STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK DI UD. WINNA SARI DESA PRONOJIWO KECAMATAN PRONOJIWO KABUPATEN LUMAJANG

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Ahmad Junaidi
NIM: E20172149

Dosen Pembimbing

Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I
NIP. 19760812 200801 1 015

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK DI UD. WINNA SARI DESA PRONOJIWO KECAMATAN PRONOJIWO KABUPATEN LUMAJANG

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Ahmad Junaidi
NIM: E20172149

Disetujui pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I
NIP. 19760812 200801 1 015

STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK DI UD. WINNA SARI DESA PRONOJIWO KECAMATAN PRONOJIWO KABUPATEN LUMAJANG

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis
Tanggal : 29 Desember 2022

Tim Penguji

Ketua	Sekretaris
Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak	**Nur Hidayat, S.E., M.M**
NIP. 198803012018012001	**NUP. 201603132**

Anggota :

1. **Dr. Abdul Rokhim, S. Ag., M.E.I.** ( )
2. **Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I** ( )

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Khaindan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 196808072000031001

iii

MOTTO

اِنَّ اللّٰهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتّٰى يُغَيِّرُوْا مَا بِاَنْفُسِهِمْۗ...﴿١١﴾

Artinya : ”Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”. (QS. Ar-ra’d/13:11)[1]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[1] Al-Qur’an, 13:11.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wa syukurillah atas kehadirat-Mu ya allah untuk dapat menyelesaikan masa studi di IAIN Jember yang mana sekarang sudah menjadi Universitas Islam Negeri KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER. Saya persembahkah skripsi ini untuk orang-orang yang sudah mengajariku tentang arti kehidupan serta kedewasaan dalam lika-liku yang penuh kehidupan dengan makna agar lebih berarti:

1. Kepada orang tua saya yang sangat amat saya cintai, kepada (Alm) Bapak Nemo dan Ibu Ruhayah, yang telah memberi segalanya kepada saya baiik cinta, kasih sayang, dan telah mengorbankan waktu, tenaga dan piikiran, serta selalu mendoakan di sepanjang hidup saya.
2. Keluarga Tercinta dan sanak saudara-saudaraku yang telah banyak memberikan bantuan kepada saya baik support, doa dan nasehatnya selama saya masih sekolah hingga saat ini.
3. Kepada sahabat-sahabat saya The Billis Getel yang senantiasa memberi support dan bimbingan dalam proses pengerjaan skripsi ini dari awal hingga akhir.
4. Kepada teman-teman Dema Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
5. Keluarga besar ekonomi syariah 04
6. Almamaterku UIN KHAS Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa syukurillah segala puji bagi allah yang mana penulis sampaikan kepada Allah SWT. Karena atas rahmat, hidayah serta karunia nya, perencanaan, pelaksanaan, hingga tahap penyelesaian skripsi ini sebagai salah satu bentuk syarat dalam menyelesaikan program sarjana S1, alhamdulillah dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini bisa penulis peroleh dikarenakan adanya dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dengan menyampaikan banyak terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor UIN KHAS JEMBER. Yang telah memberikan fasilitas selama kuliah di IAIN Jember hinggan sekarang sudah menjadi UIN KHAS JEMBER.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah meluangkan waktunya dalam memberikan arahan dan bimbingan serta nasehat untuk terselesainya penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
4. Bapak Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah meluangkan waktunya dalam memberikan arahan dan bimbingan serta nasehat untuk terselesainya penyusunan skripsi ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya program studi ekonomi Syariah yang telah memberi ilmu kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Bapak Winarno selaku pemilik UD. Winna sari dan ibu Syadidatul Ilmiyah selaku istri bapak Winarno yang sudah bekerja sama dan memberikan tempat supaya bisa terselesaikan skripsi ini.

Tentunya dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan di dalamnya, tentunya tidak lepas dari kritikan dan saran yang bersifat membangun dari pembaca. Dan penulis hanya mengharap ridho Allah SWT, semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan keberkahan di dunia dan di akhirat khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya. Amin ya robbal alamin.

Jember, 06 Desember 2022

Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Ahmad Junaidi, Dr. M. F. Hidayatullah, M. S.I. 2022: *Startegi Diversifikasi Produk di UD. Winna sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Pronojiwo*

Memasuki dunia industri yang semakin berkembang pada saat ini membuat persaingan antar pelaku bisnis semakin kuat. Adanya persaingan memaksa pemilik bisnis untuk mencari solusi terkait dengan strategi yang baik bagi usaha yang dikelolanya. Strategi diversifikasi produk merupakan upaya yang dilakukan produsen untuk membuat produk dengan bahan dasar sama yang beragam, baik dari ragam bentuk, ukuran, rasa, dan kemasan. Kegiatan yang dilakukan dalam menambah keragaman produk yaitu membuat tambahan jenis produk baru dari produk sudah ada dengan bahan dasar yang sejenis. Melalui penerapan strategi diversifikasi produk, UD. Winna Sari tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja, tetapi juga dapat mengandalkan ragam produk yang lainnya.

Fokus penelitian skripsi ini adalah: 1) Bagaimana strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang?. 2) Apa saja kendala dalam pelaksanaan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang?. 3) Apa solusi yang dapat dilakukan berdasarkan kendala-kendala dalam pelaksanaan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang?.

Tujuan peneletian ini adalah : 1) Untuk mengetahui strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang. 2) Untuk mengetahui kendala dalam pelaksanaan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang. 3) Untuk mengetahui solusi yang dapat dilakukan berdasarkan kendala-kendala dalam pelaksanaan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif. Tujuannya untuk memberi gambaran lengkap, meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang telah dikumpulkan di UD Winna sari. Subyek penelitian dipilih dengan cara purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah model Miles and Huberman. Analisis dilakukan sebelum dan sesudah di lapangan menggunakan. Keabsahan data menggunakan trianggulasi sumber.

Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa 1) Strategi diversifikasi yang digunakan oleh UD. Winna sari yaitu diversifikasi konsentris dan diversifikasi horizontal. 2) Kendala-kendala yang dihadapi diantaranya : a) Kurangnya kualitas sumberdaya manusia (SDM), b) Kurangnya tenaga kerja, c) Pandemi Covid-19. 3) dan solusi yang dilakukan yaitu : a) Melakukan studi banding, b) Menambah tenaga kerja borongan.

Kata kunci : *Diversifikasi Produk, Pengembangan*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH. ACHMAD SIDDIQ JEMBER

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

PENGESAHAN iii

MOTTO iv

PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Fokus Penelitian 7

C. Tujuan Penelitian 7

D. Manfaat Penelitian 8

E. Definisi Istilah 9

F. Sistematika Pembahasan 10

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu 13

B. Kajian Teori 29

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 46

B. Lokasi Penelitian 46

C. Subyek Penelitian 47

D. Teknik Pengumpulan Data 48

E. Analisis Data 49

F. Keabsahan Data 51

G. Tahap-tahap Penelitian 52

BAB IV PENYAJIAN DATA

A. Gambaran Obyek Penelitian 55

B. Penyajian Data dan Analisis 59

C. Pembahasan Temuan 77

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 87

B. Saran 87

DAFTAR PUSTAKA 89

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN 92

LAMPIRAN 93

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Hal.
2.1	Penelitian Terdahulu	24
4.1	Komposisi Dan Bahan Baku	65
4.2	Daftar Kemasan dan Ukurannya	68
4.3	Data Omzet Penjualan UD. Winna Sari Sebelum dan Sesudah Strategi Diversifikasi Produk	69

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No. Uraian Hal.

4.1 Struktur Organisasi 59

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pronojiwo merupakan wilayah yang subur, dimana mayoritas penduduknya bermatapencaharian pada sektor agraris. Kemampuan dalam pengolahan hasil agraria makin ditingkatkan terutama yang berkaitan dengan agribisnis dan agroindustri untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing komoditi pertanian. Salah satu subsektor pertanian yang mendukung petani adalah subsektor hortikultura. Komuditas hortikultura khususnya buah-buahan memiliki prospek jangka panjang untuk dikembangkan.

Buah-buahan merupakan salah satu hasil komoditi dari hasil pertanian yang penting, karena mengandung zat gizi dan mineral yang bermanfaat untuk kesehatan tubuh manusia. Namun, buah-buahan bersifat mudah rusak, sehingga sering mengakibatkan kerugian bagi petani atau pedagang buah-buahan. Oleh sebab itu, perlu melakukan strategi untuk meningkatkan nilai ekonomisnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Memasuki dunia usaha *home industri* yang semakin berkembang pesat saat ini membuat persaingan antar pelaku bisnis semakin ketat. Melihat persaingan yang ketat, sangat berbahaya bagi suatu perusahaan bila hanya mengandalkan produk yang ada tanpa usaha tertentu untuk pengembangannya. Oleh karena itu, setiap perusahaan di dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan, perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan

perubahan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar.[2]

Dalam mengahadapi persaingan yang semakin ketat tersebut, pemlik usaha harus menghasilkan produk yang tepat untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Oleh karena itu, pemlik usaha perlu memiliki strategi untuk menyelesaikan masalah tersebut. Salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu strategi diversifikasi produk. Staretgi diversifikasi produk merupakan usaha yang dilakukan pengusaha untuk memperbanyak macam barang yang akan diproduksi dan dijual. Strategi diversifikasi produk atau penganekaragaman produk merupakan upaya yang dilakukan oleh pengusaha untuk membuat produk yang beragam baik dari ragam, bentuk, ukuran, maupun rasa.[3]

Strategi diversifikasi produk adalah suatu upaya yang dilakukan suatu organisasi dalam usaha memasarkan atau mengusahakan beberapa produk sejenis dengan suatu produk yang telah dipasarkan sebelumnya dan dilakukan untuk meningkatkan pangsa pasar. Menurut Tjiptono, Diversifikasi Produk adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pada pangsa pasar yang baru dalam mengejar peningkatan penjualan, profitabilitas suatu usaha. Diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu:[4]

1. Diversifikasi konsentris, dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam rangka hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[2] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran.* (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2007), 199.
[3] Rustam Effendi, *Marketing Manajemen. Malang* (IKIP Malang, 1996), 109.
[4] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 132.

2. Diversifikasi horisontal, dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepala pelanggan yang sama.
3. Diversifikasi konglomerat, di mana produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru, tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dijual kepada pelanggan yang berada.

Produk yang senantiasa dijadikan olahan yaitu produk hasil pertanian atau holtikultura, termasuk buah-buahan. Dengan berkembangnya teknologi dan industri, produk olahan buah juga mulai bermunculan. Permasalahan yang sering muncul pada pengolahan buah, yaitu karena buah yang mudah busuk. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka muncul sebuah ide untuk mengolah buah-buahan. Salah satunya yaitu membuat berbagai produk olahan dari buah-buahan, sehingga produk tersebut dapat bertahan lebih lama. Salah satu jenis buah yang dapat digunakan untuk membuat olahan produk tersebut adalah buah salak.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Salak yang merupakan salah satu buah eksotis yang dimiliki Indonesia, apalagi Salak Pronojiwo Kabupaten Lumajang yang memiliki karakteristik berbasis kawasan yang justru lebih baik dibandingkan dengan asal bibitnya yaitu salak pondoh Sleman – Yogyakarta, diantaranya : buah lebih besar, lebih berair, rasanya sama-sama tidak ada pahit/sepetnya walaupun masih muda, lebih manis dan ada sedikit asamnya sehingga rasanya lebih segar. Dengan kondisi demikian, maka salak pondoh Pronojiwo layak untuk dikembangkan

dalam rangka menunjang program Pemerintah Kabupaten Lumajang yang digariskan dalam rencana strategis Dinas Pertanian yang terdiri dari program peningkatan ketahanan pangan, pengembangan agribisnis dan Program Peningkatan Kesejahteraan Petani.[5]

Industri Winna Sari adalah salah satu *home industry* di Pronojiwo yang memproduksi olahan buah salak. Buah salak yang melimpah mengakibatkan harga yang relatif murah, ada sebagian buah salak yang tidak laku terjual dan cepat membusuk. Buah salak tidak dapat disimpan lama dalam keadaaan segar, maka hal itu dijadikan peluang bisnis oleh produsen untuk dijadikan produk olahan buah salak yang bernilai tinggi agar mampu bertahan lebih lama dan konsumen dapat menikmati buah salak dengan berbagai bentuk olahan buah salak.

Industri Winna Sari merupakan salah satu *home industry* yang bergerak dalam bidang pengolahan hasil pertanian berupa buah salak yang diolah menjadi berbagai macam produk. Dan merupakan *home industry* pertama yang mengolah buah salak menjadi berbagai macam produk di Kabupaten Lumajang. Pertama kali didirikan oleh Bapak Winarno pada 10 November 2010. Produk yang diproduksi hanya minuman sari buah salak saja. Kemudian, 20 Januari 2012 menambah produk baru yaitu keripik salak. Pada 7 Maret 2013, menambah produk dodol atau jenang salak dan kurma salak. Dan terakhir 11 Desember 2013 menambah produk bubuk biji salak.[6]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[5] Sri Hastuti. "Strategi Pengembangan Salak Pondoh Pronojiwo Kabupaten Lumajang", *Jurnal Ilmiah Inovasi*, Vol. 13 No. 3, (2018)
[6] Winarno, *Wawancara*, Pronojiwo, 12 September 2021.

Penelitian yang dilakukan di UD. Winna Sari Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang sebagai objek penelitian, karena UD. Winna Sari merupakan sebuah *home industri* pertama yang mengolah buah salak menjadi berbagai macam olahan di Kabupaten Lumajang. Dan UD. Winna Sari ini merupakan *home industri* tertua yang ada di Kecamatan Pronojiwo. UD. Winna Sari ini berbeda dengan UD. yang lainnya, dimana UD. yang lain itu hanya mengolah buah salak menjadi keripik dan minuman, sedangkan UD. Winna Sari mengolah buah salak dan berbagai macam buah lainnya yang akan diolah menjadi berbagai macam varian, seperti keripik salak, selai salak, minuman salak, kopi bubuk salak, dodol salak, jenang salak. Namun UD. Winna Sari tidak hanya mengolah buah salak saja, produk yang lainnya seperti minuman sari buah markisa, minuman sari buah pisang, keripik pisang, sale pisang, keripik singkong, keripik gadung, dan rengginang.

Disisi lain UD. Winna Sari memiliki keunggulan terkait buah yang diolah menjadi berbagai macam varian, seperti buah yang berasal dari Kecamatan Pronojiwo tersebut, semisal buah salak, buah pisang, buah markisa, dan buah singkong. Adapun untuk buah-buah yang dijadikan sebagai bahan olahannya yaitu buah kualitas afkir yang sulit didistribusikan dan dipasarkan, terutama buah salak yang menjadi buah khas daerah Pronojiwo. Dan itu bisa menjadi solusi bagi petani dan pengepul yang mengalami kesulitan dalam pendisttribusian dan pemasaran buah kualitas afkir.

Terdapat beberapa industri yang serupa dengan UD. Winna sari yaitu yang bergerak di bidang produksi olahan buah, namun peneliti

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

mempertimbangkan bahwa UD. Winna sari merupakan *home industry* pertama yang memproduksi olahan buah, terutama olahan buah salak di Pronojiwo. Selain itu juga produk yang diolah sudah sangat beragam, mengingat UD. Winna sari ini berdiri dan mulai memproduksi olahan buah sejak tahun 2012. Maka berdasarkan ketertarikan penulis terhadap strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh UD. Winna sari berharap mampu menjadikan trobosan atau sebagai perbandingan serta pertimbangan pada perusahaan lain untuk dapat menjadikan perusahaannya menjadi lebih baik.

Tjiptono menyatakan dalam bukunya yang berjudul "Strategi Pemasaran", diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu: diversifikasi konsentris, diversifikasi horizontal, dan diversifikasi konglomerat.[7] Sebagaimana peneltian yang dilakukan oleh Laras Damayanti, menunjukkan bahwa strategi diversifikasi sangat penting dilakukan oleh sebuah usaha untuk memperluas mangsa pasar. Dalam penelitiannya yang berjudul "Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Pada CV. Pakis Logam Perkasa Indonesia Dalam Perspektif Ekonomi Islam" ini berhasil menemukan bahwasanya Strategi diversifikasi produk pada CV Pakis Logam Perkasa Indonesia pada dasarnya merupakan suatu strategi dalam membuat produk baru yang sebelumnya dilakukan inovasi dengan melihat perkembangan trend pada saat itu sehingga produk baru tersebut bisa diterima dengan baik oleh konsumen dan dengan harapan bisa mengurangi tingkat kejenuhan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[7] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 132.

perusahaan. Dari hasil penjelasan tersebut diketahui bahwa jenis strategi diversifikasi produk yang digunakan oleh CV Pakis Logam Perkasa Indonesia yaitu dengan menambah produk baru yang bervariasi tetapi untuk sasaran konsumen atau pangsa pasar tetap sama.[8]

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK DI UD. WINNA SARI DESA PRONOJIWO KECAMATAN PRONOJIWO KABUPATEN LUMAJANG".

B. FOKUS PENELTIAN

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang?
2. Apa saja kendala dalam pelaksaan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang?
3. Apa solusi yang dapat dilakukan berdasarkan kendala-kendala dalam pelaksanaan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

C. TUJUAN PENELTIAN

Tujuan penelitian merupakan komponen penting dlaam suattau penelitian, karena berisi gambaran tentang arah yang akan dituju dalam

[8] Laras Damayanti, "Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Cv. Pakis Logam Perkasa Indonesia Dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020).

melakukan penelitian. Tujuan penelitian mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.[9]

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan diatas maka tujuan peneltian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.
2. Untuk mengetahui kendala dalam pelaksanaan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.
3. Untuk mengetahui solusi yang dapat dilakukan berdasarkan kendala-kendala dalam pelaksanaan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis, dan kegunaan praktis.

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap masalah yang akan diteliti.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[9] Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 44.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan secara nyata dan sangat berguna untuk pengembangan dalam pengaplikasian atau mata kuliah yang penulis telah mendapatkan di bangku kuliah. Khususnya pengetahuan tentang manajemen strategi, serta dapat menjadikan pengetahuan ilmiah yang memenuhi syarat sebagai laporan atau tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S1).

b. Bagi instansi UIN KHAS Jember

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai koleksi yang bermanfaat bagi para pembaca khususnya bagi mahasiswa baik sebagai pengetahuan maupun sebagai refrensi untuk para peneliti selanjutnya.

c. Bagi masyarakat secara keseluruhan

Diharapkan bisa menambah wawasan bagi para pembaca dalam menambah pengetahuan maupun memberikan pemahaman mengenai pola penjualan melalui strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

E. DEFINISI ISTILAH

Definisi istilah ini berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh

peneliti.[10] Adapun istilah-istilah yang terdapat dalam penelitian ini sebagaimana berikut :

1. Diversifikasi

   Diversifikasi produk adalah suatu upaya yang dilakukan suatu organisasi dalam usaha memasarkan atau mengusahakan beberapa produk sejenis dengan suatu produk yang telah dipasarkan sebelumnya dan dilakukan untuk meningkatkan pangsa pasar. Menurut Tjiptono, Diversifikasi Produk adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pada pangsa pasar yang baru dalam mengejar peningkatan penjualan, profitabilitas suatu usaha.[11]

2. Produk

   Menurut Tjiptono yang menyatakan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.[12]

F. SISTEMATIKA PENELITIAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Sistematika penulisan berisi tentang deskripsi alur pembahsan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika penulisan adalah dalam bentuk deskriptif naratif bukan seperti daftar isi Dalam sistematika ini penulis hendak menyusun alur pembahasan sesuai dengan topik-topik kajian yang diteliti mulai dari awal sampai akhir, alur ini antara lain berupa:

---

[10]Ibid, 45.
[11] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 132.
[12] *Ibid*, 95.

BAB I : Pendahuluan

Dalam Bab ini berupa komponen-komponen dasar untuk meneliti yaitu terdapat latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan. Pada Bab pendahuluan ini berfungsi sebagai gambaran secara umum mengenai objek yang akan diteliti dalam laporan.

BAB II : Kajian Kepustakaan

Dalam bab ini akan dipaparkan kajian kepustakaan terkait kajian terdahulu secara literatur yang berhubungan dengan laporan.Penelitian terdahulu yang mencantumkan penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, dilanjutkan dengan teori yang memuat tentang bagaimana strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yang membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data dan prosedur dalam penelitian.

BAB IV : Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian yang disesuaikan dengan fokus masalah, penyajian dan analisis data dengan menggunakan prosedur yang diuraikan pada bab III, dan pembahasan temuan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V : Penutup

Pada bab ini merupakan langkah terakhir yang memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran oleh peneliti kepada pembaca yang mengacu dari temuan penelitian, pembahasan dan kesimpulan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. PENELTIAN TERDAHULU

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.[13]

1. Penelitian pertama yang dilakukan sebelumnya oleh Laras Damayanti tahun 2020 dengan judul "Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Pada CV. Pakis Logam Perkasa Indonesia Dalam Perspektif Ekonomi Islam". Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini yaitu: (1) Strategi diversifikasi produk pada CV. Pakis Logam Perkasa Indonesia untuk meningkatkan pangsa pasar dalam perspektif Islam, (2) Dampak yang ditimbulkan dalam menerapkan strategi diversifikasi produk pada CV. Pakis Logam Perkasa Indonesia guna meningkatkan pangsa pasar dalam perspektif Islam. (3) Kendala dalam menerapkan strategi diversifikasi dan bagaimana upaya yang dilakukan CV. Pakis Logam Perkasa Indonesia untuk mengatasi permasalahan dalam menerapkan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan pangsa pasar dalam perspektif Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

[13]Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 45.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

metode pendekatan kualitatif filsafat postpositivisme. Hasil penelitian yang diperoleh (1) Jenis strategi diversifikiasi produk yang digunakan oleh CV. Pakis Logam Perkasa Indonesia yaitu strategi diversifikasi horizontal, yaitu suatu strategi dimana perusahaan melakukan penambahan produk baru yang tidak saling berkaitan dengan produk yang sudah ada akan tetapi untuk tujuan pangsa pasar tetap sama.; (2) Dampak positif yang ditimbulkan strategi diversifikasi produk yaitu peningkatan kualitas sumberdaya manusia serta penyerapan tenaga kerja. Sedangkan dampak negatif yang diakibatkan yaitu dampak lingkungan seperti polusi suara.; (3) Kendala internal yang ditemui yaitu ketersediaan bahan baku yang terkadang sulit didapat dan terkadang mahal. Sedangkan kendala eksternal yang ditemui terdapat pada segi penawaran, yaitu penawaran yang terkadang naik dan turun. Sehingga mengakibatkan jumlah produksi yang berfluktuasi; (4) Pangsa pasar merupakan fokus utama dalam penerapan strategi diversifikasi produk di CV. Pakis Logam Perkasa Indonesia, sehingga perusahaan selalu megutamakan keberkahan dan kepuasan konsumen dalam semua proses pemasarannya.[14]

2. Penelitian kedua yang dilakukan sebelumnya oleh Diana Nur Agustina tahun 2019 dengan judul "Strategi Diversifikasi Produk Industri Kecil Tahu dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam". Adapun fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi

[14] Laras Damayanti, "Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Cv. Pakis Logam Perkasa Indonesia Dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

diversifikasi produk industri kecil tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kelurahan Pakunden Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam? (2) Bagaimana dampak adanya strategi diversifikasi produk industri kecil tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kelurahan Pakunden? (3) Apa saja kendala dan solusi strategi diversifikasi produk industri kecil tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kelurahan Pakunden ? Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PO. Adi Jaya merupakan salah satu industri kecil tahu di Kelurahan Pakunden yang bergerak dalam pembuatan tahu dengan sistem jasa. PO. Adi Jaya melakukan strategi diversifikasi produk dengan membuat kreasi olahan tahu yang dibuat menjadi roti tahu atau The Tofu. Dampak dari strategi diversifikasi produk ini dapat berperan dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Adapun kendala-kendala yang sering dihadapi diantaranya : Peralatan dan Teknologi yang digunakan masih bersifat sederhana, Desain dan kemasan produk masih kurang inovatif; Pemasaran masih menggunakan online; Manajemen operasional masih sederhana. Solusinya perlu pendampingan dan pembinaan bagi masyarakat yang memiliki usaha dan berpotensi untuk dikembangkan dan kerjasama anatara masyarakat dengan pemerintah untuk dapat berekembang.[15]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[15] Diana Nur Agustina, "Strategi Diversifikasi Produk Industri Kecil Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam", (Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2019).

3. Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Liawati tahun 2018 dengan judul "Analisis Diversifikasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return, Resiko dan Portofolio". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan rata-rata tingkat keuntungan, standar deviasi tingkat keuntungan dan ukuran portofolio melalui diversifikasi pada suatu ukuran perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan studi empiris tentang diversifikasi dan ukuran perusahaan melalui 24 sampel perusahaan manufaktur yang terdapatdi BEI mulai maret 2004 sampai dengan Desember 2009.[16]
4. Penelitian keempat yang dilakukan oleh Dhanang dan Andi tahun 2018 dengan judul "Diversifikasi Ikan Lele Menjadi Produk Olahan Pangan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Lele". Penelitian ini bertujuan untuk mengajarkan kepada petani lele untuk membuat produk olahan lele yang dapat meningkatkan kesejahteraan dari pendapatan yang diperolehnya. Metode yang dilakukan dengan pengabdian serta mengajarkan keterampilan mengolah lele menjadi bakso dan nugget kepada para petani lele. Selain itu juga diajarkan mengenai dasar-dasar manajemen bisnis dan pemasaran sebagai pengetahuan pendukung dalam mengembangkan suatu bisnis. Hasil penelitian menunjukkan kegiatan penyuluhan dan pelatihan membuat olahan pangan dari ikan lele telah berhasil dilaksanakan dan dengan cepat dapat diadopsi oleh para peserta pelatihan dalam hal ini adalah petani lele Desa Gunungsari Kecamatan Umbulsari. Produk olahan ikan lele yang telah di produksi terbukti mampu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[16] Liawati, "Analisis Diversifikasi dan Ukuran Terhadap Return, Resiko dan Portofolio, (Studi Kasus kantor BEI)", (Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

meningkatkan nilai tambah (value added) pada ikan lele mentah yang sebelumnya dihargai murah oleh tengkulak. Persamaan jurnal dengan penelitian ini terletak pada diversivikasi. Perbedaan antara jurnal dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian.[17]

5. Penelitian kelima yang dilakukan oleh Cahyuni Novia, dengan judul "Kreatifitas Masyarakat Dalam Diversifikasi Olahan Jagung Serta Pemanfaat Media Sosial Sebagai Sarana Promisi Produk". Dalam penelitian tersebut menyimpulkan bahwa permasalahan utama masyarakat di Desa Sidodadi ialah belum mengenal lebih jauh tentang teknologi pengolahan jagung afkir dan sebagian besar produksi jagung hanya dijual dalam bentuk segar dan nilai jualnya pun sangat murah. Sehingga dengan adanya diversifikasi produk diharapkan akan membantu masyarakat Desa Sidodadi dalam memaksimalkan pengolahan jagung tersebut dan mendapatkan nilai jual yang tinggi, seperti produk olahan jagung yang disukai konsumen ialah olahan keripik jagung atau tortilla. Perbedaan pada penelitian ini, pada penelitian sebelumnya menggunakan metode ceramah dan demonstrasi disertai pelatihan, sedangkan dalam penelitian selanjutnya yaitu menggunakan metode observasi dan wawancara terhadap narasumber. Sedangkan persamaannya sama- sama menggunakan strategi diversifikasi produk dalam melakukan proses produksinya.[18]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[17] Dhanang Eka Putra, et. all, "Diversifikasi Ikan Lele Menjadi Produk Olahan Pangan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Lele", dalam *Jurnal University Research Colloqium, (*2018), 385-391.

[18] Cahyuni Novia, "Kreatifitas Masyarakat Dalam Diversifikasi Olahan Jagung Serta Pemanfaat Media Sosial Sebagai Sarana Promisi Produk", *Jurnal Teknologi Pangan,* Vol. 8, No. 2, (2017).

6. Penelitian keenam yang dilakukan sebelumnya oleh Arfian Rizky Rahmandwika pada tahun 2019 yang berjudul "Analisa Strategi Diversifikasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi pada UKM Putra Delta, Kampung Topi Punggul, Sidoarjo)". Perkembangan UKM yang semakin pesat dan berkembang di Kabupaten Sidoarjo terutama pada usaha konveksi saat ini persaingannya semakin ketat, karena sudah banyak yang membuat usaha tersebut, dari mulai sepatu, tas, baju dan lain-lainnya. Untuk mengatasi persaingannya yang saat ini semakin ketat, suatu usaha konveksi sangat diperlukan adanya sebuah strategi untuk mencapai suatu keunggulan persaingan yaitu dengan melalui strategi diversifikasi produk. Salah satu usaha konveksi yang sudah melakukan diversifikasi produk di Kabupaten Sidoarjo yaitu UKM Putra Delta yang ada di Desa Punggul Sidoarjo. UKM Putra Delta untuk meningkatkan kenggulan dalam bersaingnya dengan UKM konveksi lainnya yaitu antara lain dengan melalui berbagai cara diversifikasi produk yang hal ini mengupayakan agar dapat terus menerus bersaing dengan UKM lainnya dan membuka sebuah peluang untuk memperluaskan usaha UKM Putra Delta. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menjelaskan suatu jenis, proses perencanaan dan implementasi strategi diversifikasi di UKM Putra Delta. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data adalah wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah adanya strategi diversifikasi produk di UKM Putra Delta termasuk

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

strategi diversifikasi konsentrik yang dimana sudah ada pengembangan produk baru dalam UKM Putra Delta. Contoh produk dari UKM Putra Delta sendiri yaitu: topi dinas, dasi sekolah, ikat pinggang sekolah, badge sekolah, hasduk, kerudung, seragam sekolah, kaos olahraga sekolah, map ijazah, dan perlengkapan wisuda. Dengan ini strategi tersebut sudah direncanakan dengan benar dan langsung diimplementasikan dengan baik, hal ini terbukti adanya berpengaruh yang baik terhadap keunggulan bersaing di sentra Indusrti Kampung Topi.[19]

7. Penelitian yang ketujuh oleh Sisi Pangestu tahun 2021 dengan judul "Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Kasus Di Konfeksi Eva Indah Collection, Desa Botoran, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung)". Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengembangan dunia usaha menjadi salah satu peluang besar bagi para pelaku usaha khususnya dibidang tekstil mengingat perkembangan fashion berubah-ubah setiap harinya. Seperti halnya di Desa Botoran Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung sebagian besar masyarakatnya berkecimpung pada industri konfeksi, salah satunya di Konfeksi Eva Indah Collection merupakan konfeksi yang memproduksi berbagai macam produk tidak hanya satu produk saja. Sehingga konfeksi ini mempunyai peranan penting dalam penyerapan tenaga kerja, untuk itu perlu adanya strategi pengembangan. Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini difokuskan pada 5 permasalahan, yaitu: (1)Bagaimana

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[19] Arfian Rizky Rahmandwika, "Analisa Strategi Diversifikasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Pada Ukm Putra Delta, Kampung Topi Punggul, Sidoarjo)", (Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2019).

perencanaan strategi diversifikasi produk konfeksi dalam meningkatkan omzet penjualan?, (2)Bagaimana penerapan strategi diversifikasi produk konfeksi dalam meningkatkan omzet penjualan?, (3)Bagaimana pengawasan terhadap strategi diversifikasi produk konfeksi dalam meningkatkan omzet penjualan?, (4)Bagaimana dampak yang ditimbulkan ketika menerapkan strategi diversifikasi produk konfeksi dalam meningkatkan omzet penjualan?, (5)Apa saja kendala dan solusi dalam menerapkan strategi diversifikasi produk konfeksi dalam meningkatkan omzet penjualan?. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, dimana peneliti dapat menggali informasi dilapangan dari berbagai macam sumber data yang nantinya dapat ditarik dalam sebuah kasus. Metode yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data yaitu observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Milles dan Huberman. Adapun pengecekan keabsahan data menggunakan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan dan triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa (1)Mengenai perencanaan Konfeksi Eva Indah membuat visi misi perusahaan, produk yang akan dibuat, targetnya siapa saja, (2)Mengenai penerapan jenis strategi diversifikasi produk yang digunakan yaitu strategi konsentris dimana produk-produk barunya ada kaitan dalam hal pemasaran yang sudah ada, (3)Mengenai pengawasan Konfeksi Eva Indah mengecek semua yang diperlukan saat produksi berlangsung, (4)Dampak positif yang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ditimbulkan ketika menerapkan strategi diversifikasi produk yaitu menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat serta konfeksinya, (5)Adapun kendala yang sering ditemui baik internal maupun eksternal diantaranya: modal, ketersediaan bahan dan para pesaing. Mengenai solusinya pihak Konfeksi Eva Indah Collection ada beberapa sistem yang dirubah seperti modal yang awal pelunasannya sampai 1 tahun sekarang 2 sampai 4 bulan dan ketersediaan bahannya membeli kainnya sedikit dahulu. Kata Kunci: Diversifikasi Produk, Konfeksi, Omzet Penjualan.[20]

8. Penelitian kedelapan yang dilakukan oleh Felicia Yolanda tahun 2021 dengan judul "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antenna Hdf Surabaya". Penelitian strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan Antena HDF Surabaya dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan yang digunakan oleh Antena HDF Surabaya. Hasil dari analisis SWOT dapat digunakan sebagai dasar perusahaan untuk menentukan strategi pemasaran yang berpengaru dalam peningkatan volume penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan analisis SWOT. Teknik pengambilan data yang digunakan yaitu observasi, kuesioner, dan wawancara yang mendalam yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang meliputi strategi produk,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[20] Sisi Pangestu, "Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Kasus Di Konfeksi Eva Indah Collection, Desa Botoran, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung)", (Tulungagung: Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungaagung, 2021).

harga, tempat, dan promosi yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan analisis SWOT. Dari hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Antena HDF berada pada posisi kuadran II yang artinya meskipun menghadapi berbagai ancaman, Antena HDF masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan yang memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).[21]

9. Penelitian kesembilan yang dilakukan oleh D. Munawarah., C. Batubara, & J. Nasution, tahun 2022 dengan judul "Diversifikasi Produk Olahan Gambir Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Pakpak Bharat Dalam Prespektif Ekonomi Islam". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan diversifikasi produk olahan Gambir terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Pakpak Bharat, untuk mengetahui tinjaun Ekonomi Islam pada diversifikasi produk olahan Gambir terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Pakpak Bharat dan untuk mengetahui kendala dan solusi diversifikasi produk olahan gambir terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Pakpak Bharat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus, dimana penelitian ini dilakuan terhadap suatu objek yang dilakukan secara seutuhnya, menyeluruh dan mendalam dengan menggunakan berbagai macam sumber data. Analisis data model interaktif Miles and Huberman. Metode

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[21] Felicia Yolanda, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antenna Hdf Surabaya", (Surabaya: Upn "Veteran "Jawa Timur, 2022).

pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi pada Petani, masyarakat dan industri teh Gambir di Kecamatan Pakpak Baharat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan industri pengolahan teh gambir berdampak positif bagi masyarakat sekitar. Jika ditinjau dari perpektif ekonomi Islam Industri Pengolahan teh gambir PAPUN dalam aktivitasnya sudah sesuai dengan anjuran syariat Islam. Industri ini sangat menghindari penipuan aktifitasnya, dan kecurangan dalam isi produksinya. Selain itu industri ini dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar industri sehingga meningkatkan produktifitas masyarakatnya mengurangi tingkat pengangguran.[22]

10. Penelitian kesepepuluh yang dilakukan oleh M. Hendri Kuswanto tahun 2021 dengan judul "Meningkatkan Volume Penjualan Dimasa Pandemi Covid-19 Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Pemasaran (Studi Pada PT. Prambanan Kencana Jakarta)". Dalam suatu perusahaan, pemasaran merupakan suatu kegiatan pokok yang diakukan oleh perusahaan guna menunjang berjalannya perusahaan tersebut. Dalam segala kondisi perusahaan di tuntut harus mampu membaca dan menganalisis keadaan agar sebuah perusahaan dapat menerapkan kebijakan yang tepat sesuai dengan keadaan yang sedang di alami. Terlebih pada saat pandemi seperti saat ini perusahaan dituntut untuk mampu menganalisa dengan baik, cermat dan teliti untuk dapat memutuskan suatu kebijakan pemasaran serta konsinten menjalankan kebijakan tersebut agar volume penjualan tidak

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[22] D. Munawarah, C. Batubara, & J. Nasution, "Diversifikasi Produk Olahan Gambir Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Pakpak Bharat Dalam Prespektif Ekonomi Islam", *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, Vol. 2, No. 1, (2022), 2140-2148.

mengalami penuruan akibat adanya pandemi covid-19. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, alat pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini menunjukan bahwa, kebijakan diversifikasi produk dan strategi pemasaran pada PT. Prambanan Kencana dalam upaya meningkatkan penjualan dimasa pandemi covid -19 terbilang tepat dan sukses. Hal ini dilihat dengan membandingkan volume penjualan PT. Prambanan Kencana pada saat sebelum pandemi dan pada saat pandemi yang menujukan adanya peningkatan volume penjualan pada masa pandemi. Hal tersebut membuktikan bahwa manajemen PT. Prambanan Kencana Telah menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan volume penjuala perusahaan dimasa pandemi covid-19.[23]

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu
Tentang persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti

Nama Peneliti	**Judul P enelitian**	**Persamaan Penelitian**	**Perbedaan Penelitian**
1. Laras Damayanti (2020)	Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Pada CV. Pakis Logam Perkasa Indonesia Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Persamaannya terletak pada tema penelitian yaitu sama-sama membahas tentang strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh suatu usaha	Perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitiannya, penelitian yang dilakukan oleh Laras Damayanti berfokus pada strategi diversifikasi produk yang pada

[23] M. Hendri Kuswanto, "Meningkatkan Volume Penjualan Dimasa Pandemi Covid-19 Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Pemasaran (Studi Pada PT. Prambanan Kencana Jakarta)", (Jakarta: ITB Ahmad Dahlan Jakarta, 2021)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

		atau masyarakat.	CV. Pakis Logam Perkasa Indonesia dalam persektif ekonomi islam, Dampak serta kendala dalam penerapannya. Sedangkan peneliti hanya berfokus pada bagaimana strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh UD. Winna Sari.
2. Diana Nur Agustina (2019)	Strategi Diversifikasi Produk Industri Kecil Tahu dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam	Persamaan penelitian terletak pada tema pembahasan dan metode penelitian yang digunakan yaitu sama-sama membahas tentang strategi diversifikasi produk makanan dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitiannya, penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengfokuskan pada bagaimana strategi diversifiaksi di UD. Winna Sari. Sedangkan Diana Nur Agustina berfokus pada strategi diversifikasi produk yang pada Industri kecil tahu dalam persektif ekonomi islam, Dampak serta kendala dalam penerapannya.
3. Liawati (2018)	Analisis Diversifikasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return, Resiko dan Portofolio.	Persamannya terletak pada pembahasannya , yaitu tentang membahas strategi diversifikasi.	Perbedaan penelitian terletak pada objek dan metode penelitian yang digunakan, penelitian Liawati menggunakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

			metode kuantitatif dan objek penelitiannya adalah perusahaan, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dan objek penelitiannya adalah produk oada suatu usaha.
4. Dhanang dan Andi (2018)	Diversifikasi Ikan Lele Menjadi Produk Olahan Pangan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Lele	Persamaannya terletak pada metodologi penelitian dan tema yang diangkat. Yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan Tema tentang strategi diversifikasi produk.	Perbedaannya yaitu jika Dhanang membahas permasalahan tentang bagaimana diversifikasi ikan lele menjadi produk olahan pangan untuk meningkatkan kesejahteraan petani ikan lele. Sedangkan peneliti membahas permasalahan tentang strategi diversifikasi di UD. Winna sari.
5. Cahyuni Novia (2017)	Kreatifitas Masyarakat Dalam Diversifikasi Olahan Jagung Serta Pemanfaat Media Sosial Sebagai Sarana Promisi Produk	Persamaan terletak pada tema pembahasan yaitu sama-sama membahas tentang startegi diversifikasi.	Perbedaanya yaitu jika Cahyadi Novia membahas tentang bagaimana kreatifitas masyarakat dalam diversifikasi produk olahan jagung dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produknya. Sedangkan peneliti membahas tentang strategi diversifikasi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

			produk di oleh UD. Winna sari.
6. Arfian Rizky Rahmandwika (2019)	Analisa Strategi Diversifikasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi pada UKM Putra Delta, Kampung Topi Punggul, Sidoarjo)	Persamaannya terletak pada tema pembahasan yaitu sama-sama menggunakann metode penelitian yang sama sama kualitatif.	Perbedaan penelitiannya terletak pada pokok permasalahannya Jika penelitian peneliti, membahas tentang bagaimana strategi diversifikasi produk di U.D. Winna Sari. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Arfian Rizky membahas tentang bagaimana diversifikasi produk untuk meningkatkan keunggulan bersaing.
7. Sisi Pangestu (2021)	Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Kasus Di Konfeksi Eva Indah Collection, Desa Botoran, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung)	Persamaannya terletak pada pembahasannya , yaitu membahas mengenai strategi diversifikasi produk dan juga membahas kendala dan solusi dalam penerapan strategi divversifikasi produk.	Perbedaan Penelitiannya terletak pada produk yang di olah, untuk peneliti meneliti produk makanan, sedangkan Sisi Pangestu meneliti produk konfeksi , selain itu tempat atau lokasi penelitian.
8. Felicia Yolanda (2021)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antenna Hdf	Persamaan penelitian terletak pada tema pembahasan	Perbedaannya terletak pada strategi yang digunakan, penelitian Felicia

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

	Surabaya	yaitu penerpaan strategi untuk meningkatkan penjualan.	Yolanda membahas strategii pemasaran. Sedangkan peneliti membabas strategi diversifikasi produk.
9. D. Munawarah., C. Batubara, & J. Nasution (2022)	Diversifikasi Produk Olahan Gambir Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Pakpak Bharat Dalam Prespektif Ekonomi Islam	Persamaannya terletak pada pembahasan dan metode yang digunakan, yaitu membahas mengenai strategi diversifikasi produk dan juga produk yang di teliti adalah produk makanan.	Perbedaannya terletak pada pokok permasalahan, Jika D. Munawarah., C. Batubara, & J. Nasution mempermasalahkan penerapan strategi diversifikasi produk dalam perspektif ekonomi islam.. Sedangkan peneliti mendeskripsikan bagaimana strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari dalam perspektif umum.
10. M. Hendri Kuswanto (2021)	Meningkatkan Volume Penjualan Dimasa Pandemi Covid-19 Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Pemasaran (Studi Pada PT. Prambanan Kencana Jakarta)	Persamaannya terletak pada tema penelitian yaitu sama-sama membahas tentang strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh suatu usaha atau masyarakat.	Perbedaan terletak pada fokus masalah, penelitian Hendri Kuswanto membahas diversifikasi produk untuk meningkatkan secara volume penjualan dimasa covid-19. Sedangkan peneliti berfokus pada strategi diversifikasi secara umum.

Sumber: Diolah dari penelitian terdahulu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

B. KAJIAN TEORI

1. Pengembangan Produk

a. Pengertian pengembangan produk

Pengembangan produk merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang inovatif biasanya kan dikenal baik oleh konsumennya. Upaya pengembangan produk dapat menjadi saranan untuk menahan konsumen berpindah ke produk pesaing. Pengembangan produk adalah startegi pemasaran yang memerlukan penciptaan produk yang dapat dipasarkan, proses merubah aplikasi untuk tehnologi baru kedalam produk baru yang dapat dipasarkan.[24]

Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa pengembangan produk dilakukan sebagai langkah strategis untuk membuat produk baru dengan sasaran pasar yang baru untuk mengejar pertumbuhan perusahaan menuju ke arah yang lebih baik. Pada setiap waktu tertentu perusahaan akan melaksanakan berbagai program untuk mencapai berbagai sasaran pengembangan produk yang berlainan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

b. Tujuan pengembangan produk

1) Memenuhi keinginan konsumen
2) Memenangkan persaingan
3) Meningkatkan jumlah penjualan
4) Mendayagunakan sumber-sumber produksi

---

[24] Charles W. Lamb, Josep F Hair Dan Carl Mc Daniel, *Pemasaran*, Diterjemahkan Oleh David Octarevia, Dari Judul Asli *Marketing* (Jakarta:Salemba Empat,2001), 413.

5) Mencegah kebosanan konsumen
6) Menghidupkan kembali pertumbuhan penjualan dari produk yang lesu
7) Memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang berubah
8) Menadingi penawaran baru pesaing
9) Memanfaatkan teknologi baru
10) Memenuhi kebutuhan dari segmen pasar tertentu

Produk yang dibuat ditujukan untuk memenuhi selera konsumen dalam rangka membantu perusahaan memenangkan persaingan, upaya meningkatkan penjualan serta menjaga loyalitas pelanggan agar konsumen tetap bertahan mempercayakan keputusan pembeliannya. Untuk itu diperlukan langkah untuk pengembangan produk, akan ada beberapa tahap yang harus dilalui dalam menghasilkan produk baru yang lebih baik dari sebelumnya.[25]

c. Tahapan Pengembangan Produk

Pengembangan produk dalam suatu perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai tahap. Tahap-tahap yang biasanya diikuti dalam pengembangan produk adalah sebagai berikut:

1) Pengumpulan gagasan, pengembangan produk dimulai dengan penelitian terhadap berbagai gagasan produk baru.
2) Penyaringan, tujuan pengumpulan gagasan ialah untuk menciptakan sejumlah besar gagasan. Tujuan dari langkah-langkah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[25] Joseph P. Guiltinan Dan Gordon W. Paul, *Manajemen Pemasaran Strategi Dan Program*, 31.

selanjutnya ialah untuk mengurangi gagasan. Langkah pengurangan gagasan yang pertama kali ialah penyaringan. Tujuan penyaringan ialah mencari dan menghilangkan gagasan buruk sedini mungkin.

3) Pengembangan dan pengujian konsep, gagasan yang lolos penyaringan harus dikembangkan menjadi konsep produk. Perlu kita bedakan antara gagasan produk, konsep produk, dan citra produk. Gagasan produk ialah gagasan bagi kemungkinan produk yang oleh perusahaan dianggap bisa ditawarkan ke pasar. Konsep produk ialah versi terinci dari ide yang diungkapkan dalam istilah konsumen yang punya arti. Citra produk ialah gambaran khusus yang diperoleh dari produk nyata atau calon produk.pengembangan konsep misalnya seorang produsen mobil menemukan cara merancang mobil listrikyang bisa melaju 50 mil per jam, sejauh seratus mil tanpa perlu tambahan bahan bakar. Produsen memperkirakan bahwa biaya oprasi mobillistrik kurang lebih separoh mobil konvensional.Pengujian konsep merupakan pengujian dengan kelompok konsumen sasaran yang tepat.

4) Pengembangan strategi pemasaran, pernyataan strategi pemasaran terdiri dari tiga bagian . bagian pertama menjelaskan ukuran struktur, dan tingkah laku pasar sasaran, menempatkan produk yang telah direncanakan, penjualan, bagian pasar, serta sasaran keuntungan yang hendak dicari pada beberapa tahun pertama.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Bagian kedua dari pernyataan strategi pemasaran menguraikan harga produk yang direncanakan, strategi distribusi, dan biaya pemasaran dalam tahun pertama. Bagian ketiga dari pernyataan strategi pemasaran menjelaskan penjualan jangka pajang yang direncanakan, serta sasaran keuntungan dan strategi bauran pemasran selama ini.

5) Analisis usaha, bila manajemen telah menentukan konsep produkdan strategi pemasaran, perushaan bisa mengevaluasi daya tarik usulan usaha tersebut. Manajemen harus menilai penjualan, biaya dan perkiraan laba untuk menentukan apakah mereka telah memenuhi tujuan perusahaan. Jika telah memenuhi, produk bisa bergerak maju kelangkah pengembangan produk.
6) Pengembangan produk, bila konsep produk lolos dari uji analisis usaha, konsep itu lalu menuju riset dan pengembangan dan atau rekayasa untuk dikembangkan menjadi produk fisik.
7) Pengujian pasar, pengujian pasar ialah keadaan dimana produk dan program pemasran diperkenalkan kepada kalangan konsumen yang lebih otentikuntuk mengetahui bagaimana konsumen dan penyalur, mengelola, memakai dan membeli ulang produk itu dan seberapa luas pasarnya.
8) Komersialisasi, uji coba pasar memberi informasi cukup kepada manajemen untuk membuat keputusan akhir tentang pelemparan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

produk baru. dalam melemparkan suatu produk perusahaan harus memutuskan kapan, dimana pada siapa dan bagaimana.

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa, berbagai tahap diatas hendaklah dilalui dengan tertib dalam hal kaitannya pengembangan produk. Tahap-tahap diatas menjdi penting karenanya dapat menjadi acuan, pedoman. Agar langkah-langkah perusahaan lebih terkonsep secara matang sehingga pengembangan produk dapat memberikan hasil yang maksimal.[26]

2. Strategi diversifikasi produk

Suatu usaha dalam mencapai tujuan usaha yang diterapkan saat ini akan menghadapi perkembangan bisnis yang semakin kompleks dan keadaan yang kompetitif. Dalam mempertahankan usahanya, maka dalam menghadapi kondisi tersebut, setiap perusahaan pasti memerlukan strategi dalam memasarkan produk yang dihasilkan untuk mendapatkan laba yang diharapkan. Hal ini disebabkan ruang lingkup dari kegiatan usaha sangat luas karena berhubungan secara langsung dalam kegiatan mulai dari persiapan, penyediaan, bahan baku, proses produksi, sampai pada proses terakhir, yakni produk yang siap dikonsumsi oleh konsumen.

Setiap usaha harus mempunyai atau membuat strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Pada dasarnya, diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang penting dalam menarik minat konsumen agar tidak merasa bosan dengan produk yang ditawarkan. Hal

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[26] Philip Kotler, *Marketing* ,Dari Judul Asli *Marketing Esentials*, jilid 1 Diterj.Oleh Herujati Purwoto, (Jakarta:Erlangga,1999), 219-227.

ini sesuai dengan pendapat dari Assauri, bahwa diversifikasi produk dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai akibat dilaksanakannya pengembangan produk, sementara produk lama secara ekonomis masih dapat dipertahankan. Dalam diversifikasi produk, perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan dengan cara mengembangkan produk baru untuk pasar-pasar yang baru, sehingga terdapat bermacam-macam produk yang diproduksi perusahaan.[27]

Menurut Amirullah diversifikasi pada umumnya dikaitkan dengan suatu peralihan atau perpindahan dari produk-produk utama ke arah penguasaan produk-produk baru atau produk tambahan. Jadi, menurutnya diversifikasi merupakan suatu sub strategi dengan cara menambah atau memperluas produk atau jasa baru.[28] Pendapat lain disampaikan oleh Effendi yang menjelaskan bahwa diversifikasi produk merupakan suatu perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan dengan jalan menambah produk baru atau jasa dengan memperbaiki tipe, warna, mode, ukuran, dan jenis produk yang sudah ada dalam rangka memperoleh laba maksimal.[29]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk merupakan penganekaragaman produk untuk memperluas target pasar, sehingga memberikan keuntungan lebih besar bagi perusahaan. Dengan adanya diversifikasi produk, suatu perusahaan

---

[27] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2007), 218.
[28] Amirullah, *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), 120.
[29] Rustam Effendi, *Marketing Manajemen. Malang* (IKIP Malang, 1996), 109

tidak akan bergantung pada satu jenis produk lainnya. Diversifikasi produk perlu dilakukan untuk menarik minat konsumen agar tidak bosan dengan produk yang ditawarkan.

Diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu: 1) Diversifikasi Konsentris, 2) Diversifikasi Horizontal, dan 3) Diversifikasi Konglomerat.[30]

a. Strategi diversifikasi konsentris

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi produk. Salah satu strategi produk yang dapat dilakukan perusahaan adalah strategi diversifikasi. Perusahaan menerapkan strategi ini agar produk yang dihasilkan lebih beragam. Salah satu strategi diversifikasi produk yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan strategi diversifikasi konsentris.

Menurut Tjiptono diversifikasi konsentris yaitu, dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitanatau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada.[31]

Menurut David ada enam panduan mengenai kapan diversifikasi konsentris mampu menjadi strategi yang efektif, yaitu sebagai berikut:

1) Ketika suatu organisasi bersaing dalam industri yang tidak tumbuh atau tumbuh dengan lambat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[30] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 132
[31] Ibid.

2) Ketika penambahan produk yang baru, tetapi berkaitan, akan secara signifikan mendorong penjualan produk saat ini.
3) Ketika produk yang baru tetapi berkaitan, dapat ditawarkan pada harga yang sangat kompetitif.
4) Ketika produk yang baru, tetapi berkaitan, memiliki tingkat penjualan musiman yang menyeimbangkan puncak dan lembah penjualan yang dimiliki organisasi saat ini.
5) Ketika produk perusahaan saat ini berada pada tahap penurunan dan siklus hidup produk.
6) Ketika perusahaan memiliki tim manajemen yang kuat.[32]

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi diversifikasi konsentris merupakan strategi penganekaragaman produk dengan menambah jenis produk baru yang masih ada kaitannya dengan produk yang sudah ada dan ada hubungannya dalam hal pemasaran dan teknologi.

b. Strategi diversifikasi horizontal

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Strategi diversifikasi produk perlu dilakukan oleh seorang produsen guna menambah keragaman produk, sehingga dapat menarik minat konsumen. Menambah keragaman produk dapat membuat konsumen memilih produk yang disukai dan agar konsumen tidak merasa bosan. Strategi diversifikasi produk yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yakni strategi diversifikasi horizontal.

[32] Fred R. David, *Manajemen Strategis Edisi Satu* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 237.

Strategi diversifikasi horizontal yaitu, dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.[33] Sedangkan menurut David ada empat panduan mengenai kapan diversifikasi horizontal mampu menjadi strategi yang efektif, sebagai berikut:

1) Ketika pendapatan yang dihasilkan dari produk atau jasa perusahaan saat ini akan meningkat secara signifikan dengan penambahan produk baru yang tidak berkaitan.
2) Ketika suatu organisasi bersaing dalam industri yang sangat kompetitif dan atau tidak tumbuh, seperti diindikasikan oleh hasil dan margin laba industri yang lelah.
3) Ketika jalur distribusi organisasi saat ini dapat digunakan untuk memasarkan produk baru ke pelanggan saat ini.
4) Ketika produk baru memiliki pola penjualan dengan siklus terbalik dibandingkan dengan produk perusahaan saat ini.[34]

c. Strategi diversifikasi konglomerat

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Diversifikasi konglomerat terjadi apabila sebuah usaha melakukan perluasan usaha dengan cara membentuk unit usaha baru pada berbagai bidang usaha yang sama sekali tidak memiliki keterkaitan dengan bidang usaha yang sebelumnya, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan telah melakukan diversifikasi konglomerat.

---

[33] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 132.
[34] Fred R. David, *Manajemen Strategis Edisi Satu* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 238.

Menurut David ada enam panduan mengenai kapan strategi diversifikasi konglomerat dapat menjadi strategi yang efektif, sebagai berikut:

1) Ketika industri dasar perusahaan mengalami penurunan penjualan dan laba.
2) Ketika perusahaan memiliki modal dan talenta manajerial yang dibutuhkan untuk bersaing di industri yang baru.
3) Ketika perusahaan memiliki peluang untuk membeli bisnis yang tidak berkaitan yang merupakan peluang investasi yang menarik.
4) Ketika ada sinergi keuangan antara perusahaan pembeli dan yang dibeli.
5) Ketika pasar produk perusahaan perusahaan saat ini sudah jenuh.
6) Ketika tuduhan tindakan monopoli atau antitrust dapat dikenakan terhadap perusahaan yang secara historis berfokus pada satu industri.[35]

3. Produk

a. Pengertian Produk

Pengertian Produk Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.[36] Selama ini banyak penjual yang salah dalam melakukan penjualan, kesalahan terjadi karena penjual hanya memberikan perhatian yang lebih pada produk fisik daripada manfaat yang dihasilkan dari produknya. Mereka

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[35] Ibid.
[36] Malayu hasibuan S.P., *Manajemen dasar, pengertian, dan masalah* (Jakarta: bumi aksara, 2005), 10.

menempatkan diri lebih dari sebagai penjual daripada memberikan pemecahan kebutuhan. Seharusnya perusahaan memberikan perhatiannya kepada kebutuhan pelanggan bukan hanya pada keinginan yang sudah ada. Hal ini dikarenakan produk sebagai alat untuk memecahkan masalah konsumen.

Produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja seperti makanan, pakaian, dan sebagainya. Namun yang sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semua diperuntukkan bagi pemasaran kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Konsumen tidak hanya membeli produk sekedar memuaskan kebutuhan, tetapi juga bertujuan memuaskan keinginan. Misalnya membeli sepatu, tidak hanya asal sepatu saja, tetpai juga dipentingkan bentuk sepatu, gaya, warna, merek, dan harga.[37] Sehingga produk merupakan kebutuhan konsumen yang bertujuan untuk memuaskan keinginannya dengan membeli produk yang sesuai keinginan maka konsumen akan senang dan bangga.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

1) Unsur-unsur produk yang beragam

Produk yang beragam merupakan produk yang dibuat dengan memperhatikan unsur-unsur sebuah produk yang baik. Unsur-unsur yang harus dimiliki sebuah produk dalam membuat produk yang beragam, yaitu: (1) Nama Produk; (2) Kategori Produk; (3) Formulasi Produk; (4) Komposisi Produk; (5)

[37] Buchori Alma, *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum* (Bandung: Alfabeta, 2016), 186

Pelabelan; (6) Varian Rasa; (7) Kemasan; (8) Keunggulan Produk; (9) Manfaat Produk; dan (10) Pelayanan Konsumen.[38]

Penelitian ini tidak memiliki keseluruhan unsur yang telah disebutkan diatas, melainkan hanya meneliti empat unsur dari sepuluh unsur tersebut. Alasannya, karena peneliti menyesuaikan dengan kondisi yang ada pada objek penelitian, yaitu industri Winna Sari. Empat unsur yang akan diteliti tersebut, sebagai berikut:

a) Nama Produk

Menurut Tjiptono nama produk merupakan nama, istilah, tanda, simbol atau lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing.[39] Sedangkan menurut Kotler 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 penjual.[40]

Berdasarkan teori dari pendapat ahli diatas, makan nama produk merupakan hal wajib yang harus ada sebagai identitas sebuah produk yang dibuat dan dijual oleh produsen. Hal ini

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[38] Titik Wijayanti, *Marketing Plan dalam Bisnis*, Second Edition (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), 50.
[39] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 104.
[40] Philips Kotler, dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid Satu* (Jakarta: Prenhalindo, 2000), 63.

sesuai dengan pendapat Wijayanti bahwa nama produk harus ada karena tanpa nama, konsumen tidak akan mengerti produk tersebut.[41] Nama produk sebaiknya simpel, mudah diingat, mudah dibaca, dan biasanya singkat tapi padat, yaitu terdiri atas 2 sampai kata.

Nama produk harus memberikan arti khusus bagi produk yang diberi nama, biasanya berhubungan dengan fungsi, formula, manfaat, unique selling point, dan gaya hidup. Nama produk juga harus mudah dihafal dan mudah diingat oleh konsumen. Nama yang bagus dan mudah diingat akan menjadi merk yang lebih dikenal di masyarakat luas, sehingga akan mempermudah tim penjualan dalam menjual produk tersebut.

b) Kategori Produk

Kategori produk sangat penting peranannya dalam keberhasilan penjualan produk tersebut. Menurut Tjiptono secara garis besar, produk dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu produk konsumsi dan produk manufaktur. Pengkategorian ini bertujuan antara lain untuk mengelompokkan produk berdasarkan fungsi dan manfaatnya.[42]

Produk konsumsi adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri atau individu dan rumah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[41] Titik Wijayanti, *Marketing Plan dalam Bisnis*, Second Edition (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), 51.
[42] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 98.

tangga, bukan untuk tujuan bisnis.[43] Dan produk konsumsi adalah semua produk yang mengalami proses produksi dalam jumlah besar dan dijual di semua outlet dalam jangkauan yang luas.[44] Umumnya barang konsumsi dapat dibagi menjadi empat jenis, yaitu (1) convenience goods; (2) shopping goods; (3) specialty goods; (4) unsought goods.[45]

Barang konsumsi yang pertama, yaitu barang sehari-hari atau convenience goods adalah barang-barang yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, seperti minuman ringan dan makanan. Barang sehari-hari dibagi lagi, yaitu (1) Barang kebutuhan pokok atau staples adalah barang yang dibeli konsumen secara teratur dan rutin; (2) Barang impulse dapat dibeli tanpa usaha perencanaan dan pencarian. Yang kedua, yaitu barang belanja atau shopping goods adalah barang yang secara kharakteristik dibandingkan oleh konsumen berdasarkan kecocokan, kualitas, harga, dan gaya. Barang belanja dapat dibagi menjadi dua, yaitu 1) barang belanja homogen mempunyai kualitas yang serupa tetapi harganya cukup berbeda, sehingga memberikan alasan kuat bagi perbandingan belanja, dan 2) barang belanja heterogen mempunyai fitur

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[43] Ibid, 99
[44] Titik Wijayanti, *Marketing Plan dalam Bisnis*, Second Edition (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), 52.
[45] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 99.

produk dan jasa yang berbeda yang mungkin lebih penting daripada harga.

Barang konsumsi yang ketiga, yaitu barang khusus atau specialty goods adalah barang yang mempunyai kharakteristik atau identifikasi merk yang unik dimana ada cukup banyak pembeli yang bersedia melakukan usaha khusus. Barang konsumsi yang keempat, yaitu barang yang tak dicari atau unsought goods adalah barang yang tak dikenal konsumen atau biasanya tidak terpikirkan untuk dibeli.

c) Komposisi Produk

Produk membutuhkan komposisi dalam pembuatannya, sehingga komposisi juga merupakan salah satu bagian penting dari produk. Komposisi merupakan campuran dari bahan-bahan baku utama yang digunakan dalam pembuatan produk tersebut. Sedangkan formula merupakan takaran-takaran kandungan zat yang ada pada sebuah produk. Sehingga, komposisi berbeda dengan formula.[46]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Komposisi produk akan sangat menentukan mutu dan kualitas dalam pembuatan produk. 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

[46] Titik Wijayanti, *Marketing Plan dalam Bisnis*, Second Edition (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), 56.

disesuaikan dengan strategi pemasaran yang dibuatberdasarkan segmen pasar dan target konsumen. Penyesuaian tersebut bertujuan untuk mendapatkan target pemasaran yang tepat.[47]

d) Kemasan Produk

Kemasan merupakan unsur utama dari suatu produk. Tanpa kemasan, produk akan mudah rusak dan tidak punya informasi untuk konsumen. Menurut Wijayanti bahwa kemasan mempunyai tujuan dan fungsi dalam pembuatan produk, antara lain:

1) Memperindah produk dengan kemasan yang sesuai dengan jenis dan kategori produk.
2) Memberikan keamanan produk agar tidak rusak dan kotor.
3) Memberikan keamanan produk pada saat pendistribusian produk.
4) Memberikan informasi kepada konsumen tentang produk itu sendiri dalam bentuk pelabelan.
5) Merupakan hasil desain produk yang menunjukkan produk tersebut.[48]

Desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, dan elemen-elemen dengan informasi produk agar dapat dipasarkan.[49]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[47] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 99.
[48] Titik Wijayanti, *Marketing Plan dalam Bisnis*, Second Edition (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), 59.

Menurut Kotler unsur-unsur kemasan adalah:

1) Ukuran Ukuran produk yang diterapkan oleh perusahaan pada dasarnya merupakan suatu keputusan konsumen setelah melakukan beberapa riset.
2) Warna Warna merupakan salah satu unsur yang menghasilkan daya tarik visual dan pada kenyataannya warna lebih berdaya tarik emosi daripada akal.
3) Bahan Apabila akan memilih bahan kemasan yang sesuai, desainer harus memahami kharakteristik fisik, serta keamanan dari produk yang akan dikemas.
4) Bentuk Bentuk kemasan merupakan salah satu unsur yang menghasilkan daya tarik bagi pembeli.
5) Gambar Gambar yang baik dan jelas akan meningkatkan kegiatan merk di benak konsumen.
6) Tanda Merk Suatu nama dan simbol yang dimaksudkan agar membedakan sebuah produk barang atau jasa dari produk-produk lain. Label Pesan informasi yang harus berisikan kepada fakta tertentu suatu produk.[50]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[49] Marianne Rosner Klimchuk, dan Sandra A. Krasovec, *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan* (Jakarta: Erlangga, 2006), 33.
[50] Philips Kotler, dan Armstrong. G, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid Satu* (Jakarta: Prenhalindo, 2000), 474.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif.[51] Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh UD winna Sari dalam mengembangkan bisnis.

Sedangkan jenis penelitiannya menggunakan jenis *studi kasus* sebab penelitian ini pada mulanya bertujuan untuk mempelajari secara mendalam terhadap suatu usaha, lembaga, atau masyarakat tertentu tentang latar belakang, keadaan sekarang, atau interaksi yang terjadi.[52]

Peneliti ini berusaha mendeskripsikan data yang terkait dengan strategi diversifikasi produk yang di lakukan oleh UD Winna Sari yang da di Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.

B. Lokasi Penelitian

Adapun yang dijadikan lokasi penelitian ini yaitu produk olahan buah salak UD Winna Sari, yang dimiliki oleh Pak Winarno yang bertempat di Jln. Raya Pronjiwo, RT/RW: 14/06, Desa Pronojiwo, Kabupaten Lumajang. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah karena peneliti melihat Usaha tersebut merupakan salah satu usaha yang kreatif dengan memanfaatkan buah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[51] Pendekatan Kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena, tentang apa yang dialami oleh peneliti, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada konteks khusus yang bersifat alamiah dan memanfaatkan berbagai metode ilmiah

[52] Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 6.

salak sebagai bahan dasar pembuatan produk olahan. Yang mana buah salak merupaakan salah satu komoditi unggualan Kabupaten Lumajang. Ada beberapa usaha dagang lainnya yang juga mengembangkan produk olahan buah salak, tapi peneliti memilih UD. Winna Sari karena usaha ini merupakan usaha yang pertama kali mengembangkan produk olahan buah salak di Kabupaten Lumajang.

C. Subyek Penelitian

Pada penelitian ini, metode penentuan subjek dan informan penelitian menggunakan metode purposive sampling. Menurut sugiyono dalam bukunya *Purposive* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai seorang penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti.[53]

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik Industri Winna Sari. Informan utama dalam penelitian ini adalah Bapak Winarno. Alasannya, karena pemilik merupakan orang yang mengelola Industri Winna Sari. Sedangkan, informan pendukung dalam penelitian ini adalah tenaga kerja dan konsumen. Alasannya, karena tenaga kerja merupakan orang yang memproduksi dan mengetahui secara mendalam bagaimana produk olahan buah salak diproduksi. Konsumen disini berfungsi dalam cross check data yang akan diperoleh hasil wawancara dengan subjek penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[53] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* (Bandung: Alfabeta, 2014), 219.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metode Observasi (*pengamatan*)

   Metode Observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematik tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan para individu yang diteliti. Dalam metode observasi ini peneliti tidak hanya mengamati obyek studi tapi juga mencatat hal-hal yang terdapat pada obyek tersebut. Menurut Creswell, observasi merupkan sebuah penelitian yang didalamnya peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian.[54]

   Kelebihan metode observasi dari data yang dikumpulkan secara umum tidak terdistorsi, lebih akurat dan bebas dari response bias.[55] Selain itu metode ini peneliti gunakan untuk mendapatkan data tentang situasi dan kondisi secara universal dari obyek penelitian.

   Data yang diperoleh dari observasi adalah:

   a. Letak geografis UD Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.
   b. Pola penjualan melalui strategi diversifikasi produk yang di lakukan oleh UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[54] John W. Creswell, *Resarch Design Prndekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed,* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 267.
[55] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Andi Ofset, 2010), 172.

2. Metode Wawancara (*interview*)

Dalam menggunakan metode wawancara,[56] peneliti melakukan tanya jawab secara langsung kepada informan penelitian, baik informan uatama maupun informan pendukung. Dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam *(in-depth interview)* terhadap pengelola, karyawan dan konsumen UD. Winna sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang. Wawancara dilakukan dengan tidak terstruktur, secara langsung dan terbuka untuk mendapatkan data sebagai berikut :

a. Profil UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.
b. Kegiatan strategi diversifikasi ayng dilakukan oleh UD. Winna Sari.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumen merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang ada, seperti data perusahaan, data penjualan, dan data yang lainnya. Metode ini dilakukan untuk mendukung data yang diperoleh dari metode wawancara dan metode observasi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

E. Analisis Data

Adapun yang dimaksud dengan analisis data menurut Bogdan dan Biklen dalam bukunya Moloeng adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensestensikannya, mencari dan menemukan

[56] Metode wawancara/interview adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewancara dengan informan/orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara

pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan terhadaporang lain.[57]

Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis data dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi Data

   Mereduksi berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah diríuksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulannya data selanjutnya, dan mencarinya jika diperlukan.[58] Dalam reduksi data ini peneliti merangkum data dan memilih hal-hal pokok dan membuang hal-hal yang dianggap tidak sesuai dengan judul penelitian.

2. Display Data

   Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bangun, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dengan cara menyajikan data yang akan diperoleh dalam memahami kejadian di dalam penelitian, pun juga demikian mempermudah perencanaan kerja selanjutnya. Dalam display data, peneliti menampilkan data secara sederhana terkait dengan judul penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[57] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 248.
[58] Sugiyono, *Metode Penelitian*, 247.

3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan itu dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih samar-samar sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

F. Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan uji kredibilitas data dalam uji keabsahan data penelitian, uji kredibilitas menurut sugiyono ada enam jenis, yaitu: Perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan memberchek.[59] Dalam hal ini peneliti menggunakan triangulasi.

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Moleong menjelaskan bahwa triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.[60] Terdapat lagi pembagian triangulasi, yakni ada triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, triangulasi waktu, triangulasi penyidik, triangulasi metode dan triangulasi teori. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[59] Sugiyono, *Metode Penelitian*, 270.
[60] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 330.

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.[61] Dengan demikian penelitian ini nantinya dalam pengumpulan data dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan pada atasan pemimpin atau penentu kebijakan kepada para santri yang berkenaan dengan kasus.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian terdiri atas tahap penelitian secara umum dan tahap penelitian secara siklikal. Tahap penelitian secara umum terdiri dari atas tahap pralapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap analisis data.[62]

1. Tahap pra-lapangan meliputi

a. Menyusun rancangan penelitian

Sebuah penelitian harus disusun sedemikian rupa. Ada beberapa hal yang perlu ditetapkan dalam menyusun rancangan penelitian, yaitu:

1) Judul penelitian
2) Latar belakang penelitian
3) Fokus penelitian
4) Tujuan penelitian
5) Manfaat penelitian
6) Metode penelitian

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[61] Sugiyono, *Metode Penelitian*, 274.
[62] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 126.

b. Mengurus perizinan

Sebelum mengadakan penelitian, peneliti terlebih dahulu mengurus perizinan yakni, meminta surat permohonan penelitian kepada pihak kampus, kemudian setelah meminta perizinan peniliti menyerahkan kepada pemlik UD. Winna Sari yakni Bpk. Winarno untuk mengetahui apakah dizinkan untuk melakukan penelitian atau tidak.

c. Menjajaki dan menilai lapangan

Penjajahan dan menilai lapangan ini terlaksana dengan baik apabila peneliti terlebih dahulu sudah mengetahui melalui orang pada lembaga yang akan diteliti mengenai situasi dan kondisi tempat penelitian.

d. Memilih dan memanfaatkan informan

Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu menentukan informan atau orang yang dapat memberikan informasi terkait dengan judul yang dijadikan sebagai judul penelitian.

e. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Sebelum dilakukannya penelitian, peneliti harus menyiapkan hal-hal yang diperlukan dalam penelitian yakni instrumen observasi, wawancara, dan dokumentasi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

2. Tahap pekerjaan lapangan

Pada tahap ini dibagi menjadi 8 bagian yakni:

a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri

b. Memasuki lapangan

c. Berperan sambil mengumpulkan data

d. Mengikuti dan memantau kegiatan serta kondisi masyarakat

e. Mencatat data

f. Mengetahui tentang tata cara mengingat data

g. Kejenuhan data

h. Analisis di lapangan

3. Tahap analisis data

a. Reduksi data yakni memilih data-data yang telah diperoleh disesuaikan dengan kebutuhan dalam penelitian

b. Penyajian data yakni menyajikan data-data dengan jelas yang telah dipilih dan sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian. Sehingga mudah untuk dipahami. Verifikasi/penarikan kesimpulan yakni memberikan kesimpulan atas hasil analisis terhadap data-data yang ada

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA

A. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah singkat berdirinya U.D Winna sari

U.D Winna Sari merupakan perusahaan perseorangan yang bergerak di bidang industri *manufacturing* (pengolahan) makanan atau jajanan yang sering kali di temui di toko-toko daerah Lumajang khususnya daerah Pronojiwo yaitu berbagai olahan yang berbahan dasar dari buah salak. Selain itu seiring berkembangnya waktu U.D Winna sari juga mampu mengeluarkan produk baru berupa olahan dari buah pisang, buah markisa, dan buah singkong.

Home Industry milik Bapak Winarno ini berdiri sejak tanggal 10 November 2010, yang pertama kali didirikan oleh orang tuanya. Dan setelah berjalan 2 tahun di teruskan pengolahannya oleh beliau. Diawal berdirinya industri ini hanya menjual buah salak segar yang dipanen dari kebun milik orang tuanya. Namun setelah diteruskan oleh beliau, beliau ingin mengembangkan usaha tersebut dengan membuka usaha lain. Beliau melihat buah salak dapat dimanfaatkan menjadi olahan yang bernilai ekonomisi, dengan bahan dasar yang mudah untuk didapatkan. Dan melihat peluang bahwa di Lumajang masih belum ada imdustri yang serupa yang membuat produk olahan sejenis. Setelah menemukan beberapa referensi olahan buah yang daoat dijadikan produk olahan berkualitas di youtube. Dan mencoba berinisiatif menjadikan buah salak

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

menjadi olahan. Dalam percobaannya, tidak langsung berjalan lancar dan berhasil, butuh beberapa kali percobaan sehingga menemukan rasa yang pas.

Produk pertama yang diproduksi adalah minuman sari buah salak. Pada tanggal 20 Januari 2012 sejak saya yang mulai mengelolanya, mulai mengembangkan lagi produk baru yaitu keripik salak. Dan 7 Maret 2013 menambah produk lagi yaitu kurma salak dan dodol atau jenang salak. Kemudian, terakhir 11 Desember 2013 mengembangkan produk baru lagi yaitu bubuk biji salak. Higga saat ini produk yang di olah di UD. Ini sudah berbagai macam, tidak hanya olahan yang berbahan dasar buah salak saja, melainkan juga buah markisa yang dijadikan minuman, buah pisang yang dijadikan minuman , kripik, dan sale. Ada juga kripik singkong, kerupuk gadung dan kerupuk rengginang. Dan saat ini juga sedang mengembangkan kulit buah salak untuk dijadikan olahan.

Di awal berdirinya Bapak Winarno hanya bermodalkan 10 juta, karena masih belum memiliki pabrik, tenagga kerja dan alat-alat yang biasa. Seiring berjalannya waktu, usaha milik beliau sudah semakin terkenal oleh masyarakat, produk-produknyapun sudah dipasarkan keluar kota, beliau sudah bisa mengumpulkan modal lagi untuk membeli alat-alat yang lebih memadai, dan juga menambah tenaga kerja sehingga proses produksi tetap berjalan lancar dan dapat memenuhi permintaan konsumen.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

2. Letak Geografis U.D Winna sari

Pada bagian ini di kemukakan tempat dimana situasi sosial tersebut akan di teliti. Misalnya di sekolah, perusahaan, lembaga pemerintah, jalan, rumah, dan lain-lain.[63] Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di U.D Winna Sari yang terletak di Jl. Raya Pronojiwo, RT/RW: 014/006, Dusun Mulyoarjo, Desa Pronojiwo, Kecamatan Pronojiwo, Kabupaten Lumajang. Alasan U.D Winna Sari di dirikan di sini adalah karena letaknya yang strategis yaitu berada di pinggir jalan raya, sehingga akses menuju pabrik sangatlah mudah sehingga memudahkan pengirimin bahan-bahan produksi dan pendistribusian. Selain itu juga dapat menghemat biaya transportasi.

3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi merupakan satu rangkaian yang saling berhubungan untuk mencapai tujuan baik di perusahaan atau di lembaga organisasi tertentu. Setiap perusahaan atau organisasi pasti mempunyai visi dan misi dalam menjalankan pekerjaan berdasarkan panduan yang ditentukan oleh pimpinan organisasi.

a. Visi U.D Winna Sari

Menjadi perusahaan yang mampu mengembangkan produk olahan buah salak menjadi produk yang berkualitas dan bernilai lebih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[63] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kuantitatif & Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 292.

b. Misi U.D Winna Sari

1) Mencipatakan produk dengan terus berinovasi.
2) Mengembangkan produk yang akan memberikan kepuasan kepada konsumen.
3) Menjaga mutu serta kualitas produk sebagai pelayanan terbaik.

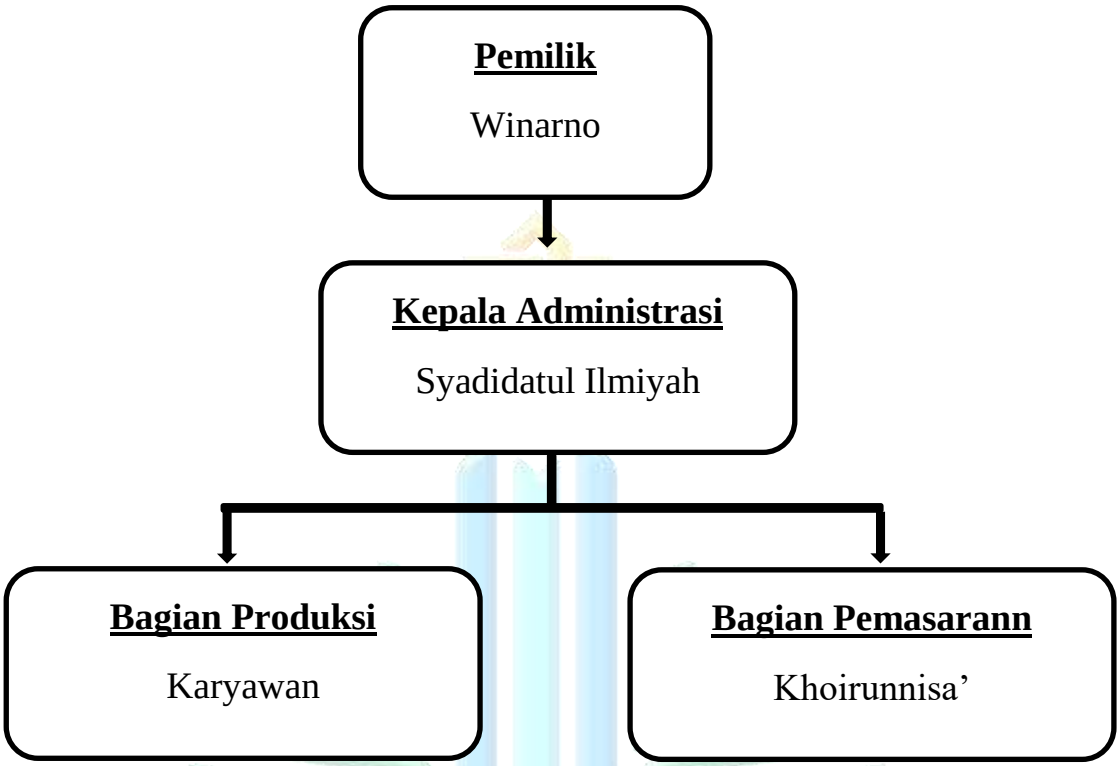
4. Struktur Organisasi UD. Winna Sari

Sebuah organisasi ialah suatu kesatuan yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam sebuah organisasi terdapat struktur agar saling bekerjasama antar anggota organisasi tersebut, yang mana setiap orang memliki tanggung jawab sesuai dengan tugas dan peran masing-masing. Tujuan dibentuknya struktur oragnisasi ialah untuk mengetahui sejauh mana pelaksaan tanggung jawab dan tugas sehinngga nantinyua tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai.U.D Winna Sari memiliki struktur organisasi yang sederhana yaitu sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Gambar 4.1

STRUKTUR U.D WINNA SARI



Sumber: U.D Winna sari

B. PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Penelitian merupakan proses mencari, menemukan dan dapat mendeskripsikan kembali hasil yang telah di peroleh dalam penelitian sehingga data menjadi valid dan dapat menguji teori-teori yang sudah ada, melalui prosedur penelitian sebelumnya yang sudah di jalankan oleh peneliti. Baik itu berupa laporan hasil observasi, wawancara dan perolehan data dari dokumentasi yang di peroleh peneliti selama di lapangan.

Penyajian data merupakan bagian yang mengungkapkan data yang dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

analisa data yang relevan, adapun penyajian data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang**

Strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang terahadap produk-produknya dalam proses produksinya, antara lain:

a. **Strategi diversifikasi konsentris**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan berrsama Bapak Winarno selaku pemilik UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang menjelaskan bahwa.[64]

> "Awalnya perusahaan kita itu mencoba untuk mengembangkan produk. Karena kita khawatir UD. Kita ini kan sudah berjalan sekitar 3 tahun, jadi kami itu membuat pengembangan produk itu sebagai pilihan langkah strateginya kita untuk bikin produk baru, di awal merintis itu kita cuma punya 2 produk yang bisa diproduksi, yaitu keripik salak dan minuman sari buah salak. Semakin lama kok semakin banyak kenal dan suka sama produk kita mas, nah dari itu kitta mencoba mengembangkan produk, soalnya kita takut kalo pelanggan dan konsumen kita itu bosen sama produk kita. Kita coba cari refrensi dari youtube sama sosmed, dan mulai kita produksi beberapa produk yang masih berbahan buah salak mas, seperti bubuk kopi salak, kurma salak, dodol salak, jenang salak. tapi kalau produk yang paling diminati ya keripik salak sama minuman sari buah salak itu wes mas. Mungkin dengan beberapa produk yan baru bisa juga menambah pelanggan dan konsumen mas, juga konsumen bisa memilih produk yang diinginkan kalo banyak varian produknya mas"

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[64] Winarno, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ibu Syadidatul Ilmiyah selaku istri dari bapak Winarno dan juga sebagai kepala administrasi menjelaskan bahwa :[65]

> "Dulu kita Cuma produksi keripik salak dan minuman sari buahh salak aja mas, semua berbahan salak mas. Setelah itu kita nyoba produksi produk olahan lain yang masih berahan buah salak mas. Soalnya kan bahannya kita mudah dapetinnya disini apalagi kita juga punya kebun sendiri, jadi lebih gampang cari bahannya, tapi kadang juga beli ke pengepul sekitar sini mas. Produk baru yang bahannya dari buah salak itu seperti bubuk kopi salak, kurma salak, dodol salak, jenang salak, dan kita sekarang lagi mengembangkan produk dari kulit salak, sekarang masih diuji BPOM."

Wawancara juga dilakukan dengan Khoirunnisa', salah satu karyawan UD. Winna sari, sebagai berikut pernyataannya:[66]

> "Saya mulai kerja disini tahun 2013 mas, disini produknya masih sedikit, cuma beberpa saja. Setelah beberapa bulan saya kerja baru disini coba buat produk baru diantaranya kurma salak dan dodol atau jenang salak mas. dan beberapa bulan kemudian juga memproduksi produk olahan baru, itu bubuk biji salak. dan semua produk itu bertahan sampai sekarang, soalnya masihh banyak peminatnya mas."

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa diversifikasi yang dilakukan oleh UD. Winna sari ini untuk menarik konsumen agar tidak bosan dengan produk yang di tawarkan. UD. Winna sari melakukan pengembangan produk dengan menciptakan produk yang masih berkaitan dengan produk yang lama, yaitu mengembangkan produk dengan bahan dasar yang sama yaitu buah salak. Produk yang pertama kali diproduksi hanya minuman ringan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[65] Syadidatul Ilmiyah, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.
[66] Khoirunnisa', *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

yaitu minuman sari buah salak. Setelah itu, produk lainnya makanan kering diproduksi yaitu keripik salak, kurma salak, dodol atau jenang salak dan bubuk biji salak.

Dalam dunia bisnis, pengembangan produk harus dilakukan untuk menjaga eksistensi dan produktivitas perusahaan. Selain itu, menjaga konsumen agar tetap loyal terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan merupakan hal yang tidak mudah. Perusahaan harus pandai memilih dan memilah strategi yang nantinya dapat memberikan efektivittas terhadap proses produksi perusahaan. Dalam pelaksanaan strategi diversifikasi produk dari bahan mentah menjadi suatu olahan makanan perlu adanya penelitian dan percobaan terhadap produk yang akan diproduksi, sehingga sesuai dengan keinginan dan keyakinan serta mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Langkah awal untuk memproduksi produk baru, yakni adanya ide serta mempelajari komposisi produk apa yang sesuai diolah dengan bahan mentahnya.

Selain hasil wawancara diatas bapak Winarno juga menambahkan sebagai berikut:[67]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

> "Kalau komposisi produknya itu beragam mas, tapi kebanyakan produknya itu berbahan buah salak, hampir semua dari buah salak itu kita jadikan produk olahan. Bahannya itu mudah kita dapat mas, dari kebun sendiri kadang kalau sudah over order ya kita masok dari pengepul sekitar mas. Kalau desain awal masih biasa dan hanya 1 jenis kemasan saja. Kita sekarang sudah mampu menginovasikan kemasan menjadi beberapa macam kemasan bergantung ukuran dan jenis produknya. Kalaau alat yang kita gunakan buat merekatkan kemasan pakai *hand sealer* dan sek pakai tibangan manual mas. Pertama kali produksi

[67] Winarno, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

> kemasan pada minuman sari buah salak masih sama seperti sekarang, yaitu menggunakan kemasan *plastic cup* bening transparan. Keripik salak menggunakan kemasan bantal atau kantong bening transparan dan kemasan *standing pouch* bening transparan, sekarang menambahkan menggunakan kemasan *standing pouch aluminium foil* dengan variasi warna. Kurma salak dan dan dodol atau jenang salak masih sama, yaitu menggunakan kemasan mika plastik atau bening transparan. Bubuk biji salak dahulu menggunakan kemasan *standing pouch aluminium silver foil*, sekarang menambahkan kemasan *standing pouch aluminium black foil*."

Pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Ibu Syadidatul Ilmiyah selaku istri dari bapak Winarno dalam ungkapannya sebagai berikut:[68]

> "Ukuran kemasan setiap produknya berbeda-beda mas. Diantaranya, minuman sari buah salak menggunakan kemasan *plastic cup* bening transparan. Kurma salak dan dodol atau jenang salak menggunakan kemasan mika plastik atau bening transparan. Keripik salak menggunakan kemasan bantal atau kantong bening transparan, *standing pouch* bening transparan dan *standing pouch aluminium foil*. Dan bubuk biji salak menggunakan *standing pouch aluminium foil*. Kalau ukuran kemasan produk ada banyak mbak. Keripik salak dengan menggunakan kemasan bantal atau kantong bening transparan, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar yaitu 12x5cm dan berat atau netto kemasan 1.500 gram. Keripik salak dengan menggunakan kemasan *standing pouch* bening transparan, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 16x6x5cm, dan berat atau netto kemasan 2.500 gram. Keripik salak dengan menggunakan kemasan *standing pouch* bening transparan, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 18x8x5cm, dan berat atau netto kemasan 3.000 gram. Pada 11 Februari 2013, mengembangkan lagi menambah produk keripik salak dengan menggunakan kemasan *standing pouch aluminium silver foil*, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 16x6x5cm, dan berat atau netto kemasan 2.500 gram. Dan memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 18x8x5cm, dan berat atau netto kemasan 3.000 gram. Kemudian, 7 Maret 2013 mengambangakan lagi menambah produk baru lagi, yaitu dodol atau jenang salak dan kurma

[68] Syadidatul Ilmiyah, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

> salak. Dengan ukuran kemasan Panjang x Lebar x Tinggi yaitu 8x14,5x4cm, dan berat atau netto kemasan 3.000 gram. Kita juga mengembangkan lagi dengan menambah produk baru, pada 11 Desember 2013 yaitu bubuk biji salak dengan menggunakan kemasan *standing pouch silver foil*, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 10x5x3cm, dan berat atau netto kemasan 2.000 gram. Dan 29 Januari 2013 mengembangkan dengan menambah kemasan bubuk biji salak dengan ukuran kemasan yang berbeda, yaitu kemasan *standing pouch aluminium black foil*, dengan memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 11x8x4cm, dan berat atau netto kemasan 3.000 gram. Kita melakukan pengembangan lagi dengan menambah kemasan dan ukuran kemasan yang berbeda pada 10 Januari 2018, yaitu keripik salak dengan menggunakan kemasan *standing pouch aluminium green foil*, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 16x6x5cm, dan berat atau netto kemasan 2.500 gram. Terakhir, 15 Juli 2019 mengembangkan lagi dengan menambah kemasan warna yang berbeda yaitu keripik salak dengan menggunakan kemasan *standing pouch aluminium yellow foil*, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 16x6x5cm, dan berat atau netto kemasan 2.500 gram."

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa UD. Winna Sari melakukan diversifikasi konsentris yaitumenciptakan produk yang masih berkaitan dengan produk yang lama, yaitu mengembangkan produk dengan bahan dasar yang sama yaitu buah salak. Produk yang pertama kali diproduksi hanya minuman ringan yaitu minuman sari buah salak. Setelah itu, produk lainnya makanan kering diproduksi yaitu keripik salak, kurma salak, dodol atau jenang salak dan bubuk biji salak. Produk tersebut memiliki berbagai ukuran dan kemasan yang berbeda dengan warna yang bervariasi. Alat yang digunakan yaitu timbangan dan *hand sealer* untuk merekatkan kemasan produk. Kemasan minuman sari buah salak menggunakan *plastic cup* bening transparan. Bubuk biji salak menggunakan kemasan *standing pouch*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

aluminium silver foil dan *standing pouch aluminium black foil*. Kurma salak dan dodol atau jenang salak menggunakan mika plastik bening transparan. Dan keripik salak menggunakan kemasan bantal atau kantong bening transparan, kemasan *standing pouch* bening transparan, kemasan *standing pouch aluminium silver foil*, kemasan *standing pouch aluminium green foil* dan kemasan *standing pouch aluminium yellow foil*.

Dari wawancara dengan Bapak Winarno peneliti mendapatkan beberapa data terkait daftar komposisi produk-produk di UD. Winna Sari ini, sebagai berikut:

Tabel 4.1
Komposisi Dan Bahan Baku

Nama Produk	Komposisi dan Bahan Baku
Minuman sari buah salak	Sari buah salak
	Air
	Gula pasir
Minuman sari buah pisang	Sari buah pisang
	Air
	Gula pasir
Minuman sari buah markisa	Sari buah markisa
	Air
	Gula pasir
Keripik salak	Buah salak
	Gula pasir
	Minyak goreng
Keripik pisang	Buah pisang
	Gula pasir
	Minyak goreng
Keripik singkong	Singkong
	Garam
	Minyak goreng

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Keripik gadung	Gadung
	Garam
	Minyak goreng
Dodol atau jenang salak	Buah salak
	Gula pasir
	Biji wijen putih
Kurma salak	Buah salak
	Air
	Gula pasir
Bubuk biji salak	Biji buah salak
Sale pisang	Buah pisang
	Gula pasir
Kerupuk rengginang	Beras ketan
	Garam

Sumber : Data diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Winarno

b. Strategi diversifikasi horizontal

Hasil wawancara yang dilakukan bersama dengan Ibu Syadidatul Ilmiyah selaku istri dari bapak Winarno dan juga sebagai kepala administrasi menjelaskan bahwa.[69]

> "Produk kita sebenarnya bukan hanya yang berbahan salak saja mas, ada juga beberapa produk yang berbahan buah lainnya. Itu kami lakukan juga karena kita ingin membuat konsumen tidak bosan dengan produk kami, soalnya target pasar kita juga masih sama mas. Produk yang lain misalnya, minuman sari buah markissa, minuman sari buah pisang dan keripik pisang, sale pisang, keripik singkong dan keripik gadung, dan kerupuk rengginang. Kalau kemasannya itu, yang kita pakai hampir sama jenis kemasannya mas. yang minuman sari buah markisa dan minuman sari buah pisang itu sama kayak yang sari buah salak, pakai *plastic cup bening transparan*, nah kalau keripik pisang, singkong sama keripik gadung itu kita pakai kantong bening transparan dan *standing pouch* bening transparan. Kalau sale pisang sama kerupuk rengginang itu kita Cuma pakai kantong bening transparan tok mas ".

[69] Syadidatul Ilmiyah, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Pernyataan tersebut juga senada dengan yang disampaikan oleh Bapak Winarno, sebagai berikut:[70]

> "Tidak mas, produk kita itu gak semua berbahan buah salak. Ada juga produk yang berbahan dari pisang, markisa, gadung. Kalau markisa itu kita jadikan olahan minuman sari buah mas, pisang itu juga kita jadikan olahan minuman, keripik dan juga sale. Kalau gadung itu kita jadikan keripiik gadung. Ada satu lagi kerupuk renggginang mas. awalnya kita kan ya produksi olahan buah salaksaja mas, tapi kita melihat pasar juga mas, kalauu kita cuma buat olahan buah salak saja ya mungkin kita tidak akan bersaing dipasar mas, makanya kitta juga mengembangkan produk olahan buah lainnya".

Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan dalam kutipan wawancara dengan Khoirunnisa' salah satu karyawan bagian pemasaran, sebagai berikut:[71]

> "ada 7 produk yang kita produksi itu bukan berbahan buah salak mas, diantaranya minuman sari buah pisang, minuman sari buah markissa, sale pisang, keripik pisang, rengginang, keripik singkong dan keripik gadung".

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwasanya UD. Winna sari melakukan diversifikasi horizontal dengan mengembangkan produk baru yang belum ada sebelumnya di UD. Winna Sari, yaitu dengan menciptakan produk yang tidak menggunakan bahn dasar buah salak, tetapi masih dijual kepada pelanggan yang sama. Produk tersebut adalah produk olahan buah pisang, produk olahan markisa, kerupuk renjinang, keripik gadung dan keripik singkong. Produk ini memiliki 7 varian nama produk dengan bahan dasar yang berbeda. Kemasan yang digunakan untuk minuman

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[70] Winarno, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.
[71] Khoirunnisa', *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

sari buah pisang dan sari buah markisa menggunakan *plastic cup* bening transparan. Sedangkan kemasan produk keripik pisang, kerupuk gadung dan keripik singkong m,engunakan 2 jenis kemasan, yaitu kemasan *standing pouch* bening transparan dan kantong bening transparan. Untuk produk sale pisang dan kerupuk rengginang hanya menggunakan kantong bening transparan.

Tabel 4.2
Daftar Kemasan dan Harga Produk

Nama Produk	Kemasan	Ukuran (PanjangxLebarxAlas) Cm
Minuman Sari Buah Salak	Plastic cup bening transparan	3x4
Minuman sari buah pisang	Plastic cup bening transparan	3x4
Minuman sari buah markissa	Plastic cup bening transparan	3x4
Keripik salak	Kantong bening transparan	12x5
	Standing pouch bening transparan	16x6x5
		18x8x5
	Standing pouch aluminium silver foil	16x6x5
		18x8x5
	Standing pouch aluminium green foil	16x6x5
	Standing pouch aluminium yellow foil	16x6x5
Keripik pisang	Kantong bening transparan	12x5
	Standing pouch bening transparan	16x6x5
Keripik singkong	Kantong bening transparan	12x5
	Standing pouch bening transparan	16x6x5
Keripik gadung	Kantong bening transparan	12x5
	Standing pouch bening transparan	16x6x5
Dodol atau jenang salak	Plastik mika	8x14,5x4
Kurma salak	Plastik mika	8x14,5x4
Bubuk biji salak	Standing pouch silver foil	10x5x3
	Standing pouch aluminium	11x8x4

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

	black foil	
Sale pisang	Kantong bening transparan	12x5
Kerupuk rengginang	Kantong bening transparan	12x5

Sumber : Data diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Winarno

Selain hasil wawancara di atas berikut merupakan data omzet penjualan sebelum dan setelah menerapkan strategi diversifikasi di UD. Winna Sari.

Tabel 4.3
Data Omzet Penjualan UD. Winna Sari Sebelum dan Sesudah Strategi Diversifikasi Produk

No	Tahun	Total Penjualan (Pcs)	Total Omzet (Rp)
1	2013	12.690	317.250.000
2	2014	15.820	395.500.000
3	2015	25.360	634.000.000
4	2016	40.340	1.008.500.000
5	2017	63.710	1.592.750.000
6	2018	71.350	1.783.750.000
7	2019	79.840	1.996.000.000
8	2020	54.590	1.364.750.000

Sumber: Data di olah dari hasil wawancara dengan Bapak Winarno

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dari data pada tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa penerapan strategi diversifikasi sangat efisien dalam meningkatkan omzet penjualan UD. Winna sari. Omzet penjualan dari tahun ke tahun semakin meningkat, mulai dari awal usaha yang hanya memproduksi beberapa olahan dri buah salak saja hingga memproduksi olahan dari buah lain. Hingga pada tahun tahun 2019 mengalami peningkatan

penjualan yang sangat tinggi, akan tetapi pada tahun berikutnya yakni tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan pandemi covid-19.

2. Kendala dalam penerapan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang

Dalam dunia bisnis yang sarat dengan persaingan, pengusaha yang tidak menyiapkan barang barunya dengan matang mungkin akan menghadapi resiko yang berat. Pengusaha seperti ini akan mendapatkan produk dan barang-barangnya menjadi korban kebutuhan dan selera konsumen yang berubah-ubah, teknologi baru, siklus hidup produk yang lebih terbatas dan persaingan yang semakin di dalam dan di luar negeri.

Strategi diversifikasi adalah strategi yang bertujuan untuk mengembangkan produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan agar pasar yang saat ini dikuasainya semakin meluas. Tetapi setiap strategi pasti punya resiko dan kendala dalam penerapannya, seperti yang dialami oleh UD. Winna sari Pronojiwo Lumajang ini, adapun kendala-kendalanya sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

a. Kurangnya kualitas sumberdaya manusia (SDM)

Sebagaimana yang disampaikan oleh pemlikinya, Bapak Winarno, sebagai berikut:[72]

> "Kalau masalah tentang kendala ya sebenarnaya banyak yang dialami sama saya mas, apalagi kalau sudah masalah pengembangan produk. Yang paling pertama ya pastinya kurangnya sumberdaya manusianya (SDM) karena jika SDM sudah memadai pasti pemikiran selalu maju dan bisa cepat dapat ide-ide dan juga cepat dan mudah melakukan inovasi-

[72] Winarno, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

> inovasi. Kita cuma mengandalkan refrensi dari youtube dan sosial media mas, jadi ya kita itu coba-coba aja kalau mau buat produk baru."

Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan Ibu Syadidatul Ilmiyah selaku istri dari bapak Winarno dan juga sebagai kepala administrasi, yang mengatakan:[73]

> "Kualitas produk yang kita produksi ini memang harus benar-benar diperhitungkan mas, melakukan perbaikan dan pengembangan melalui SDM ini juga harus diasah agar kualitas produk olahan kita dapat emmuaskan konsumen, soalnya kita disini hanya mengandalkan nekat saja, coba-coba ide bikin produk baru yang kita dapet lihat youtube gitu mas, jadi ya gak bisa langsung bisa berkualitas, butuh waktu untuk itu mas."

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwasanya kendala yang dihadapi ooleh UD. Winna sari ini adalah Kurangnya kualitas dan kuantitas sumberdaya manusia (SDM), sebenarnya jika memiliki SDM yang memadai maka untuk menciptakan dan mengembangkan produk yang baru itu mudah, ide-ide-ide untuk menginovasi produk yang sudah ad itu akan sering muncul. Karena tidak ada pelatihan ataupun pendidikan tentang pengembangan produk, jadi semua pengembangan produk yang dilakukan oleh UD. Winna Sari ini berasal dari otodidak. Bapak Winarno belajar dari refrensi yang beliau dapatkan dari youtube dan sosial media.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

b. Kurangnya tenaga kerja

Sebagaimana yang disampaikan oleh pemlikinya, Bapak Winarno, sebagai berikut:[74]

[73] Syadidatul Ilmiyah, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

> "Ada juga kendala yang kita hadapi itu kalau sudah hampir mendekati hari raya idul Fitri dan Idul Adha, permintaan dari konsumen itu meningkat drastis mas, bahkan bisa sampai 100%. Dengan karyawan yang ada sekarang itu ya gak mampu mas. Bahkan hari raya kemaren ini minuman buah salak itu kehabisan stok, banyak konsumen yang gak kebagian mas. Kadang juga ada yang *ndandakno*, itu konsumen membawa bahan baku atau salak sendiri terus di minta jadikan keripik, jadi nanti bayarnya ke kita itu cuma biaya produksinya aja mas, yang biasanya perkilo kalau beli jadinya ke kita itu 75.000 kalau *ndandakno* itu ya cuma 35.000 per kilonya mas, kejadian seperti itu banyak kalau sudah hampir hari raya mas, sebelum bulan ramadhan aja udah banyak yang mesen kayak gitu, tapi yang mesti kayak itu ya keripik salak aja mas. Tapi kita ya tetap tampung mas, soale dengan mereka gitu ya berarti mereka percaya kalau produk kita itu bagus mas."

Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan Ibu Syadidatul Ilmiyah selaku istri dari bapak Winarno dan juga sebagai kepala administrasi, yang mengatakan:[75]

> "Kendalanya apabila ada pesanan dengan jumlah yang banyak kami masih merasa kesulitan, karena peralatannya masih sedikit, seperti oven dan mesin *Vacuum Fryer* itu masih 1. Dan juga tenaga kerjanya mas yang kadang kurang kalauu sudah pesanannya banyak mas".

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasanya kurangnya tenaga kerja yang dimiliki itu juga berdampak pada pembuatan produk baru, yaitu ketika membuat komposisi dan tahapan proses produksi produk baru semua tidak selalu berjalan lancar, butuh percobaan berkali-kali untuk mendapatkan rasa yang pas dan sesuai dengan yang diinginkan. Meningkatnya permintaan dari konsumen ketika mendekati Hari Besar Islam (HBI) seperti Hari Raya Idul Fitri

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[74] Winarno, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.
[75] Syadidatul Ilmiyah, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

dan Hari Raya Idul Adha. Disisi lain dengan permintaan yang meningkat berpengaruh terhadap tingkat produksi yang semakin lama menurun, sehingga persediaan stok produkpun juga menurun.

c. Pandemi Covid-19

Sebagaimana yang disampaikan oleh pemlikinya, Bapak Winarno, sebagai berikut:[76]

> "Kalau kendala lainnya ya kemaren waktu COVID-19 ini mas, pemasaran kita kan cuma lokalan saja, dan hanya mengandalkan outlet di depan itu, dan target kita ya wisatawan yang berkunjung ke wisata-wisata pronojiwo sini mas, jadi pas covid kemaren ya sangat berpengaruh ke penjualan mas. Meskipun itu hari raya yang biasanya banyak yang pergi ke outlet dan mesen jauh-jauh hari, tapi pas covid itu menurun drastis mas. Tapi memang pemasaran kita ya masih lokalan aja mas, malang, blitar, pasuruan, Probolinggo, jember. Masih ke temen-temen mitra sendiri mas."

Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan Ibu Syadidatul Ilmiyah selaku istri dari bapak Winarno dan juga sebagai kepala administrasi, yang mengatakan:[77]

> "Diawal datangnya covid-19 pada bulan Maret 2020 sangat berpengaruh terhadap penjualan kami mas, ini karena adanya banyak peraturan yang diterapkan oleh pemerintah mas seperti PSBB yang mengakibatkan pengiriman barang jadi terlambat, selain PSBB pemerintah juga menerapkan PPKM dimana kegiatan masyarakat dibatasi sehingga banyak kegiatan masyarakat yang tertunda. Salah satu target kita kan wisatawan mas, ya selama penerapan PPKM gak ada sama sekali wisatawan yang berkunjung kesini. Hal ini mengakibatkan penjualan produk kami menurun."

Diperkuat lagi oleh pernyataan Khoirunnisa', salah satu karyawan di UD. Winna sari bagian pemasaran, mengatakan:[78]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[76] Winarno, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.
[77] Syadidatul Ilmiyah, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

> "Karena adanya covid penjualan kami sempat menurun karena yang biasanya ada banyak hajatan dan pesan hantaran, karena adanya pandemi ini produksi menurun dan juga pendistribusian yang biasannya tetap waktu, jadi sedikit terlambat karna adanya PSBB ini mas, bajkan di hari raya besar kemarin yang biasanya kita sampai kehabisan stok, malah seperti biasanya aja mas"

Dari wawanccara diatas dapat disimpulkan bahwa Pandemi Covid-19 berdaampak pada kebijakan pemerintah yang menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) terhadap kegiatan masyarakat. Pembatasan tersebut secara tidak langsung juga berimbas pada keberlangsungan dunia usaha. Penerapan PSBB menghambat alur distribusi sehingga menurunkan proses produksi.. Seperti halnya UD. Winna Sari Pronojiwo Lumajang juga mendapat imbas dari adanya pandemi Covid-19. Salah satu target pasar UD. Winna Sari ini adalah wisatawan yang berkunjung ke beberapa wisata di Pronojiwo, tapi dengan diberlakukannya kebijakan pembatasan sosial berskala besar membuat beberapa wisata harus ditutup sehingga tidak ada wisatawan yang berkunjung.

3. Solusi yang dapat dilakukan berdasarkan kendala-kendala dalam pelaksanaan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang

Sebagaimana yang telah disampaikan oleh subjek penelitian yaitu Bapak Winarna selaku pemilik UD. Winna sari Pronojiwo Lumajang ini dalam penerapan strategi diversifikasi juga mengalami beberapa kendala yang telah peneliti dapatkan saat *research* dilapangan. Namun pemilik

[78] Khoirunnisa', *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

UD. Winna sari ini tenyata juga memiliki solusi yang diharapkan membantu berlangsungnya usaha ini kedepannya. Adapun solusinya sebagai berikut: seperti halnya yang disampaikan oleh Bapak Winarno sebagai berikut:[79]

a. Melakukan studi banding

Seperti halnya yang disampaikan oleh Bapak Winarno dalam kutipan wawancara sebagai berikut:[80]

> "Jadi gini mas, kan sudah saya ceritakan ke masnya masalah-masalah dan kendala-kendala yang saya alami mulai dari saat merintis usaha ini sampai mengembangkan produk yang sudah ada saat ini. Sebenarnya kita itu kalo sudah ada kendala yang dihadapi cepat-cepat cari solusinya mas, biar gak berkelanjutan dan segera teratasi mas dan juga usaha kita bisa tetap berjalan lancar sesuai keinginan. Yang pertama masalah SDM itu kita kadang studi banding ke beberapa pabrik yang juga mengembangkan olahan produk yang sama".

Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan Ibu Syadidatul Ilmiyah, sebagai berikut:[81]

> "Kita cari refrensi di youtube awalnya mas, tapi kan belum maksimal jadinya ya Cuma coba-coba aja kalau seperti itu. Nah kita juga lihat-lihat dipesaing, nah muncul ide-ide buat produk baru, terus bapak itu biasanya diskusi sama saya dan jugga beberapa karyawan buat mastikan bisa gaknya kita produksi. Selain itu kita juga kadang ke temen-temennya bapak buat belajar mengembangkan produk baru itu mas".

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwasanya kurangnya kualitas SDM yang dialami oleh UD. Winna sari itu menjadi salah satu kendala yang hadapi dalamm mengembangkan produk yang baru. Solusi yang dapat dilakukan

[79] Winarno, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.
[80] Winarno, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.
[81] Syadidatul Ilmiyah, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

adalah melkukan studi banding ke beberapa perusahaan yang juga mengembangkan produk, dengan begitu dapat ide-ide yang muncul dapat dieksekusi dengan baik. Selain itu, UD. Winna sari juga mengambil ide dari para pesaingnya.

b. Menambah tenaga kerja borongan

Sebagaimana yang disampaikan dalam kutipan wawancara berikut oleh Bapak Winarno:[82]

> "Kalau masalah permintaan konsumen yang melonjak drastis itu kita solusinya nambah tenaga kerja mas, tenaga kerja tetap di sini itu ada 12 mas, tapi kalau sudah permintaan melonjak kayak gitu ya kita nambah tenaga kerja sampai 25 mas, jadi statusnya kerja borongan gitu mas. Kita juga kan gak ada persyaratan khusus untuk merekrut tenaga kerja, asal tekun dan ulet aja mas itu sudah cukup. Kalau di hari-hari biasa kan produksinya normal mas, bahan bakunya salak itu dari kebun saya sendiri jadi bisa meminimalisir modal mas. Ya kebun salak saya lumayan lah bisa memenuhi kebutuhan produksi mas, tapi kalau permintaan sudah membludak ya kita harus masok dari pengepul-pengepul sekitar sini mas, kalau cuma ngandalin dari kebun sendiri gak cukup mas, nanti malah proses produksinya gak berjalan lancar mas, dan konsumen jadi kecewa".

Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan Ibu Syadidatul Ilmiyah, sebagai berikut:[83]

> "Yang berkerja disini itu ada 12 orang mas bagian produksinya, kalau pas ada pesanan banyak itu kadang gak mampu mas, jadi bapak itu mencari orang buat bantu proses produksinya, biasanya nambah sampai 25 orang mas"

Dari hasil wawancara yang telah disampaikan oleh narasumber diatas, solusi yang ditemukan oleh narasumber dalam menghadapi beberapa kendala diatas yakni dengan menambah karyawan produksi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[82] Winarno, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.
[83] Syadidatul Ilmiyah, *Wawancara*, Pronojiwo, 31 Mei 2022.

yang sistemnya borongan. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen tetntunya akan bersinggungan dengan ekbutuhan karyawan sebagai pelaksana kegiatan produksi. Ketersediaan karyawan harus sesuai dengan beban kerja dalam melakukan kegiatan produksi. Jumlah karyawan akan mempengaruhi produktivitas usaha dalam mencapai target produksi. Adapun jumlah karyawan yang dimiliki UD. Winna Sari ini sejumlah 12 orang, dengan jumlah karyawan tersebut tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen dihari-hari tertentu yang jumlah permintaan konsumen meningkat. Karyawan tetap yang ada di UD. Winna sari ini sejumlah 12 orang, beliau menambah karyawan sementara yang jumlah keseluruhan 25 orang. Selain penambahan karyawan untuk memenuhi kegiatan produksi, ketersediaan bahan baku juga perlu diperhatikan. Dalam kegiatan produksinya, Bapak Winarno pemilik UD. Winna Sari hanya menyediakan bahan baku yang didapatkan dari kebun sendiri. Namun ketika permintaan meningkat beliau menyuplai dari pengepul buah sekitar. Dengan begitu kegiatan produksi akan berjalan dengan lancar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

C. PEMBAHASAN TE MUAN

Pada bagian pembahasan temuan ini penulis akan membahas keterkaitan antara temuan di lapangan dengan teori yang relevan. Data yang di paparkan dalam penelitian ini di peroleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dan di analisis melalui pembahasan temuan yang dikaitkan

dengan teori. Pembahasan akan dirinci sesuai fokus masalah penelitian yang telah di temukan sehingga akan mampu menjawab semua permasalahan yang ada di lapangan, adapun pembahasannya sebagai berikut:

1. **Strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang**

   a. **Strategi diversifikasi konsentris**

   Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang, temuan yang didapatkan dari penelitian tentang strategi diversifikasi produk dari UD. Winna Sari Pronojiwo Lumajang ini dapat dipaparkan bahwa staretgi diversifikasi produk yang terapkan di UD. Winna Sari ini yaitu dengan selalu berinovasi pada produk dengang memperbanyak variasi produk. Penganekaragaman yang lakukan oleh UD. Winna Sari ini dengan strategi diversifikasi yang diterapkan di UD. Winna Sari Pronojiwo Lumajang ini adalah dengan memperbanyak jumlah varian produk. Penerapan strategi diversifikasi produk tersebut mencakup nama produk, kategori produk, komposisi produk, dan kemasan produk. Hal ini diharapkan bisa bersaing dipasar lokal dan global, dan pelanggan tetap setia dan tidak kecewa dengan produk yang ditawarkan. Yang awalnya hanya minuman sari buah salak dan keripik buah salak saja sekarang sudahh berkembang menjadi berbagai jenis produk olahan buah dengan bahan yang berbeda-beda.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

UD. Winna Sari melakukan diversifikasi konsentris yaitu menciptakan produk yang masih berkaitan dengan produk yang lama, yaitu mengembangkan produk dengan bahan dasar yang sama yaitu buah salak. Produk yang pertama kali diproduksi hanya minuman ringan yaitu minuman sari buah salak. Setelah itu, produk lainnya makanan kering diproduksi yaitu keripik salak, kurma salak, dodol atau jenang salak dan bubuk biji salak. Produk tersebut memiliki berbagai ukuran dan kemasan yang berbeda dengan warna yang bervariasi. Alat yang digunakan yaitu timbangan dan *hand sealer* untuk merekatkan kemasan produk. Kemasan minuman sari buah salak menggunakan *plastic cup* bening transparan. Bubuk biji salak menggunakan kemasan *standing pouch aluminium silver foil* dan *standing pouch aluminium black foil*. Kurma salak dan dodol atau jenang salak menggunakan mika plastik bening transparan. Dan keripik salak menggunakan kemasan bantal atau kantong bening transparan, kemasan *standing pouch* bening transparan, kemasan *standing pouch aluminium silver foil*, kemasan *standing pouch aluminium green foil* dan kemasan *standing pouch aluminium yellow foil*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Hal ini selaras dengan teori yang diungkapkan oleh Fandy Tjiptono, strategi diversifikasi yang dilakukan oleh UD. Winna Sari Pronojiwo Lumajang termasuk dalam diversifikasi konsentris yaitu, dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau

hubungan dalam hala pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada. Dan juga termasuk dalam diversifikasi horizontal yaitu, dimana perusahaan menambha produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.[84]

b. Strategi diversifikasi horizontal

Bersarakan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwasanya UD. Winna sari melakukan diversifikasi horizontal dengan mengembangkan produk baru yang belum ada sebelumnya di UD. Winna Sari, yaitu dengan menciptakan produk yang tidak menggunakan bahn dasar buah salak, tetapi masih dijual kepada pelanggan yang sama. Produk tersebut adalah produk olahan buah pisang, produk olahan markisa, kerupuk renjinang, keripik gadung dan keripik singkong. Produk ini memiliki 7 varian nama produk dengan bahan dasar yang berbeda. Kemasan yang digunakan untuk minuman sari buah pisang dan sari buah markisa menggunakan *plastic cup* bening transparan. Sedangkan kemasan produk keripik pisang, kerupuk gadung dan keripik singkong menggunakan 2 jenis kemasan, yaitu kemasan *standing pouch* bening transparan dan kantong bening transparan. Untuk produk sale pisang dan kerupuk rengginang hanya menggunakan kantong bening transparan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[84] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 132

Fakta tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono, dimana diversifikasi produk adalah dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.

Strategi diversifikasi produk perlu dilakukan oleh seorang produsen guna menambah keragaman produk, sehingga dapat menarik minat konsumen. Menambah keragaman produk dapat membuat konsumen memilih produk yang disukai dan agar konsumen tidak merasa bosan. Strategi diversifikasi produk yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

2. Kendala dalam penerapan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang

Dalam menjalankan diversifikasi produk olahan buah tiddaklah mudah untuk mencapai keberhasilan suatu bisnis, pasti terdapat kendala yang terjadi yan dapat memberikan pengaruh negatif terhadap kegiatan pengembangan produknya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Berdasarkan wawancara diatas yang disampaikan Bapak Winarno selaku pemilik UD. Winna Sari bahwa kendala atau masalah yang dihadapi cukup menyusahkan usahanya, namun setiap strategi yang digunakan nantinya pasti akan ada tantangan yang harus dihadapi. Adapun beberapa kendala yang dihadapi sesuai dengan informasi yaang disampaikan oleh narasumber sebegai berikut:

a. Kurangnya kualitas sumberdaya manusia (SDM)

Berdasarkan wawancara diatas dapat diketahui bahwasanya kendala yang dihadapi ooleh UD. Winna sari ini adalah Kurangnya kualitas dan kuantitas sumberdaya manusia (SDM), sebenarnya jika memiliki SDM yang memadai maka untuk menciptakan dan mengembangkan produk yang baru itu mudah, ide-ide-ide untuk menginovasi produk yang sudah ad itu akan sering muncul. Karena tidak ada pelatihan ataupun pendidikan tentang pengembangan produk, jadi semua pengembangan produk yang dilakukan oleh UD. Winna Sari ini berasal dari otodidak. Bapak Winarno belajar dari refrensi yang beliau dapatkan dari youtube dan sosial media.Dari SDM yang kurang memadai itu juga berdampak pada pembuatan produk baru, yaitu ketika membuat komposisi dan tahapan proses produksi produk baru semua tidak selalu berjalan lancar, butuh percobaan berkali-kali untuk mendapatkan rasa yang pas dan sesuai dengan yang diinginkan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan Ari Budiono bahwa dari berbagai isu strategis terdapat salah satu yang menarik yaitu mengenai ketersediaan SDM yang profesional. SDM adalah faktor produksi utama dalam pengengembangan produk tanpa adanya SDM yang berdaya saing sangat sulit untuk pengrajin guna nntuk

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

mengembangkan produknya. Selain itu disisi lain bahwa sumber daya insani juga belum memadai dalam kualitas dan kuantitas.[85]

b. Kurangnya tenaga kerja

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasanya kurangnya tenaga kerja yang dimiliki itu juga berdampak pada pembuatan produk baru, yaitu ketika membuat komposisi dan tahapan proses produksi produk baru semua tidak selalu berjalan lancar, butuh percobaan berkali-kali untuk mendapatkan rasa yang pas dan sesuai dengan yang diinginkan. Meningkatnya permintaan dari konsumen ketika mendekati Hari Besar Islam (HBI) seperti Hari Raya Idul Fitri dan Hari Raya Idul Adha. Disisi lain dengan permintaan yang meningkat berpengaruh terhadap tingkat produksi yang semakin lama menurun, sehingga persediaan stok produkpun juga menurun.

c. Pandemi Covid-19

Dari wawanccara diatas dapat disimpulkan bahwa Pandemi Covid-19 berdaampak pada kebijakan pemerintah yang menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) terhadap kegiatan masyarakat. Pembatasan tersebut secara tidak langsung juga berimbas pada keberlangsungan dunia usaha. Penerapan PSBB menghambat alur distribusi sehingga menurunkan proses produksi.. Seperti halnya UD. Winna Sari Pronojiwo Lumajang juga mendapat imbas dari adanya pandemi Covid-19. Salah satu target pasar UD. Winna Sari ini adalah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[85] Ari Budiono, "Peningkatan Volume Penjualan Melalui Syirkah AlWujuh pada Perusahaan Jati Ukir evi Jaya Meuble Rawa Pitu Tulang Bawang", (STAIN Metro, 2012)

wisatawan yang berkunjung ke beberapa wisata di Pronojiwo, tapi dengan diberlakukannya kebijakan pembatasan sosial berskala besar membuat beberapa wisata harus ditutup sehingga tidak ada wisatawan yang berkunjung.

Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Rani Puspitasari pada industri kerajinan bambu yang berada di Wonoanti juga mendapat imbas dari adanya pandemic Covid-19 dan juga dengan diberlakukannya kebijakan pembatasan sosial berskala besar membuat pembatasan kegiatan masyarakat. Itu semua berdampak pada produksi dan pendistribusian produk ketangan konsumen. Produksi terhambat karna minimnya ketersediaan dan harga bahan baku yang mengalami kenikan selain itu pendistribusian ke tangan konsumen juga terhambat dikarenakan adanya pembatasan sosial berskala besar.[86]

3. Solusi yang dapat dilakukan berdasarkan kendala-kendala dalam pelaksanaan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Terdapat beberapa kendala yang dihadapi dan dialami oleh UD. Winna sari dalam melakukan startegi diversifikasi. Namun narasumber menemukan bebrapa solusi yang dapat dilakukan. Adapun solusinya sebagai berikut:

[86] Rani Puspitasari. "Diversifikasi Produk Kerajinan Tangan Berbahan Bambu Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek." (Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2021)

a. Melakukan studi banding

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwasanya kurangnya kualitas SDM yang dialami oleh UD. Winna sari itu menjadi salah satu kendala yang hadapi dalamm mengembangkan produk yang baru. Solusi yang dapat dilakukan adalah melkukan studi banding ke beberapa perusahaan yang juga mengembangkan produk, dengan begitu dapat ide-ide yang muncul dapat dieksekusi dengan baik. Selain itu, UD. Winna sari juga mengambil ide dari para pesaingnya.

b. Menambah tenaga kerja borongan

Dari hasil wawancara yang telah disampaikan oleh narasumber diatas, solusi yang ditemukan oleh narasumber dalam menghadapi beberapa kendala diatas yakni dengan menambah karyawan produksi yang sistemnya borongan. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen tetntunya akan bersinggungan dengan ekbutuhan karyawan sebagai pelaksana kegiatan produksi. Ketersediaan karyawan harus sesuai dengan beban kerja dalam melakukan kegiatan produksi. Jumlah karyawan akan mempengaruhi produktivitas usaha dalam mencapai target produksi. Adapun jumlah karyawan yang dimiliki UD. Winna Sari ini sejumlah 12 orang, dengan jumlah karyawan tersebut tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen dihari-hari tertentu yang jumlah permintaan konsumen meningkat. Karyawan tetap yang ada di UD. Winna sari ini sejumlah 12 orang, beliau menambah karyawan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

sementara yang jumlah keseluruhan 25 orang. Selain penambahan karyawan untuk memenuhi kegiatan produksi, ketersediaan bahan baku juga perlu diperhatikan. Dalam kegiatan produksinya, Bapak Winarno pemilik UD. Winna Sari hanya menyediakan bahan baku yang didapatkan dari kebun sendiri. Namun ketika permintaan meningkat beliau menyuplai dari pengepul buah sekitar. Dengan begitu kegiatan produksi akan berjalan dengan lancar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan mengenai strategi diversifikasi produk di UD. Winna sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang, sebagai berikut:

1. Strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa pronojkwomenerapkan strategi diversifikasi produk pada produk yang di produksinya. Penerapan strategi diversifikasi produk tersebut mencakup nama produk, kategori produk, komposisi produk dan kemasan produk. Diversifikasi produk yang dilakukan oleh UD. Winna Sari yaitu diversifikasi konsentris dan diversifikasi horizontal.
2. Strategi diversifikasi produk di UD. Winna sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang mengalami kendala yakni: a). Kurangnya kualitas sumberdaya manusia (SDM). b). Kurangnya tenaga kerja. c). Pandemi covid-19.
3. Solusi untuk kendala yang ada UD. Winna sari mengambil tindakan yakni: a). Melakukan studi banding. b). Menambah tenaga kerja borongan.

B. SARAN

Setelah dilakukan penelitian yang telah diuraikan dalam bentuk penulisan karya ilmiah berupa skripsi, maka pada akhir penulisan ini kami

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

berikan beberapa saran yang berkemungkinan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan selanjutnya :

1. Kepada pemilik UD Winna sari, semoga kedepannya mampu mengembangkan dan menciptakan produk-produk baru yang dapat memperluas mangsa pasar.
2. Kepada peneliti diharapkan dapat menambah objek penelitian sehingga dapat dijadikan bahan perbandingan bagi perusahaan lain. Dan juga dapat menambah wawasan materi yang akan dijadikan fokus dalam penelitiannya.
3. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat menjadikan peneltiian ini sebagai acuan dalam penelitianya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, D. N. 2019. Strategi Diversifikasi Produk Industri Kecil Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Alisa, D. 2009. Pelaksanaan Strategi Diversifikasi Produk Dalam Upaya Melayani Permintaan Konsumen di CV. Sediment Marmer Indonesia. Skripsi Universitas Malang.

Alma, B. 2005. *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*. Bandung: Alfabeta.

Yolanda, Felicia. 2021. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antenna Hdf Surabaya. Skripsi Upn "Veteran "Jawa Timur.

Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi: Teori Konsep Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Salemba.

Assauri, S. 2007. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Graha Persanda.

Cahyuni Novia. 2017, "Kreatifitas Masyarakat Dalam Diversifikasi Olahan Jagung Serta Pemanfaat Media Sosial Sebagai Sarana Promisi Produk", *Jurnal Teknologi Pangan*, Vol. 8, No. 2.

Kuswanto, M. Hendri. 2021, Meningkatkan Volume Penjualan Dimasa Pandemi Covid-19 Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Pemasaran (Studi Pada PT. Prambanan Kencana Jakarta). Skripsi ITB Ahmad Dahlan Jakarta.

Rizky Rahmandwika, Arfian. 2019, Analisa Strategi Diversifikasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Pada Ukm Putra Delta, Kampung Topi Punggul, Sidoarjo). Skripsi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Creswell, John W. 2016, *Resarch Design Prndekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Creswell, John W. 2016, *Resarch Design Prndekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Damayanti, L. 2020, Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Cv. Pakis Logam Perkasa Indonesia Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung

Deny Utomo,et. All. 2018, "Diversifikasi Produk Olahan Apel Manalagi Kualitas Afkir Menjadi Selai Dan Dodol", *Jurnal Cendekia*, 211-218.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dhanang Eka Putra, et. all, 2018, "Diversifikasi Ikan Lele Menjadi Produk Olahan Pangan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Lele", *Jurnal University Research Colloqium*, 385-391.

Pangestu, Sisi. 2021, Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Kasus Di Konfeksi Eva Indah Collection, Desa Botoran, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung). Skripsi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

Munawarah, D., Batubara, C., & Nasution, J. 2022, Diversifikasi Produk Olahan Gambir Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Pakpak Bharat Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, Vol. 2, No. 1, 2140-2148.

Effendi, R. 1996. *Marketing Manajemen*. Malang: IKIP Malang.

Hastuti, S. 2013. "Strategi Pengembangan Salak Pondoh Pronojiwo Kabupaten Lumajang". *Jurnal Ilmiah Inovasi*, Vol. 13 No. 3.

IAIN JEMBER. 2017, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Jember: IAIN Jember Press.

Joseph P. Guiltinan Dan Gordon W. Paul.1994.*Manajemen Pemasaran Strategi Dan Program*.Diterjemahkan Oleh agus Maulana, Dengan Judul Asli *Marketing Management Strategies And Programs*,Jakarta: Erlangga.

Klimchuk, M dan Krasovec, S. 2006. *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. Dan Armstrong, G. 2000. *Dasar-dasar Pemasaran* Jilid Satu. Jakarta: Prenhalindo.

Liawati. 2018, Analisis Diversifikasi dan Ukuran Terhadap Return, Resiko dan Portofolio, (Studi Kasus kantor BEI), Skripsi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta.

Maharani, A. 2015. Implementasi Diversifikasi Produk Pada PT. Blambangan Foodpackerss Indonesia Muncar Banyuwangi. Skripsi Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Jember.

Malayu hasibuan S.P. 2005. *Manajemen dasar, pengertian, dan masalah*. Jakarta: bumi aksara.

Mawantoro, A. 2010. Diversifikasi Produk Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang. Skripsi Universitas Negeri Malang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Moleong, Lexy J. 2011, *Metodelogi Penelitian Kualitatif,* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Puspitasari, F. 2011. Diversifikasi Produk Makanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Inovasi di Kota Blitar. Skripsi Ilmu Administrasi Niaga. Universitas Jember.

Sugiyono. 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandi. 2000. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Jogjakarta: Andi Offset.

Wijayanti, T. 2014. *Marketing Plan dalam Bisnis*. Second Edition. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Junaidi

NIM : E20172149

Prodi/ Jurusan : Ekonomi Syariah/ Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi **"Strategi Diversifikasi Produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang"** secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Demikian surat pernyataan yang ini saya buat dengan sebenarnya dan digunakan dengan semestinya.

Jember, 01 Desember 2022

Saya yang menyatakan

Ahmad Junaidi
NIM. E20172149

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ
JEMBER

MATRIK PENELITIAN

Judul penelitian	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Strategi Diversifikasi Produk di UD. Winna sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang	1. Strategi Diversifikasi 2. Produk	1. Diversifikasi Konsentris 2. Diversifikasi Horizontal 3. Diversifikasi Konglomerat 4. Pengertian Produk 5. Unsur-unsur Produk yang Beragam	1. Informan (Wawancara): a. Pemilik b. Karyawan c. Konsumen 2. Observasi 3. Dokumentasi	1. Pendekatan dan Jenis Penelitian: a. Pendekatan Kualitatif b. Jenis Penelitian Deskriptif 2. Subyek Penelitian: a. Purposive 3. Teknik Pengumpulan Data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Teknik Analisis Data: a. Reduksi Data b. Penyajian Data c. Penarikan Kesimpulan 5. Teknik Keabsahan Data Triangulasi Sumber	1. Bagaimana strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang? 2. Apa saja kendala dalam pelaksaan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang? 3. Apa solusi yang dapat dilakukan berdasarkan kendala-kendala dalam pelaksanaan strategi diversifikasi produk di UD. Winna Sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PEDOMAN PENELITIAN

1. Sejak kapan mulai mendirikan UD. Winna Sari ini?
2. Bagaimana latar belakang dan sejarah berdirinya UD. Winna sari ini?
3. Hal apakah yang memotivasi mendirikan UD. Winna Sari ini dan bisa tetap bertahan hinggga sekarang?
4. Bagaimana struktur organisasi di UD. Winna Sari ini?
5. Bagaimmanakah visi dan misi yang diterapkan di UD. Winna Sari ini?
6. Metode apakah yang digunakan dalam pemasaran produk UD. Winna Sari ini?
7. Apakah UD. Winna Sari ini melakukan pengembangan produk ? dan strategi pengembangan produk apa yang digunakan?
8. Apa tujuan UD. Winna Sari ini melakukan pengembangan produk dengan strategi diversifikasi ?
9. Adakah dampak yang diterima bagi UD. Winna Sari setelah melakukan startegi tersebut?
10. Produk apa sajakah yang paling laku di UD. Winna sari ini?
11. Adakah permasalahan dan kendala yang dialami oleh pemilik saat mendirikan dan melakukan strategi diversifikasi produk ini?
12. Bagaimana solusi atau pemecahan masalah yang akan diterapkan pemilik UD. Winna Sari ini saat ada permasalahan dan kendala yang terjadi pada usahanya?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: https://febi.uinkhas.ac.id/

Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.9/06/2022 14 Juni 2022
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.
Kepala UD. Winna Sari
Jl. Raya Pronojiwo, Pronojiwo, Lumajang

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama	:	Ahmad Junaidi
NIM	:	E20172149
Semester	:	X (Sepuluh)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Prodi	:	Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Diversifikasi Produk di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, M.Si
NIP.197509052005012003

Jurnal Kegiatan Penelitian

Nama : Ahmad Junaidi

NIM : E20172149

Judul : Strategi Diversifikasi Produk di UD Winna sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang

No.	Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
1	18 September 2021	Survei tempat penelitian	
2	25 September 2021	Penyerahan surat izin penelitian	
3	31 Mei 2022	Wawancara dengan Bapak Winarno	
4	31 Mei 2022	Wawancara dengan Ibu Syadidatul Ilmiyah	
5	31 Mei 2022	Wawancara dengan Khoirun nisa`	
6	28 Septmeber 2022	Pamit sekaligus membuat surat keterangan selesai penelitian	

Surat Keterangan

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Winarno

Jabatan : Pemilik

Dengan ini menerangkan bahwa :\

Nama : Ahmad Junaidi

Nim : E20172149

Program studi : Ekonomi Syariah

Perguruan tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Yang bersangkutan adalah benar-benar sebagai salah satu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Univesitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, sebagaimana dengan surat izin peneltiian yang diajukan untuk melakukan penelitian di UD. Winna sari sejak tanggal 18 September 2021 sampai tanggal 28 November 2022 dalam rangka penyusunan tugas skripsi dengan judul *"Strategi Diversifikasi Produk di UD. Winna sari Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang"*. Demikian surat keterngan ini dibuat agar dapat digunakan dengan semestinya.

Lumajang, 28 November 2022

Pemilik

KRIPIK BUAH ASLI
Winna sari
Jl. Raya Pronojiwo Lumajang

Winarno

DOKUMENTASI PENELITIAN

Gambar diatas merupakan Pamflet dari Toko Winna Sari.

Gambar tersebut menunjukkan hasil olahan beberapa produk olahan minumanberbahan dasar buah di UD. Winna Sari.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Gambar diatas menunjukkan mengenai mulai pengemasan hingga pengepakan produk olahan minuman sari buah yang terdapat di pabrik UD. Winna Sari

Gambar tersebut menunjukkan banyaknya olahan produk yang tersedia ditokoWinna Sari

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Gambar diatas menunjukkan berbagai macam olahan produk yang dihasilkanoleh UD. Winna Sari.

Gambar diatas menunjukkan mengenai proses produksi olahan minuman saribuah

UNI ERI
KIAI H DDIQ

Gambar tersebut menunjukkan alat-alat yang digunakan untuk memproduksi minuman sari buah dan keripik buah UD. Winna Sari.

Gambar tersebut menunjukkan dokumentasi peneliti dengan Pemilik UD. Winna Sari, yaitu Bapak Winarno.

UNI ERI
KIAI H DDIQ

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap	: Ahmad Junaidi
NIM	: E20172149
TTL	: Lumajang, 27 Januari 1997
Alamat	: Dusun Darungan RT/RW 023/008, Desa Pronojiwo, Kecamatan Pronojiwo, Kabupaten Lumajang
Email	: djoenaidy27@gmail.com
Prodi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Pronojiwo 04
2. SMP Islam Pronojiwo
3. MA Plus Al-Mashduqiah
4. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Pengalaman Organisasi

1. Anggota Osis Smp Islam Pronojiwo
2. Pengurus Pondok Pesantren Al-Mashduqiah
3. Pengurus Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
4. Penggerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R