

DIVERSIFIKASI PRODUK JAJANAN OLEH-OLEH UD. TIGA SERANGKAI KABUPATEN BANYUWANGI

Aulia Devi Ramadhanty¹, Joko Widodo², Mukhamad Zulianto³

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember
e-mail: auliadevi26011998@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya penerapan strategi diversifikasi produk di UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi, mengenai pelaksanaan diversifikasi produk yang ada di UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi, hal ini dilatar belakangi oleh semakin ketatnya persaingan usaha sejenis yang memproduksi jajanan oleh-oleh khas di Kabupaten Banyuwangi. Adanya persaingan usaha yang ada, hal ini yang menuntun UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi untuk selalu tanggap dan mencermati setiap perubahan yang terjadi dipasaran. Pengembangan produk dengan diversifikasi produk secara konsentris dan horizontal merupakan langkah yang diambil oleh pihak UD. Tiga Serangkai untuk memperkuat reputasi perusahaannya dipasaran serta berusaha mempertahankan daya saing terhadap kompetitor terhadap produk sejenis. Penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumen. Hasil penelitian menunjukkan dengan diversifikasi produk, UD. Tiga Serangkai lebih efisien dan dapat mengembangkan usahanya serta membuat konsumen menjadi loyal dengan produk yang dihasilkan UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi.

Kata Kunci : Diversifikasi produk konsentris dan horizontal.

PENDAHULUAN

Produk merupakan penentu utama keberhasilan suatu bisnis. Banyak cara yang dilakukan oleh pengusaha bisnis untuk mempertahankan eksistensi produk dimata konsumen, oleh karena itu pengelolaan produk yang baik sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Meskipun begitu adanya produk yang dihasilkanpun belum tentu juga dapat diterima dan bertahan dipasaran. Pengusaha bisnis tersebut harus bisa mengikuti permintaan pasar dan mengikuti selera konsumen dimana produk yang banyak diminati dipasaran cenderung mengarah pada produk yang bersifat unik dan menarik. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi selaku fasilitator para pengusaha UMKM juga tak lupa untuk mendukung dan meningkatkan daya saing UMKM menjadi sektor yang diprioritaskan. Pada tahun 2015 Dinas Koperasi dan UMKM berinovasi pengembangan bidang Koperasi dan UMKM yang ditujukan memfasilitasi pelaku UMKM dalam mempromosikan produk unggulannya. UMKM di Kabupaten Banyuwangi yang memproduksi jajanan oleh-oleh khas Banyuwangi sangat banyak jumlahnya, tetapi yang menjadi UMKM binaan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta Dinas Koperasi dan UKM di Banyuwangi hanya ada beberapa saja yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

Salah satu dari UMKM jajanan oleh-oleh tersebut ialah UD. Tiga Serangkai. Usaha milik Bapak. Fatur Rohman dan Ibu. Istiqomah ini beroperasi dan melakukan kegiatan industri sejak tahun 1982 dan sampai saat ini masih beroperasi, prospek penjualannya banyak serta omzet yang didapat perbulannya juga semakin meningkat setiap bulannya terutama pada saat moment-moment penting atau perayaan, festival hingga hari raya dan hari libur nasional lainnya. UD. Tiga Serangkai berada di Jalan. Serayu No.93, Kelurahan Panderejo, Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi. Bentuk usahanya berupa unit dagang yang bergerak dibidang produksi home industri jajanan oleh-oleh khas Banyuwangi. Jajanan oleh-oleh yang diproduksi oleh UD. Tiga serangkai ini sangat beragam diantaranya kue bagiak, kue kelembun, kue wiroko, sale pisang barlin, kue satuh, rengginang dan lainnya.

UD. Tiga Serangkai mempunyai ciri khasnya sendiri, bahan- bahan yang digunakan untuk membuat kue berasal dari bahan yang berkualitas yang takaran dan komposisinya selalu diperhatikan guna menjaga keautentikan rasanya serta tetap mempertahankan citarasa menggunakan resep yang sama sesuai dengan resep turun temurun dari neneknya sebagai pendiri dari UD. Tiga Serangkai yang saat ini sudah diturunkan pada generasi ketiga. Nomor hp yang bisa dihubungi untuk memesan kue- kue khas Banyuwangi di UD. Tiga Serangkai ini adalah 081 333805782. Saat ini pengelolaan usahanya sudah tergolong baik namun perlu adanya strategi pengembangan produk yang diterapkan untuk lebih merambah ke segmen konsumen yang lebih luas.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, untuk mengetahui strategi diversifikasi produk yang ada di UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi. Pengumpulan data didapatkan dari metode wawancara, metode observasi dan metode dokumen yang dikumpulkan atau didapatkan baik berupa data maupun informasi yang ada dilokasi saat proses penelitian dilaksanakan lalu akan ditarik kesimpulan untuk hasil penelitian dan pembahasan. Uji keabsahan data yang digunakan yakni teknik triangulasi yang menjadi teknik pengujian yang digunakan pada penelitian ini. Teknik triangulasi dilakukan agar peneliti dapat menemukan informasi dan data-data yang ditemukan saat melakukan proses penelitian dilokasi penelitian yang dimaksud yaitu UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi.

Teknik triangulasi berkaitan dengan berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan yang ada saat peneliti melakukan proses penelitian. Ada 3 orang informan yang menjadi responden atau narasumber pada penelitian ini, yakni pemilik usaha UD. Tiga Serangkai selaku informan utama, karyawan yang bekerja di UD. Tiga Serangkai sebagai informan pendukung dan salah satu konsumen dari UD. Tiga Serangkai selaku informan tambahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang diperoleh adalah pelaksanaan diversifikasi produk secara konsentris dan horizontal pada UMKM UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi. Diversifikasi produk secara konsentris yakni produk-produk yang sudah ada sebelumnya bagi UD. Tiga Serangkai dan mengalami modifikasi atau pembaharuan pada produk yang sudah ada tersebut. Berikut tabel hasil diversifikasi produk secara konsentris yang ada di UD. Tiga Serangkai:

Tabel 1. Diversifikasi produk konsentris UD. Tiga Serangkai

Nama Produk	Modifikasi Bentuk	Varian Rasa
Rengginang	Ya Bulat Pipih	Ya Rasa Original Rasa Bawang Rasa Terasi Rasa Udang

Bagiak	Ya Bulat Lonjong	Ya Rasa Original Rasa Jahe Rasa Keningar Rasa Susu Rasa Kacang Rasa Coklat Rasa Melon Rasa Stroberi
Widaran	Ya Lonjong Pipih	Ya Rasa Telur Rasa Keju
Ladrang	Ya Panjang	Ya Ladrang Manis Ladrang Gurih
Kuping Gajah	Ya Besar Kecil	Ya Rasa Coklat Rasa Vanila Mix
Pastel Abon	Ya Bentuk Cumi Bentuk Pastel biasa	Ya Rasa abon sapi Rasa Abon ayam
Keripik Pisang	Ya Bentuk panjang Bentuk bulat	Ya Rasa manis Rasa asin

UD. Tiga Serangkai juga menerapkan diversifikasi produk horizontal yakni membuat produk baru yang sama sekali produk tersebut tidak ada kaitannya dengan produk yang sudah ada sebelumnya. Meskipun produknya berbeda tetapi masih dipasarkan dengan pangsa pasar yang sama. Berikut tabel hasil diversifikasi produk secara horizontal yang ada di UD. Tiga Serangkai:

Tabel 2. Diversifikasi produk horizontal UD. Tiga Serangkai

Nama Produk	Bahan baku yang digunakan
Wajik	Beras Ketan
Tape Ketan	Beras Ketan
Kethot/ jadah	Beras Ketan
Jenang Madu Mongso	Beras Ketan
Manisan Buah Cermi	Buah Cermi
Manisan Buah Pala	Buah Pala

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya penerapan strategi diversifikasi produk secara konsentris dan horizontal, pihak UD. Tiga Serangkai lebih percaya diri untuk menghadapi persaingan dagang produk serupa yang ada dipasaran. Manfaat lain yang dirasakan oleh pihak UD. Tiga Serangkai dengan diterapkannya strategi diversifikasi produk yakni semua komponen yang ada pada proses produksi seperti pemanfaatan bahan baku yang lebih efisien dan tepat guna karena

menerapkan konsep *zero waste*, dimana semua komponen pada bahan baku dapat semaksimal mungkin dimanfaatkan dengan baik untuk menghasilkan produk jajanan yang diminati konsumen. UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi menerapkan diversifikasi produk secara konsentris dan horizontal bertujuan untuk mengoptimalkan sumber daya perusahaan yang ada, memperkecil kerugian akibat tidak lakunya suatu produk, meningkatkan laba perusahaan dan tentunya mempertahankan eksistensi perusahaan UD. Tiga Serangkai dimata konsumennya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi bahwa diversifikasi produk konsentris dan horizontal pada perusahaannya terbukti dapat mempertahankan eksistensinya dan masih beroperasi sampai saat ini. Dengan memanfaatkan modifikasi bentuk produk dan melakukan penambahan beberapa varian rasa yang beragam secara tidak langsung dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian produk di UD. Tiga Serangkai, juga ada yang sudah seperti pelanggan yang setiap ada acara atau hari-hari besar nasional, pelanggan tersebut melakukan pembelian produk pada UD. Tiga Serangkai. Menurut Assauri (2007:198) proses diversifikasi produk ini harus melalui beberapa tahapan seperti melakukan riset pasar terlebih dahulu menentukan apa saja strategi yang dirasa tepat sasaran sesuai tujuan awal, perusahaan berupaya untuk memperluas cakupan pasar-pasar baru yang berpotensi sebagai sarana baru untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan profitabilitas serta memperkenalkan bermacam-macam produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Selain itu penerapan strategi diversifikasi produk yang tepat sasaran akan membuat pekerjaan lebih mudah dan membuat posisi perusahaan semakin mudah untuk mencapai target yang telah ditentukan (Mulyadi 2007:434).

Diversifikasi produk bermanfaat untuk menuntut perusahaan mengerahkan usaha terbaiknya dalam upaya mempertahankan usahanya, tidak hanya bergantung pada penjualan satu jenis produk saja. Diversifikasi produk akan memaksimalkan profit yang didapatkan perusahaan dengan cara ekspansi perusahaan dalam menemukan produk baru yang nantinya akan diminati oleh konsumen (Tjiptono, 2014:25). Hal ini menunjukkan bahwa dengan diversifikasi produk, banyak manfaat yang dirasakan oleh pihak UD. Tiga Serangkai dan penganekaragaman produk membuat posisi perusahaan tetap eksis dan produknya tetap diminati oleh konsumennya, para konsumen juga merespon dengan baik beberapa upaya yang telah dilakukan oleh UD. Tiga Serangkai dengan cara memodifikasi bentuk produk dan menambahkan beberapa varian rasa dari jajanan atau kue-kue yang ada di UD. Tiga Serangkai. Hal ini sesuai dengan penjelasan Bapak Farurrohman pemilik UD. Tiga Serangkai selaku informan utama dalam penelitian ini.

“Yang paling terasa yakni dari segi keuntungan dek, dan perasaan kami lebih tenang jika ada produk yang kurang diminati, kita masih banyak produk lainnya yang bisa ditawarkan kepada konsumen kami. Penambahan varian rasa juga membuat konsumen merasa tidak cepat bosan dengan produk yang kami jual, minggu ini nyoba rasa coklat minggu-minggu selanjutnya nyobain rasa melon atau yang lain, selain itu dengan memodifikasi produk yang kurang laku contohnya seperti sale pisang di modifikasi jadi sale pisang lilit, itu juga membuat keuntungan perusahaan semakin meningkat dan mencegah pemborosan bahan baku yang digunakan, sehingga lebih efisien dan tentunya ongkos produksi akan lebih murah lagi” (FT).

Dari pendapat tersebut nampak bahwa dengan adanya diversifikasi produk atau penganekaragaman produk dapat mempertahankan eksistensi dan posisi UD. Tiga Serangkai tetap diminati produknya oleh konsumennya, membuat UD. Tiga Serangkai lebih percaya diri untuk menawarkan beberapa jenis produk yang diproduksinya dan lebih menguntungkan karena penggunaan bahan baku yang lebih efisien dengan adanya diversifikasi produk yang diterapkan UD. Tiga Serangkai. Selanjutnya peneliti mewawancarai salah satu karyawan di UD. Tiga Serangkai. Berikut

cuplikan hasil wawancara dari Ibu Ruwaidah selaku karyawan yang bekerja di UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi:

“Yang diproduksi oleh kami dibagian produksi setiap hari terlebih dulu Bapak Fatur yang membuat listnya lalu kami dapat memproses selanjutnya. Setiap hari produk yang diproduksi ada beberapa macam mbak. Tapi yang selalu diproduksi yakni bagiak berbagai varian rasa, roti kering dan rengginang mbak. Kalau pesanan kue yang musiman seperti manisan cermai atau pala, terus jajan-jajan yang lembek macam tape ketan dan lainnya itu jarang sekali kami produksi mbak. Karena yang pasti kendala di bahan baku hingga waktu pengerjaannya yang memakan waktu lama. Jadi kalau kita sanggup ya kita kerjakan, pesanan yang atur sudah di Pak Fatur mbak, kita bagian produksi saja.”(IR.)

Dari pendapat tersebut nampak bahwa dengan adanya diversifikasi produk atau penganekaragaman produk dapat mempertahankan eksistensi dan posisi UD. Tiga Serangkai tetap diminati produknya oleh konsumennya, membuat UD. Tiga Serangkai lebih percaya diri untuk menawarkan beberapa jenis produk yang diproduksinya dan lebih menguntungkan karena penggunaan bahan baku yang lebih efisien dengan adanya diversifikasi produk yang diterapkan UD. Tiga Serangkai. Pada diversifikasi produk secara horizontal, pihak UD. Tiga Serangkai tetap menerima pesanan tersebut tetapi dengan memperhatikan ketersediaan bahan baku utama yang sebagian ada yang tergantung dengan musim hingga proses produksi yang memakan waktu sehari-hari, apabila pihak UD. Tiga Serangkai bersedia dan menyanggupi pesanan jajan tersebut, maka bisa dilakukan pesanan sesuai dengan permintaan konsumen. Selanjutnya peneliti mewawancarai salah satu konsumen dari UD. Tiga Serangkai. Berikut beberapa cuplikan hasil wawancara dari Ibu Watik sebagai konsumen dari di UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi:

“Lumayan sering saya beli disini mbak, apalagi kalau mendekati Hari Raya Idul Fitri gitu hampir semua isi toples saya isinya pesen jajan di UD. Tiga Serangkai ini, udah langganan tiap tahunnya, jadi kalau mau pesan jajan ya tidak bingung lagi langsung saja telepon Bu. Is atau Pak Faturnya minta dibikinkan pesanan kue saya. Saya juga kadang kedatangan keluarga saya yang dari luar Banyuwangi, kalau mereka mau pulang gitu saya bawakan oleh-oleh khas Banyuwangi yang saya beli di UD. Tiga Serangkai itu mbak. Banyak pilihan jajannya mbak, jadi kalau langsung beli gitu gak bingung sudah banyak yang ready tinggal dibeli saja. Lebih praktis sih menurut saya apalagi kalau kita belinya agak dadakan gitu ya” (IW).

Dari pendapat tersebut nampak bahwa dengan adanya diversifikasi produk atau penganekaragaman produk dapat mencegah kebosanan produk yang dibeli karena penganekaragaman produk membuat konsumen lebih banyak pilihan jajanan untuk dibeli, dapat mempertahankan produk dari UD. Tiga Serangkai tetap diminati konsumen, memperkuat eksistensi dan posisi UD. Tiga Serangkai dimata konsumennya, membuat UD. Tiga Serangkai lebih percaya diri untuk menawarkan beberapa jenis produk yang diproduksinya.

UD. Tiga Serangkai berinovasi dan berupaya untuk meningkatkan kualitas produknya dan bersaing secara sehat dengan para kompetitor yang menjual produk serupa. Apabila produk yang sudah ada sebelumnya tidak terlalu laku dipasaran, produk hasil dari pengembangan produk diversifikasi horizontal UD. Tiga Serangkai membuat produk baru yang juga dapat menunjang penjualan, untuk bisa bertahan dan tidak mengalami kerugian yang terlalu besar, bisa dikatakan jika suatu produk tidak laku, masih ada produk lain yang dapat dipasarkan kepada pembeli supaya pembeli tetap melakukan *repeat order* dan diharapkan tidak membeli ke toko lainnya.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa UD. Tiga Serangkai Kabupaten Banyuwangi telah melakukan diversifikasi produk. Adanya penganekaragaman produk atau diversifikasi produk yang ada di UD. Tiga Serangkai merupakan salah satu inovasi perubahan atau

upaya terbaik yang bisa UD. Tiga Serangkai lakukan dan hasilnya nyata berdampak positif bagi perusahaannya. UD. Tiga Serangkai menerapkan strategi diversifikasi produk, yakni menerapkan diversifikasi produk secara konsentris dan horizontal karena pihak UD. Tiga Serangkai meminimalisasi resiko kerugian yang lebih besar bagi perusahaannya. Konsumen pun juga merespon baik dengan adanya diversifikasi produk yang dilakukan oleh UD. Tiga Serangkai. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian ini membuktikan bahwa menggunakan strategi diversifikasi produk pada usaha rumahan produksi jajanan oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Tiga Serangkai ini dapat efektif dan diterima dengan baik serta berdampak positif, dengan adanya diversifikasi atau penganekaragaman produk konsumen menjadi loyal kepada produk-produk dari UD. Tiga Serangkai.

PENUTUP

Diversifikasi produk secara konsentris yang ada di UD. Tiga Serangkai yang diterapkan yakni dengan cara pengoptimalan bahan baku agar lebih efisien, memodifikasi bentuk produk dan juga menambahkan varian rasa pada beberapa produk dari UD. Tiga Serangkai. Diversifikasi produk secara horizontal yang ada di UD. Tiga Serangkai yang diterapkan yakni pihak UD. Tiga Serangkai juga menerima apabila ada beberapa pesanan kue yang bersifat pesanan khusus, tidak selalu bisa dilakukan produksi karena faktor terbatasnya ketersediaan bahan baku karena bersifat buah musiman dan lamanya proses produksi. UD. Tiga Serangkai dapat mempertahankan eksistensi produk yang dihasilkannya.

Diversifikasi produk menjadi salah satu cara untuk menghindari ancaman produk tidak laku dari kompetitor lain yang juga memproduksi produk serupa. UD. Tiga Serangkai merasakan dampak positif dengan adanya diversifikasi produk ini dapat memberikan *added value* atau nilai tambah pada produk yang sudah ada sebelumnya, manfaat lainnya membuat UD. Tiga Serangkai lebih menerapkan sistem produksi tepat guna dan efisiensi penggunaan bahan baku yang digunakan saat proses produksi atau *zero wasted*, sehingga penggunaan bahan baku dapat digunakan secara optimal dan adanya diversifikasi produk membuat pemasukan UD. Tiga Serangkai menjadi lebih lancar karena produknya tetap laku dipasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2007. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi Teori-Konsep Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Assauri, S. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Manajemen, PPM. 2015. *Inovasi Perusahaan Indonesia*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Mulyadi. 2007. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyanti, S. W. L. H. 2016. *Strategi Inovasi Usaha Kecil dan Menengah*. Malang: CV. Dream Litera Buana.
- Suryana, Y. dan Bayu, K. 2011. *Kewirausahaan (Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses)*. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.