

Diversifikasi Produk Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan

Edi Supriyono , Wihandaru Sotya Pamungkas

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183
E-mail: edi.supriyono@umy.ac.id
DOI: 10.18196/ppm.44.902

ABSTRAK

Mitra dalam program ini adalah pimpinan Laa Raiba Catering yang berlokasi di Jeblok, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul. Persoalan yang dihadapi oleh Laa Raiba Catering saat ini adalah semakin rendahnya permintaan produk hasil olahan catering ini. Program kemitraan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mitra akan strategi diversifikasi produk dan menerjemahkannya dalam aspek produksinya. Berdasar pada masalah serta pemecahan masalah yang sudah disampaikan, maka untuk aspek pemasaran, metode pemecahan masalah yang dipakai adalah penyuluhan tentang strategi diversifikasi produk. Sedangkan untuk aspek produksi, metode pemecahan masalah yang dipakai adalah pelatihan pembuatan produk yang berbahan tepung terigu yang bernilai jual. Simpulan pengabdian masyarakat adalah :1) pemilik catering Laa Raiba dapat memahami dan menerapkan strategi diversifikasi produk serta 2) dapat menterjemahkan strategi tersebut dalam aspek produksinya.

Kata kunci : Strategi diversifikasi, pemasaran, produksi

Pendahuluan

Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah catering Laa Raiba yang berlokasi di Jeblok, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul. Pengelola catering tersebut adalah Ibu Sri Murtiningsih. Beliau dalam menjalankan usahanya dimulai pada awal tahun 2019 dengan dibantu tiga orang yang masing-masing bertindak sebagai juru masak, transportasi, dan pemasar.

Dalam perjalanan bisnisnya, Ibu Sri Murtiningsih memulai usaha catering dengan melayani makanan *box* dengan menu yang masih sederhana, serta nasi tumpeng untuk syukuran, ulang tahun, dan lain sebagainya. Target pasar yang dilayani masih terbatas pada masyarakat sekitar dusun Jeblok. Sejak pertengahan tahun 2020, usaha Laa Raiba Catering mulai meningkat. Target pasar sudah meluas terutama melayani beberapa instansi swasta di Bantul. Hal ini membawa dampak pada peningkatan kebutuhan akan alat dan tenaga kerja dalam rangka untuk memenuhi peningkatan permintaan produknya. Semua produk dipasarkan secara *online* dengan bebas ongkir dalam radius 5 Km. Selebihnya, dikenakan biaya Rp1.000,00 per kilometer. Untuk peningkatan kebutuhan akan tenaga kerja bisa diantisipasi dengan melibatkan para tetangga.

Namun semenjak masa pandemi yang dimulai pada bulan Maret 2020, dengan meluasnya masyarakat yang terjangkit virus covid-19, usaha Ibu Sri Murtiningsih juga mengalami penurunan permintaan. Ditambah lagi dengan semakin tingginya tingkat persaingan, membawa dampak pada kegiatan ekonomi nasional tak terkecuali usaha Ibu Sri Murtiningsih. Sadar akan keadaan ini, mendorong Ibu Sri Murtiningsih untuk berusaha keluar dari keterpurukan usaha ini. Program kemitraan ini ditujukan untuk membantu mengatasi persoalan ini sehingga penurunan permintaan usaha mitra yang selama ini terjadi dapat diatasi dan permintaan produknya bisa meningkat kembali.

Metode Pelaksanaan.

Program pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penyuluhan dan pelatihan. Metode penyuluhan ini digunakan untuk meningkatkan pemahaman mitra atas materi

strategi diversifikasi produk sehingga nantinya mitra dapat menerapkannya dalam pengelolaan usahanya. Sedangkan, pelatihan dilaksanakan dalam rangka untuk meningkatkan keterampilan dalam memproduksi produk yang sesuai dengan keputusan yang diambil dalam strategi diversifikasi produk tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Berikut ini akan disampaikan hasil pelaksanaan masing-masing kegiatan tersebut.

Penyuluhan Strategi Diversifikasi produk.

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Kamis, 22 April 2021 di rumah tinggal mitra, yaitu di Jeblok, Tirtonirmolo. Dalam penyuluhannya, pengabdian menyampaikan tentang strategi diversifikasi produk sebagai salah satu upaya dalam peningkatan penjualan usaha. Strategi diversifikasi yang dimaksud adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas (Tjiptono, 1997:132). Dengan diversifikasi produk, suatu usaha tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja, tetapi usaha juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya (produk diversifikasi) karena jika salah satu jenis produknya tengah mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya (Kottler & Armstrong 2008). Penyuluhan ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mitra akan strategi diversifikasi produk dan dapat menerapkannya dalam pengelolaan usahanya.

Hasil dari penyuluhan ini adalah bahwa mitra dapat memahami materi yang diberikan dengan sangat baik dan dapat menerapkan strategi tersebut ke dalam usahanya.



Gambar 1: Penyuluhan Strategi Diversifikasi produk

Pelatihan produksi.

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Kamis, 22 April 2021 di rumah tinggal mitra, Jeblok, Tirtonirmolo. Dalam pelatihan ini, narasumber menyampaikan tentang bagaimana menerjemahkan strategi diversifikasi dalam kegiatan produksi. Produksi/operasi merupakan proses pengubahanan *input* menjadi *output* dengan manfaat yang lebih banyak dibandingkan dengan *input* (Munjiati, 2013). Beberapa materi yang diberikan meliputi:

- a. Identifikasi kebutuhan pelanggan;
- b. Merancang produk sesuai dengan spesifikasi yang disyaratkan konsumen;
- c. Pengujian pasar; serta
- d. Produksi produk.



Gambar 2: Proses Pembuatan Donat



Gambar 3: Produksi Donat yang selaras dengan strategi yang dipilih

Hasil dari pelatihan ini adalah mitra dapat membuat produk seperti apa yang diminta dalam keputusan strategi yang diambilnya.

Simpulan.

Dari penyuluhan dan pelatihan yang diberikan kepada Mitra, dapat disimpulkan bahwa mitra merasa mendapatkan tambahan pengetahuan yang baru tentang strategi diversifikasi produk dalam rangka untuk dapat mengidentifikasi keinginan/kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan keinginan/kebutuhan tersebut. Selain itu, mitra juga dapat menerjemahkan strategi tersebut dalam aspek produksi atas produk tersebut.

Implikasi Program

Program kemitraan yang dilaksanakan ini membawa implikasi pada perubahan cara pengelolaan usaha oleh mitra di tengah persaingan yang ketat ini, yaitu dalam memilih strategi yang tepat untuk dilaksanakan serta dapat menerjemahkan dalam produksinya sehingga tingkat penjualan akan semakin meningkat.

Ucapan Terimakasih

Keberhasilan pelaksanaan pengabdian ini tak lepas dari sumbangan beberapa pihak. Ucapan terimakasih disampaikan kepada LP3 UMY yang telah memberikan hibah pengabdian kepada pengabdian yang tertuang dalam surat penetapan No. 551/PEN-LP3M/II/2021. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM) Kasihan yang telah memfasilitasi kegiatan penyuluhan dan pelatihan ini.

Daftar Pustaka

- 1) Fandy Tjiptono, Fandi, Strategi Pemasaran, Edisi Ke-3, Yogyakarta: ANDI, 1997
- 2) Khamidi, Shofwan, Achmad Fauzi DH, Imam Suyadi. 2013. Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Penjualan (Studi Kasus pada Perusahaan Konveksi “Faiza Bordir” Bangil Pasuruan. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
- 3) Kotler & Armstrong 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Terjemahan oleh Alexander Sindoro. Jilid I. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- 4) Munjiati Munawaroh, Manajemen operasi: Strategi Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif, Edisi ke-2, LP3M, 2013