015

	B/D HARMONY SINAR	Januari, 2013
	B/D SINOMAX	Januari, 2013
	B/D HARLEY	Januari, 2013
	B/D HARLEY	Januari, 2013
L/P	L/P 3PT CASERINI	Maret, 2013
	L/P 3PT KARAKTER	Maret, 2013
	L/P 3PT LACI 2	Januari, 2013
	L/P 4PT LACI 3	Maret, 2013
	L/P 2PT PLASTIK KARAKTER	Januari, 2013
	L/P 3PT ANAK KARAKTER	Maret, 2013
	L/P 4PT MARBEL	Januari, 2015
	L/P 3PT MEMBRAN	Januari, 2015
	L/P 2PT PLASTIK OLYMPIC	Januari, 2013
	L/P 3PT PLASTIK OLYMPIC	Januari, 2013
	L/P 3PT TONJOL	Januari, 2013
	L/P 3PT BET AI MAROON	Januari, 2013
	L/P 2PT BESI SLIDE	Januari, 2013
	L/P 3PT METAL	Januari, 2015
	L/P 3PT BESI SLIDE	Januari, 2013
	L/P 3PT MARBEL	Januari, 2015
	L/P 3PT ASTER	Januari, 2015
	L/P 3PT VELA	Januari, 2015
	L/P 4PT METAL	Januari, 2015
	LHS	LH CRYSTAL HERMES
LH CRYSTAL 2PT SIKU		Januari, 2016
LH CRYSTAL 3PT SIKU		Januari, 2016
LH CRYSTAL 4PT SIKU		Januari, 2016
RAK TV 1128 SINAR		Januari, 2013
RAK TV 1208 SINAR		Januari, 2013
LHS WU 77 SINAR		Januari, 2015
LHS ALUMINIUM SINAR		Januari, 2015
BUFFET TV ALUMINIUM SINAR		Januari, 2016
BUFFET TV IMPORT SINAR		Juni, 2017
LHS BLACKBERRY SINAR		Januari, 2014
MEJA MAKAN	MEJA RIAS	Maret, 2014
	MEJA RIAS IMPORT BESI	Juni, 2017
	MBB JUMBO	Januari, 2013
	LEMARI SAYUR BESI	Januari, 2013
	RAK SEPATU	Januari, 2013
	KITCHEN ST 3TT	Januari, 2015
	M/M ROTHERHAM 4P	Maret, 2014

	M/M ROTERHAM 6P JOK BUSA	Maret, 2014
	M/M ROTERHAM 6P JOK KAYU	Maret, 2014
	M/M KYLA 4P JOK KAYU	Januari, 2013
	M/M KYLA 4P JOK BUSA	Januari, 2013
	M/M KYLA 6P JOK BUSA	Januari, 2013
	M/M KYLA 6P JOK KAYU	Januari, 2013
	M/M KACA IMPORT 4P	Juni, 2017
	M/M KACA IMPORT 6P	Juni, 2017

Sumber : "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture (2023)

3. Hasil Implementasi Strategi Diversifikasi Produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan direktur operasional, laporan data barang yang terjual di "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture selama setahun akan dikirim langsung kepada para *stakeholders* di akhir tahun. Berikut hasil implementasi strategi diversifikasi produk yang diterapkan "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture pada tahun 2023:

Tabel 3

Laporan data barang yang terjual 1 Januari – 30 November 2023

MERЕК	NAMA PRODUK	JUMLAH
LG	LED 32"	40 UNIT
	LED 32" SMART TV	30 UNIT
	LED 43" DIGITAL	20 UNIT
	LED 43" SMART TV	15 UNIT
	LED 50" SMART TV	5 UNIT
	L/ES GNY 201/202 CL 1PT	30 UNIT
	L/ES LG 2PT 195	10 UNIT
	LED LG 55" SMART	5 UNIT
	MESIN CUCI 2 TB 905 R	120 UNIT
	MESIN CUCI 2 TB 1200	120 UNIT
	MESIN CUCI 2 TB 1400	120 UNIT
	FREEZER 304 SL	15 UNIT
	AC LG 1PK	60 UNIT
	AC LG 1/2 PK INVERTER	40 UNIT
AC LG 1/2 PK	50 UNIT	
SHARP	LED 32"	30 UNIT
	LED 32" ANDROID	30 UNIT
	LED 42" DIGITAL	40 UNIT

	LED 42" SMART TV	22 UNIT
	LED 50" SMART TV	5 UNIT
	L/ES SJM 182	100 UNIT
	L/ES SJX 192	50 UNIT
	L/ES SJF 197 2PT	50 UNIT
	L/ES SHARP 2PT 237	50 UNIT
	SHOWCASE SCPH 170	50 UNIT
	SHOWCASE SCPH 200	50 UNIT
	SHOWCASE SCPH 300	30 UNIT
	MESIN CUCI 2 TB EST 7,5 NT	150 UNIT
	MESIN CUCI 2 TB EST 80 MW	100 UNIT
	MESIN CUCI 2 TB EST 9.5 /9.6 CL	33 UNIT
	MESIN CUCI 2 TB 90 mw	60 UNIT
	AC 05 SCY 1/2PK	60 UNIT
	AC 9 UCY 1 PK	30 UNIT
ALL (Merek Lain)	LED FUJIWA 32"	40 UNIT
	LED FUJIWA 40"	40 UNIT
	LED FUJIWA 43" ANDROID	40 UNIT
	LED AQUA 32" ANDROID	40 UNIT
	LED CHANGHONG 50" ANDROID	40 UNIT
	LED 32" COOCAA DIGITAL	40 UNIT
	LED COOCAA 40"	40 UNIT
	MIXER WISDOM 6"	40 UNIT
	MIXER WISDOM 8"	40 UNIT
	GENSET TIGER 2880	40 UNIT
	K GAS RINAI 712 A	50 UNIT
	MAGICOM YONGMA DIGITAL	100 UNIT
	K GAS SOLID + SELANG	50 UNIT

Sumber : Solusi Cash Credit Electronic & Furniture (2023)

Evaluasi Kinerja Strategi Pertumbuhan

a. Kinerja

Berdasarkan hasil wawancara, frekuensi kunjungan dan pembelian barang secara kredit di "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture juga mengalami variasi antara peningkatan dan penurunan. Penurunan jumlah pembeli terjadi karena Covid-19 dan pasca Covid-19, sementara peningkatan jumlah pembeli terdapat pada tahun 2018 dan pertengahan 2020. Sebelum Covid, "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture sering mengalami kenaikan

penjualan walaupun tidak signifikan, kenaikan tersebut berkisar 20-50 persen dari penjualan tahun-tahun sebelumnya. Pembeli yang mengkredit barang di "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture mayoritas adalah ibu rumah tangga dan terkadang juga pekerja muda. "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture melakukan evaluasi kerja setiap bulan, di awal bulan setelah *closing* di akhir bulan yang lalu. Berdasarkan hasil wawancara, walaupun terkena penurunan penjualan saat Covid dan pasca Covid, persentase kredit lancar dikemukakan oleh pemilik sebesar 85-90 persen, dan 10 persennya adalah kredit macet.

b. Kendala

Kendala yang dialami "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture saat pandemi Covid-19 adalah penurunan jumlah penjualan dan konsumen, hal ini disebabkan melemahnya daya beli masyarakat. Melemahnya daya beli mengakibatkan adanya kredit macet, bahkan penurunan jumlah konsumen yang mengkredit barang, sehingga kinerja dari usaha menurun cukup signifikan

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan analisis yang sudah dilakukan peneliti mengenai strategi pertumbuhan bisnis yang digunakan oleh pemilik "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture pada usahanya, maka peneliti menyatakan kesimpulan berikut:

1. Pemilik "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture menjual produk elektronik dan *furniture* rumah tangga sebagai produk utamanya, dan "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture lebih berfokus pada penjualan produk secara kredit.
2. Produk-produk yang ditawarkan oleh pemilik "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture memiliki harga yang terjangkau, hal ini sudah dibuktikan oleh peneliti saat meneliti pelanggan "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture. Strategi pemberian harga yang terjangkau juga memberikan dampak yang signifikan pada penjualan, karena dinilai sebagai daya tarik "SOLUSI" Cash Credit Electronic & Furniture dan juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik menyatakan harga yang mereka tetapkan sudah bisa bersaing di lokasi Batu Bara, karena sering kali pemilik dan tim *marketing* mengadakan riset tentang harga yang ditetapkan usaha sejenis.
4. Lokasi Solusi Cash Credit Electronic & Furniture berada ditempat yang strategis, karena terletak di pinggir jalan lintas yang selalu ramai dilewati orang, dan berada di tempat yang kebanyakan perempuan bekerja sebagai ibu rumah tangga. Pemilik juga mendesain tempatnya dengan warna cerah dan mencolok sehingga orang akan lebih tertarik untuk masuk ke dalam *showroom*.

5. Pemilik melakukan strategi diversifikasi produk sebagai strategi pertumbuhan usahanya. Pemilik meningkatkan penjualan melalui penganekaragaman produk yang dijual, dari segi jenis produk dan merek produk yang dijual.
6. Banyak pelanggan yang suka mengkredit barang secara berulang, karena pelayanan karyawan atau tenaga lapangan yang baik dan ramah, serta penawaran harga yang dinilai sudah sangat terjangkau oleh pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, P. (2019). *Manajemen Strategi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Edisi 2, Sleman : Penerbit Expert.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Cetakan ke-13, Bandung : ALFABETA.
- Annisa, Fitra, dan Suyanto Suyanto. "Pengaruh Motif Penggunaan Media Line Today Terhadap Kepuasan Pengguna Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau." *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, vol. 4, no. 2, Oct. 2017, pp. 1-15.
- Apriani, L., dkk (20). "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Di Pondok Pesantren Madinatul Ulum Merangin." *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*." Vol.2 No.6 Mei 2023.
- Basrowi. (2020). *Manajemen Strategis*. Sleman : Penerbit Graha Ilmu
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN. *JURNAL EKSEKUTIF*, 15(1), 133-146.
- Herfita Devi, dkk (2017). "Analisis Strategi Bisnis Pada PT. Gancia Citra Rasa". *Jurnal EKSEKUTIF* Vol.14 No.2 Desember 2017
- Lande, A., Ferliandre, A., & Anggraini, M. (2021). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan: Gaya Kepemimpinan, Kepribadian Dan Strategi (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumber Daya Manusia)". *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(1), 13-22.
- Muiz, E., & Sunarta, S. (2020). Penerapan Strategi Diferensiasi Memiliki Pengaruh terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 26–39.
- Mustofa, Idam. (2021). "Manajemen Strategi Pemberdayaan Masyarakat (Evaluasi Program Pengabdian Kepada Masyarakat Tematik Pemberdayaan Umat Stai Darussalam Nganjuk)". *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 5 No. 1 (2021): Oktober 2021.
- Ridwanullah Muhammad, dkk (2021). "Pemetaan Tata Kelola Pengembangan Pariwisata

Mapping The Tourism Development Governance." *Jurnal GOVERNANSI* Vol.7
No.1 April 2021

- Risanti, Prima (2017). "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Industri Kecil Menengah (IKM) Bakso Tioti di Daerah Rawa Buntu, Serpong", *Jurnal STIE Ganesha (Manajemen dan Bisnis)*, Vol.1, No.2, November 2017
- Rijal, Muh, (2018). "Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UD.Humaerah Motor Kabupaten Bone", *Skripsi* Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Makassar
- Rusdan, dkk (2021). "Implementasi Strategi Pertumbuhan Pasca Gempa Bumi dalam Bisnis Penginapan di Kawasan Wisata Sembalun Pulau Lombok". *Jurnal Distribusi*, Vol.9, No. 1 Maret 2021
- Sarwoko, E. (2017). Strategi Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1).
- Sinaga, Ruth Indah Monika, (2022). "Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis (Satu Studi Pada Coffee Shop Parau Coffee Jl. Seruling Padang Bulan, Kota Medan)", *Skripsi* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas HKBP Nommensen
- Suci, R. P. (2009). "Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur)." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), pp. 46-58..
- Sudriamunawar, H, dkk (2020). "Strategi Pengembangan Wisata Rumah Adat Di Kabupaten Bandung". *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi – JIMIA*. Vol.14 No.1
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi)*. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. 2016. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D.", Cetakan ke-19, Bandung : IKAPI
- Sutanto, D. dan Martomo Y.P. (2023). "Implikasi Strategi Organisasi Dengan Kebijakan Dan Praktek Sumber Daya Manusia Pada Perusahaan Industri Dan Jasa". *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*. Vol.21 No.1 Januari 2023.
- Windiarti, W. dan Sofyan, M. (2018). "Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Bumi Dan Bangunan Kota Depok". *Jurnal Ilmiah Ekbank*. Qanita
- Ariza. (2020). "Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'gruz Caffe Di Kecamatan Bluto Sumenep".

Jurnal Ilmiah Manajemen.

<https://www.gamedia.com/literasi/kerangka-konseptual/>(diakses pada 17 Oktober 2023)

<https://serupa.id/teknik-analisis-data-penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif/>(diakses pada 20 Oktober 2023)

[https://accurate.id/marketing-manajemen/panduan-pengembangan-growth strategy/](https://accurate.id/marketing-manajemen/panduan-pengembangan-growth-strategy/)(diakses pada 20 Oktober 2023)

[https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-strategi-3-tingkatan-strategi bisnis/](https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-strategi-3-tingkatan-strategi-bisnis/) (diakses pada 20 Oktober 2023)