

ANALISIS STRATEGI KERAGAMAN PRODUK OLAHAN MIE DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA KEDAI MIE JEMBER

Yudi Al Amin *) Sutrisno Djaja **)

***Abstract:** This research was conducted to find out the application of the strategy of diversity products used in Kedai Mie Jember in increasing its sales volume. This research was conducted in Jalan Sumatra No. 126 Jember. The purpose of this study was to describe the application of diversity strategy products processed noodles in increasing sales volume in Kedai Mie Jember. Type of this research is a descriptive qualitative research. The determination of the location of research using the method of purposive area in Kedai Mie Jember. Data collection by the method of observation, interview and documentation. The results showed that the strategy of diversity related products rated effective increase sales volume in Kedai Mie Jember. It is reflected in the data on average sales volume of the acquired Kedai Mie Jember on semester 1 Manager of Kedai Mie Jember after applying on the diversity strategy prepared noodles produced increased by Rp 53.070.833,- per month with 35.80% percentage. While the average sales volume of the acquired Kedai Mie Jember on semester 2 after the Manager of Kedai Mie Jember on the diversity strategy prepared noodles produced amounted to Rp 55.264.833,- per month with the percentage of 41.32%. The increase sales volume of the acquired Kedai Mie Jember on semester 2 average is larger when compared with the sales volume of the acquired Kedai Mie Jember in semester 1.*

Keywords : *Strategy Of Product Diversity, Sales Volume.*

*) Yudi Al Amin adalah mahasiswa Prog. Studi Ekonomi FKIP UNEJ

**) Sutrisno Djaja adalah staf mengajar Prog. Studi Ekonomi FKIP UNEJ

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha kuliner dewasa ini telah mewarnai persaingan antar pelaku bisnis kedai. Melihat semakin ketatnya persaingan bisnis utamanya dalam bidang kuliner, memaksa manajer untuk menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya. Manajer perlu menerapkan strategi yang mampu menarik minat konsumen dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan omzet penjualan agar dapat bertahan dari pesaing bisnis kuliner lain yang semakin banyak. Apabila seorang manajer tidak mempunyai strategi yang tepat, maka dapat diprediksi kedai tersebut akan mengalami penurunan, baik dalam bidang produksi maupun jumlah penjualannya.

Strategi keragaman produk merupakan upaya yang dilakukan produsen atau pengusaha untuk membuat produk serupa yang beragam baik dari ragam bentuk, ukuran dan rasanya. Sejalan dengan pernyataan tersebut, Wijayanti (2012:63) mengatakan bahwa keragaman produk adalah jenis produk bermerk yang sama, dengan ukuran, warna atau rasa produk yang berbeda. Kegiatan yang dilakukan dalam menambah keragaman produk yaitu membuat tambahan jenis produk baru dari produk sudah ada dengan bahan dasar yang sejenis. Kotler dan Keller (2008:15) menambahkan bahwa keragaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. Penganekaragaman produk dilakukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang bermacam-macam.

Salah satu makanan cepat saji yang mudah ditemukan di berbagai daerah adalah mie. Kuliner mie disukai konsumen karena dapat diolah menjadi berbagai masakan dan dapat dihidangkan dengan cepat. Mie tidak hanya dijual dalam bentuk kemasan instan. Akan tetapi olahan mie juga dibuat dan dijual menjadi produk yang beragam jenisnya. Pemilihan kuliner mie tersebut dipilih untuk diteliti karena adanya keunikan. Adanya sebuah kedai yang membuat dan menjual berbagai macam produk dengan bahan dasar mie yaitu Kedai Mie.

Kedai Mie merupakan salah satu kedai yang berada di Jalan Sumatra No.126 Jember. Kedai Mie menyajikan beragam produk makanan yang berbahan dasar olahan mie. Kedai tersebut tergolong masih baru, didirikan pada tanggal 6 Desember 2009. Banyaknya persaingan bisnis kuliner di Kabupaten Jember yang memproduksi makanan serupa mengharuskan Manajer Kedai Mie

untuk menerapkan strategi yang tepat guna meningkatkan omzet penjualan serta demi keberlanjutan usahanya. Penerapan strategi keragaman produk melalui beberapa unsur antara lain : nama produk, kategori produk, komposisi produk, varian rasa produk dan keunggulan produk. Berikut ragam nama produk olahan mie di Kedai Mie Jember :

Tabel 1.1 Ragam Nama Produk

No.	Nama produk	Ragam Produk
1.	Mie Pangsit	Mie Pangsit Original, Mie Pangsit Galau, Mie Pangsit Jamur, Mie Pangsit Babat, Mie Pangsit Charsiew, Mie Pangsit Ceker, Mie Pangsit Bakwan, Mie Pangsit Kriting, Mie Pangsit Kombinasi dan Mie Pangsit Jumbo.
2.	Mie Goreng	Mie Goreng Ayam, Mie Goreng Charsiew, Mie Goreng Mawut, Mie Goreng Sosis, Mie Goreng Babat, Mie Goreng <i>Beef</i> , Mie Goreng Jamur, Mie Goreng Udang, Mie Goreng Spesial, Mie Goreng Galau, Mie Goreng Ala Kedai ++, Mie Goreng Komplit ++, Mie Goreng <i>Seafood</i> , Mie Goreng Jumbo dan Mie Goreng Orak-Arik.
3.	Mie Ayam Kuah	
4.	Kwitiaw	

Salah satu tujuan Manajer Kedai Mie menerapkan strategi keragaman produk adalah untuk meningkatkan omzet penjualan. Omzet penjualan yang awalnya hanya *stagnant* pada angka 30 jutaan saja, maka Manajer Kedai Mie mulai berpikir mencari cara untuk meningkatkan omzet tersebut. Sejalan dengan pernyataan tersebut, Royan (2011:159) mengatakan bahwa salah satu cara meningkatkan omzet penjualan yaitu dengan cara menawarkan produk yang beragam. Berdasarkan alasan tersebut, maka Manajer Kedai Mie berusaha untuk

meningkatkan omzet penjualan melalui strategi keragaman produk olahan mie tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penerapan strategi keragaman produk olahan mie dalam meningkatkan omzet penjualan pada Kedai Mie Jember.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tempat penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive area*, yaitu di Kedai Mie Jember. Subjek dalam penelitian ini adalah Manajer Kedai Mie Jember, untuk informan penelitian yaitu dua orang karyawan Kedai Mie dan 2 orang konsumen Kedai Mie. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Strategi Keragaman Produk

1. Nama Produk

Nama produk merupakan hal wajib yang harus ada sebagai identitas sebuah produk olahan mie yang dibuat dan dijual oleh Kedai Mie. Nama produk dibuat seunik dan sebagus mungkin. Tujuannya agar konsumen dapat mengingat dan dapat membedakan dengan produk pesaing yang sejenis. Seorang manajer tidak hanya sekedar menamai produk kreasinya seperti nama produk yang sudah ada. Menurut pak Farhan (35 thn) produk kreasinya diberi nama sesuai dengan karakteristik ataupun komposisi dari produk tersebut. Sehingga akan membuat konsumen penasaran dan tertarik untuk membelinya.

Nama produk yang baik adalah nama yang mudah diingat oleh konsumen. Nama produk tidak harus yang panjang melainkan yang sederhana dan dapat menggambarkan produk tersebut. Nama produk mempunyai peranan penting dalam menarik minat konsumen. Apalagi kalau nama produk tersebut dibuat

unik dan masih baru ditelinga konsumen. Konsumen akan tertarik untuk mencoba membeli.

2. Kategori Produk

Produk makanan dapat dikategorikan berdasarkan sifat dan jenisnya. Ada beberapa kategori misalnya berdasarkan ketahanannya yaitu ada produk yang tahan lama dan tidak tahan lama. Pengkategorian produk mempunyai peran penting dalam penjualan produk tersebut. Kedai Mie menghasilkan produk dalam kategori produk konsumsi dan juga kategori produk makanan tidak tahan lama.

Kategori produk olahan mie pada Kedai Mie merupakan kategori barang konsumsi dan produk yang tidak tahan lama. Hal tersebut dikarenakan bahan yang digunakan bebas dari bahan pengawet seperti halnya mie instan yang dijual di toko dan swalayan.

3. Komposisi Produk

Sebuah produk merupakan hasil campuran dari berbagai bahan dalam pembuatannya. Sehingga komposisi merupakan salah satu bagian penting dari sebuah produk. Sama halnya dengan pembuatan produk olahan mie pada Kedai Mie, yang dibuat dengan campuran bahan yang pas sehingga produk yang dihasilkan mempunyai rasa yang enak.

Awal mula pembuatan produk mie tidak semudah yang diperkirakan. Kesulitan mencampur bahan menjadi sebuah produk olahan mie yang enak dan disukai konsumen menjadi kendala. Berbagai uji coba dilakukan agar menemukan resep yang pas. Selain itu, resikonya besar apabila produk yang dibuat tidak disukai konsumen. Karena produk tersebut termasuk barang yang tidak tahan lama. Walaupun pada saat awal berdiri, masih sedikit pesaing yang menjual produk serupa.

4. Varian Rasa

Varian rasa mie yang ditawarkan oleh Kedai Mie tidak kalah menarik dengan tempat lain. Karena varian rasa Kedai Mie memang sengaja dibuat beragam agar konsumen tertarik membeli produk tersebut. Varian rasa produk yang ditawarkan oleh Kedai Mie dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi

konsumen. Tahun 2014 merupakan tahun dimana makanan pedas menjadi primadona dan populer di kalangan masyarakat khususnya di daerah Jember. Alasan tersebut menjadi faktor pendorong Manajer Kedai Mie dalam membuat varian rasa baru yang disukai oleh konsumen.

Adanya penambahan varian rasa baru tidak menambah harga dari produk-produk olahan mie di Kedai Mie. Harga yang ditawarkan Kedai Mie tetap seperti harga awal. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bu Siti, konsumen Kedai Mie yang dijadikan sebagai informan tambahan penelitian, sebagai berikut :

“harganya tetep mas. Saya beli mie kombinasi juga masih tetep Rp 12.000,-. Saya pertama kesini tahun 2012. Kalo dulu saya belinya mie pangsit mas, (S, 46 thn).”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, harga produk olahan mie di Kedai Mie masih tetap seperti harga yang dahulu. Manajer Kedai Mie sengaja tidak menaikkan harga agar konsumen Kedai Mie tetap setia datang ke Kedai Mie. Harga masing-masing produk olahan mie Kedai Mie saat ini terjangkau untuk konsumen. Selain harganya yang murah, porsinya juga lumayan banyak.

5. Keunggulan Produk

Keunggulan produk merupakan keunikan-keunikan dari produk yang ditawarkan kepada konsumen agar produk tersebut mempunyai nilai lebih dari produk lain. Keunikan produk tersebut harus dibandingkan dengan produk lain dalam 1 kategori yang sama. Keunikan ini nantinya akan menjadi ciri khas dari produk tersebut. Terlebih lagi apabila ada produk pesaing yang mirip sehingga mudah dalam membedakannya.

Kedai Mie Jember mempunyai keunggulan produk pada ragam produk olahan mie pangsit charsiew, mie pangsit kriting dan mie pangsit kombinasi pada jenis mie pangsit. Sedangkan untuk jenis mie goreng, Kedai Mie memiliki menu khas seperti mie goreng charsiew, mie goreng ala kedai, serta mie goreng komplit. Produk tersebut mempunyai keunggulan produk karena cita rasanya yang khas dengan racikan bumbu yang pas. Ditambah *topping* yang banyak seperti irisan daging ayam, irisan daging sapi, babat, udang, bakso, pangsit basah

dan pangsit goreng. Pernyataan lain juga diutarakan oleh Bu Siti (46 thn) konsumen Kedai Mie berikut:

“Keunggulannya kalo menurut saya porsi mienya banyak mas, kemudian toppingnya juga banyak. Rasanya juga sesuai selera saya. Dan yang penting, harganya tetep murah mas, (S, 46 thn).”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, selain *topping*-nya banyak, harganya juga terbilang murah. Sebuah produk unggulan bukan hanya sebagai ikon untuk sebuah tempat makan, melainkan juga sebagai nilai lebih yang dimiliki oleh tempat makan. Dengan adanya produk unggulan, maka dapat dikatakan bahwa Kedai Mie mampu mempertahankan konsumennya sehingga penjualan tidak mengalami penurunan akibat jumlah pesaing yang menjual produk sejenis yang semakin banyak.

Peningkatan Omzet Penjualan

Peningkatan omzet penjualan merupakan salah satu tujuan dari suatu usaha yang dikelola seseorang, salah satunya yaitu Manajer Kedai Mie. Adanya peningkatan omzet penjualan menggambarkan bahwa usaha yang dikelola tersebut dapat bertahan dari pesaing dan mampu menunjukkan produk yang diproduksinya disukai konsumen. Produk yang diproduksi oleh Kedai Mie dahulu memang belum sebanyak dan beragam seperti saat ini. Produk Kedai Mie sebelum menerapkan strategi keragaman produk yang ditawarkan kepada konsumen masih sama seperti saat Kedai Mie pertama berdiri. Berikut data omzet penjualan Kedai Mie pada semester 1:

Tabel 1.1 Data Omzet Penjualan Sebelum dan Sesudah Menerapkan Strategi Keragaman Produk Kedai Mie pada Semester 1

No	Jangka Waktu	Omzet Penjualan Per Bulan pada Semester 1 (Rp)		Peningkatan (%)
		Sebelum	Sesudah	
1	Bulan ke-1	38.771.000	52.091.000	34.36
2	Bulan ke-2	37.328.000	53.739.000	43.96
3	Bulan ke-3	38.840.000	51.427.000	32.41
4	Bulan ke-4	39.425.000	53.210.000	34.97
5	Bulan ke-5	39.720.000	53.753.000	35.33
6	Bulan ke-6	40.521.000	54.205.000	33.77
Rata-rata peningkatan				35.80

Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa omzet penjualan Kedai Mie mengalami peningkatan. Peningkatan omzet penjualan Kedai Mie tidak lepas dari penerapan strategi keragaman produk dalam upaya menganekaragamkan produk olahan mie untuk menarik minat konsumen. Rata-rata omzet penjualan yang diperoleh Kedai Mie pada semester 1 (bulan Juli s/d Desember 2014) sebesar Rp 53.070.833,- per bulan dengan persentase sebesar 35.80 %. Berikut data omzet penjualan Kedai Mie pada semester 2 :

Tabel 1.2 Data Omzet Penjualan Sebelum dan Sesudah Menerapkan Strategi Keragaman Produk Kedai Mie pada Semester 2

No	Jangka Waktu	Omzet Penjualan Per Bulan pada Semester 2 (Rp)		Peningkatan (%)
		Sebelum	Sesudah	
1	Bulan ke-1	38.771.000	54.812.000	41.37
2	Bulan ke-2	37.328.000	52.316.000	40.15
3	Bulan ke-3	38.840.000	55.642.000	43.26
4	Bulan ke-4	39.425.000	54.403.000	37.99
5	Bulan ke-5	39.720.000	56.196.000	41.48
6	Bulan ke-6	40.521.000	58.220.000	43.68
		Rata-rata		41.32

Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa omzet penjualan Kedai Mie pada semester 2 juga mengalami peningkatan. Rata-rata omzet penjualan yang diperoleh Kedai Mie pada semester 2 (bulan Januari s/d Juni 2015) sebesar Rp 55.264.833,- per bulan dengan persentase 41.32 %. Peningkatan omzet penjualan yang diperoleh Kedai Mie pada semester 2 rata-rata lebih besar apabila dibandingkan dengan omzet penjualan Kedai Mie yang diperoleh pada semester 1.

PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari informan utama dari subjek penelitian yaitu Manajer Kedai Mie bahwa strategi keragaman produk diterapkan pada produk olahan mie yang mereka produksi. Tujuan penerapan strategi keragaman produk pada produk olahan mie adalah untuk meningkatkan omzet penjualan dengan cara menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Strategi Keragaman Produk

Strategi keragaman produk merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh Manajer Kedai Mie dalam menganeekaragaman produk olahan mie yang diproduksi oleh Kedai Mie. Strategi keragaman produk olahan mie tersebut terbagi menjadi lima unsur, yaitu :

1. Nama Produk

Nama produk merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran, karena kegiatan memperkenalkan dan menawarkan suatu produk tidak terlepas dari nama produk yang diandalkan. Nama produk juga merupakan pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Nama produk merupakan suatu tanda pembeda atas barang yang dihasilkan satu orang dengan orang lainnya. Hal serupa dinyatakan oleh Tjiptono (2002:104) bahwa nama produk adalah istilah, tanda, simbol/lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing. Sedangkan Kotler (2000:63) berpendapat bahwa nama produk adalah istilah, tanda, simbol atau rancangan atau kombinasi hal-hal tersebut, yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, Manajer Kedai Mie dengan sengaja membuat berbagai macam nama produk olahan mie yang dijual. Hal tersebut dilakukan agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Semakin banyak konsumen yang tertarik untuk membeli, maka penjualan akan mengalami peningkatan.

2. Kategori Produk

Unsur selanjutnya dari strategi keragaman produk yaitu kategori produk. Kategori suatu produk penting peranannya dalam penjualan produk tersebut. Usaha yang baik dan produktif merupakan usaha yang memberikan keuntungan bagi pemiliknya. Salah satu usaha memberikan keuntungan yaitu usaha kuliner baik dalam bentuk rumah makan, kedai, café dan lain sebagainya. Karena dengan menjalankan usaha yang dibutuhkan seseorang setiap hari seperti halnya Kedai Mie. Sejalan dengan pernyataan tersebut, Tjiptono (2002:99) mengatakan bahwa barang yang setiap hari dibutuhkan seseorang termasuk dalam kategori

produk konsumsi. Sehingga dengan menjual produk konsumsi, seseorang dapat memperoleh keuntungan dari produk tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, produk yang diproduksi oleh Kedai Mie Jember merupakan produk dalam kategori produk konsumsi. Kedai Mie menyajikan berbagai masakan mie yang langsung siap dikonsumsi. Namun, olahan mie yang diproduksi Kedai Mie tidak bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama. Karena mie yang diproduksi Kedai Mie merupakan mie yang bebas dari bahan pengawet makanan.

3. Komposisi Produk

Sebuah produk yang baik adalah produk yang mempunyai komposisi yang pas dalam pembuatannya. Sehingga komposisi merupakan salah satu bagian penting dari sebuah produk. Pembuatan mie pada Kedai Mie Jember dibuat sendiri dengan komposisi bahan yang pas sehingga mie yang dihasilkan bertekstur lembut dan kenyal. Tjiptono (2002:102) mengatakan bahwa komposisi juga dapat membedakan antara produk satu dengan produk yang lain karena ada penambahan atau pengurangan bahan tertentu yang digunakan dalam komposisi tersebut. Komposisi ini harus disesuaikan dengan strategi pemasaran yang dibuat berdasarkan segmen pasar dan target konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menemukan bahwa komposisi produk merupakan hal yang menjadi perhatian utama dalam membuat sebuah produk yang enak dan disukai konsumen. Komposisi produk tidak hanya tentang bahan yang diolah, melainkan juga bumbu yang digunakan dan dicampur dalam masakan. Oleh sebab itu, Manajer Kedai Mie yang secara langsung mengajari dan membimbing karyawan dalam mencampur bumbu dan bahan menjadi masakan olahan mie yang mempunyai cita rasa khas ala Kedai Mie.

Setiap karyawan baru yang bekerja di Kedai Mie akan mendapatkan pelatihan (*training*) sebelum mereka menjadi karyawan tetap. Hal ini dilakukan oleh Manajer Kedai Mie agar mereka terlatih sehingga cita rasa produk Kedai Mie tetap terjaga rasanya. Pelatihan tersebut mulai diberlakukan sejak tahun 2012. sebelumnya, tidak ada pelatihan untuk calon karyawan tetap Kedai Mie.

4. Varian Rasa

Manajer Kedai Mie berinovasi terkait varian rasa yang diproduksi di Kedai Mie. Karena varian rasa produk yang ditawarkan akan mempengaruhi

daya tarik atau minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Misalnya produk Kedai Mie ada berbagai macam rasa produk yang dijual yaitu ada rasa original (gurih), rasa pedas manis, dan sangat pedas. Menurut Wijayanti (2012:63) banyaknya ragam atau varian rasa ini, produsen mengharapkan konsumen dapat memilih varian rasa produk yang berbeda sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa dengan banyaknya pilihan rasa produk yang ditawarkan oleh Kedai Mie, konsumen akan merasa senang. Konsumen yang senang akan membeli lagi untuk memenuhi keinginannya. Dengan banyaknya konsumen yang melakukan pembelian ulang. Maka, hal tersebut akan menambah jumlah penjualan Kedai Mie yang akan berdampak pada meningkatnya omzet penjualan yang diterima.

5. Keunggulan Produk

Sebuah produk disukai konsumen bukan hanya karena namanya yang unik dan rasanya yang enak. Akan tetapi juga karena keunggulan yang dimiliki produk tersebut dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Menurut Wijayanti (2012:67) keunggulan produk merupakan keunikan-keunikan dari produk yang ditawarkan kepada konsumen agar produk tersebut mempunyai nilai lebih dari produk lain. Keunggulan yang dimiliki sebuah produk mampu memberikan nilai tambah yang besar bagi harga suatu produk, dibandingkan dengan produk yang tidak memiliki suatu keunggulan meskipun produk tersebut memiliki keunikan khusus (Kotler, 2000:78).

Berdasarkan hasil penelitian, Kedai Mie mempunyai produk unggulan yaitu mie pangsit charsiew, mie pangsit kriting dan mie pangsit kombinasi pada jenis mie pangsit. Sedangkan untuk jenis mie goreng, Kedai Mie memiliki menu khas seperti mie goreng charsiew, mie goreng ala kedai, serta mie goreng komplit dengan keunggulan cita rasanya yang khas. Produk-produk tersebut banyak dipesan oleh konsumen yang makan di Kedai Mie.

Peningkatan Omzet Penjualan

Adanya peningkatan omzet penjualan pada produk Kedai Mie menggambarkan bahwa strategi keragaman produk mempunyai dampak yang positif. Manajer telah mampu mengelola usaha yang dirintisnya selama ini. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Royan (2011:159) bahwa salah satu cara

meningkatkan omzet penjualan yaitu dengan menawarkan produk yang beragam. Jadi, manajer tidak hanya memproduksi satu jenis produk saja, melainkan dapat membuat beragam produk sehingga akan menambah penjualan produk. Peningkatan omzet penjualan yang diperoleh Kedai Mie tidak selalu sama. Ada faktor tertentu yang mempengaruhinya seperti hari libur dan juga bulan puasa.

Di sisi lain, strategi keragaman produk pada olahan mie yang diterapkan Kedai Mie dapat mengurangi resiko adanya konsumen yang batal membeli karena makanan yang dipesan tidak tersedia atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Sejalan dengan hal tersebut, Royan (2011:161) berpendapat bahwa memanfaatkan produk yang beragam dapat mengurangi resiko produk tidak terbeli jika ada konsumen yang sangat membutuhkan barang itu. Dengan menawarkan produk yang beragam kepada konsumen dapat dipakai sebagai persiapan untuk menghadapi konsumen yang berbeda-beda.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa Manajer Kedai Mie Jember menerapkan strategi keragaman produk olahan mie pada usaha yang dikelolanya. Penerapan strategi keragaman produk olahan mie tersebut mencakup nama produk, kategori produk, komposisi produk, varian rasa produk dan keunggulan produk.

Strategi keragaman produk tersebut dinilai efektif terkait peningkatan omzet penjualan yang diperoleh Kedai Mie. Hal tersebut tercermin dari data rata-rata omzet penjualan yang diperoleh Kedai Mie pada semester 1 (bulan Juli s/d Desember 2014) setelah Manajer Kedai Mie menerapkan strategi keragaman produk pada olahan mie yang diproduksinya sebesar Rp 53.070.833,- per bulan dengan persentase 35.80 %. Sedangkan rata-rata omzet penjualan yang diperoleh Kedai Mie pada semester 2 (bulan Januari s/d Juni 2015) setelah Manajer Kedai Mie menerapkan strategi keragaman produk pada olahan mie yang diproduksinya sebesar Rp 55.264.833,- per bulan dengan persentase 41.32 %. Peningkatan omzet penjualan yang diperoleh Kedai Mie pada semester 2 rata-rata lebih besar apabila dibandingkan dengan omzet penjualan Kedai Mie yang diperoleh pada semester 1.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat diberikan saran kepada Manajer Kedai Mie yaitu hendaknya seorang manajer dapat mempertahankan perkembangan usahanya saat ini. Seorang manajer harus terus berusaha agar Kedai Mie yang dikelolanya dapat berkembang dengan varian produk yang lebih banyak lagi. Pembuatan varian produk harus terus dikembangkan dengan ragam produk yang lebih banyak sehingga konsumen tetap tertarik dengan produk yang diproduksi oleh Kedai Mie. Dengan demikian, Kedai Mie dapat terus meningkatkan omzet penjualannya serta dapat bertahan dari pesaing yang semakin hari semakin pandai mencari celah untuk dunia usaha baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philips. 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jilid 2 Edisi 8)*. Jakarta: Erlangga.
- Royan, Frans M. 2011. *Siapa Bilang Menjual Itu Sulit*. Semarang: Dahara Prize.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijayanti, Titik. 2012. *Marketing Plan! Perlukah?*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Direktorat Jenderal Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. 2012. *Format Isian Data Tingkat Perkembangan Desa dan Kelurahan Tahun 2012*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia.
- Hasan.2009.*Action Research: Desain Penelitian Integratif Untuk Mengatasi Permasalahan Masyarakat. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis,4 (8): 177-187.*
- Herawati, R. 2006. *Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Program Pelatihan. Jurnal Manajemen Pembangunan, 56(4): 25-27*
- Ife, J. dan F, Tesorieoro. 2008. *Community Development*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Universitas Jember. 2012. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: Jember University Press.