

BIMBINGAN DAN PENGARAHAN DIVERSIFIKASI PRODUK SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN OMZET USAHA KECIL

Joni Dwi Pribadi, Rena Feri Wijayanti, Siti Rohani, Kun Mustain, Sugeng Hariyanto
1)Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

***Abstrak** - Kegiatan usaha selalu menghadapi berbagai tantangan dalam persaingan untuk terus bertahan hidup. Beberapa strategi dikembangkan untuk menjawab tantangan yang dihadapi tersebut. Wirausahawan sebagai penggerak usaha baik usaha yang berskala kecil maupun menengah hingga usaha skala besar tidak dapat menghindari untuk terus melakukan terobosan strategi agar tercapai keberhasilan usahanya. Sektor usaha kecil dimana masih terdapat banyak keterbatasan membutuhkan banyak bantuan dan motivasi untuk dapat memanfaatkan setiap kesempatan dan juga sumber daya yang ada. Dari aspek tersebut dapat dipahami bahwa dunia pendidikan dapat memberikan kontribusi nyata untuk membina usaha – usaha yang masih dapat dikembangkan sesuai potensinya.*

***Kata kunci:** usaha kecil, strategi usaha, wirausaha.*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbagai usaha dalam menggerakkan roda perekonomian di masyarakat dapat dijalankan dengan mengembangkan berbagai usaha kecil yang sesuai dengan minat dan kemampuan masyarakat itu sendiri. Pengembangan usaha kecil dapat dilakukan dengan memulai usaha rumah tangga yang dikerjakan dan dikelola oleh anggota keluarga. Berawal dari usaha rumahan maka wirausahawan dapat memulai untuk meluaskan pasarannya dengan menerapkan berbagai strategi. Keaktifan masyarakat untuk membuka peluang usaha dan lapangan kerja itulah yang menjadi kunci penting perekonomian dapat berkembang.

Masyarakat sebagai pelaku usaha tidak terlepas dari adanya kebutuhan untuk mendapatkan kemudahan akses dan perlindungan dari pemerintah untuk kelancaran usahanya. Dalam hal tersebut pemerintah telah memberikan kesempatan untuk usaha kecil berkembang, salah satunya dari berbagai bantuan modal dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha. Selain hal tersebut perijinan suatu produk untuk dapat terdaftar sebagai produk yang aman bagi konsumen juga menjadi perhatian pemerintah. Dalam kaitan dengan hal tersebut pelaku usaha harus aktif bergerak sehingga produk yang dihasilkan mendapatkan legalitas yang pada akhirnya mendapatkan kepercayaan dari konsumennya. Meskipun beberapa kemudahan telah disediakan oleh pemerintah namun

demikian masih terdapat beberapa kendala yang seringkali dihadapi oleh pelaku usaha.

Usaha kecil yang dikembangkan oleh masyarakat tidak terlepas dari adanya kebutuhan akan sumber daya manusia yang cakap bekerja. Usaha kecil tidak menuntut adanya pekerja dengan tingkat pendidikan yang tinggi. Hal tersebut dapat dipahami bahwa usaha yang dimulai dari usaha rumah tangga hanya dikelola oleh anggota keluarga tersebut sehingga sumber daya yang ada masih dapat ditingkatkan kemampuannya. Guna memberikan modal ketrampilan pada pelaku usaha, berbagai program pelatihan dan pembimbingan masih diperlukan. Pada perkembangan usaha rumah tangga maupun usaha kecil menengah tidak selalu harus pemilik yang menangani segala urusan. Karena tentu kedepan harus pula dibantu oleh karyawan dimana jumlah karyawan tersebut harus pula disesuaikan dengan penghasilan dari usaha tersebut. Namun demikian pada tahap awal, pemilik usahalah yang berperan begitu banyak baik dari pengerjaan operasional harian maupun dari segi ide strategi yang harus dikembangkan.

Strategi yang perlu dimiliki dan terus berkelanjutan dikembangkan oleh pelaku usaha salah satunya yaitu meraih pasar dan mempertahankannya. Produk awal yang ditawarkan oleh wirausahawan harus mampu memiliki tempat di pasar yang dituju. Kemudian secara bertahap pasar tersebut seharusnya diperluas cakupannya, meskipun tidak harus berskala nasional bahkan internasional. Namun pada prinsipnya pasar harus diperluas sehingga pendapatan dapat meningkat. Tentu kemampuan untuk memperluas pasar disesuaikan dengan kondisi usaha dan juga target yang ingin diraih oleh pelaku usaha.

Guna mempertahankan dan memperluas pasar, salah satu strategi yang dapat diterapkan yaitu dengan menawarkan produk dengan berbagai varian. Tujuan dari pengembangan variasi produk tentu untuk meraih hati konsumen sehingga tidak berpindah ke pesaing. Produk utama yang ditawarkan oleh usaha kecil menjadi produk unggulan yang kemudian disertai dengan berbagai produk yang dikembangkan, namun tidak berbeda jauh dari inti produk utama tersebut. Kemampuan untuk mengembangkan variasi produk tidak diharapkan menimbulkan kesulitan baru bagi pelaku usaha, tetapi pengembangan variasi produk menjadi alternatif untuk memenuhi permintaan konsumen terutama konsumen yang telah setia menggunakan produk.

Usaha kecil yang marak berkembang tahun terakhir ini dikelola oleh kalangan remaja muda. Usaha yang berkembangpun disesuaikan dengan minat

kalangan muda tersebut. Strategi pemasaran untuk memperkenalkan usaha dan mempromosikan produknya didominasi dengan pemanfaatan media internet ataupun melalui media sosial yang telah berkembang pesat menunjang aktifitas pemasaran. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi tentu berbagai kemudahan dapat dirasakan oleh pelaku usaha. Namun begitu dengan semakin luasnya akses maka memunculkan pula persaingan yang tidak dapat dihindari. Oleh karena itu kekuatan akan produk yang ditawarkan dapat menjadi kunci keberhasilan persaingan.

Program Tri Darma Perguruan Tinggi yang salah satunya dilakukan Politeknik Negeri malang diharapkan mampu menjembatani kebutuhan pengelola usaha kecil yang membutuhkan berbagai masukan pengetahuan untuk dapat mengembangkan potensi usahanya. Program pelatihan ini dirancang untuk dapat memberikan pengetahuan tambahan yang dapat diterapkan dan disesuaikan dengan kondisi usaha sehingga tercapai keuntungan yang maksimal serta dapat memperluas potensi pasar dan peluang lain yang dapat dikembangkan lebih jauh.

II. KAJIAN PUSTAKA

Salah satu strategi yang dapat diterapkan pada sebuah usaha adalah strategi Diversifikasi produk. Diversifikasi produk itu sendiri dapat dijelaskan sebagai usaha untuk mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru ataupun kedua hal tersebut. Tujuan dari diversifikasi produk tersebut untuk mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, produktifitas, stabilitas dan profitabilitas. Diversifikasi menurut Tjiptono (2002), dapat dilakukan melalui tiga cara, antara lain:

1) Diversifikasi Konsentris

Strategi ini merupakan strategi dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada.

2) Diversifikasi Horisontal

Jenis diversifikasi selanjutnya yaitu diversifikasi horisontal dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada, tetapi dijual pada konsumen yang sama.

3) Diversifikasi Konglomerat

Diversifikasi konglomerat dapat dijelaskan sebagai strategi dimana produk-produk yang dihasilkan tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi, dengan produk yang sudah ada dan dijual pada konsumen yang berbeda.

Strategi diversifikasi produk dapat diterapkan pada usaha, namun demikian diperlukan analisis lebih lanjut tentang strategi mana yang bisa digunakan dan layak untuk situasi yang dihadapinya sebuah usaha. Strategi diversifikasi adalah sebuah strategi yang paling kompleks implikasinya, karena bagi perusahaan ini akan menjadi pengalaman baru, baik dari segi pasarnya maupun segi produknya. Pada dasarnya keputusan untuk melakukan diversifikasi akan mengandung resiko bisnis.

III. METODE PELAKSANAAN

Metode PKM yang ditempuh untuk mengatasi masalah, yaitu:

1. Pra Pelatihan, dilakukan dengan adanya identifikasi terhadap sumber daya yang ada dan kemudian menyesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi.
2. Desain Pelatihan, dengan mengadakan pelatihan sesuai rekomendasi yang disulkan.
3. Pelaksanaan pelatihan.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat metode pelaksanaan yang diterapkan terdiri dari beberapa tahapan. Tahapan awal yakni tahapan persiapan dimana tim pengabdian masyarakat melakukan konsultasi secara informal dengan pemilik usaha. Tahap selanjutnya diikuti dengan tahapan persiapan dimana kesepahaman antara tim pengabdian masyarakat dan juga pemilik usaha untuk bersama – sama mencoba membuat sebuah varian produk baru dengan tetap memanfaatkan sumber bahan baku yang ada dan juga peralatan pendukung yang tersedia. Anggota tim melakukan persiapan dan mematangkan materi yang akan disampaikan. Kemudian masing – masing anggota tim mempersiapkan apa yang menjadi tugasnya.

Tahapan ketiga yakni pelaksanaan. Pada tahapan ini pelaksanaan dilakukan dengan meminjam tempat pemilik usaha dan tim pengabdian menunjukkan beberapa cara sederhana yang dapat dilakukan untuk membuat olahan produk dengan tetap menggunakan bahan baku tersedia. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan kesanggupan dari kedua belah pihak sehingga tidak memberatkan satu sama lain. Pelaksanaan kegiatan berfokus pada pengolahan produk dan tidak masuk pada tahapan pengarahannya tentang pengembangan desain kemasan meskipun hal tersebut juga menjadi perhatian untuk peserta kegiatan karena peserta tertarik untuk digunakan sebagai strategi menarik konsumen lebih banyak melalui tampilan kemasan yang menarik.

Tahap evaluasi dilakukan dengan menitikberatkan pada tukar pendapat dan saran guna menemukan strategi terbaik yang memungkinkan untuk diterapkan tanpa mengalami kesulitan.

Tim pengabdian menyepakati contoh produk yang dapat diajukan sebagai produk unggulan baru yang sesuai dengan konsep usaha yakni minuman kekinian. Produk unggulan yang selama ini ditawarkan memiliki bahan baku utama yakni susu yang diolah menjadi produk minuman yang digemari. Namun demikian untuk pengolahan dengan produk utama susu dapat dikembangkan dengan penawaran produk lain, sehingga tidak selalu dengan bahan baku utama tersebut dan memberikan alternatif bagi pemilik usaha dan juga menarik minat konsumen. Salah satu pengembangan produk minuman kekinian yang dapat menambah varian produk yang dapat ditawarkan adalah produk olahan the dengan kombinasi susu yang masih menjadi bahan baku utama dari produk unggulan saat ini.

Berikut penjelasan tentang langkah – langkah yang digunakan untuk proses pembuatan minuman olahan teh:

**1. Ice Black Thai tea Bubble (BTT Bubble)
Langkah-langkah pembuatan :**

- 1) Siapkan bahan-bahan yang dibutuhkan seperti : serbuk Teh Thailand 2 sdm, susu kental manis 2 sdm, susu evaporasi, bubble tea 2 sdm, dan es batu .



- 2) Selanjutnya rebus air sebanyak 150 cc hingga mendidih lalu masukkan 2 sdm serbuk teh Thailand setelah berwarna kekuningan matikan kompor dan saring teh ketika panas..



- 3) Selanjutnya tuangkan 100 cc hasil saringan teh ke dalam gelas tahan panas.



- 4) Lalu campurkan 2 sdm susu kental manis dan aduk hingga tercampur rata



- 5) Selanjutnya tuang teh kedalam cup yang sudah terisi es batu.



- 6) Tambahkan Bubble tea sebagai topping



- 7) Terakhir Tuangkan susu evaporasi sebagai penambah rasa gurih pada minuman



8) Ice Black Thai tea Bubble siap dinikmati.



IV. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, tujuannya adalah untuk menemukan alternatif pembinaan yang tepat guna melalui:

- a. Peningkatan pengetahuan dan kemampuan tentang kreatifitas yang dibutuhkan dalam mengembangkan usaha.
- b. Menciptakan peluang dalam kegiatan ekonomi masyarakat dalam bentuk peningkatan pendapatan.
- c. Menerapkan pengetahuan yang selama ini masih berupa teori menjadi penerapan langsung pada sebuah usaha.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang terlaksana dengan fokus utama pembimbingan dan pengarahan usaha kecil melalui strategi pengembangan produk baru melalui diversifikasi produk. Hasil dari kegiatan pengabdian berupa transfer informasi dan pengetahuan. Hasil lain yang dicapai adalah penerapan pengembangan lini produk baru sebagai wujud strategi diversifikasi produk sebagai alternatif yang dapat digunakan pada usaha kecil untuk meningkatkan omzet penjualan.

Berdasarkan proses yang telah dijalankan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, luaran yang dicapai adalah transfer pengetahuan khususnya dalam hal pencatatan keuangan sederhana bagi pelaku usaha kecil. Selain dari pada itu luaran yang dicapai lainnya berupa publikasi ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal nasional.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil dari terselenggaranya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dimulai dari sebelum pelaksanaan hingga sampai dengan evaluasi hasil akhir dilakukan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, diantaranya:

- 1) Pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan yang bertujuan memunculkan ide – ide baru.
- 2) Keinginan dan semangat untuk menggali lebih dalam tentang ketrampilan awal yang telah dimiliki menjadi salah satu kunci keberhasilan dimasa mendatang.

5.2 Saran-saran

- 1) Pengetahuan yang telah didapat selama pelatihan memerlukan praktek pada keseharian usaha sehingga dapat terus berkembang dan tidak mengalami kesulitan.
- 2) Kerjasama dengan lembaga atau perguruan tinggi seperti Politeknik Negeri Malang perlu terus dilanjutkan.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Koch, V. James. 1980. *Industrial Organization and Price*. Second Edition. Prentice-Hall Inc. Engle Wood Cliff. New Jersey.
- [2]. Sedjati, Retina Sri. 2019. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: deepublish
- [3]. Tarida, Yuni. 2012. Strategi Diferensiasi Produk, Diversifikasi Produk, Harga Jual Dan Kaitannya Terhadap Penjualan Pada Industri Kerajinan Rotan Di Kota Palembang. *JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN Journal of Economic & Development Volume 10, No.2 hal: 124-142*
- [4]. Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- [5]. Zimmerer, Thomas W. Norman M. Scarborough. Doug Wilson. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Edisi 3 Buku 1*. 2008. Jakarta: Salemba Empat