

STRATEGI PENGEMBANGAN OLAHAN DAUN KELOR RUMAH MARRONGGIH DI SUKOREJO KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER

Faisol Fitroh Mulyana¹, Pudjo Suharso¹, Sukidin¹

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember
e-mail: faisolfm10@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang strategi pengembangan olahan daun kelor rumah marronggih. Penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dan untuk mengakses data digunakan deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode purposive area. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi partisipasi, dan dokumen. Sedangkan metode analisis data dalam penelitian kualitatif ini yakni pertama metode analisis data, analisis sebelum dilapangan, analisis selama dilapangan dengan model Miles and Huberman, reduksi data dan penyajian data yang dilakukan dengan cara merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, lalu dicari tema dan polanya dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa UKM Rumah Marronggih merupakan usaha olahan produk yang melakukan pengembangan produknya. Melakukan strategi pengembangan produk bertujuan untuk meningkatkan produk penjualan. UKM Rumah Marronggih melakukan pengembangan produk dengan dua hal yakni secara diversifikasi produk dan pengembangan sumberdaya manusia. Diversifikasi produk merupakan suatu strategi bagi UKM Rumah Marronggih untuk menambah jenis produk yang dimiliki. Strategi produk baru UKM Rumah Marronggih melakukan produk baru yang diluncurkan untuk mengantisipasi kejenuhan pelanggan akan produk yang sudah ada. UKM Rumah Marronggih ini dalam melakukan produk barunya tidak hanya berkaitan dengan produk yang dipasarkan tetapi berhubungan pula dengan hal-hal menarik yang melekat pada produk tersebut.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan SDM, Diversifikasi Produk, UKM Rumah Marronggih

PENDAHULUAN

Kelor merupakan tanaman yang diketahui memiliki 13 spesies dari pohon kelor yang berada dalam famili Moringaceae, tanaman ini sering ditanam untuk penggunaan medis dan biasa digunakan sebagai makanan dan pakan (Anwar, et al., 2007:25). Kelor adalah tanaman yang tahan terhadap kekeringan dan tumbuh di dataran yang mempunyai curah hujan 250-1500 milimeter per tahun. Selain itu, tanaman ini membutuhkan temperature sekitar 25-35C. Tanaman Kelor tumbuh di dataran tandus dan tanah lempung tanpa berawa (Ojiako, et al., 2012:17). Pada tahun 2014, proyek konsorsium penelitian ITS-Wismar University, Sustainable Island Development Initiatives (SIDI) mempublikasikan kegunaan tanaman kelor. Kelor bisa dimanfaatkan dalam berbagai macam industri, yaitu industri makanan, obat-obatan dan minuman.

Tanaman Kelor (*Moringa oleifera* Lam) sudah sejak lama dikenal dan digunakan sebagai alternatif alami pengobatan. Pemanfaatan daun kelor ini masih kurang menarik atau kurang praktis, oleh karena itu perlu pemanfaatan daun kelor dalam berbagai olahan, sehingga pemanfaatan daun kelor tidak hanya sebagai sayur pendamping yang di sajikan sebagai lauk dan tidak hanya untuk alternatif pengobatan. Disini pemikiran untuk melakukan hal baru perlu di tindak lanjuti mengenai proses untuk mengolah bagaimana cara agar daun kelor tidak untuk di dimanfaatkan sebagai sayur pendamping dan sebagai alternatif pengobatan saja. Keberhasilan pada suatu usaha dapat dilihat dari perusahaan mampu menciptakan produk yang dihasilkan.

Dalam (Rangkuti, 2009:56) definisi strategi menurut Hayes dan Wheel Wright (1978), strategi adalah semua kegiatan yang ada di dalam lingkup perusahaan yang termasuk didalamnya mengalokasikan sumberdaya yang dimiliki di perusahaan tersebut.

Menurut Cooper (dalam Tjiptono dkk 2008:395) pengembangan produk baru bisa gagal mencapai pasar sasaran dan dari produk yang baru benar-benar bisa mencapai pasar, sekitar 35% diantaranya bisa mengalami kegagalan. Oleh sebab itu, perusahaan memerlukan proses dan alat analisis yang cermat dan handal didalam pengembangan suatu produk baru. Pengembangan produk merupakan penciptaan produk baru atau dengan mengembangkan produk yang sudah ada, dengan menambahkan modifikasi pada produknya, melalui rasa, aroma, dan bentuk. Hal ini sangat penting dalam menunjang keberhasilan dalam meningkatkan hasil penjualan. Pengembangan produk memang melibatkan modifikasi terhadap produk yang ada saat ini mengenai penciptaan produk baru, namun terkait yang dipasarkan pada pelanggan melalui saluran distribusi yang sudah ada.

Menurut Tjiptono (2002 : 132) diversifikasi merupakan upaya dalam mencari dan mengembangkan suatu produk atau pasar yang baru dalam rangka mengejar pada suatu pertumbuhan dan peningkatan penjualannya. 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. Produk yang dimiliki UKM Rumah Marronggih awalnya hanya keripik, kemudian berjalanya waktu memiliki banyak variasi diantaranya rengginang, puding roti, dll. Faktor penyebab terwujudnya produk yang bervariasi karena melihat kondisi permintaan pasar.

Terdapat beberapa pengertian pengembangan Sumber Daya Manusia yaitu Menurut Malayu S.P Hasibuan (2006:244) dikatakan pengertian sumber daya manusia adalah: “Kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu. Perilaku dan sifatnya ditentukan oleh keturunan dan lingkungannya.”. Beberapa pengertian tentang sumber daya manusia menurut Wirawan (2009:18) menyatakan: “Sumber daya manusia ialah seseorang yang dikatakan sebagai manajer, pegawai, karyawan, buruh atau tenaga kerja yang bekerja pada suatu organisasi”. Hal tersebut dikatakan oleh Eddy Soeryanto Soegoto (2009:306) yaitu : Sumber Daya Manusia dikatakan sebagai individu pada organisasi dengan memberikan sumbangan yang berharga pada suatu pencapaian dan tujuan organisasi. Pengembangan SDM adalah penyiapan manusia atau karyawan untuk memikul tanggung jawab yang dalam organisasi atau perusahaan. Pengembangan sumber daya manusia di UKM Rumah Marronggih tersebut berhubungan erat dengan peningkatan kemampuan intelektual yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan yang lebih baik, pengembangan sumber daya manusia di UKM Rumah Marronggih meliputi: pelatihan, magang, dan pendampingan.

METODE

Penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dan untuk mengakses data digunakan deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode purposive area dan berlokasi di Sukorejo Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi partisipasi, dan dokumen. Sedangkan metode analisis data dalam penelitian kualitatif ini yakni pertama metode analisi data, analisis sebelum dilapangan, analisi selama dilapangan dengan model Miles and Huberman, reduksi data dan penyajian data yang dilakukan dengan cara merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, lalu dicari tema dan polanya dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengembangan produk merupakan penciptaan produk baru atau dengan mengembangkan produk yang sudah ada, dengan menambahkan modifikasi pada produknya, melalui rasa, aroma, dan bentuk. Hal ini sangat penting dalam menunjang keberhasilan dalam meningkatkan hasil penjualan.

Pengembangan produk memang melibatkan modifikasi terhadap produk yang ada saat ini mengenai penciptaan produk baru, namun terkait yang dipasarkan pada pelanggan melalui saluran distribusi yang sudah ada. Sistem penyaluran produknya, UKM Rumah Marronggih Mandiri juga memperhatikan kondisi pasar. Proses pengembangan produk baru biasanya sangat penting bagi keberhasilan bisnis dalam jangka panjang. Persaingan yang ketat yang dihadapi UKM Rumah Marronggih, karena UKM lain juga memiliki produk-produk olahan yang bisa dikatakan lebih bervariasi dari segi harga, rasa, dan pengemasan yang lebih menarik untuk dibeli. UKM Rumah Marronggih untuk mempertahankan kualitas produknya, melakukan pengelolaan pengembangan produk mulai dari proses awal sampai akhir diantaranya penggalian gagasan, maksudnya Rumah Marronggih dalam pengembangan produknya yaitu dengan cara penggalian ide atau gagasan terlebih dahulu. Ide-ide tersebut berasal dari berbagai sumber. Sebagian besar sumber yang didapat dari UKM Rumah Marronggih yakni dari kreativitas pemilik usaha, kebutuhan pasar dan permintaan pelanggan.

Permintaan pasar yang bervariasi dan pesanan pelanggan yang bermacam-macam menyumbangkan ide kreatif untuk inovasi produk yang dimiliki UKM Rumah Marronggih. Penyaringan gagasan proses yang ada di Rumah Marronggih mengaplikasikan melalui olahan produk yang sudah di variasi sebelumnya serta menyesuaikan permintaan pelanggan yang telah dipesan. Produk yang dihasilkan UKM Rumah Marronggih selalu mengedepankan kualitas mutunya, Agar pelanggan tetap tertarik membeli produk milik Rumah Marronggih. Selanjutnya proses pengembangan dan pengujian konsep, sebelum peluncuran memang dilakukan proses uji coba. Uji coba yang dilakukan UKM Rumah Marronggih melalui proses pemasaran. Jika pasar atau pelanggan tidak menyukai produk yang dimiliki maka dilakukan proses perbaikan, hal ini sangat penting untuk tidak mengecewakan para pelanggan.

UKM Rumah Marronggih dalam mengembangkan produknya yakni dengan dua cara yaitu diversifikasi produk dan pengembangan kualitas produk. Industri ini juga berusaha meningkatkan eksistensi dari produk yang dimiliki serta mempertahankan kualitas dari produknya, sehingga pelanggan tetap tertarik terhadap produk yang dimiliki. UKM Rumah Marronggih memiliki tujuan untuk pengembangan kualitas produknya diantaranya agar Rumah Marronggih mempertahankan kualitas dari produk yang dimiliki dan banyak pelanggan yang menginginkan produknya. Tujuan pengembangan kualitas produk selanjutnya yaitu produk tetap lancar dan usaha yang dimiliki tetap sukses. produk yang dimiliki Rumah Marronggih berusaha tetap lancar di pasaran dan tetap sukses, karena banyaknya persaingan dengan UKM yang lain membuat pemilik Rumah Marronggih berupaya keras agar produknya mampu bersaing di pasar lokal dan luar Jawa. Keuntungan yang didapat dengan adanya tujuan yang jelas, maka UKM Rumah Marronggih mampu bersaing dengan UKM yang lain dan tidak mati di pasaran.

Setiap usaha pasti mengalami hambatan-hambatan yang dialaminya, seperti halnya yang dihadapi oleh UKM Rumah Marronggih yaitu faktor musim salah satunya musim panas. Saat mengalami musim panas maka agak sulit mendapatkan bahan baku utama jadi cara yang tepat adalah dengan mengurangi proses produksi. Seperti yang diungkapkan pemilik UKM Rumah Marronggih seperti Jika waktu musim panas, maka proses produksinya tidak terlalu banyak mas tidak seperti waktu yang lain, soalnya ya tanaman kelornya kalau musim panas agak susah nyarinya dan di lahan pun banyak yang kering, pada saat kondisi seperti itulah yang menjadi hambatan bagi UKM Rumah Marronggih, karena bahan dasarnya untuk pengolahan produk agak susah mencarinya. Mengenai biaya juga menjadi hambatan karena jika biaya yang dimiliki banyak maka yang diproduksi juga banyak, namun sebaliknya jika biaya yang dimiliki kecil, maka produksinya juga sedikit. Modal tidak selamanya berjalan dengan baik, tetapi selalu mengalami perubahan akibat dari pasar yang membayar tidak secara cash. UKM Rumah Marronggih berusaha membebaskan kepada pasar dan pelanggannya terkait masalah sistem

pembayaran. Menghadapi modal pada UKM Rumah Marronggih yang sering mengalami naik turun maka dengan cara memutar modal seluruh usaha yang dimiliki agar yang dikelola tetap berjalan sesuai yang diharapkan.

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. Produk yang dimiliki UKM Rumah Marronggih awalnya hanya keripik, kemudian berjalanya waktu memiliki banyak variasi diantaranya rengginang, puding roti, dll. pemilik dari UKM Rumah Marronggih berusaha menambah dan menciptakan berbagai macam produk yang bervariasi. Mengikuti perkembangan pasar membuat UKM Rumah Marronggih berusaha untuk mengikuti dinamikanya. Adanya berbagai macam produk yang dimiliki untuk menunjang dalam persaingan pasar.

UKM Rumah Marronggih 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 maka akan dibuatkan sesuai permintaan pelanggan. Penggabungan dua produk menjadi satu seperti halnya produk roti, yang mana bahan baku campurannya yang bisa digunakan untuk membuat produk olahan lain, tetapi digabungkan menjadi satu yakni hanya produk roti saja. UKM Rumah Marronggih dalam membuat produknya ada yang berasal dari bahan campuran daun kelor dan yang lain sesuai dengan permintaan pelanggan. Semisal dari pelanggan meminta dari bahan dasar kentang, tetap dilayani. Walaupun UKM Rumah Marronggih ini memproduksi segala produknya berbahan dasar daun kelor.

Pengembangan SDM di UKM Rumah Marronggih tersebut berhubungan erat dengan peningkatan kemampuan intelektual yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan yang lebih baik. Pengembangan lebih terfokus pada kebutuhan jangka panjang dan hasilnya juga dapat diukur dalam waktu jangka panjang. Pengembangan memiliki ruang lingkup yang lebih luas dalam upaya untuk memperbaiki dan meningkatkan pengetahuan, kemampuan, sikap, dan sifat-sifat kepribadian khususnya pada pelaku kewirausahaan (Burhanuddin Yusuf 2015:42). Dalam pelatihan kerja yang dilaksanakan oleh pegawai UKM Rumah Marronggih ini disesuaikan dengan keputusan pemilik tentang pokok-pokok pelatihan pegawai di UKM Rumah Marronggih. Pelaksanaan pelatihan merupakan kebijakan yang dilakukan oleh pemilik UKM Rumah Marronggih sedangkan kemampuan dalam meningkatkan perkembangan tersebut tergantung dari kualitas pegawainya.

Pendampingan menurut Direktorat Bantuan Sosial adalah suatu proses pemberian kemudahan yang diberikan pendamping kepada klien dalam mengidentifikasi kebutuhan dan memecahkan masalah serta mendorong tumbuhnya inisiatif dalam proses pengambilan keputusan, sehingga kemandirian dapat diwujudkan. Pendampingan merupakan cara yang sangat menentukan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat, sesuai dengan prinsip yakni membantu orang. Peningkatan kesadaran masyarakat dapat dicapai melalui pendidikan dasar, pemasyarakatan imunisasi dan sanitasi, sedangkan untuk masalah ketrampilan bisa dikembangkan melalui cara-cara partisipatif.

Pembahasan

Pembahasan ini bertujuan untuk menjelaskan terkait penelitian deskriptif kualitatif yang ada di UKM Rumah Marronggih di Sukorejo Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Sesuai hasil penelitian yang dikemukakan diatas, dapat diketahui bahwa UKM Rumah Marronggih menggunakan aspek strategi pengembangan produk, hal tersebut meliputi diversifikasi produk dan pengembangan sumberdaya manusia melalui strategi pengembangan produk diharapkan dapat meningkatkan stabilitas penjualan.

Strategi pengembangan produk yang dilakukan di UKM Rumah Marronggih 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 UKM Rumah Marronggih di Sukorejo Kecamatan Sumbersari 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 UKM Rumah Marronggih 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 Armstrong (2008:309) Produk baru adalah produk yang melalui pengembangan produk, modifikasi produk, dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangannya.

Sistem pengembangan produk yang dilakukan UKM Rumah Marronggih 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 UKM Rumah Marronggih memiliki satu produk yaitu keripik. Berjalanya waktu dengan usahanya keliling pasar menjual sendiri produknya kemana-mana dan melihat kondisi pasar maka bermunculah ide untuk membuat produk yang bermacam-macam, produk tersebut yaitu rengginang, roti dan puding. Melihat kondisi pasar yang menjual beragam produk, akhirnya UKM Rumah Marronggih berinisiatif membuat produk barunya, dari situlah muncul produk olahan baru UKM Rumah Marronggih. Awalnya pemilik UKM Rumah Marronggih memiliki satu produk yaitu keripik. Berjalanya waktu dengan usahanya keliling pasar menjual sendiri produknya kemana-mana dan melihat kondisi pasar maka bermunculah ide untuk membuat produk yang bermacam-macam, produk tersebut yaitu rengginang, roti dan puding.

Keterbatasan Sumber Daya Manusia pegawai UKM Rumah Marronggih dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya. Hasibuan Malayu (2010:76) mengemukakan bahwa manusia sebagai sumber daya menunjukkan bahwa manusia adalah makhluk yang unik dan kompleks, yang dalam bekerja di lingkungan sebuah perusahaan harus diperlakukan dengan kualitas kehidupan kerja yang baik agar memungkinkannya bekerja secara efektif, efisien, produktif dan berkualitas.

Werner dan Desimone (2011:10), Menyatakan suatu pengembangan ini biasanya berhubungan pada peningkatan kemampuan intelektual atau emosional yang digunakan pada pekerjaan yang lebih baik. Pengembangan sumber daya manusia adalah sebuah bagian pada sistem manajemen sumber daya manusia tersebut yang di dalamnya termasuk pelatihan dan pengembangan, pengembangan karir dan proses pengembangan suatu organisasi. Pengembangan SDM di UKM Rumah Marronggih tersebut berhubungan erat dengan peningkatan kemampuan intelektual yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan yang lebih baik. Pengembangan lebih terfokus pada kebutuhan jangka panjang dan hasilnya juga dapat diukur dalam waktu jangka panjang. Pengembangan memiliki ruang lingkup yang lebih luas dalam upaya untuk memperbaiki dan meningkatkan pengetahuan, kemampuan, sikap, dan sifat-sifat kepribadian khususnya pada pelaku kewirausahaan (Burhanuddin Yusuf 2015:42).

Dari hasil penelitian, bahwa untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan pegawai maka UKM Rumah Marronggih melaksanakan kegiatan pelatihan diantaranya untuk pegawai baru dan

pegawai lama. Baik untuk pegawai baru ataupun pegawai lama, keduanya memerlukan pelatihan untuk melaksanakan tugasnya.

Pendampingan sangat menentukan keberhasilan kegiatan yang akan dilakukan kedepannya. Peran pendamping umumnya mencakup dua peran utama, yaitu yang pertama adalah fasilitator, merupakan peran yang berkaitan dengan pemberian motivasi, kesempatan dan dukungan bagi pegawai.

PENUTUP

Strategi yang dilakukan untuk sistem pengembangan produk dengan cara melakukan diversifikasi produk dan pengembangan Sumberdaya manusia. Pengembangan produk melalui produk yang dimiliki UKM Rumah Marronggih tidak hanya satu produk namun bermacam-macam diantaranya keripik, rengginang, roti, dan puding. Kualitas dari produk tersebut selalu mengalami pengembangan yakni: dari bentuk, rasa, dan pelayanan yang menyesuaikan dengan dinamika pasar. Pada dasarnya pengembangan produk untuk menyesuaikan dinamika pasar dan permintaan pelanggan yang selalu berubah-ubah. Sasaran pengembangan produk yang dilakukan UKM Rumah Marronggih yaitu produk lama yang dimodifikasi menjadi produk yang sesuai permintaan pasar dan pelanggan. Tingkat kehati-hatian dan ketelitian dalam pengembangan produk merupakan faktor utama menghasilkan produk berkualitas. Tujuan yang ingin dicapai UKM Rumah Marronggih yakni agar usahanya sukses dan diminati pasaran dan pelanggan. Adanya pengembangan produk ditujukan untuk mempertahankan eksistensi yang dimiliki UKM Rumah Marronggih di Sukorejo Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhanuddin Yusuf, Manajemen Sumber Daya Manusia: Jakarta. Rajawali Pers.
- Hasibuan, Malayu S. P. 2006, Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi : Jakarta. Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Widjaja, J. 2004. Marketing Management Pendekatan Pada Nilai-nilai Pelanggan. Edisi ke II. Malang: Banyu Media Publishing