

ANALISIS DIVERSIFIKASI PRODUK TAHU UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK

¹Endang Siswati*, ²Juliani Pudjowati, ³Ardi Ardana
Program Studi Manajemen, Universitas Bhayangkara Surabaya
E-mail: endang@ubhara.ac.id*, ardiardana154@gmail.com

ABSTRACT

This research is a descriptive qualitative research that aims to analyze the diversification of tofu products and the factors that encourage it. The research location is in the tofu company, Mrs. Mujiani, Tropodo village, Krian sub-district. The informants in this study were the tofu business owner, Mrs. Mujiani, an employee of the production department, a customer, and a customer of a competitor's product. After the data was taken and checked for validity with triangulation methods including data triangulation, source, and technique triangulation, then data analysis was carried out. The results of the analysis are that the product diversification at Mrs. Mujiani's tofu company is in the tofu variants, namely fried tofu, half-cooked Chinese tofu and raw Chinese tofu, after product diversification there is an increase in sales so that the company's income also increases, this can increase product competitiveness in the market. . Whereas the driving factors for product diversification are, among others, the company wants to increase sales turnover so that profits can increase, increase distributors or salespeople, reduce production costs so that efficiency and effectiveness are obtained, employees become solid and strong, and are driven by the desire to use large capacity machines.

Key Words: *Diversification analysis, tofu products, improve competitiveness*

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan menganalisis diversifikasi produk tahu serta factor-faktor yang mendorongnya. Adapun lokasi penelitian adalah di perusahaan tahu Ibu Mujiani desa Tropodo kecamatan Krian. Informan pada penelitian ini yaitu pemilik usaha tahu Ibu Mujiani, seorang pegawai bagian produksi, seorang pelanggan, dan seorang pelanggan produk pesaing. Setelah data diambil dan dilakukan cek keabsahan dengan metode triangulasi antara lain triangulasi dara, sumber, dan triangulasi Teknik, kemudian dilakukan analisis data. Hasil analisis adalah bahwa diversifikasi produk pada perusahaan tahu Ibu Mujiani adalah pada variant tahu yaitu tahu goreng, tahu cina setengah matang dan tahu cina mentah, setelah dilakukan diversifikasi produk terjadi peningkatan penjualan sehingga pendapatan perusahaan juga meningkat, hal ini dapat meningkatkan daya saing produk di pasar. Bahwa factor pendorong diversifikasi produk antara lain perusahaan ingin meningkatkan omzet penjualan sehingga diperoleh laba meningkat, memperbanyak distributor atau tenaga penjual, menekan biaya produksi sehingga diperoleh efisiensi dan efektivitas, pegawai menjadi solid dan kuat, serta didorong oleh keinginan menggunakan mesin berkapasitas besar

Kata Kunci: Analisis diversifikasi, produk tahu, meningkatkan daya saing

PENDAHULUAN

Pada era dimana bisnis cepat sekali berubah seperti saat ini apabila kita tidak ikut ambil bagian dengan cepat maka pasar

akan dikuasai oleh produk impor, akibatnya produk local tidak bisa bersaing dengan produk impor, (Marsigit, W.,2010). Pertumbuhan usaha mikro,

Cara mengutip: Cara mengutip: Tarida, Y. (2012). Strategi diferensiasi produk, diversifikasi produk, harga jual dan kaitannya terhadap penjualan pada industri kerajinan rotan di Kota Palembang. Jurnal Ekonomi Pembangunan, 10(2), 124-142

kecil, dan menengah di Indonesia saat ini sedang bermekaran, sedang marak-maraknya, berbagai strategi dilakukan agar bisnis yang dirintisnya mengalami kemajuan dan bisa bersaing dengan produk impor, serta bisa memperoleh keuntungan yang maksimal. Selera konsumen cepat sekali berubah, perusahaan dituntut agar bisa menghasilkan produk baru yang dilakukan melalui diversifikasi produk, (Khamidi, S., 2013). Demikian juga usaha tahu karena tahu merupakan makanan sehari-hari sehingga mempunyai pangsa pasar yang stabil maka usaha inipun banyak yang melirikinya. Konsumsi produk tahu ini dari tahun ke tahun belakangan mengalami peningkatan, (Aji, J. M. M., & Supriono, A., 2016). Pabrik tahu ibu mujiani memproduksi tahu dalam kapasitas besar yang mampu memasak 300kg kedelai untuk diproduksi menjadi tahu guna memenuhi permintaan pasar yang cukup tinggi. Meningkatnya permintaan tahu merupakan peluang bagi pengusaha tahu, kualitas tahu dan kebersihan produk menjadi perhatian utama Ibu Mujiani untuk menjamin mutu dari produksi tahu tersebut. Umumnya pada industri kecil rata-rata masih menggunakan teknologi sederhana yaitu proses produksi masih dilakukan menggunakan tenaga manual atau padat karya (Tarida, Y., 2012), biasanya UMKM masih dikelola secara sederhana karena belum membuat perencanaan serta pengelolaan keuangan secara baik, (Khairani, S., & Pratiwi, R., 2018).

Di Dusun Klagen Desa Tropodo, Krian Sidoarjo merupakan dusun penghasil Tahu, sehingga persainganpun tak terelakkan lagi. Pengusaha harus menjaga agar terjadi persaingan yang sehat, persaingan yang tidak sehat yaitu

ditandai dengan cara antar industry itu sendiri bersaing dengan menurunkan harga, Handayani, N. U., Santoso, H., & Pratama, A. I. (2012). Untuk itu perusahaan harus melakukan berbagai strategi agar usahanya bisa berjalan lancar. Monique, E. P., & Nasution, S. (2019), dalam penelitian yang berjudul Analisis strategi pengembangan usaha tahu Teguh Pribadi di Bengkulu tengah, hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa beberapa faktor harus dipertahankan agar perusahaan mampu mengambil peluang, yaitu: memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk, melakukan diversifikasi produk dengan cara memanfaatkan kebijakan kuliner untuk meningkatkan volume penjualan, dan kualitas SDM ditingkatkan melalui program-program Pemerintah. Melalui manajemen produksi yang baik bisa menjaga kontinuitas produk dan dapat meningkatkan daya saing. Menjalin kemitraan untuk meningkatkan efisiensi pemasaran. Salah satu strategi penting yang dapat meningkatkan volume penjualan adalah diversifikasi, (Pangestu, S., 2021). Diversifikasi sangat diperlukan agar bisa meningkatkan nilai tambah produk (Tjokrokusumo, D., Widyastuti, N. E. T. T. Y., & Giarni, R. E. N. I. , 2015), (Budi, F. S., Herawati, D., Purnomo, J., Sehabudin, U., & Nugroho, T., 2017).. Agar efektif dan efisien maka ditetapkan SOP sederhana. Jejaring permodalan dan promosi ditingkatkan. Pengembangan produk sangat diperlukan diversifikasi produk, serta kepuasan konsumen. Diversifikasi produk mempunyai pengaruh yang positif sebab dapat meningkatkan penjualan, dan kualitas produk, (Fitriyah, D. 2022). Diversifikasi produk dibutuhkan, hal ini berguna dalam meningkatkan daya

saing perusahaan baik di pasar domestic maupun global, Hermawan, L. (2015). Tjiptono (2019:126), pengertian diversifikasi yaitu sebagai upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. Indikator diversifikasi Menurut Tjiptono dan Chandra (2017:130), indikator diversifikasi produk adalah : a. Membuat produk tahan lebih lama b. Mengarah kepada produk siap konsumsi/digunakan c. Kebutuhan dan harapan konsumen d. Memberi nilai tambah, pendapatan dan lain sebagainya. Faktor-faktor yang mendorong diversifikasi produk, ada 12 item yang mendorong pelaku usaha konveksi melakukan diversifikasi, diperoleh hasil reduksi menjadi 3 faktor yaitu peningkatan omzet, peningkatan laba, penambahan perantara penjualan, efektivitas jam tenaga kerja, perputaran biaya distributor, perluasan pasar, ketepatan model pakaian, evaluasi kegiatan operasional, perputaran biaya konsumen, penguatan internal, penggunaan mesin, perputaran biaya pabrik, (Fauziah, Z. ,2019). Daya saing merupakan sebuah konsep perbandingan antara kemampuan dan kinerja perusahaan, Kusumawardhani, Y. (2020). menurut (Porter 2001). menjelaskan pentingnya daya saing karena tiga hal: mendorong produktivitas, dapat meningkatkan kapasitas ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat, kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi. Adapun rumusan masalahnya yakni bagaimanakah diversifikasi produk di pabrik Tahu Ibu Mujiani dalam meningkatkan daya saing? Factor apa saja yang mendorong diversifikasi produk di

Pabrik Tahu Ibu Mujiani untuk meningkatkan daya saing? Sedangkan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana diversifikasi produk dan apa saja factor-faktor yang mendorong diversifikasi produk di pabrik Tahu ibu Mujiani Desa Tropodo kecamatan Krian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Pabrik Tahu Ibu Mujiani, Dsn. Klagen, RT. 03, RW 04, Kelurahan Tropodo, Kecamatan Krian, Kota sidoarjo, Sedangkan penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2022. Menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana diversifikasi di pabrik tahu Ibu Mujiani. Adapun diversifikasi produk tahu menggambarkan keanekaragaman produk yang dihasilkan pada setiap skala usaha. Informan dalam penelitian ini yaitu pemilik perusahaan tahu, seorang pegawai, dan pelanggan serta pelanggan dari produk tahu pesaing. Untuk mengecek keabsahan data menggunakan triangulasi data, sumber dan teknik. Setelah itu dilakukan analisis data agar mendapatkan hasil yang bisa mendekati kebenaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang didapatkan dari informan setelah dilakukan triangulasi kemudian dianalisis, hasil analisis menunjukkan diversifikasi produk tahu saat ini yang dihasilkan oleh industri tahu ibu Mujiani desa Tropodo Krian meliputi tahu goreng, tahu cina mentah dan tahu cina setengah matang. Berbeda dengan masa sebelumnya dimana produk tahu hanya satu macam saja yaitu tahu goreng. Dengan adanya diversifikasi produk tahu cina mentah dan tahu cina setengah

matang penjualan mengalami peningkatan, sehingga usaha tahu ibu Mujiani bisa bersaing dengan produk tahu dari perusahaan lain. Hasil penelitian juga menemukan bahwa faktor-faktor yang mendorong diversifikasi produk yaitu perusahaan mempunyai keinginan untuk meningkatkan penerimaan dari penjualan, didorong untuk meningkatkan laba, menambah distributor, efektivitas jam tenaga kerja, dan dorongan untuk perluasan pasar.

Pabrik tahu Ibu Mujiani memproduksi tahu berkapasitas besar dengan berbagai diversifikasi produk. Kesejahteraan pekerja mendapat perhatian penting dari manajemen pabrik, hal tersebut sangat penting untuk menjamin kualitas produk tahu. Dari hasil wawancara diketahui bahwa setelah dilakukan diversifikasi produk, kebutuhan bahan baku meningkat hingga mencapai 600 kg perhari. Hal ini menandakan meningkatnya kinerja perusahaan. Mengacu pada Kusumawardhani Y (2020), daya saing merupakan sebuah konsep perbandingan antara kemampuan dan kinerja perusahaan, pada usaha tahu Ibu Mujiani bisa dikatakan terjadi peningkatan daya saing produk. Meningkatnya kebutuhan bahan baku dikarenakan memenuhi kebutuhan pasar yang meningkat.

Sedangkan indikator diversifikasi produk mengacu pada teori Tjiptono dan Chandra (2017:130), adalah: membuat produk tahan lebih lama, menuju pada produk yang siap untuk dikonsumsi, memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen, dan juga memberi nilai tambah, meningkatkan pendapatan. Pabrik tahu ibu Mujiani menghasilkan tahu yang bermutu

sehingga tahu menjadi lebih lama, siap untuk dikonsumsi sesuai harapan pelanggan, diversifikasi produk tahu di pabrik tahu Ibu Mujiani antara lain tahu goreng, tahu Cina mentah, dan tahu Cina setengah matang hal ini bisa meningkatkan pendapatan. Kondisi ini bisa membuat usaha tahu ibu Mujiani menjadi stabil dan bisa bersaing dengan usaha tahu lainnya. Dari hasil analisis didapat bahwa terdapat item-item yang dapat mendorong ibu Mujiani dalam melakukan diversifikasi antara lain didorong oleh keinginan untuk meningkatkan omzet penjualan sehingga dapat meningkatkan laba, menambah gerai-gerai penjualan secara langsung ke konsumen, menambah tenaga penjualan sehingga bisa memperluas pangsa pasar, pemilik perusahaan juga didorong oleh keinginan untuk menekan biaya produksi sehingga terjadi efisiensi dan efektivitas, selain itu juga didorong oleh perputaran biaya yang cepat, ingin menggunakan mesin berkapasitas besar, internal perusahaan menjadi kuat, hasil penelitian ini senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fauziah, Z. ,2019), yang berjudul analisis faktor yang mendorong diversifikasi produk pada pelaku usaha konveksi.

KESIMPULAN

Persaingan usaha tidak bisa dihindari oleh perusahaan, berbagai strategi dilakukan agar perusahaan bisa bersaing dengan usaha lain yang sejenis. Strategi yang dilakukan oleh perusahaan tahu Ibu Mujiani agar bisa bersaing yaitu diversifikasi produk antara lain tahu goreng, tahu cina setengah matang dan tahu cina mentah. (Fauziah, Z. ,2019) suatu perusahaan melakukan diversifikasi produk antara lain didorong oleh keinginan

perusahaan untuk meningkatkan omzet, meningkatkan laba, menambah distributor atau tenaga penjualan, efisiensi dan efektivitas tenaga kerja, dan untuk perluasan pasar. Disarankan agar perusahaan tahu ibu Mujiani meningkatkan strategi promosi secara online untuk memperluas pangsa pasar sehingga bisa meningkatkan omset penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, J. M. M., & Supriono, A. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Tahu di Kabupaten Jember. *Jurnal Pamarator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 9(1).
- Budi, F. S., Herawati, D., Purnomo, J., Sehabudin, U., & Nugroho, T. (2017). Peningkatan kualitas dan diversifikasi produk ikan teri untuk pemberdayaan masyarakat di Desa Saramaake, Halmahera Timur. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89-99.
- Fitriyah, D. (2022). *Analisis diversifikasi produk dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk (studi kasus UD akar dewa jati Kabupaten Situbondo)* (Doctoral dissertation, UIN KH Achmad Siddiq Jember).
- Fandy Tjiptono, G. C., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Penerbit CV Andi Offset.
- Fauziah, Z. (2019). *Analisis faktor yang mendorong diversifikasi produk: Studi kasus pada pelaku usaha konveksi Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Handayani, N. U., Santoso, H., & Pratama, A. I. (2012). Faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan daya saing klaster mebel di Kabupaten Jepara. *Jurnal teknik industri*, 13(1), 22-30.
- Hermawan, L. (2015). Dilema diversifikasi produk: meningkatkan pendapatan atau menimbulkan kanibalisme produk?. *Competence: Journal of Management Studies*, 9(2).
- 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.
- Khamidi, S. (2013). *Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Penjualan (Studi Kasus pada Perusahaan Konveksi "Faiza Bordir" Bangil Pasuruan)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Kusumawardhani, Y. (2020). Kajian 14 Pillar Pada Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) Sebagai Indikator Daya Saing Pariwisata Suatu Negara. *Tourism Scientific Journal*, 6(1), 79-95.
- Monique, E. P., & Nasution, S. (2019). Analisis strategi pengembangan usaha tahu Teguh Pribadi Di Bengkulu Tengah. *Ekombis review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2).
- Marsigit, W. (2010). Pengembangan diversifikasi produk pangan olahan lokal Bengkulu untuk menunjang ketahanan pangan berkelanjutan. *Agritech*, 30(4).
- Nijman, J H., & Wolk, Van Der. (1983). *Strategi Pemasaran Modern*. Jakarta: Erlangga
- Pangestu, S. (2021). Strategi diversifikasi produk konveksi dalam meningkatkan omzet penjualan (Studi Kasus di Konfeksi Eva Indah Collection, Desa Botoran,

- Kecamatan Tulungagung,
Kabupaten Tulungagung).
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran.
*Yogyakarta: Penerbit CV Andi
Offset*
- Tarida, Y. (2012). Strategi diferensiasi
produk, diversifikasi produk, harga
jual dan kaitannya terhadap
penjualan pada industri kerajinan
rotan di Kota Palembang. *Jurnal
Ekonomi Pembangunan, 10(2)*,
124-142.
- Tjokrokusumo, D., Widyastuti, N. E. T. T.
Y., & Giarni, R. E. N. I. (2015).
Diversifikasi produk olahan jamur
tiram (*Pleurotus ostreatus*) sebagai
makanan sehat. In *Seminar
Nasional Masyarakat Biodiversitas
Indonesia* (pp. 2016-2020).