

Peningkatan Kualitas Usaha melalui Diversifikasi Produk dan Pengembangan Kemasan Studi Kasus UMKM Rengginang Desa Pendarungan

Hidayatur Rohman^{1*}, Muhammad Nurlaili², Sellika Aprilia P.S³

^{1,2,3}Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

*dayatrohman70@gmail.com

Abstract

Pendarungan Village is one of the villages in Banyuwangi Regency that has a variety of products, one of which is rengginang. Based on a study that has been conducted previously by the KKN XI Pendarungan Village team with the Rengginang Brengos Putih UMKM Manager, the partner's problem was formulated as the lack of partner insight in business development, namely in terms of product diversification and packaging development. This study aims to describe the improvement of business quality through product diversification and packaging development at the Rengginang Brengos Putih UMKM in Pendarungan Village, Kabat District, Banyuwangi Regency. The data collection methods used were interview, observation, and documentation methods. The data analysis methods used in this study were data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate that the Rengginang Brengos Putih UMKM implements a concentric diversification strategy, where the new products produced are still related to the previous products in terms of raw materials, marketing, and technology used. Development of product derivatives from raw products to ready-to-consume. The marketing targets are local and online markets. The technology used is using traditional processing tools, namely traditional stoves. Flavor and Color variants of the products produced, including 1) Onion Flavored Rengginang (White), Brown Sugar Flavored Rengginang (Reddish Brown) and Shrimp Paste Flavored Rengginang (Brown). The product sizes range from small to medium.

Keywords: Product diversification; Rengginang; UMKM

Abstrak

Desa Pendarungan merupakan salah satu desa di Kabupaten Banyuwangi yang memiliki beraneka ragam produk salah satunya adalah rengginang. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan sebelumnya oleh tim KKN XI Desa Pendarungan dengan Pengelola UMKM Rengginang Brengos Putih, dirumuskan permasalahan mitra adalah kurangnya wawasan mitra dalam pengembangan bisnis yaitu dalam hal diversifikasi produk dan pengembangan kemasan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peningkatan kualitas usaha melalui diversifikasi produk dan pengembangan kemasan pada UMKM Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Rengginang Brengos Putih menerapkan strategi diversifikasi konsentris, dimana produk baru yang dihasilkan masih mempunyai kaitan dengan produk sebelumnya dalam hal bahan baku, pemasaran, dan teknologi yang digunakan. Pengembangan turunan produk dari produk mentah menjadi siap konsumsi. Target pemasaran yang dituju ialah pasar lokal dan online. Teknologi yang digunakan yaitu menggunakan alat pengolahan tradisional yaitu tungku tradisional. Varian rasa dan Warna produk yang diproduksi, diantaranya 1) Rengginang Rasa

Bawang (Putih), Rengginang Rasa Gula Merah(Coklat Kemerahan) dan Rengginang Rasa Terasi (Coklat). Ukuran produknya mulai dari ukuran kecil hingga sedang.

Kata Kunci: Diversifikasi produk; Rengginang; UMKM

PENDAHULUAN

Persaingan usaha yang semakin tinggi dan ketat menjadikan perkembangan usaha bisnis semakin pesat. Pelaku bisnis berusaha mempertahankan usahanya dengan mengembangkan usaha, sehingga dapat memperkuat posisi dalam menghadapi persaingan bisnis dan tercapainya tujuan usaha (Pamungkas et al., 2022). Produk baru yang berbeda akan mempunyai nilai tambah dan menjadi keunggulan dalam mengembangkan usaha (Idayu et al., 2021). Pelaku usaha harus mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen sehingga dapat menerapkan strategi usaha yang tepat. Strategi usaha yang dapat digunakan pelaku bisnis agar dapat bersaing ialah strategi diversifikasi produk (Martina et al., 2021). Menurut Wulandari et al., (2021), diversifikasi produk dilaksanakan oleh suatu usaha yang melakukan pengembangan produk pada usaha yang dikelola, meskipun mengembangkan produk baru dengan menciptakan berbagai macam produk tetapi produk lama masih dipertahankan.

Industri makanan ringan di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar, salah satunya adalah produk rengginang. UMKM rengginang di Desa Pendarungan telah lama menjadi bagian dari perekonomian lokal. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UMKM rengginang perlu melakukan inovasi untuk meningkatkan daya saingnya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah diversifikasi produk dan pengembangan kemasan yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi diversifikasi produk rengginang serta mengevaluasi efektivitas pengembangan kemasan terhadap peningkatan penjualan. Melalui tinjauan pustaka dan studi kasus yang relevan, penelitian ini diharapkan dapat

memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis bagi pengembangan UMKM rengginang.

METODE

Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode purposive area, dengan subjek penelitian pemilik UMKM Rengginang Desa Pendarungan Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi sebagai informan utama dan konsumen dari UMKM Rengginang Desa Pendarungan Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi sebagai informan pendukung serta dokumen-dokumen perusahaan yang mendukung.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan strategi diversifikasi produk dan pengembangan kemasan yang dilaksanakan oleh UMKM Rengginang di Desa Pendarungan Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi. Pengumpulan data dalam penelitian ini ialah metode wawancara, observasi, dan wawancara. Analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Untuk menunjang hal tersebut kami menyelenggarakan pendampingan Program Pengembangan Bisnis Melalui Metode Diversifikasi Produk Bagi UMKM yang berada di Desa Pendarungan. Pendampingan ini diharapkan dapat memberi pengetahuan mengenai pentingnya pemahaman dalam mengenali produk sendiri serta potensi pengembangan produknya yang didasarkan pada observasi tren pasar atau pengembangan target konsumennya. Target dalam program ini adalah UMKM yang berada di Desa Pendarungan, dengan mendapatkan pendampingan meliputi semua hal yang

terkait pengembangan produknya melalui strategi diversifikasi produk. Hasil dari terselenggaranya pelatihan ini adalah tumbuhnya pemahaman pada pelaku UMKM bahwa dengan adanya program ini setiap pelaku UMKM yang ada di desa Pendarungan bisa menjadi sebuah pelaku usaha yang dapat meningkatkan usahanya. Secara umum, diharapkan dengan adanya program ini dapat meningkatkan pengembangan potensi UMKM yang ada di desa Pendarungan terutama potensi yang sudah mereka punyai. Metode pelaksanaan yang dapat diterapkan pada kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Survei lapangan dilakukan dengan cara menyajikan beberapa pertanyaan yang harus dijawab oleh Pelaku UMKM di desa Pendarungan dan input yang dihasilkan adalah gambaran khusus tentang kemampuan dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang berada di desa Pendarungan.
2. Pelaksanaan pendampingan dalam bentuk ceramah, diskusi (sharing), dan praktek/demonstrasi dilakukan oleh pengabdian dan para peserta. Pendampingan kemudian difokuskan pada tahapan bagaimana proses perhitungan harga pokok produk dan penentuan harga jual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

UMKM Rengginang di Desa Pendarungan Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi menerapkan strategi diversifikasi konsentris. Strategi diversifikasi konsentris merupakan strategi pengembangan produk dengan memperbanyak macam produk baru yang masih memiliki kaitan pada produk sebelumnya dan masih terdapat hubungan dalam hal pemasaran, bahan baku serta teknologi. Pemasaran dilakukan kepada target yang sama masyarakat lokal dan pasar, bahan baku yang digunakan produk baru dengan produk sebelumnya sama yaitu menggunakan beras ketan putih. Selain

itu, teknologi yang digunakan pada saat produksi produk baru sama dengan produk sebelumnya, yaitu menggunakan cara pengolahan manual dan tradisional

Strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh UMKM Rengginang di Desa Pendarungan Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi meliputi jenis, tipe, warna, varian, dan ukuran produk yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Jenis dan Tipe

UMKM Rengginang di Desa Pendarungan yaitu Brengos Putih awalnya hanya memproduksi olahan dalam bentuk mentah. Permintaan konsumen yang semakin meningkat dan melakukan pemesanan dengan jenis produk yang berbeda menjadikan UMKM Rengginang di Desa Pendarungan ini memproduksi berbagai varian rasa rengginang. Berikut varian varian produk yang dihasilkan oleh UMKM Rengginang di Desa Pendarungan Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi setelah melaksanakan strategi diversifikasi produk.

Tabel 1. Jenis dan Tipe Produk UMKM Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan

No.	Brengos Putih
1.	Produk Rengginang Mentah
2.	Produk Rengginang Siap Konsumsi (Matang)

Sumber : (data primer, 2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa UMKM Rengginang Brengos Putih memproduksi 2 jenis produk, yaitu 1) Produk Rengginang Mentah, 2) Produk Rengginang Siap Konsumsi (Matang).

b. Warna dan Varian

Warna merupakan salah satu faktor yang dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, pemilik usaha memberikan warna pada rengginang untuk menarik minat konsumen untuk membeli. Konsumen dapat menentukan warna rengginang yang akan dipesan, hal

tersebut bertujuan untuk memuaskan keinginan konsumen. Pemberian warna diberikan pada semua produk rengginang, pemberian warna ini juga menentukan varian rasa dari rengginang tersebut. Pada UMKM Rengginang Brengos Putih memiliki tiga varian rasa yakni rasa terasi, rasa bawang dan gula aren. Varian rasa ini memiliki warna yang berbeda sesuai rasanya, contohnya rasa terasi dominan berwarna putih karena tidak ada campuran bahan lain selain bahan baku, untuk rasa bawang biasanya berwarna putih agak kecoklatan karena terdapat tambahan bahan baku yaitu bawang, dan yang terakhir adalah rasa gula aren yang berwarna coklat kemerahan yang berasal dari warna alami gula aren.

c. Ukuran

Ukuran produk yang diproduksi oleh UMKM Rengginang Brengos Putih memiliki beragam ukuran kemasan dan isian, mulai dari kecil hingga sedang. Perbedaan ukuran produk sesuai dengan jenis dan tipe produk serta pesanan yang diinginkan oleh konsumen. Ukuran produk yang diproduksi oleh UMKM Rengginang Brengos Putih bermacam-macam, hal tersebut bertujuan memberikan pilihan ukuran produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen saat melakukan pembelian di UMKM Rengginang Brengos Putih Desa Pendarungan. Berikut ini merupakan ukuran berdasarkan jenis produk yang diproduksi UMKM Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan:

Tabel 2. Ukuran Jenis Produk UMKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan

No.	Brengos Putih
1.	Produk Rengginang Mentah 500 gr
2.	Produk Rengginang Siap Konsumsi (Matang) 100 gr

Sumber : (data primer, 2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pada UMKM

Rengginang Brengos Putih Desa Pendarungan mempunyai ukuran produk yang berbeda yakni pada produk mentah memiliki ukuran atau berat bersih sebesar 500 gram sedangkan pada produk siap konsumsi (matang) memiliki ukuran atau berat bersih sebesar 100 gram . Hal tersebut disebabkan kebutuhan konsumen yang dimiliki UMKM Rengginang Brengos Putih desa Pendarungan berbeda sehingga ukuran atau berat produk yang dihasilkan juga berbeda-beda.

2. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dikemukakan, diketahui bahwa UMKM Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan Kecamatan Kabar Kabupaten Banyuwangi menerapkan strategi diversifikasi produk. UMKM Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan mengembangkan produk dengan cara menganekekan ragam produk yang dihasilkan. Hal tersebut bertujuan agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang. Penganekaragaman produk juga menjadikan pangsa pasar yang dimiliki UMKM Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan ini semakin luas. Diversifikasi merupakan suatu sub strategi yang dilakukan dengan menambah atau memperluas produk atau jasa baru. UMKM Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan menerapkan strategi diversifikasi konsentris, dimana penambahan produk yang dilakukan masih berkaitan dengan produk sebelumnya, keterkaitan yang dimaksud ialah dalam hal pemasaran, bahan baku, kemasan dan teknologi yang digunakan.

Sesuai dengan pendapat Khairani and Pratiwi, (2018) yang menjelaskan bahwa strategi diversifikasi konsentris menawarkan produk baru yang masih berhubungan dengan segi pemasaran, kemasan dan teknologi yang digunakan. Produk baru dengan produk sebelumnya mempunyai target pasar yang sama, yaitu konsumen luar daerah dan

masyarakat yang mengonsumsi sendiri produk rengginang. Bahan baku yang digunakan juga sama, yaitu beras ketan yang dibentuk bulat dan dikeringkan. Keterkaitan teknologi yang digunakan juga sama, yaitu menggunakan cara yang tradisional dan menggunakan mesin blender. Keragaman produk yang dihasilkan juga tidak lepas dari pelaksanaan unsur strategi diversifikasi produk. Menurut Ma'arif *et al.*, (2023) unsur-unsur mengenai diversifikasi produk, meliputi jenis produk, tipe produk, warna, mode, dan ukuran produk. Penganekaragaman produk perlu dilakukan untuk mengantisipasi kejenuhan akan suatu produk, konsumen akan lebih tertarik jika jenis dan tipe produk yang ditawarkan beraneka ragam.

Menurut Pristiansyah *et al.*, (2022) produk dapat diklasifikasikan berdasarkan jenisnya, diantaranya berdasarkan wujud, aspek daya tahan, dan tujuan konsumsi. Sedangkan tipe produk ialah item-item pada suatu product line yang mempunyai bentuk tertentu pada bentuk produk yang lainnya. Berdasarkan hal tersebut dapat dipahami bahwa jenis produk dapat dikelompokkan berdasarkan wujud dan tujuan konsumsi pada produk tersebut. Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan mempunyai tiga jenis produk yang disesuaikan dengan wujud dan tujuan konsumsi. Pada jenis produk terdapat tipe produk yang berbeda-beda, tipe produk pada rengginang merupakan varian rasa yang sesuai dengan jenis produk tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan memproduksi tiga jenis varian rasa pada produk, yaitu 1) rasa bawang, 2) rasa gula aren, dan 3) rasa terasi. Penganekaragaman dalam unsur warna juga dilakukan oleh UMKM Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan ini. Warna menjadi salah satu faktor yang menjadikan konsumen tertarik untuk membeli sebuah produk, oleh karena itu pemberian warna pada

produk sangat penting untuk menarik minat konsumen untuk membeli.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pemberian warna pada kerajinan bambu dilakukan untuk menarik konsumen, kombinasi warna yang bagus dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Konsumen juga dapat memilih warna sesuai dengan selera, hal tersebut bertujuan agar konsumen merasa puas dan melakukan pembelian ulang. Hal tersebut sesuai dengan Hasdiansyah, dan Sriyanti (2023), warna dapat dijadikan sebagai faktor yang menentukan diterima atau tidaknya produk oleh konsumen. Sebuah produk diharuskan unik, istimewa, mempunyai kelebihan, mempunyai daya tarik. Oleh karena itu, warna dari sebuah produk sangat penting untuk menarik minat konsumen.

Dengan memberikan warna pada setiap produk, rengginang yang dihasilkan UMKM di Desa Pendarungan mempunyai keunikan dan kelebihan dibandingkan rengginang lainnya. Warna yang digunakan juga beragam, seperti coklat, merah, ataupun putih. UMKM Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi juga mengembangkan produk pada segi mode. Menurut Sakti *et al.*, (2022) mode merupakan gaya yang populer dan diterima dalam bidang tertentu. Penganekaragaman suatu produk harus mengikuti mode saat ini agar konsumen tertarik untuk membeli. Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan selalu melakukan perubahan tampilan sesuai dengan keinginan konsumen. Hal tersebut bertujuan agar produk yang dihasilkan tetap digemari oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat melakukan pembelian ulang.

Rengginang yang dihasilkan UMKM Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan tidak hanya menguatamakan tampilan produk tetapi juga mengutamakan rasa dan kualitas dari produk tersebut. Ukuran produk yang dihasilkan UMKM Rengginang

Bregos Putih di Desa Pendarungan juga bermacam-macam sesuai dengan jenis dan tipe produk. Menurut Ma'arif *et al.*, (2023) ukuran adalah struktur fisik, bentuk, dan model dari suatu produk yang dapat dipandang secara konkret dan dapat diukur. Ukuran kerajinan bambu yang diproduksi UMKM Rengginang Bregos Putih di Desa Pendarungan bersifat konkret dan dapat diukur.

Ukuran produk disesuaikan dengan jenis rengginang, setiap jenis rengginang mempunyai ukuran produk yang berbeda. Ukuran produk akan mempengaruhi harga yang ditawarkan, semakin berat rengginangnya maka bahan baku yang digunakan semakin banyak sehingga harga yang ditawarkan semakin tinggi. Strategi diversifikasi produk yang diterapkan UMKM Rengginang Bregos Putih di Desa Pendarungan Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi menjadikan produk yang dihasilkan semakin beraneka ragam. Produk rengginang juga menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian, pembeli UMKM Rengginang Bregos Putih di Desa Pendarungan tidak hanya masyarakat Banyuwangi tetapi juga berbagai daerah di Indonesia, seperti Jember, Bondowoso, Situbondo, Surabaya, Malang, Madura, Jombang, Solo, Jakarta, dan Bali. Keragaman produk UMKM Rengginang Bregos Putih di Desa Pendarungan ini akan terus bertambah sesuai dengan permintaan konsumen.

a. Penerapan Strategi Diversifikasi

UMKM Rengginang khususnya di Desa Pendarungan Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi menerapkan strategi diversifikasi konsentris. Strategi diversifikasi konsentris merupakan strategi pengembangan produk dengan memperbanyak macam produk baru yang masih memiliki kaitan pada produk sebelumnya dan masih terdapat hubungan dalam hal pemasaran, bahan baku serta alat produksi. Pemasaran dilakukan kepada target yang sama

masyarakat local, luar kota dan pasar, bahan baku yang digunakan produk baru dengan produk sebelumnya sama yaitu menggunakan beras ketan putih. Selain itu, alat produksi yang digunakan pada saat produksi produk baru sama dengan produk sebelumnya, yaitu menggunakan cara pengolahan manual dan tradisional.

Diversifikasi produk dalam konteks UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) mengacu pada strategi di mana UMKM memperluas variasi produk atau layanan yang mereka tawarkan kepada pelanggan hal ini bertujuan untuk mengurangi resiko bisnis, meningkatkan pangsa pasar, dan memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan. Adapun strategi yang diterapkan pada saat pendampingan langsung kepada pelaku UMKM adalah sebagai berikut.

1. Menciptakan Produk atau layanan Baru

Pada pendampingan ini UMKM dapat menciptakan produk atau layanan yang berbeda dari yang mereka tawarkan sebelumnya. Dengan menciptakan turunan produk yang lebih spesifik menjadi keunggulan baru bagi para pelaku usaha. UMKM rengginang di Desa Pendarungan Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi. Produk turunan yang diciptakan pada hal ini masih terdapat hubungan antara produk sebelumnya yaitu dengan bahan baku yang sama.



Gambar 1. Menciptakan Produk atau layanan baru

2. Ekspansi lini produk

UMKM dapat menambahkan berbagai variasi produk atau layanan dalam hal ini mereka yang sudah ada. Dalam penambahan variasi produk UMKM Desa Pendarungan Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi menciptakan turunan variasi yang berbeda yaitu terkait rasa.

Pada produk sebelumnya varian rasa yang dimunculkan hanya produk rengginang rasa bawang dan rasa trasi dalam menciptakan Ekspansi lini produk terbaru UMKM rengginang menciptakan rasa terbaru yaitu varian rasa Gula Merah yang pada hal ini masih jarang ditemui dipasaran terkait rasa Gula merah yang sering dipasarkan kepada masyarakat.

kesadaran konsumen terhadap Rengginang Brengos Putih. Promosi Berbasis Cerita: Menggunakan konten cerita yang menarik untuk memperkenalkan nilai-nilai budaya dan proses tradisional dalam pembuatan Rengginang Brengos Putih.

Tabel 1. Jenis Produk dan Bahan Baku

Jenis Produk	Bahan Baku	Alat Produksi	Cara Produksi
Rengginang Varian Bawang Putih	Beras, Ketan Bawang Putih Garam Bumbu Tabur	Tungku Tradisional Penguks Pengoerengan	Mencuci Beras, Ketan Merebus Beras, Ketan Membentuk Rengginang Mengoereng Rengginang
Rengginang Varian Trasi	Beras, Ketan Trasi Garam Bumbu Tabur	Tungku Tradisional Penguks Pengoerengan	Mencuci Beras, Ketan Merebus Beras, Ketan Membentuk Rengginang Mengoereng Rengginang
Rengginang Varian Gula Merah (Terbaru)	Beras, Ketan Gula Merah Garam Bumbu Tabur	Tungku Tradisional Penguks Pengoerengan	Mencuci Beras, Ketan Merebus Beras, Ketan Membentuk Rengginang Mengoereng Rengginang Mencampurkan Gula Merah dengan Rengginang yang sudah digoreng

Sumber : (data primer, 2024)

3. Diversifikasi geografis

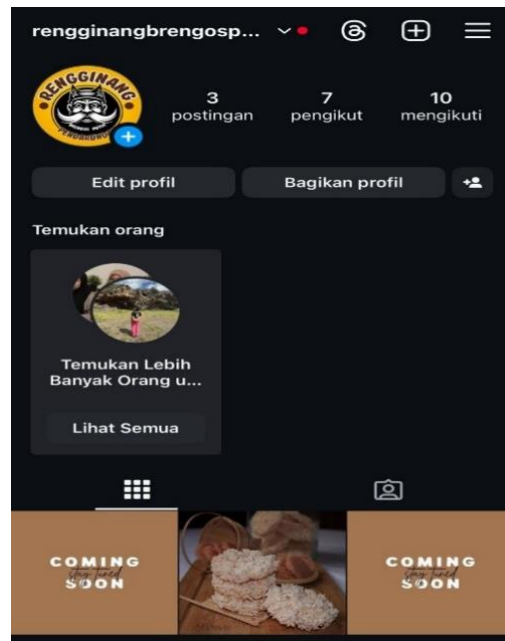
UMKM dapat memperluas wilayah operasional mereka untuk mencapai pasar yang lebih luas atau menggantikan lini produk atau layanan yang lebih populer di lokasi tertentu.

4. Diversifikasi pelanggan

UMKM dapat mencoba serta menargetkan segmen pelanggan yang berbeda atau menciptakan produk khusus untuk memenuhi kebutuhan kelompok pelanggan yang berbeda.

5. Strategi Pemasaran

Pemasaran Digital Memanfaatkan platform media sosial dan iklan digital untuk meningkatkan visibilitas dan



Gambar 2. Strategi Promosi Melalui Media Sosial

6. Kemitraan dan Kolaborasi

Kerjasama dengan Pihak Lokal Memperkuat kemitraan dengan komunitas lokal, pariwisata, dan industri makanan untuk mendukung promosi dan distribusi produk secara bersama-sama. Kolaborasi dengan Influencer: Menggandeng influencer atau tokoh yang memiliki pengaruh untuk membantu memperkenalkan dan mempromosikan produk kepada audiens yang lebih luas.

7. Penyusunan Harga yang Kompetitif

Penetapan Harga yang Tepat: Menetapkan harga yang kompetitif yang mencerminkan nilai tambah produk tetapi tetap bersaing di pasar makanan ringan tradisional.

KESIMPULAN

Strategi diversifikasi produk yang diterapkan UMKM Rengginang Brengos

Putih di Desa Pendarunga Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi ialah strategi diversifikasi konsentris. Strategi diversifikasi konsentris merupakan strategi pengembangan produk dengan memperbanyak macam produk baru yang masih berkaitan dalam hal pemasaran, bahan baku serta teknologi dengan produk sebelumnya. Pemasaran dilakukan kepada target yang sama yaitu konsumen luar daerah dan masyarakat yang produknya dikonsumsi sendiri, bahan baku yang digunakan produk baru dengan produk sebelumnya sama yaitu menggunakan beras ketan yang dikeringkan. Selain itu, teknologi yang digunakan produk baru sama dengan produk sebelumnya, yaitu menggunakan cara tradisional dan modern. Strategi diversifikasi produk yang diterapkan UMKM Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan menghasilkan produk yang beragam, baik dari jenis dan tipe produk, warna, mode, dan ukuran yang berbeda. Pelaku usaha Rengginang Brengos Putih di Desa Pendarungan mempunyai jenis dan tipe produk serta ukuran produk yang berbeda-beda.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasdiansyah, A. H., & Sriyanti, S. M. (2023). Pemberdayaan Petani Kopi Melalui Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Kopi Kayu Manis di UMKM Rizki Amalia. *Aplikasi Teknik Dan Pengabdian Masyarakat*.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36–43. <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- Ma'arif, M. F., Pratiwi, R., & Haryono, A. T. (2023). Analisis Orientasi Kewirausahaan Dan Diversifikasi Produk Pada Keberhasilan Usaha Melalui Proses Perkembangan Usaha. *Mbia*, 21(3), 360–376. <https://doi.org/10.33557/mbia.v21i3.1938>
- Martina, N., Fathur, M., Hasan, R., Wulandari, L. S., & Isyah Salimah, A. (2021). Upaya Peningkatan Nilai Ekonomis Produk Umkm Melalui Sosialisasi Diversifikasi Produk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2273–2282.
- Pamungkas, B. F., Nidyasari, Y., Guruh, M., & Zuraida, I. (2022). Diversifikasi Produk Olahan Udang Dan Hasil Sampingnya Dalam Rangka Pemberdayaan Wanita Nelayan Di Balikpapan, Kalimantan Timur. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 803. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6764>
- Pristiansyah, Pranandita, N., Haritsah Amrullah, M., & Hasdiansah. (2022). Pelatihan Pengembangan Bisnis Melalui Metode Diversifikasi Produk Bagi UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 45–49.
- Sakti, E. M. S., Shafenti, S., & Pramestari, D. (2022). Pengembangan UMKM Pengrajin Tahu Rumahan Melalui Diversifikasi Ampas Tahu Dengan Penjualan Melalui Marketplace di Kecamatan Cimanggis, Depok. *Ikra-lth Abdimas*, 5(3), 90–96. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v5i3.2199>
- Wulandari, M., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2021). Strategi Diversifikasi Produk Pada Umkm Kerajinan

IPM : Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat

Vol 1 No 2, Desember 2024

E-ISSN: 3063-7716

Bambu Di Desa Gintangan
Kecamatan Blimbingsari
Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal
Pendidikan Ekonomi*, 15(1), 103–
109.
[https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.1
9704](https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.19704)