

Strategi Pengembangan Produk pada *Handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember

Sylvia Nailuvary¹, Hety Mustika Ani¹, Sukidin¹

¹Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember

Jalan Kalimantan 37, Jember 68121

E-mail: snailuvary2@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai strategi pengembangan produk pada *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan untuk mengakses data digunakan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumen. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, verifikasi atau kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *handicraft* Citra Mandiri merupakan usaha kerajinan tangan yang melakukan pengembangan produk. Strategi pengembangan produk bertujuan untuk meningkatkan stabilitas penjualan. Usaha *handicraft* Citra Mandiri melakukan pengembangan produk dengan dua cara yakni secara diversifikasi produk dan strategi produk baru. Diversifikasi produk merupakan suatu strategi bagi *handicraft* Citra Mandiri untuk menambah jenis produk yang diproduksi, jenis produk yang diproduksi *handicraft* Citra Mandiri yaitu tasbih, gelang, kalung, dan tongkat. Industri *handicraft* Citra Mandiri dalam melakukan diversifikasi produk juga meningkatkan produk yang baru yang memiliki hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada. Strategi produk baru yaitu *handicraft* Citra Mandiri membuat produk baru yang diluncurkan untuk mengantisipasi kejenuhan pelanggan akan produk yang sudah ada. *Handicraft* ini dalam membuat produk barunya tidak hanya berkaitan dengan produk yang dipasarkan tetapi berhubungan pula dengan hal-hal atau atribut lain yang melekat pada produk tersebut. *Handicraft* Citra Mandiri dalam membuat produknya berusaha memberikan kesan yang khas dimana produk yang dimiliki memiliki warna, motif, *labelling* yang berbeda.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Produk, Diversifikasi Produk, Strategi Produk Baru

PENDAHULUAN

Melambatnya pertumbuhan ekonomi nasional tentu menuntut upaya keras dan cerdas untuk mencari sumber-sumber pertumbuhan ekonomi lain yang dimiliki Indonesia. Sektor industrialisasi diyakini sebagai sektor yang dapat memajukan perekonomian. Adanya pandangan bahwa industrialisasi merupakan langkah awal pembangunan ekonomi negara berkembang menyebabkan Indonesia ikut mengembangkan industri, baik sektor industri besar maupun sektor industri kecil, baik dipertanian ataupun dipedesaan. Menurut Firdausy (2018:2) apalagi pada tahun 2019, pemerintah menargetkan pencapaian pertumbuhan ekonomi sebesar 7 persen. Bahkan diharapkan Indonesia dapat menjadi salah satu Negara dengan berpendapatan *high middle income country*. Menurut Praptiwi dan Senda (2010) UKM merupakan salah satu sektor yang hanya sedikit terkena dampak krisis global. Terbukti bahwa UKM dapat meningkatkan kekompetitifan pasar dan stabilitas sistem ekonomi di Indonesia. Keberhasilan suatu usaha baik usaha dalam skala kecil maupun besar dapat dilihat dari bagaimana perusahaan mampu menciptakan produk yang dihasilkan. Sehingga terlihat produk tersebut memiliki kualitas yang unggul atau tidak. Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari perusahaan mampu menciptakan produk yang dihasilkan.

Menciptakan produk perlu adanya strategi produk, agar produk yang dipasarkan atau dijual

sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa puas. Strategi produk yang tepat akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya. Menurut Gitosudarmo (2000:175) strategi produk adalah suatu strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkannya. Dunia bisnis semakin penuh persaingan maka perencanaan strategi produk menduduki posisi yang sangat menentukan terhadap keunggulan persaingan (*competitive advantage*) yang dimiliki oleh perusahaan. Pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi penjualan dan pengiriman produk ke konsumen. Menurut Tandjung (2003:77) pengembangan produk baru adalah satu cara agar konsumen tidak merasa bosan dan mau terus-menerus membeli produk yang ada. Sehingga produk yang dimiliki dapat menjadi keunggulan persaingan.

Handicraft Citra Mandiri dalam membuat produknya menggunakan inovasi sendiri tanpa melihat trend pasar, tapi untuk penggunaan tetap mengikuti trend dipasaran. Produk kerajinan yang dihasilkan bermacam-macam mulai dari gelang, tasbih, kalung, dan tongkat. Pemilik *handicraft* Citra Mandiri dalam mengelola usahanya dibantu dengan para pekerja lainnya, pekerja yang bekerja disana sebanyak 30 orang lebih. Produk yang dimiliki *handicraft* ini sudah sampai ditangan masyarakat lokal dan Internasional, diantaranya Malaysia, Taiwan, Korea, dan India. Selama ini, untuk proses penjualannya melalui online dan offline. Bahan baku yang dipakai berasal dari berbagai daerah yaitu Kalimantan, Situbondo, Banyuwangi, dan Papua. Terkait pemroduksiannya masih menggunakan teknologi semi moderen yakni dynamo, kemudian untuk proses selanjutnya masih manual. Harga yang ditawarkan berkisar dari Rp. 30.000 sampai Rp. 500.000 perkode, tergantung bahan yang dipakai, tingkat kesulitan, dan proses pembentukannya. *Handicraft* Citra Mandiri terkait menangani produksinya sering mengalami fluktuasi dalam perjalanan bisnisnya. Memang perkembangan yang pesat, jenis produksi yang sama dan tuntutan memenuhi kebutuhan yang semakin sulit membuat pengrajin harus berusaha mempertahankan eksistensinya yang nantinya produk yang dihasilkan memiliki nilai lebih, hingga akhirnya banyak yang berminat untuk membeli produk tersebut. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Produk pada *Handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

METODE

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan proses strategi pengembangan produk dengan melakukan diversifikasi produk dan strategi produk baru untuk meningkatkan produk penjualan. Subjek penelitian dan lokasi penelitian ditentukan dengan metode purposive adalah pemilik *handicraft* Citra Mandiri, tempat penelitian di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten

Jember. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif tentang strategi pengembangan produk pada *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam meningkatkan produk penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pengembangan produk pada *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengembangan produk

Pengembangan produk merupakan penciptaan produk baru atau dengan mengembangkan produk yang sudah ada. Proses pengembangan produk baru biasanya sangat penting bagi keberhasilan bisnis dalam jangka panjang. Hal ini yang dilakukan *handicraft* Citra Mandiri dalam menghadapi persaingan yang ketat, sehingga yang dilakukan oleh *handicraft* ini adalah tetap menjaga kualitas dari produk yang dimiliki. Pengembangan produk baru yang berhasil mengharuskan perusahaan untuk membangun organisasi yang efektif untuk mengelola proses pengembangan produk baru. *Handicraft* Citra mandiri dalam menghasilkan produknya juga menyesuaikan dengan dinamika pasar agar produk yang dimiliki dapat bersaing di pasaran serta yang utama dapat memenuhi keinginan pelanggan yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Adanya perubahan tersebut menuntut *handicraft* tersebut menciptakan produk-produk barunya. Hambatan-hambatan yang sering dialami *handicraft* ini yaitu masalah musim dan biaya, karena jika musim penghujan maka sulit mendapatkan hasil penjemuran yang diharapkan. Terkait biaya yang dihadapi sering mengalami pasang surut, sehingga biaya yang dimiliki kecil, otomatis dalam memproduksi barang juga sedikit, namun sebaliknya jika biaya yang dimiliki besar, maka produksi barangnya juga banyak. Bentuk pengembangan produk yang dilakukan *handicraft* Citra Mandiri yakni didasarkan pada penetrasi pasar dengan memasukkan modifikasi produk ke lini produk yang sudah ada. *Handicraft* ini untuk mempertahankan kualitas produknya dalam pengelolaan pengembangan produk mulai dari proses awal sampai akhir diantaranya penggalian gagasan, penyaringan gagasan, proses pengembangan dan pengujian konsep, analisis bisnis, dan komersialisasi.

2. Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk merupakan suatu strategi yang dilakukan untuk menambah jenis produk yang dimiliki. Keragaman produk dapat dilakukan dengan cara menambah dan membuat berbagai macam produk yang bervariasi sesuai dengan permintaan pelanggan. *Handicraft* Citra Mandiri memiliki keragaman produk yaitu: tasbih, gelang, tongkat, dan kalung. Awal berdirinya *handicraft* Citra Mandiri, produk yang dimiliki hanya tasbih, kemudian berjalannya waktu karena permintaan

pasar yang bervariasi sehingga menciptakan produk diantaranya gelang, kalung, dan tongkat. Mengikuti perkembangan pasar membuat *handicraft* Citra Mandiri berusaha untuk mengikuti dinamikanya. Adanya bermacam produk yang dimiliki untuk menunjang dalam persaingan pasar. Berbagai macam produk yang dimiliki tetap mempertahankan mutunya, agar produk tetap terjual dipasaran. Macam produk yang dimiliki ternyata mendapatkan keuntungan yang berbeda-beda. Produk tasbih lebih memiliki keuntungan yang kecil dibandingkan produk kalung, gelang, dan tongkat. Namun proses penjualannya lebih mudah.

Industri *handicraft* Citra Mandiri dalam melakukan diversifikasi produk juga melakukan produk yang baru yang memiliki hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada, misalkan jika pihak pasar atau pelanggan menginginkan produk yang memiliki motif atau warna yang berbeda-beda maka akan dibuatkan sesuai permintaan pelanggan. *Handicraft* ini dalam membuat produknya tidak hanya berasal dari kayu, yang seperti kayu kopi, kayu kukun, kayu cendana, kayu gaharu, kayu stigi, kayu asem, kayu gali, kayu kaliarus, buah pocok, kayu kemuning, kayu stepi. Namun juga dari tulang. Produk yang biasanya dipadukan antara kayu dan tulang adalah kalung. Untuk produk gelang, tasbih, dan tongkat hanya memakai bahan baku yang berasal dari kayu. Keunggulan *handicraft* Citra Mandiri adalah terletak pada kemampuannya menghasilkan berbagai macam produknya, hal ini terbukti dengan produk yang dihasilkan tidak hanya satu jenis saja melainkan terdapat banyak macam jenis produk yang dihasilkan.

3. Strategi Produk Baru

Produk yang baru sebenarnya tidak hanya berkaitan dengan produk yang dipasarkan tetapi berhubungan pula dengan hal-hal atau atribut yang melekat pada produk tersebut. *Handicraft* Citra Mandiri dalam memproses produk barunya, berawal melihat kondisi pasar. Kemudian mencoba membuat produk yang berbeda, berjalannya waktu dapat bersaing dengan *handicraft* yang lain sehingga tetap diminati di pasaran. Produk baru diluncurkan untuk mengantisipasi tingkat kejenuhan pelanggan akan produk yang sudah ada. *Handicraft* Citra Mandiri dalam membuat produknya berusaha memberikan kesan yang khas dimana produk yang dimiliki memiliki warna, motif, labeling yang berbeda, sehingga menyesuaikan dengan dinamika pasar. Agar produk yang dimiliki tetap bertahan dipasaran serta dapat meningkatkan stabilitas hasil penjualan.

Handicraft Citra Mandiri melakukan modifikasi di setiap produknya, produk yang dimodifikasi diantaranya tasbih, kalung, gelang dan tongkat. Tasbih dalam melakukan modifikasi yakni dengan berbagai ragam bentuk dan warna. Bentuk yang dimiliki ada yang berukuran besar, sedang, dan kecil. Sesuai dengan permintaan pasar, lalu untuk warna yang dimiliki juga berbagai macam yakni coklat, natural, merah, sesuai dengan permintaan pelanggan. Motifnya lebih berbentuk bulat, hanya dari labelling yang dimiliki berbeda. Selanjutnya produk gelang, gelang yang di *handicraft* Citra Mandiri awalnya karena melihat kondisi pasar yang banyak berminat terhadap salah

satu produk tersebut, akhirnya memproduksinya. Gelang memiliki motif yang berbeda, ada yang kecil dan besar, lalu untuk bentuknya, ada yang bulat besar adapula yang memiliki bualatan kecil, sesuai dengan permintaan konsumen. Produk kalung merupakan produk yang banyak diminati para kaum hawa, namun tidak banyak juga para lelaki juga menyukainya. Produk kalung yang ada di *handicraft* Citra Mandiri memiliki perpaduan bahan baku yang berbeda diantara produk yang lain. Biasanya produk yang lain memakai bahan baku dari kayu saja, tetapi jika di produk kalung ada penambahan yang berasal dari tulang yang di bentuk sesuai permintaan pelanggan. Kemudian produk tongkat, yang mana produk ini dalam membentuknya juga bervariasi, ada yang berbentuk tongkat seperti biasa tanpa motif, adapula yang berbentuk naga.

Proses pembuatan yang dilakukan industri *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember ada beberapa tahapan yakni: Memilih bahan baku yang akan diolah dalam pembuatan *handicraft*. Bahan baku yang akan diolah yakni kayu. Kayu yang sudah ditentukan oleh industri *handicraft* Citra Mandiri, proses selanjutnya yaitu pembentukan ukuran yang akan digunakan, dengan cara kayu tersebut di gergaji, kemudian di plong sesuai pesanan pelanggan, biasanya bentuk bulat-bulat, lalu dihaluskan. Agar proses selanjutnya menghasilkan produk yang bagus, terus di kelirkan dengan menambahkan warna sesuai permintaan pelanggan, setelah itu proses penjemuran, karena kalau selesai dikelir/direbus masih basah, penggilapan merupakan proses setelah penjemuran, agar produk terlihat bagus, setelah itu proses perakitan/diruncih, Proses ini sesuai dengan permintaan pelanggan. Karena ada yang meminta yang kecil atau besar, lalu di kasih labelling, biar lebih terlihat menarik. Pelebelan sesuai dengan produk yang dibuat, karena tidak semua produk proses labelling nya sama, dan setelah semua selesai, proses pemasaran.

Pembahasan

Pembahasan ini bertujuan untuk menjelaskan terkait penelitian deskriptif kualitatif yang ada di industri *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Sesuai hasil penelitian yang dikemukakan diatas, dapat diketahui bahwa *handicraft* Citra Mandiri menggunakan dua aspek strategi pengembangan produk, kedua hal tersebut meliputi diversifikasi produk dan strategi produk baru. Melalui strategi pengembangan produk diharapkan dapat meningkatkan stabilitas penjualan.

Strategi pengembangan produk yang dilakukan di industri *handicraft* Citra Mandiri dalam menciptakan produk baru dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada, dengan tujuan memang untuk mengantisipasi kejenuhan pelanggan. Selain itu juga untuk mengantisipasi kejenuhan akan suatu produk tertentu. Menurut Widjaja (2004:76) bahwa pengembangan produk merupakan salah satu cara agar konsumen tidak merasa bosan dan mau terus-menerus membeli produk yang sudah ada. Pengembangan produk yang dilakukan oleh industri *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember berusaha meningkatkan kualitas dari produk yang

dimiliki. Kualitas suatu produk akan menjadi daya tarik yang besar terhadap pelanggan. Strategi yang dilakukannya yaitu menciptakan bermacam-macam produk yang dimiliki, sehingga produk yang dimiliki tetap eksis di pasaran.

Berdasarkan hasil penelitian, produk-produk yang dimiliki *handicraft* Citra Mandiri produk-produk baru yang dimiliki menyesuaikan dengan dinamika pasar, hal ini terbukti bahwa industri tersebut melakukan pengembangan produk yang sebagian besar dalam pengembangannya dengan cara memodifikasi produk yang dimiliki. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:309) Produk baru adalah produk yang melalui pengembangan produk, modifikasi produk, dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangannya. Hal tersebut dapat diketahui bahwa industri *handicraft* Citra Mandiri memiliki kemampuan dalam pengembangan produknya. Pengembangan produk yang ada di *handicraft* Citra Mandiri dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:

Tabel 4.3 Pengembangan Produk

PRODUK	INOVASI	DIVERSIFIKASI	INVENSI
Tasbih	√	√	
Gelang	√	√	
Kalung	√	√	√
Tongkat	√	√	√

Sumber : *Handicraft Citra Mandiri, 2019*

Tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa *handicraft* Citra Mandiri dalam pengembangan produk, untuk yang melalui inovasi yaitu produk tasbih, gelang, kalung, dan tongkat. Inovasi yaitu menciptakan atau memperbaiki produk yang ada. Diversifikasipun juga demikian yakni produk tasbih, gelang, kalung, dan tongkat, diversifikasi sendiri adalah memproduksi berbagai macam produk. Berbeda dengan inovasi dan diversifikasi, jika invensi adalah suatu penemuan sesuatu yang benar-benar baru, produk yang melakukan invensi yaitu produk kalung dan tongkat.

Sistem pengembangan produk yang dilakukan *handicraft* Citra Mandiri juga melalui diversifikasi produk. Hal ini dapat mengurangi tingkat kejenuhan pelanggan dalam memilih produk yang ada. Menurut Tjiptono (2002:132) Diversifikasi adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru dalam rangka mengejar pertumbuhan dan peningkatan penjualan. Awalnya pemilik *handicraft* Citra Mandiri memiliki satu produk yaitu tasbih. Berjalanya waktu dengan usahanya keliling pasar menjual sendiri produknya kemana-mana dan melihat kondisi pasar maka bermuncullah ide untuk membuat produk yang bermacam-macam, produk tersebut yaitu kalung, tongkat, dan gelang. Melihat kondisi pasar yang menjual beragam produk, akhirnya pemilik *handicraft* Citra Mandiri berinisiatif membuat produk barunya, dari situlah muncullah produk barunya *handicraft* Citra Mandiri.

Pemilik industri *handicraft* Citra Mandiri dalam melakukan strategi produk barunya dengan cara membuat produk baru dengan menambah atribut lain yang melekat pada produk yang dimiliki seperti halnya motif, bentuk, label, warna, dan variasi. Akhirnya terwujudlah produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:310) perusahaan harus mempunyai rencana produk baru yang kuat dan mempersiapkan proses pengembangan produk baru yang sistematis untuk menemukan dan mengembangkan produk-produk baru. Menurut Subagyo dalam Khoiriyah dkk (2017:92) beberapa keunggulan yang dapat dilihat dari elemen-elemen produk supaya produk yang dipasarkan laku, yaitu: kualitas produk, ciri khas produk, desain produk, gaya produk, kemasan produk, dan pelayanan. Usaha yang sudah berdiri selama 14 tahun ini tidak selalu mendapatkan ide baru dari pemilik, namun dari permintaan pelanggan yang ingin produk yang berbeda. Kesulitan dan kegagalan yang kadang dirasakan pemilik memang pernah ada, namun pemilik *handicraft* citra mandiri tidak pernah putus asa, agar produk yang dimiliki bisa bersaing dipasaran.

Produk tasbih, gelang, kalung, dan tongkat yang dihasilkan industri *handicraft* Citra Mandiri yang paling penting dalam mempengaruhi perkembangan yaitu masalah persaingan karena banyaknya *handicraft* yang menjual produk yang sejenis. Mempertahankan produk agar tidak mati dipasaran memang perlu adanya usaha, yaitu tetap mempertahankan kualitas mutu produk tersebut. Peralatan dalam memproduksi seperti halnya dynamo, gergaji. Bahan baku yang digunakan yakni berbagai bahan dari kayu, seperti kayu gaharu, kayu kopi, kayu kukun, kayu cendana, kayu galiasem, kayu koral, kayu kaliarus, kayu stepi, kayu kemuning, kayu stigi. Namun yang sering dipakai yaitu kayu kukun dan kayu kopi karena dalam mencarinya tidak sulit, harganya terjangkau, dan selalu laku dipasaran. Untuk bahan baku yang lain memang masih dikatakan mahal, tetapi pemilik *handicraft* Citra Mandiri tetap menggunakan bahan baku tersebut karena mereka menyesuaikan permintaan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:321) Pengembangan produk baru yang berpusat pada pelanggan berfokus pada menemukan cara baru untuk memecahkan permasalahan pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan. Karena itu, pengembangan produk baru yang berpusat pada pelanggan dimulai dan diakhiri dengan memecahkan permasalahan pelanggan.

Hambatan dalam pengembangan produk di *handicraft* Citra Mandiri salah satunya yaitu kondisi musim, yang mana mempengaruhi dalam proses pengembangan produk. Saat musim penghujan maka akan mengalami kondisi sepi dan banyak toko yang tutup. Musim penghujan sangat mempengaruhi stabilitas penjualan yang ada di *handicraft* Citra Mandiri, karena proses pengeringan menggunakan sinar matahari. Proses produksi yang ada di *handicraft* Citra Mandiri juga melihat kondisi biaya, karena jika biaya yang dimiliki kecil, kemungkinan besar barang yang diproduksi juga sedikit. Namun, jika biaya yang dimiliki besar maka otomatis yang diproduksi banyak. Saat

permintaan konsumen melonjak banyak, namun industri *handicraft* Citra Mandiri tidak memiliki biaya yang lebih. Maka yang dilakukan yaitu akan mencari produk yang sama serta untuk kualitas tidak jauh berbeda dengan produk yang dimilikinya. Pembayaran yang didapat dari pelanggan saat dijual barang sering tidak tunai. Tetapi industri *handicraft* Citra Mandiri tetap memaklumi. Pemutaran keuangan yang dilakukan di *handicraft* Citra Mandiri secara giro. Industri *handicraft* ini dalam mendapatkan keuntungan tidak selalu stagnan, dalam menghadapinya jika mengalami kerugian maka akan ditutupi dengan usaha sampingan yang dimiliki pemilik *handicraft* Citra Mandiri, agar usaha yang dimiliki bisa berjalan normal seperti biasanya.

Memasarkan suatu produk baru yang dimiliki, produsen tidak lepas terhadap persaingan yang ada. Adanya persaingan sangat penting dalam mengetahui pembeda dari produk yang dihasilkan produk pesaing. Oleh karena itu, menurut Kotler dan Armstrong (2008:323) keberhasilan produk baru membutuhkan lebih dari sekedar memikirkan beberapa produk baru, menjadikan mereka produk dan menemukan pelanggan untuk produk tersebut. Kesuksesan produk baru membutuhkan pendekatan holistik untuk menemukan cara baru guna menciptakan pengalaman bernilai bagi pelanggan, mulai dari menciptakan dan menyaring ide produk baru hingga menciptakan dan menghasilkan produk yang dapat memuaskan keinginan pelanggan. Dari situlah *handicraft* Citra Mandiri selalu berupaya melakukan inovasi baru untuk tetap bisa bersaing di pasaran. Perubahan mode (*style*) juga memberikan kontribusi kepada industri *handicraft* Citra Mandiri untuk melakukan pengembangan produk. *Handicraft* Citra Mandiri telah menarik konsumen luar negeri untuk membeli produk yang dimiliki. Memang, produk *handicraft* Citra Mandiri selalu mempertahankan kualitas dari produknya.

PENUTUP

Strategi pengembangan produk pada *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember adalah strategi yang dilakukan untuk sistem pengembangan produk dengan cara diversifikasi produk dan strategi produk baru. Pengembangan produk melalui produk yang dimiliki *handicraft* Citra Mandiri tidak hanya satu produk namun beragam produk diantaranya produk tasbih, gelang, kalung, dan tongkat. Atribut yang dimilikinya selalu mengalami pengembangan yakni dari motif, labeling, warna, dan pelayanan yang menyesuaikan dengan dinamika pasar. Sasaran pengembangan produk yang dilakukan *handicraft* Citra Mandiri yaitu produk lama yang dimodifikasi menjadi produk yang sesuai permintaan pasar dan pelanggan. Adanya pengembangan produk ditujukan untuk mempertahankan eksistensi yang dimiliki *handicraft* Citra Mandiri. Tingkat penjualan yang sudah mendunia, membuktikan *handicraft* Citra Mandiri memiliki keunggulan dalam produknya.

Saran untuk pertimbangan membangun produk *handicraft* Citra Mandiri diantaranya: pemilik *handicraft* Citra Mandiri perlu memperhatikan pada sistem pengemasan, jika produk yang dimiliki dikemas lebih menarik, maka produk yang terjual semakin mahal. Kemudian, proses pengembangan

produknya tidak hanya melihat kondisi pasar tetapi mampu menciptakan produk yang berbeda yang ada dipasaran, sehingga tidak hanya mengikuti trend dipasaran namun mampu membuat trend produk yang terbaru, dan perlunya hak paten yang dimiliki *handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, agar produk kerajinan *handicraft* yang ada disana benar-benar memiliki identitas yang legalitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Firdausy, C. M. 2017. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Gitosudarmo, I. 2000. *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Khoiriyah, N., Joko W., Hety M.A. 2017. Strategi Bauran Pemasaran Kerajinan Tenun Ikat pada CV. SILVI Paradila di Desa Parengan Kecamatan Maduran Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 11(1) : 91-98
- Kotler, P dan Gary, A. Prinsip-prinsip Pemasaran. 2008. Jakarta: Erlangga
- Praptiwi, D dan Senda, I. 2010. *Cara Mudah Bagi UKM Mendobrak Kebekuan Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Tandjung, J. W. 2003. *Marketing Management*. Malang: Bayu Media
- Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Widjaja, J. 2004. *Marketing Management Pendekatan Pada Nilai-nilai Pelanggan*. Edisi ke II. Malang: Banyu Media Publishing