

**ANALISIS STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA
(Studi Kasus Pada Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan
Warungpring Kabupaten Pematang)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof.KH.Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**SITI NURINDAH MARFUAH
NIM.1917201181**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BINIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
PROF.K.H.SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nurindah Marfuah
NIM : 1917201181
Jenjang : S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 11 Oktober 2023
Saya Yang Menyatakan,



Siti Nurindah Marfuah
NIM. 191720118



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**Analisis Startegi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha
(Studi Kasus Pada Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan
Warungpring Kabupaten Pemalang)**

Yang disusun oleh Saudara **Siti Nurindah Marfuah NIM 1917201181** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa, 17 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

Ryan Fahmi Hikmat, S.E., M.M.
NIP. 19920328 202012 1 005

Pembimbing/Penguji

Shofiyulloh, M.H.I.
NIP. 19870703 201903 1 004

Purwokerto, 23 Oktober 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan




Dr. H. Jamil Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof.K.H.Saifuddin Zuhri

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Siti Nurindah Marfuah NIM 1917201181 yang berjudul:

Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 13 September 2023

Pembimbing,



Shofiyulloh, M.H.I

NIP. 19870703 201903 1004

**ANALISIS STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA
(Studi Kasus Pada Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan
Warungpring Kabupaten Pemalang)
Siti Nurindah Marfuah
NIM. 1917201181**

E-mail: sitinurindah60@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas
Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya pengembangan produk kerajinan anyaman bambu di era persaingan bisnis terutama, pada bidang yang sama semakin terus meningkat. Kerajinan anyaman bambu perlu adanya pengembangan produk agar daya saing usaha terus meingkat. Salah satu cara yaitu dengan menerapkan strategi diversifikasi produk yaitu pengembangan usaha dengan cara menciptakan produk baru namun, produk lama masih terus dipertahankan dan pemasaran masih sama dengan produk yang lama. Diversifikasi produk menjadi salah satu cara agar konsumen tertarik dengan produk yang dihasilkan sudah memenuhi permintaan konsumen. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis penerapan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan yang bersifat penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Milles dan Huberman. Keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi sumber dan triagulasi metode.

Hasil dari penelitian ini adalah pengrajin anyaman bambu Desa Cibuyur menerapkan strategi diversifikasi produk dalam menghadapi persaingan usaha yang bergerak dalam bidang yang sama. Permintaan dan kebutuhan konsumen yang berubah-ubah mendorong pengrajin untuk mengembangkan produk kerajinan anyaman bambu agar lebih beranekaragam. Strategi diversifikasi yang digunakan yaitu diversifikasi kosentris yang menjadi acuan dalam meningkatkan daya saing usaha. Keanekaragaman produk dari kerajinan anyaman bambu jenis baru membuat konsumen banyak yang tertarik dan produk yang lama masih dipertahankan eksistensinya. Diversifikasi berdampak pada daya saing usaha yaitu ditandai dengan adanya perluasan pemasaran produk dan peningkatan pendapatan sebesar 50 %.

Kata kunci : *Strategi Diversifikasi, Daya Saing Usaha, Kerajinan.*

**ANALYSIS OF PRODUCT DIVERSIFICATION STRATEGIES IN
INCREASING BUSINESS COMPETITIVENESS**

**(Case Study of Bamboo Woven Crafts in Cibuyur Village,
Warungpring District, Pemalang Regency)**

Siti Nurindah Marfuah

NIM. 1917201181

E-mail: sitinurindah60@gmail.com

Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and
Business Islamic University Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

This research is motivated by the development of woven bamboo craft products in an era where business competition, especially in the same field, continues to increase. Bamboo woven crafts require product development so that business competitiveness continues to increase. One way is to implement a product diversification strategy, namely business development by creating new products, however, old products are still maintained and marketing is still the same as old products. Product diversification is one way to attract consumers to the products produced that meet consumer demand. The aim of this research is to analyze the application of product diversification strategies in increasing business competitiveness in bamboo woven crafts in Cibuyur Village, Warungpring District, Pemalang Regency.

The type of research is field research which is qualitative descriptive research. Data collection techniques used were observation, interviews and documentation. Data analysis uses the Milles and Huberman model. The validity of the data used is source triangulation and method triangulation.

The results of this research are that the bamboo woven craftsmen in Cibuur Village implemented a product diversification strategy in facing business competition operating in the same field. Changing consumer demands and needs encourage craftsmen to develop woven bamboo craft products to be more diverse. The diversification strategy used is concentric diversification which is a reference in increasing business competitiveness. The diversity of products from new types of woven bamboo crafts has attracted many consumers and the existence of old products is still maintained. Diversification has an impact on business competitiveness, which is marked by an expansion of product marketing and an increase in income of 50%.

Keywords: Diversification Strategy, Business Competitiveness, Crafts.

MOTTO

“Lakukan apa yang ingin kamu lakukan jangan lihat kesuksesan orang lain, fokus pada tujuan bukan hambatan”.



PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi merupakan kata-kata yang digunakan dalam penelitian skripsi ini, berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim'	J	Je
ح	Ĥ	H	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	Ṣ̌	es (dengan titik di bawah)
ض	d'ad	Ḍ	de (dengan titik bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik bawah)
ظ	Ža	Ẓ̌	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Aprostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

هكمة	Ditulis	hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, *kecuali* bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الولايا	Ditulis	karamahal-auliya'
---------------	---------	-------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah*, atau *kasrah*, atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	zakatal-fitr
------------	---------	--------------

4. Vocal pendek

َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ُ	<i>Dammah</i>	Ditulis	U

1.	Fathah + alif	Ditulis	ā
	خا هلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah+ ya'mati	Ditulis	ā
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah+ya'mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah+wawumati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furuḍ</i>

5. Vocal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	ā
	خا هلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah+ ya'mati	Ditulis	ā
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah+ya'mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah+wawumati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furuḍ</i>

6. Vocal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	<i>baynakum</i>
2.	Fathah+ wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	<i>qaul</i>

7. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أعنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'insyakartum</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qamariyyah*

القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	ditulis	<i>al-Qur'añ</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf (el)-nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

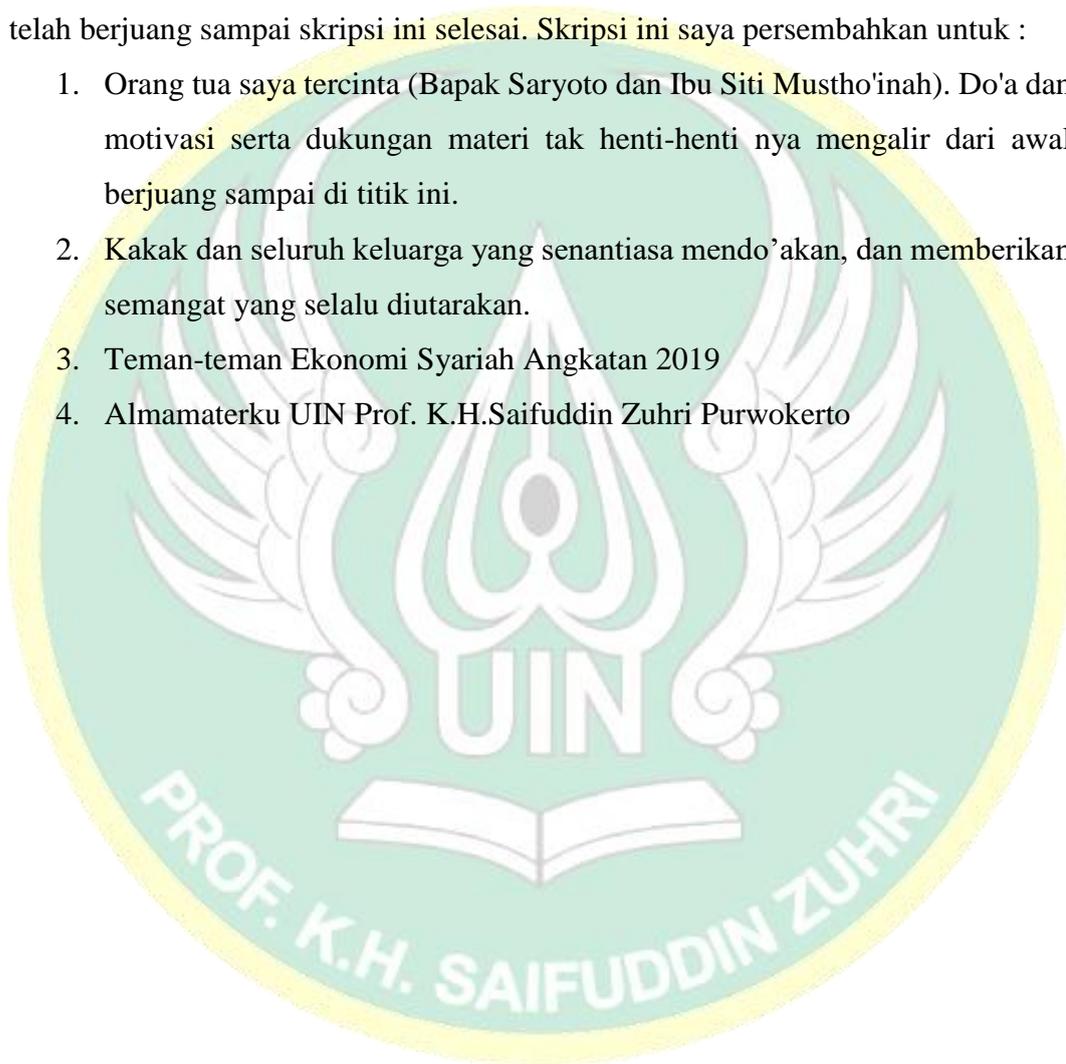
Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفرود	Ditulis	<i>zawīal-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahlas-Sunnah</i>

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kesehatan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana, walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga karena telah berjuang sampai skripsi ini selesai. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orang tua saya tercinta (Bapak Saryoto dan Ibu Siti Mustho'inah). Do'a dan motivasi serta dukungan materi tak henti-henti nya mengalir dari awal berjuang sampai di titik ini.
2. Kakak dan seluruh keluarga yang senantiasa mendo' akan, dan memberikan semangat yang selalu diutarakan.
3. Teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2019
4. Almamaterku UIN Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang selalu memberikan kesehatan serta kekuatan pada kita semua sehingga diberikan kenikmatan karunianya untuk memenuhi kebutuhan hambanya. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam dan syafa'at beliau sehingga kehidupan manusia menjadi lebih baik. Dengan mengucap rasa syukur alhamdulillahirobbil'alamin atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul "Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang". Dalam proses penyelesaian skripsi ini saya didukung dan dibimbing serta dibantu dari pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian tugas akhir ini. Tidak ada hadiah yang terindah selain ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dari penulis kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M. Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Jamal Abdul Aziz, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Yoiz Shofwa Sharfani, Sp., M. Si, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M. Si, selaku Koordinator Prodi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto.
5. Shofiyulloh, M.H.I. selaku dosen pembimbing. Terima kasih karena telah meluangkan waktu tenaga, pikiran, dan kesabarannya untuk membimbing dalam penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh dosen karyawan dan civitas akademik Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. Saifuddin Purwokerto yang telah memberikan layanan terbaik.
7. Terima kasih kepada segenap pengrajin, pengecer dan konsumen dari kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur yang meluangkan waktu dan membantu penulis dalam penelitian di lapangan sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.
8. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Saryoto dan Ibu Siti Mustho'inah yang saya cintai dan sayangi sepanjang masa, terimakasih telah merawat mendidik membimbing dengan penuh kesabaran dan ketulusan serta kasih sayang yang tidak pernah pudar.
9. Kakak saya tercinta M. Bisri Musthofa yang menjadi penyemangat dalam menyelesaikan tugas akhir. Do'a da dukungan yang terus mengalir.
10. Kakak ipar tersayang Ela Safitri yang tak henti-hentinya memberikan dorongan dan semangat serta do'a agar tugas akhir cepat selesai.
11. Ponakan tercinta Abqary Rayyan Elfasyah dan arfan yang sudah menjadi penyemangat, penghibur dikala stress dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Mbah mukinem dan mbah ruti yang tak henti-hentinya memberikan semangat dan penghibur dikala stres untuk terus menyelesaikan pendidikan.
13. Sahabatku Amalia Yuliyanti yang telah menjadi teman seperjuangan dari SMA sampai Kuliah. Terimakasih atas semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
14. Terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini terutama Zulfatul Adawiyah, Isnatul Fariah, Cindy Febriyaningsih, Nur Atika Dewi yang selalu memberikan nasehat dan semangat serta kenangan yang tak terlupakan.
15. Terimakasih kepada teman-teman KKN 51 kelompok 18 terutama Rima Indah Sinawang dan Dian Sasmita yang membantu dan memberi semangat dalam proses penyusunan skripsi ini sampai dengan selesai.
16. Keluarga Besar tercinta yang selalu memberi semangat, dan doa selama ini.
17. Seluruh guru sekolah mulai dari TK SD SMP sampai SMA guru ngaji guru madrasah dan dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

18. Almamater Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Terima kasih telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini.
19. Seluruh teman-teman jurusan ekonomi syariah angkatan 2019 terkhusus rekan-rekan kelas ekonomi syariah C yang telah sama-sama saling menguatkan untuk tetap berjuang menyelesaikan pendidikan ini.
20. Teman-temanku di masa perkuliahan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah kebersamai penulis di masa perkuliahan semoga silaturahmi kita selalu tetap terjaga sampai kapanpun.
21. Almamaterku Universitas Islam Negeri (UIN) Prof.KH Saifuddin Zuhri Purwokerto.
22. Terima kasih kepada diri sendiri yang yang mampu bertahan dan semangat sampai skripsi selesai.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan pahala yang tak henti-hentinya sebagai balasan atas dukungan dan segala kebaikan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat bermanfaat bagi penulis. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto 15 Agustus 2023



Siti Nurindah Marfuah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO	vi
PERMOHONAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB INDONESIA	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR BAGAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Strategi	11
B. Diversifikasi	12
C. Produk	18
D. Daya Saing Usaha	22

E. Kerajinan Anyaman Bambu	24
F. Kajian Pustaka	26
G. Landasan Teologis	30
H. Kerangka Berfikir	35
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
C. Subyek dan Obyek Penelitian	38
D. Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisis Data	43
G. Keabsahan Data	45
BAB IV PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Penyajian Data dan Analisis Strategi Diversifikasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang.....	54
1. Strategi Diversifikasi Produk Pada Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang	54
2. Daya Saing Usaha Pada Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang	60
3. Analisis Strategi Diversifikasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Berdasarkan Perspektif Islam.....	64
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

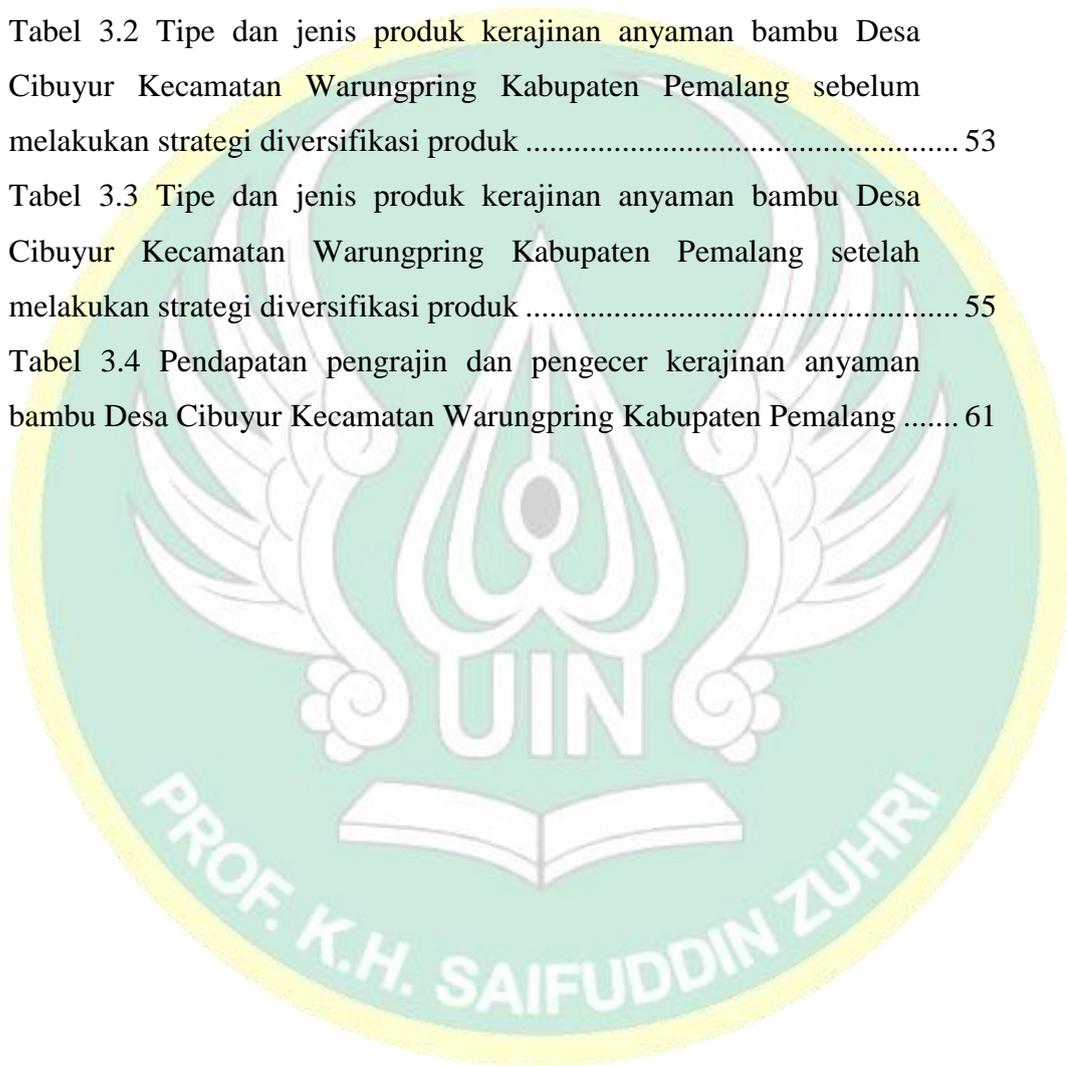
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pengrajin anyaman bambu Kabupaten Pemalang	3
Tabel 1.2 Jumlah pengrajin anyaman bambu Kecamatan Warungpring	4
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Identitas informan penelitian	49
Tabel 3.2 Tipe dan jenis produk kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang sebelum melakukan strategi diversifikasi produk	53
Tabel 3.3 Tipe dan jenis produk kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang setelah melakukan strategi diversifikasi produk	55
Tabel 3.4 Pendapatan pengrajin dan pengecer kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk kerajinan anyaman bambu sebelum melakukan strategi diversifikasi produk.....	54
1.2 Produk kerajinan anyaman bambu setelah melakukan strategi diversifikasi produk.....	56



BAGAN

Bagan 1.1 kerangka berfikir 35



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia usaha semakin berkembang pesat. Hal ini terjadi karena banyak bermunculan pelaku bisnis baru yang bergerak pada bidang usaha yang sama. Antar pelaku bisnis saling bersaing dalam pasar yang kompetitif yaitu mempertahankan konsumen agar membeli produk yang ditawarkan dan menghalangi konsumen beralih membeli produk dari pesaing lain. Munculnya persaingan antar pelaku bisnis diakibatkan kebutuhan konsumen dan selera konsumen yang berubah-ubah (Bali, 2022). Seperti halnya pelaku usaha skala mikro, sedang dan menengah (UMKM) perlu adanya peningkatan kemampuan bagi pelaku usaha melalui kreativitas dan inovasi yang terus dikembangkan dalam menghadapi daya saing usaha.

Secara umum daya saing merupakan cara untuk memanfaatkan teknologi dan mengelola sumber daya manusia, modal, dan sumber daya alam yang ada disekitar lingkungan dengan tujuan untuk mencapai nilai tambah. Peningkatan daya saing dilakukan secara bertahap artinya peningkatan daya saing yang dilakukan dengan upaya memenangkan persaingan usaha dalam tingkat lokal. Kemudian dikembangkan lagi untuk wilayah atau kawasan yang lebih luas sehingga dapat bersaing dan berkembang secara bertahap dan ilmiah (Irawan, 2020).

Menurut Porter (2001) menjelaskan pentingnya daya saing usaha kerana terdapat tiga hal yaitu mendorong produktivitas, meningkatkan kapasitas, dan kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan (Siswati et al., 2022). Semakin banyak persaingan di dunia bisnis maka semakin cerdas konsumen dalam memilih produk yang akan di gunakan. Sebagai pelaku usaha harus mempunyai strategi unggul dalam mempertahankan dan meningkatkan usaha dalam menghadapi persaingan bisnis (Wulandari et al., 2021). Sebagai pelaku bisnis harus teliti dalam memanfaatkan peluang bisnis terutama dalam mengidentifikasi kebutuhan

yang di inginkan konsumen. Strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha yaitu strategi diversifikasi produk. Strategi diversifikasi produk dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, memenangkan persaingan usaha, dan meningkatkan pertumbuhan usaha (Saputra et al., 2018).

Strategi diversifikasi merupakan strategi pengembangan bisnis dengan cara membuat produk baru yang masih ada kaitannya dengan produk lama agar bisnis semakin luas. Pengembangan usaha dilakukan untuk memperluas pasar dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Keuntungan didapatkan dari keanekaragaman produk yang diproduksi disesuaikan dengan permintaan dari konsumen, sebab dengan keanekaragaman produk yang dihasilkan maka kerugian dari salah satu produk dapat tertutup dengan keuntungan produk yang laku terjual (Fitriyah, 2020).

Strategi diversifikasi dapat memberikan lapangan usaha, kerja dan tambahan pendapatan bagi masyarakat dalam dunia usaha yang dapat meningkatkan daya saing pasar nasional dan bisa merambah ke pasar internasional. Strategi diversifikasi produk berjalan dengan lancar karena memperhatikan salah satu faktor yaitu melakukan riset minat konsumen dan permintaanya yang dibutuhkan dipasar dan memperhatikan kualitas produknya. Produk sebelum masuk ke pasar terlebih dahulu, sehingga mengetahui produk tersebut diterima dengan baik atau tidak (Hermawan, 2015).

Menurut Wulandari et al (2021) salah satu cara pengembangan usaha kerajinan anyaman bambu dengan cara membuat dan menciptakan produk baru agar lebih beranekaragam dari bahan baku pohon bambu melalui penerapan strategi diversifikasi produk seperti: jenis produk, tipe, mode dan ukuran produk. Penerapan strategi diversifikasi produk dari anyaman bambu yang diterapkan pada pengrajin anyaman bambu yang ada di Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang.

Penelitian dilakukan di Desa Cibuyur yang menjadi sentra industri

kerajinan anyaman bambu terbesar di Kabupaten Pemalang yang eksistensinya harus terus dipertahankan. Berikut data yang diperoleh dari BPS pada tahun 2021 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Pengrajin Anyaman Bambu
Kabupaten Pemalang
Tahun 2021

No	Desa/ Kelurahan	Jumlah Pengrajin Anyaman
1.	Randudongkal	192
2.	Moga	24
3.	Belik	21
4.	Warungpring	295
5.	Pulosari	33
6.	Ulujami	15
7.	Ampel Gading	9
8.	Petarukan	17
9.	Comal	43
10.	Pemalang	4
11.	Bantarbolang	11
12.	Taman	76
13.	Watukumpul	60
14.	Bodeh	3
	Jumlah	803

Sumber : BPS, pendataan potensi desa (Podes) 2021.

Dari data pada tabel 1.1 yang bersumber dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Pemalang pada pendataan potensi kecamatan yang ada di Kabupaten Pemalang tahun 2021 dapat diketahui bahwa jumlah pengrajin anyaman bambu terbesar yaitu di Kecamatan Warungpring dengan jumlah 295 pengrajin anyaman bambu. Adapun jumlah pengrajin yang ada di

Kecamatan Warungpring sebesar 295 orang dibagi menjadi 6 desa yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Pengrajin anyaman bambu di Kecamatan
Warungpring Kabupaten Pemalang Tahun 2021

No	Desa/ Kelurahan	Anyaman
1.	Pakembaran	0
2.	Warungpring	0
3.	Karangdawa	10
4.	Datar	12
5.	Cibuyur	270
6.	Mereng	3
	Jumlah	295

Sumber : BPS, pendataan potensi desa (Podes) 2021.

Dari tabel diatas maka industri yang paling banyak diminati oleh masyarakat Warungpring yaitu Industri Anyaman Bambu. Dari 6 desa yang ada di Kecamatan Warungpring, Desa Cibuyur memiliki jumlah terbesar pengrajin anyaman bambu yaitu sebesar 270 orang yang membuat kerajinan anyaman bambu. Maka penulis tertarik meneliti Desa Cibuyur karena, Desa Cibuyur mempunyai potensi besar terutama keahlian yang dimiliki masyarakat desa yang diwariskan turun-temurun dari orang tua yang dapat menghasilkan barang yang dapat dijual. Selain itu ketersediaan sumber daya alam yang melimpah seperti, banyaknya pohon bambu diwilayah Desa Cibuyur yang dapat dijadikan sebagai bahan baku dari pembuatan kerajinan anyaman bambu.

Kerajinan anyaman bambu yang ada di Desa Cibuyur eksistensinya masih terus berjalan sampai sekarang. Keterampilan menganyam dari masyarakat Desa Cibuyur telah turun-temurun dari orang tua terdahulu

yang mengajarkan keterampilan tangan dengan memanfaatkan pohon bambu dan menghasilkan produk kerajinan anyaman bambu. Sebagian besar wilayah Desa Cibuyur banyak pohon bambu. Banyaknya pohon bambu menjadi potensi bagi Desa Cibuyur untuk memanfaatkan bambu menjadi kerajinan anyaman bambu yang mempunyai nilai jual.

Keterampilan tangan yang dimiliki oleh para pengrajin dapat menghasilkan produk barang rumah tangga yang memiliki nilai fungsional. Dalam pembuatannya kerajinan anyaman bambu yang dihasilkan masih menggunakan alat-alat sederhana, sehingga pengerjaannya cukup memakan waktu lama terutama dalam pengeringan bahan baku yang masih memanfaatkan panas matahari. Produk-produk yang dihasilkan yaitu tampir atau tampah alat untuk mengayak beras, besek/piti digunakan untuk menanak nasi dengan cara tradisional, geribik sebagai alas untuk menjemur padi atau jagung, ilir digunakan untuk mengipasi sate.

Perkembangan kerajinan anyaman bambu di Desa Cibuyur masih memiliki berbagai kendala dan masalah seperti sarana dan prasarana yang kurang mendukung dalam pembuatan kerajinan anyaman bambu dan pemasaran yang belum meluas ke berbagai daerah diluar wilayah Pematang. Selain itu kurangnya keanekaragaman produk anyaman yang dihasilkan belum mampu memenuhi permintaan konsumen sehingga konsumen tidak mendapatkan produk yang diinginkan (Siswati et al., 2022).

Penerapan strategi diversifikasi produk yang diterapkan pada kerajinan awalnya pengaruh dari persaingan dunia usaha dalam bidang yang sama semakin berkembang. Sedangkan pengrajin merasa produk yang dihasilkan tidak mengalami perkembangan dan mengikuti permintaan konsumen yang semakin berubah-ubah. Produk yang awal mula dibuat oleh pengrajin seperti, tampah, kedo, piti, dan ilir yang sampai sekarang masih terus dipertahankan. Sedangkan permintaan dari

konsumen tidak hanya produk-produk anyaman bambu yang sebelum melakukan pengembangan produk.

Faktor permintaan dan keinginan pengrajin dalam mengembangkan usaha. Strategi pengembangan usaha yang dilakukan pengrajin anyaman bambu Desa Cibuyur yaitu strategi diversifikasi produk yang merupakan strategi pengembangan usaha yang bertujuan meningkatkan daya saing usaha dengan cara pengrajin membuat produk anyaman bambu yang lebih beraneka ragam baik dari jenis, tipe dan ukuran produk yang berbeda dengan produk kerajinan anyaman bambu sebelumnya tetapi bahan baku yang digunakan dan pemasarannya masih sama dengan produk sebelumnya. Produk yang dihasilkan setelah melakukan strategi diversifikasi produk yaitu, tempat tisu, tempat sampah, keranjang, kalo, tempat buah, tempat pensil, piti (diameter mulai dari 15 cm, 20 cm dan 30 cm), tampah (diameter mulai dari 30 cm, 35 cm, 40 cm, 45 cm, 55 cm, 60 cm, 80 cm, dan 1,5 m) dan kedo (diameter mulai dari 30 cm, 45 cm dan 60 cm) dan masih banyak produk yang dihasilkan tergantung dari permintaan konsumen.

Adanya strategi diversifikasi produk yang diharapkan dapat bermanfaat terutama dalam meningkatkan daya saing usaha yang berdampak pula pada peningkatan pendapatan pengrajin anyaman bambu karena, semakin banyaknya variasi dan beraneka ragam kerajinan anyaman yang diproduksi maka dapat memperkecil ruang gerak pesaing lain. Abdullah & Faisal (2006) berpendapat bahwa diversifikasi produk merupakan upaya yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan perubahan terhadap produk perusahaan secara fungsional agar dapat bersaing dengan pengusaha lain dan mampu mempertahankan usahanya dipasaran (Ramandhato et al., 2022).

Dengan adanya diversifikasi produk pada kerajinan anyaman bambu maka konsumen merasa sudah terpenuhi dengan banyaknya pilihan produk kerajinan anyaman bambu yang diproduksi oleh pengrajin

anyaman bambu Desa Cibuyur yang sesuai dengan permintaan dan keinginan konsumen. Selain itu produk kerajinan anyaman bambu pemasarannya bisa meluas ke luar daerah Pemalang seperti Tegal, Pekalongan, Semarang. Dari latar belakang diatas maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha (Studi Kasus Pada Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang).**

B. Definisi Operasional

1. Strategi

Menurut David, strategi adalah tujuan yang akan dicapai baik jangka panjang maupun jangka pendek. Strategi merupakan sesuatu yang potensial dan membutuhkan keputusan dari manajemen baik dari puncak maupun sumber daya perusahaan dalam jumlah yang sangat besar. Jadi strategi merupakan tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang maupun perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan perusahaan (Saputra et al., 2018).

Strategi diartikan secara khusus yaitu suatu tindakan yang bersifat terus meningkat (*incremental*) dan dilakukan sesuai dengan sudut pandang yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen dimasa yang akan datang (Adindo, 2021:39).

2. Diversifikasi

Diversifikasi merupakan suatu proses pengembangan usaha dengan cara mencari dan mengembangkan suatu produk atau mencari pasar baru dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan, peningkatan penjualan, probabilitas, dan fleksibilitas (Tjiptono, 2019:263).

Menurut J. Nijman, diversifikasi merupakan bagian dari strategi produk dimana diversifikasi bertujuan untuk memperluas baik dalam pengembangan barang maupun jasa yang telah

ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen dengan cara menambah variasi produk baru. Maksud dari baru dalam diversifikasi yaitu perusahaan berusaha mengembangkan dan memperluas pasar dengan bervariasi dari produk yang sudah ada agar lebih menarik konsumen atau pasar (Hermawan, 2015).

3. Daya Saing

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan daya saing sebagai suatu kemampuan makhluk hidup untuk dapat tumbuh dan berkembang secara normal seperti makhluk hidup lainnya yang menjadi pesaing dalam suatu bidang usaha dan bidang lainnya. Maka dari itu terdapat dua aspek dalam pengertian daya saing (kata benda) yaitu kemampuan yang berasal dari dalam (*internal*) yang dimiliki oleh organisasi dengan maksud untuk bertahan hidup, tumbuh dan berkembang, serta situasi persaingan dalam organisasi atau perusahaan untuk menjadi yang terbaik terhadap konsumen (Delmayuni et al., 2017).

Sedangkan menurut Sumihardjo (2008) daya saing merupakan istilah yang berasal dari kata “daya” yang mempunyai arti kekuatan dan kata saing berarti mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan yang lain dilihat dari segi mutu, atau mempunyai keunggulan tertentu. Maka daya saing bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi unggul dalam hal tertentu yang dilakukan seseorang, kelompok atau industri tertentu (Ernawati, 2020).

Berdasarkan peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 41 Tahun 2007 tentang standar proses, daya saing yang dijelaskan sebagai cara dalam menunjukkan agar lebih baik, lebih cepat serta bijaksana. Daya saing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas usaha dan peningkatan akses pasar. Daya saing usaha merupakan proses dalam membandingkan produk kita yang dilihat baik dari jenis dari produksinya maupun proses diversifikasinya (Wahyuni Sri:2022).

C. Rumusan Masalah

Seperti sudah dijelaskan sebelumnya, dalam menghadapi persaingan bisnis maka, dibutuhkan strategi yang tepat untuk dapat bertahan dalam dunia bisnis. Dengan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah pada skripsi ini, yaitu Bagaimana Pengaruh Strategi Diversifikasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha pada Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang ?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang.

2. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis bagi pihak-pihak yang terlibat, diantaranya yaitu :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan usaha terutama melalui strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Dijadikan sebagai wawasan keilmuan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi diversifikasi produk dan menerapkan pengetahuan dalam bentuk teori yang didapatkan pada saat kuliah dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat.

2) Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan pijakan dalam penelitian selanjutnya terutama penelitian yang berkaitan dengan strategi diversifikasi produk.

3) Bagi Pengrajin Anyaman Bambu

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pengrajin anyaman bambu agar terus mengembangkan strategi diversifikasi produk anyaman bambu untuk meningkatkan daya saing usaha dan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi serta masukan dalam mengambil keputusan dalam mengembangkan produk kerajinan anyaman bambu dengan menggunakan strategi diversifikasi produk.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Definisi Strategi

Strategi berasal dari Bahasa Yunani yaitu *Strategias* yang mengacu pada jenderal militer dan menggabungkan antara dua kata yaitu kata *stratos* (tentara) dan *ago* (memimpin). Strategi secara umum merupakan proses penentuan rencana yang dilakukan pimpinan puncak dengan tujuan jangka panjang organisasi, dan disertai penyusunan bagaimana cara agar tujuan dapat tercapai.

Menurut David, strategi adalah tujuan yang akan dicapai baik jangka panjang maupun jangka pendek. Strategi merupakan sesuatu yang potensial dan membutuhkan keputusan dari manajemen baik puncak maupun sumber daya perusahaan dalam jumlah yang sangat besar. Jadi strategi merupakan tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang maupun perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan perusahaan (Saputra et al., 2018).

Morrisey (2008) berpendapat bahwa strategi adalah proses dalam menentukan arah dan tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan sesuai dengan misi yang direncanakan. Syahrizal (2010) memberi pendapat strategi adalah cara perusahaan mencapai tujuan sesuai dengan analisa faktor internal dan eksternal (Adindo, 2021:39).

2. Tingkatan Strategi

Menurut Whelen dan Hunger (2008:15) terdapat tingkatan dari strategi dalam perusahaan besar sesuai dengan perkembangan perusahaan diantaranya:

a. Strategi Korporasi (*Corporate Strategy*)

Merupakan strategi yang menggambarkan seluruh arah perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan pertumbuhan perusahaan secara menyeluruh dan bagi manajemen dengan

berbagai macam lini produk. Terdapat 3 macam strategi koporasi yang dapat digunakan yaitu sebagai berikut :

- 1) Strategi pertumbuhan (*growth strategy*) merupakan strategi yang menjadi dasar pertumbuhan perusahaan.
- 2) Strategi stabilitas (*stability strategy*) merupakan strategi yang digunakan perusahaan yang sedang mengalami kemerosotan atau pengurangan penghasilan perusahaan.
- 3) *Retrenchment strategy* merupakan strategi yang digunakan untuk memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan oleh perusahaan.

b. Strategi bisnis (*Bussines Strategy*)

Merupakan strategi yang terdapat pada tingkat produk atau unit bisnis yang dijalankan harus menekankan pada perbankkan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifik industri atau segmen pasar tertentu. Dengan demikian strategi bisnis merupakan dasar dalam melakukan usaha dengan cara mengkoordinasikan dan diarahkan agar tercapainya tujuan usaha dalam jangka panjang. Strategi bisnis berperan secara menyeluruh dalam mengarahkan tindakan-tindakan perusahaan (Handayani & Sarwono, 2021:5)

c. Strategi fungsional (*Fungsional strategy*)

Merupakan strategi yang digunakan perusahaan yang masuk dalam level fungsional seperti operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Strategi fungsional mengacu pada dua tingkatan sebelumnya yaitu strategi koporasi dan strategi bisnis. Strategi fungsional disebut juga sebagai *value based strategy* yang berfokus dalam memaksimalkan produktifitas sumber daya yang digunakan dalam memberikan *value* terbaik sebagai pemenuhan kebutuhan pelanggan (Arifudin et al.,2020:7).

B. Diversifikasi

1. Definisi Diversifikasi

Diversifikasi merupakan strategi pengembangan produk yang

bertujuan untuk menaikkan penetrasi pasar produk dengan cara memperluas barang yang akan dijual. Adapun alasan perusahaan untuk melakukan diversifikasi produk yaitu keinginan untuk memperluas usaha sebagai pendorong utama dan mampu memberikan keuntungan yang lebih besar. Keuntungan yang dihasilkan berasal dari berbagai macam barang yang diproduksi dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, karena keinginan untuk menjual barang yang satu dapat ditutup dengan keuntungan barang lain yang dijual (Fitriyah, 2020).

Diversifikasi produk diartikan sebagai pengembangan produk dengan melakukan keanekaragaman produk. Produk utama yang diproduksi kemudian dikembangkan menjadi beraneka ragam produk yang berbeda dengan produk sebelumnya. Produk dari keanekaragaman diharapkan mampu menghasilkan produk yang lebih tahan lama dan memusat pada produk yang siap dipakai, memuaskan selera konsumen sesuai dengan kebutuhan.

Menurut Fandy Tjipto mendefinisikan diversifikasi produk merupakan salah satu upaya dalam menemukan dan mengembangkan produk atau pasar baru dengan maksud agar berkembang pesat dan meningkatkan penjualan, keuntungan dan fleksibilitas (Tjiptono, 2019). Sedangkan menurut Abdullah & Faisal (2006) berpendapat bahwa diversifikasi produk merupakan upaya yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan perubahan terhadap produk perusahaan secara fungsional agar dapat bersaing dengan pengusaha lain dan mampu mempertahankan usahanya dipasaran (Ramandhato et al., 2022).

Sedangkan menurut Assauri (2007: 198), diversifikasi produk dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai akibat dari pengembangan produk, sementara produk produk lama secara ekonomis masih dapat dipertahankan. Dalam diversifikasi produk, perusahaan berusaha untuk menaikkan penjualan dengan cara mengembangkan produk yang

diproduksi perusahaan (Hermawan, 2015).

Diversifikasi produk menjadi acuan suatu usaha dalam mengembangkan usahanya. Dimana produk yang dihasilkan tidak hanya satu produk saja melainkan berbagai macam inovasi produk namun masih ada kaitannya dengan produk yang sebelumnya. Diversifikasi produk dilakukan dengan tujuan mendapatkan keuntungan, perluasan pasar dan probilitas dan fleksibilitas (Fitriyah, 2020).

Strategi diversifikasi produk dapat disimpulkan yaitu sebagai suatu kebijakan yang diterapkan oleh suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan atau selera konsumen dengan cara keanekaragaman produk dengan tujuan untuk mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan produk, fleksibilitas dengan cara menciptakan produk atau jasa baru tanpa bergantung dengan satu jenis produk saja. Adanya produk yang beraneka ragam dapat membuat konsumen percaya bahwa dengan adanya berbagai macam kebutuhan maka dapat terpenuhi kebutuhan karena semakin beragam produk yang ditawarkan kepada konsumen maka konsumen semakin tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan (Hermawan, 2015).

2. Jenis-jenis diversifikasi

Adapun jenis-jenis diversifikasi produk yaitu meliputi jenis-jenis strategi diversifikasi diantaranya:

a. Diversifikasi Horizontal

Diversifikasi horizontal merupakan strategi yang digunakan untuk menciptakan berbagai jenis produk yang sama tetapi berbeda dari merek ukuran atau target pasar. Strategi horizontal dilakukan dengan cara pengenalan produk atau jasa baru dengan tujuan untuk memperluas segmentasi pasar. Usaha yang diciptakan melalui diversifikasi horizontal dirancang untuk menarik pelanggan baik pelanggan dulu maupun pelanggan yang baru.

b. Diversifikasi Kosentris

Strategi kosentris merupakan strategi pengembangan produk baru dengan cara pengenalan produk yang berkaitan atau berhubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada contohnya, Unilever selain memproduksi pasta gigi juga memproduksi sikat gigi (Tjiptono, 2019:263).

c. Diversifikasi Konglomerat

Diversifikasi konglomerat merupakan suatu pengembangan perusahaan dengan cara mengikutsertakan pencarian bisnis baru atau produk yang baru yang tidak ada hubungannya dengan produk yang lama baik dari teknologi atau pemasarannya. Contohnya perusahaan yang bergerak dalam bidang corbisnis teknologi yang tiba-tiba merencanakan bisnis baru atau membuat produk baru dalam bidang makanan hal tersebut sangat bertolak belakang dengan bisnis yang sebelumnya yaitu yang bergerak dalam bidang teknologi. Dalam pengembangan bisnis dengan menggunakan strategi konglomerat menurut Tjiptono diversifikasi konglomerat merupakan produk yang dikembangkan atau dihasilkan merupakan hal yang baru, dan tidak ada kaitannya dalam hal teknologi maupun pemasarannya dengan produk atau bisnis yang sedang berlangsung. Assauri (2013), strategi diversifikasi konglomerat secara efektif dapat dilakukan pada saat,

- a) Perusahaan mengalami penurunan pendapatan dikarenakan penjualan yang menurun.
- b) Saat ada hubungan antara keuangan dengan perusahaan pelanggan dan penjual yang membedakan hal utama antara diversifikasi konsentris dan diversifikasi konglomerat yaitu harus didasari pada persamaan baik dari segi teknologi, produk, dan pasar, sedangkan strategi diversifikasi

konglomerat lebih mendasari pada pertimbangan keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan.

- c) Saat melakukan produk perusahaan sudah mulai jenuh.
- d) Saat adanya kegiatan pasar ke arah monopoli yang dapat diterapkan pada perusahaan yang secara bisnis mempunyai satu jenis usaha (Effendi et al., 2022:80).

3. Tujuan Diversifikasi

Dalam manajemen bisnis jika dikaitkan dengan operasional produksi yang tidak hanya bergantung pada penjualan satu jenis produk saja tetapi juga mempunyai tujuan yaitu menambah probilitas dan mengurangi risiko yang akan datang. Sehingga suatu bisnis dapat memperluas pemasaran serta menambah produknya dengan berbagai inovasi baru yang dapat meningkatkan omset penjualannya. Adapun tujuan dari diversifikasi diantaranya :

a. Pertumbuhan dan nilai tambah

Tujuan ini dapat terpenuhi ketika saat berinvestasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Terpenuhinya para pengusaha menginvestasikan modalnya untuk mendapatkan keuntungan misalnya mengakuisisi seperti halnya pemasok yang memproduksi bahan baku utama perusahaan atau distributor yang memiliki saluran distribusi yang luas.

b. Meratakan resiko

Merupakan cara menginvestasikan pada beberapa bisnis maka resiko yang dimiliki satu bisnis tidak akan terpengaruh secara menyeluruh terhadap perusahaan lain hal tersebut dapat diimbangi oleh return dari usaha lainnya dan akan memperkecil resiko-resiko yang akan terjadi.

c. Mencegah monopoli pesaing

Suatu bisnis yang mempunyai sumber daya yang strategis selain dapat memberikan nilai tambah tetapi juga dapat mencegah

penguasaan oleh para pesaing. Secara garis besar strategi diversifikasi dikembangkan dengan berbagai tujuan diantaranya meningkatkan pertumbuhan bila pasar atau produk yang ada telah mencapai tahap kedewasaan dalam produk *live cycle* atau PLC, menjaga stabilitas dengan jalan menyebar fluktuasi laba dan meningkatkan kredibilitas di pasar modal (Saputra et al., 2018). Hal-hal yang diperhatikan unit bisnis dalam mengurangi risiko yang melekat dalam strategi diversifikasi diantaranya:

- 1) Mendiversifikasikan kegiatan-kegiatan yang terdapat peluang produk atau pemasaran yang terbatas.
 - 2) Mempunyai pemahaman yang baik dalam bidang-bidang yang diversifikasikan.
 - 3) Memberikan dukungan yang memadai pada produk yang diperkenalkan kepada masyarakat.
 - 4) Memprediksi pengaruh diversifikasi terhadap dunia produk yang sudah ada (Tjiptono, 2019:264).
4. Manfaat Diversifikasi

Manfaat strategi diversifikasi menurut Fandy Tjiptono yaitu di mana perusahaan dapat mengarahkan *full capacity* karena perusahaan tidak hanya bergantung pada satu macam produk saja tetapi dapat memaksimalkan profitnya dengan cara mengadakan ekspansi perusahaan, penemuan-penemuan baru yang dapat menguntungkan bagi konsumen, mengurangi ketergantungan perusahaan pada satu pasar saja. Terdapat beberapa alasan-alasan dalam melakukan diversifikasi produk menurut Hitt, Ireland, Hoskisson (2001) diantaranya :

- a. Banyaknya perusahaan dalam menerapkan strategi diversifikasi dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing strategis dari keseluruhan perusahaannya.
- b. Diversifikasi diterapkan untuk memperoleh kekuatan yang lebih besar dari pesaingnya.

c. Menerapkan strategi diversifikasi tidak hanya untuk meningkatkan daya saing strategis tetapi pada kenyataannya diversifikasi dapat berdampak netral dalam meningkatkan biaya atau mengurangi pendapatan perusahaan. Termasuk alasan-alasan dibawah ini yaitu,

- 1) Untuk menetralkan kekuatan dari pasar pesaing contohnya, menetralkan keunggulan perusahaan lain dengan cara, membeli gerai yang sama dengan yang dimiliki oleh para pesaing.
- 2) Untuk memperluas portofolio perusahaan dengan tujuan mengurangi risiko ketenagakerjaan manajerial contohnya, ketika salah satu bisnis ada yang gagal eksekutif tingkat, atau tetap bekerja dalam perusahaan diversifikasi tersebut karena diversifikasi dapat meningkatkan ukuran perusahaan kompensasi manajerial para manajer memiliki motif dan mendiversifikasikan perusahaan jenis sendiri yang dapat mengurangi nilai perusahaan.

5. Tingkatan Diversifikasi

Terdapat dua tingkatan diversifikasi serta hubungan antara bisnis-bisnis diantaranya :

- a. Diversifikasi tingkat rendah di mana suatu perusahaan dapat mengajari diversifikasi tingkat rendah, dan memusatkan usahanya pada bisnis tunggal atau bisnis yang dominan.
- b. Diversifikasi tingkat tinggi (*moderat*) di mana volume penjualan sebuah perusahaan mencapai 30% lebih dari bisnis dominannya dan bisnis-bisnisnya saling berhubungan satu sama lain dengan cara tertentu perusahaan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan diversifikasi yang berkaitan dengan adanya hubungan langsung diantara bisnis-bisnisnya dan perusahaan tersebut saling berkaitan terbatas (Fauziah, 2019).

6. Indikator Diversifikasi

Diversifikasi produk bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan permintaan konsumen yang beranekaragam,

baik dilihat dari produk bentuk produk dan ukuran. Permintaan konsumen yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan yang dapat menciptakan variasi produk. Indikator diversifikasi menurut Tjiptono dan Chandra diantaranya:

- a. Membuat produk yang diproduksi tahan lebih lama.
- b. Produk yang diproduksi mengarah kepada produk yang siap digunakan atau siap dikonsumsi.
- c. Kebutuhan dan harapan konsumen.
- d. Dapat memberikan nilai tambah pendapatan dan lainnya (Siswati et al., 2022).

C. Produk

1. Definisi Produk

Produk adalah pusat kegiatan pemasaran karena produk menjadi hasil dari perusahaan yang ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi. Produk sebagai alat untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Keunggulan yang dimiliki suatu produk dilihat dari kualitas produk, desain, bentuk dan ukuran, pelayanan serta kemasan produk yang dihasilkan sehingga konsumen tertarik dan membeli produk tersebut. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif yang berasal dari produsen yang menawarkan sesuatu sampai tercapai tujuan melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetisi dan daya beli pasar. Adapun pengertian produk menurut para ahli diantaranya :

- a. Alma (2010) produk merupakan serangkat atribut yang berbentuk maupun tidak berbentuk yang didalamnya masalah warna, harga, merk, nama baik pabrik, nama baik penjual, dan pelayanan dari penjual yang diterima konsumen dengan tujuan memuaskan keinginan konsumen (Daud, 2018).
- b. William J. Stanton barang produk merupakan sekumpulan atribut nyata dan tidak nyata yang didalamnya mencakup nama, harga, kemasan, prestise, pabrik, prestise pengecer, dan pelayanan yang

diberikan pabrik, serta pengecer yang dapat diterima konsumen sebagai alat pemuas kebutuhan konsumen.

2. Klarifikasi Produk

Menurut Kloter (2002) produk dapat diklarifikasikan menjadi beberapa kelompok yaitu sebagai berikut:

a. Berdasarkan wujudnya, produk dibagi menjadi dua golongan yaitu :

1) Barang

Barang adalah produk yang berwujud nyata (fisik) dapat dilihat, disentuh, diraba, dirasa, di simpan, dan dipindahkan atau diperlakukan secara fisik.

2) Jasa

Jasa merupakan suatu tindakan yang di tawarkan untuk dijual atau di konsumsi. Seperti bengkel, hotel, salon kecantikan dan lain-lainnya. Kotler mendefinsikan jasa adalah setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak menjadikan kepemilikan siapapun. Produk yang ditawarkan dapat dikaitkan maupun tidak dikaitkan dengan produk secara fisik.

b. Berdasarkan aspek daya tahannya, dapat digolongkan menjadi dua yaitu :

1) Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama merupakan barang yang berwujud dan cepat habis konsumsi dalam beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain umur pemakaian yang ideal kurang dari satu tahun. Contohnya, sabun, pasta gigi, minuman kaleng, dan lainnya.

2) Barang tahan lama (*durable goods*)

Barang tahan lama merupakan barang yang berwujud dan tidak cepat habis dalam beberapa kali pemakaian tetapi bisa

dengan banyak pemakaian. Dengan kata lain waktu normal dalam pemakaian lebih dari satu tahun. Contohnya lemari es, mesin cuci, pakaian dan lainnya.

c. Berdasarkan tujuan konsumsi dapat digolongkan menjadi dua yaitu :

1) Barang konsumsi (*consumer's goods*)

Barang konsumsi merupakan produk yang dihasilkan langsung dapat dikonsumsi tanpa melalui proses selanjutnya dengan tujuan mendapatkan manfaat dari produk yang dikonsumsi (Firmansyah, 2019:2). Barang konsumsi dibedakan menjadi 4 diantaranya :

a) *Convenience Goods*

Merupakan barang yang umumnya memiliki frekuensi pembeli yang tinggi (sering dibeli), dibutuhkan dalam waktu yang cepat, hanya diperlukan usaha yang minim (sangat kecil) dalam perbandingan pembelinya. Contohnya, produk sabun, tembakau, surat kabar dan lainnya.

b) *Shopping Goods*

Merupakan barang yang dalam proses pemilihan dan pembelian produknya dibandingkan dengan produk lain. Contohnya, alat-alat rumah tangga, pakaian, furniture, mobil bekas, motor dan lainnya.

c) *Speciality Goods*

Merupakan barang yang memiliki ciri khusus dan identifikasi merek yang unik dimana sebagai konsumen bersedia melakukan pembelian barang khusus. Contohnya, mobil Lamborghini, pakaian rancangan disainer, camera Nikon dan sebagainya.

d) *Unsought Goods*

Merupakan barang yang jarang diketahui konsumen sekalipun diketahui konsumen belum terfikirnya untuk membeli barang tersebut. Contohnya, asuransi jiwa, ensiklopedia, tanah kuburan dan lainnya.

2) Barang industri (*industrial's goods*)

Barang industri merupakan salah satu jenis produk yang masih membutuhkan proses yang lanjut dengan tujuan untuk mendapatkan manfaat tertentu. Hasil dari proses dari barang industri akan di jual belikan kembali.

a) Barang baku (*raw material*)

Merupakan bahan yang akan diproses dan digabung dengan barang-barang lainnya. Contohnya, hasil buah-buahan, hasil hutan, bahan tambang, tembakau dan lainnya.

b) Material dan onderdil (*Fabricating material and parts*)

Merupakan alat dan bahan yang digunakan dalam proses pembuatan produk. Contohnya benang, tepung, plat-plat belanja.

c) *Installations*

Merupakan hasil pabrik lain yang digunakan untuk produksi selanjutnya. Contohnya, generator pembangkit listrik, mesin *diesel*, bangunan pabrik, dan lainnya.

d) Perlengkapan (*accessory equipment*)

Merupakan barang yang digunakan dalam operasi perusahaan, dan tidak ada kaitannya langsung dengan hasil produksi. Contohnya, *chas register* untuk toko, alat transportasi yang digunakan untuk mengangkut barang dan lainnya.

e) *Operating supplies*

Merupakan barang-barang yang digunakan dalam proses operasi perusahaan agar berjalan dengan lancar seperti minyak pelumas, alat tulis kantor, sabun dan alat pembersih buat pabrik, dan lainnya (Oktavianti, 2019).

D. Daya Saing Usaha

1. Definisi Daya Saing

Di dalam kamus, daya saing berasal dari kata “bersaing” atau dari kata “persaingan” yang mengandung arti lawan atau perjuangan. Secara Etimologi berasal dari kata *cum petere* memiliki pesan yang luas, *cum* artinya “dengan” dan biasanya bergabung (barang atau orang) dan *petere* berarti untuk menuju. Jadi daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan untuk menjual atau memasok barang atau jasa yang diberikan dalam pasar (Soedarto, 2022:4).

Daya saing merupakan inti dari sebuah usaha akan sukses atau akan mengalami kegagalan. Dalam menentukan keberhasilan suatu usaha agar mencapai tujuan yaitu dengan meningkatnya pendapatan dan pertumbuhan ekonomi.

Menurut Poerter (2000) berpendapat bahwa daya saing merupakan kemampuan atau keunggulan yang digunakan dalam bersaing pada pasar tertentu. Daya saing yang diciptakan dapat melalui pengembangan yang terus menerus di semua lini dalam organisasi, utamanya di sektor produksi. Bila semua organisasi melakukan pengembangan secara terus menerus maka akan meningkatkan kemampuan kinerja.

Sedangkan menurut Sumihardjo (2008) daya saing merupakan istilah yang berasal dari kata “daya” yang mempunyai arti kekuatan dan kata saing berarti mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan

yang lain dilihat dari segi mutu, atau mempunyai keunggulan tertentu. Maka daya saing bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi unggul dalam hal tertentu yang dilakukan seseorang, kelompok atau industri tertentu (Ernawati, 2020).

Berdasarkan peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 41 Tahun 2007 tentang standar proses, daya saing yang dijelaskan sebagai cara dalam menunjukkan agar lebih baik, lebih cepat serta bijaksana. Daya saing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas usaha dan peningkatan akses pasar. Daya saing usaha merupakan proses dalam membandingkan produk kita yang dilihat baik dari jenis dari produksinya maupun proses diversifikasinya (Wahyuni Sri:2022).

2. Indikator Daya Saing

Daya saing dipengaruhi adanya keunggulan bersaing. Daya saing dikatakan berhasil ketika dapat memenuhi indikator keunggulan bersaing. Adapun indikator keunggulan bersaing yang dikembangkan oleh beberapa ahli diantaranya:

a. Harga Bersaing

Harga bersaing merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk dengan harga yang dapat bersaing di pasaran dan harga yang ditentukan perusahaan harus lebih murah dengan harga yang ditentukan oleh pesaing. Produk yang dihasilkan unik dan berkualitas.

b. Kualitas Produk

Produk yang berkualitas tergantung pada pemilihan bahan baku yang digunakan. Bahan baku dengan kualitas yang baik sehingga produk yang dihasilkan juga berkualitas.

c. Keunggulan Bersaing

Kemampuan suatu badan usaha dalam memberikan nilai lebih dari produknya dibandingkan dengan para pesaingnya dan

dinilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan (Ernawati, 2020).

E. Kerajinan Anyaman Bambu

1. Definisi Kerajinan Anyaman Bambu

Kerajinan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara terus-menerus dengan penuh semangat, ketekunan, kecepatan, kegigihan, berdedikasi tinggi, dan budaya maju yang luas dalam melakukan suatu karya. Dengan kata lain kerajinan yaitu suatu usaha yang dilakukan secara terus-menerus yang berhubungan dengan perbuatan tangan atau kegiatan tangan yang menghasilkan suatu keterampilan yang menghasilkan karya (Fibriyanti et al., 2021).

Menurut Alwi (2001) kerajinan berasal dari kata rajin yang mendapat awalan ke dan akhiran an, kerajinan yang dimaksud yaitu bersifat melatih diri ke arah rajin sedangkan menurut Soeroto dalam ujung dan Chairani (2018) berpendapat bahwa kerajinan merupakan suatu usaha yang aktif dalam sektor non pertanian yang dapat dijadikan mata pencaharian utama maupun sampingan. Maka dapat disimpulkan bahwa kerajinan merupakan suatu kegiatan yang dapat menghasilkan suatu produk dengan melalui proses kerja seseorang yang mempunyai jiwa terampil dan kreatif dari tangannya sehingga menghasilkan benda atau seni produk siap pakai (Rusdi et al., 2020).

Kerajinan anyaman merupakan hasil seni dengan cara merajut yang bahan bakunya biasanya menggunakan bambu, rotan, dan daun-daun yang mempunyai serat yang dapat ditipiskan seperti, eceng gondok, daun lontar, daun pandan dan lain-lainnya serta plastik. Kerajinan anyaman bambu sering digunakan sebagai alat keperluan rumah tangga. Dalam pembuatan kerajinan anyaman bambu masih menggunakan alat yang sederhana seperti pisau, pemotong pisau, penipis, tang, dan catut bersungut bundar. Kerajinan anyaman bambu tidak membutuhkan alat-alat yang canggih dalam proses pembuatannya

melainkan, membutuhkan kreativitas tinggi ide perasaan pemikiran dan keterampilan tangan (Fibriyanti et al., 2021).

Anyaman merupakan salah satu jenis kerajinan. Menurut Margono (1997) anyaman merupakan suatu karya seni yang ada di Indonesia dan menjadi sumber kehidupan di kalangan masyarakat pedesaan atau daerah tertentu yang ada di Indonesia (Rusdi et al., 2020).

2. Jenis-jenis kerajinan

Kerajinan yang dihasilkan oleh para pengrajin beranekaragam dan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan karya juga semakin beragam. Dalam pemilihan bahan untuk pembuatan seni kriya memang sangat penting karena material yang mendukung nilai bentuk dan kenyamanan. Berikut ini beberapa jenis seni kriya berdasarkan bahan yang digunakan diantaranya :

- a. Kriya tekstil merupakan kerajinan yang terbuat dari bahan baku kain yang cara pembuatannya ditenun, diikat, dipres dan menggunakan berbagai cara lain yang dikenal dalam pembuatan kain contohnya batik pakaian dan lain-lain.
- b. Kriya kulit merupakan jenis kerajinan yang menggunakan bahan baku dari kulit yang sudah diproses dan melalui tahapan-tahapan tertentu. Contohnya tas sepatu dan wayang.
- c. Kriya kayu merupakan jenis kerajinan yang menggunakan bahan baku dari kayu dengan proses pembuatannya menggunakan bantuan peralatan khusus seperti tatah ukir contohnya, mebel dan ukiran.
- d. Kriya logam merupakan kerajinan yang berbahan baku dari logam seperti emas perak dan besi.
- e. Griya keramik merupakan jenis kerajinan yang berbahan baku dari tanah liat dan pembuatannya dengan cara tertentu untuk menghasilkan benda pakai dan benda hias yang dapat dinikmati keindahannya contohnya guci, vas bunga, piring dan lain-lain .

Kerajinan anyaman merupakan kerajinan yang menggunakan bahan baku yang diambil dari alam seperti rotan, bambu, eceng gondok dan lain-lain contohnya, dompet, keranjang, caping, kipas dan lain-lain. Usaha yang dijalankan oleh masyarakat Desa Cibuyur yaitu usaha kerajinan anyaman bambu yang berwujud tiga dimensi dimana kerajaan tersebut dapat digunakan sebagai peralatan rumah tangga (Nurjana, 2020).

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dalam penyusunan proposal skripsi meliputi penelitian terdahulu dan kajian yang diambil dari beberapa referensi dari buku, skripsi, jurnal, dan lain-lain. Setelah mengkaji beberapa hasil penelitian terdahulu, peneliti menemukan sejumlah karya tulis yang relevan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Pertama, Penelitian yang dilakukan Desi Fitriyah (2022) mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember yang Berjudul “ Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Kuantitas Penjualan Produk (Studi Kasus UD Dewa Jati Kabupaten Situbondo)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode pengumpulan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode informan menggunakan teknik purposive. Analisis data menggunakan teknik analisis data deskriptif dan menguji keabsahan datanya menggunakan teknik triangulasi data. Hasil dari penelitian tersebut Diversifikasi Produk pada UD Dewa Jati sangat diperlukan terutama dalam meningkatkan kuantitas penjualan produk dan produk-produk yang masih sedikit peminatnya dapat dikritik untuk meningkatkan penjualan. Diversifikasi menjadi pilihan pada industri dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan, serta memperluas pasar sehingga perlu adanya penerapan strategi diversifikasi produk.

Kedua, Penelitian yang dilakukan Sri Wahyuni (2022) mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang Berjudul “Analisis Daya Saing Usaha Melalui

Pola Distribusi dan Strategi Diversifikasi Pada Produksi Jamur Tiram Di Kelompok Petani Jamur Tiram Manut Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive*. Teknik analisis data menggunakan deskriptif dan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian yaitu pola distribusi menjadi pola yang digunakan dalam KPJT yang menjadi saluran distribusi sebagai perantara sampai benar-benar sampai ke pembeli. Strategi kosentris merupakan strategi yang digunakan KPJT dan terdapat tahapan-tahapan KPJT dalam memenuhi daya saing diantaranya keberhasilan KPJT mendapatkan penghargaan baik tingkat Nasional maupun Provinsi, Kecamatan dan Desa. Sumber daya manusia (SDM) yang lemah menjadi kelemahan dalam mengembangkan daya saing usaha.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan Hana Sari (2021) mahasiswi jurusan Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda yang berjudul “Analisis Penerapan Strategi Diferensiasi, Diversifikasi dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada IKM Usaha Anugrah Jaya Abadi Di Loa Duri”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan studi kasus mendalam pada satu objek penelitian. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan kualitatif model interaktif yaitu pengumpulan, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini yaitu penerapan strategi diferensiasi, diversifikasi dan inovasi produk pada IKM Usaha Anugrah Jaya Abadi Di Loa Duri Menunjukkan hasil yang positif dengan meningkatnya volume penjualan pada tahun 2018 ke tahun 2019. Tetapi pada tahun 2020 mengalami penurunan disebabkan karena pandemi covid 19.

Keempat, Penelitian yang dilakukan Ade Siska Mentari (2020) mahasiswi jurusan Ekonomi Islam dan Bisnis Universitas Islam Negeri Thaha Saifuddi Jambi yang berjudul “Pengaruh Strategi Promosi dan Diversifikasi

Produk Terhadap Volume Penjualan Khodijah Hijab Di Kota Jambi”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara penyaluran angket, interview, pengamatan dan dokumentasi. Kajian data dalam penelitian ini menggunakan uji kualitas, uji asumsi klasik dan uji regresi. Hasil dari penelitian ini yaitu simultan uji F bahwa nilai yang signifikan (0,000,0,05) yang artinya variabel independen pada strategi promosi (X1) dan strategi diversifikasi produk (X2) secara bersamaan atau simultan mempengaruhi daya tampung penjualan (Y) pada Khadijah hijab di Kota Jambi.

Kelima, Penelitian yang dilakukan Harry Faishal Aqmal (2019) mahasiswa jurusan Ekonomi Islam dan Bisnis Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Saifuddin yang berjudul “Diversifikasi Sebagai Strategi Korporasi dan Dampaknya terhadap *Sustainability Bussinnes Performance* (studi kasus pada CV. Rajasa Mas Jaya Desa Maos Kidul Kecamatan maos Kabupaten Cilacap)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (*field research*) dengan pendekatan kajian deskriptif. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu potongan (harga) data, penyajian dan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi diversifikasi dilakukan beberapa tahapan yaitu adanya gagasan, penentuan ide, pengembangan ide dan pemeriksaan skema, pengembangan strategi penjualan, kajian usaha, inovasi produk, pemeriksaan pasar dan tahap yang terakhir peningkatan nilai (komersialisasi). Penerapan strategi diversifikasi pada CV.Rajasa Mas Jaya yaitu jenis diversifikasi konglomerat dan diversifikasi kosentris yang memebawa pengaruh positif bagi kelangsungan ekonomi, sosial, daerah dan spiritual.

Keenam, Penelitian yang dilakukan Dian Nur Agustina (2019) mahasiswi jurusan Ekonomi Islam dan Bisnis Intitut Agama Islam Negeri Tulung Agung yang berjudul “Strategi Diversifikasi Produk Industri Kecil Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kelurahan Pakendu Kecamatan Sukarejo Kota Blitar Di Tinjau Dari Prespektif Ekonomi Islam”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan studi kasus mendalam pada satu objek penelitian. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan kualitatif model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini yaitu PO. Adi Jaya menjadi salah satu industri kecil tahu yang ada di kelurahan Pakunden dengan jasa PO (pre order). PO adi jaya melakukan diversifikasi produk dengan membuat aneka ragam olahan tahu yang dibuat menjadi roti tahu atau tofu. Pengaruh dari strategi diversifikasi produk berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja, kestabilan pendapatan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Tabel 2.1.
Persamaan dan Perbedaan

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
A.	Desi Fitriyah (2022) Berjudul “ Analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Kuantitas Penjualan Produk (Studi Kasus UD Dewa Jati Kabupaten Situbondo)”.	Sama-sama membahas Diversifikasi	Objek penelitian, tahun penelitian, tempat penelitian, tujuan penelitian dan hasil penelitian.
B.	Sri Wahyuni (2022) “Analisis Daya Saing Usaha Melalui Pola Distribusi dan Strategi Diversifikasi Pada Produksi Jamur Tiram Di Kelompok Petani Jamur Tiram Manut Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang”.	Sama-sama membahas Diversifikasi	Objek penelitian, tahun penelitian, tempat penelitian, tujuan penelitian, teknik analisis data dan hasil penelitian.

C.	Hana Sari (2021) “Analisis Penerapan Strategi Diferensiasi, Diversifikasi Dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada IKM Usaha Anugrah Jaya Abadi Di Loa Duri”.	Sama-sama membahas Diversifikasi	Objek penelitian, tahun penelitian, tempat penelitian, tujuan penelitian dan hasil penelitian.
D.	Ade Siska Mentari (2020) berjudul “Pengaruh Strategi Promosi dan Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan Khodijah Hijab Di Kota Jambi”.	Sama-sama membahas Diversifikasi	Jenis penelitian, teknik pengumpulan data, objek penelitian, tahun penelitian, tempat penelitian, tujuan penelitian, analisis data dan hasil penelitian.
E.	Harry Faishal Aqmal (2019) “Diversifikasi Sebagai Strategi Korporasi Dan Dampaknya terhadap <i>Sustainability Bussinnes Performance</i> (studi kasus pada CV. Rajasa Mas Jaya Desa Maos Kidul Kecamatan maos Kabupaten Cilacap)”.	Sama –sama membahas Diversifikasi	Objek penelitian, tahun penelitian, tempat penelitian, tujuan penelitian, analisis data dan hasil penelitian.
F.	Dian Nur Agustina (2019) “Strategi Diversifikasi Produk Industri Kecil Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kelurahan Pakendu Kecamatan Sukarejo Kota Blitar Di Tinjau	Sama–sama membahas Diversifikasi	Objek penelitian, tahun penelitian, tempat penelitian, tujuan penelitian dan hasil penelitian.

	Dari Prespektif Ekonomi Islam”.		
--	---------------------------------	--	--

G. Landasan Teologis

a. Diversifikasi Produk Dalam Islam

Perkembangan zaman menjadikan perubahan dari pasar konsumen ke pasar modern. Munculnya berbagai produk sejenis yang dihasilkan dari berbagai produsen yang bergerak dalam bidang yang sama membuat para pelaku usaha harus memikirkan bagaimana cara agar produk yang dihasilkan dapat menarik minat konsumen dan disukai oleh konsumen. Dengan demikian, para pelaku usaha melakukan proses pengembangan dan pengolahan produk baru.

Diversifikasi sebagai salah satu strategi pengembangan usaha yang mempunyai beberapa tujuan untuk mendapatkan keuntungan dan keunggulan *competitive* perusahaan. Menurut Buchari, tujuan melakukan diversifikasi usaha antara lain untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang belum puas, menambah volume penjualan, memenangkan persaingan, mendayagunakan sumber-sumber produksi dan mencegah kebosanan konsumen.

Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-An'am : 132 yaitu :

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا وَمَا رَزَقَكَ بِعَاقِلٍ عَمَّا يَعْمَلُونَ (۱۳۲)

Artinya: “Dan masing-masing orang memperoleh derajat-derajat (seimbang) dengan apa yang dikerjakannya. Dan Tuhanmu tidak lengah dari apa yang mereka kerjakan”.

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa apa yang kita kerjakan dengan maksimal akan membuahkan hasil yang baik begitu juga dengan perusahaan yang melakukan pengembangan usaha melalui strategi diversifikasi produk, apabila produk yang dihasilkan diterima baik dipasaran maka akan mendapatkan keuntungan yang diinginkan dan sesuai dengan tujuan dari strategi diversifikasi produk.

Dalam menciptakan produk baru diharapkan mampu bertahan di tengah persaingan usaha yang semakin terus berkembang pesat. Dengan adanya strategi diversifikasi produk diharapkan mampu mengembangkan usahanya agar mampu bertahan di era daya saing usaha yang semakin berkembang.

Oleh karena itu perlu strategi yang tepat dalam melakukan pengembangan usaha agar menguntungkan sesuai dengan Firman Allah SWT dalam QS, AL- Hajj ayat 77 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ارْكَعُوا وَاسْجُدُوا وَاعْبُدُوا رَبَّكُمْ وَافْعَلُوا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٧٧﴾

Artinya: “*Hai orang - orang yang beriman rukuklah kamu, sujudlah kamu, sembahlah Tuhanmu dan perbuatlah kebaikan supaya kamu mendapat kemenangan*”.

Di dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap manusia melakukan hal kebajikan kepada manusia lain akan mendapatkan kemenangan. Seperti halnya seorang yang melakukan pengembangan terhadap usahanya dengan cara melakukan diversifikasi produk sesuai dengan kebutuhan kosumen maka akan memaksimalkan kinerja dari produk yang dihasilkan agar seimbang dan menguntungkan.

b. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk terdiri dari barang, jasa, pengalaman, event, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informan dan ide. Allah SWT berfirman dalam QS Al-Mu'minum ayat 21 yang membahas tentang kemanfaatan ciptaan Allah SWT yang berhubungan dengan kemanfaatan bentuk produk.

وَإِنَّ لَكُمْ فِي الْأَنْعَامِ لَعِبْرَةً نُّسْقِيكُم مِّمَّا فِي بُطُونِهَا وَلَكُمْ فِيهَا مَنَافِعُ كَثِيرَةٌ وَمِنْهَا

تَأْكُلُونَ (٢١)

“Dan sesungguhnya pada binatang-binatang ternak, benar-benar terdapat pelajaran yang penting bagi kamu, Kami memberi minum kamu dari air susu yang ada dalam perutnya, dan (juga) pada binatang-binatang ternak itu terdapat manfaat yang banyak untuk kamu, dan sebagian dari padanya kamu makan”.

Ayat tersebut menjelaskan mengenai kemanfaatan setiap ciptaan Allah SWT sebagaimana penciptaan produk yang berupa barang jasa, pengalaman, event, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide, mempunyai sisi kemanfaatan dari masing-masing sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Jadi produk yang dihasilkan bukan hanya dalam bentuk sesuatu yang berwujud saja seperti makanan pakaian dan sebagainya akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa semua yang diperuntukkan bagi pemuasan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Setiap konsumen tidak hanya membeli produk melihat dari kepuasan kebutuhannya saja akan tetapi juga melihat dari tujuan kepuasan dan keinginan misalnya membeli bentuk sepatu gaya warna merah dan harga yang mengakibatkan atau mengangkat prestise.

Oleh karena itu sebagai produsen harus memperhatikan kebijakan dari produk yang dihasilkan. Jika diibaratkan sebuah produk itu mempunyai beberapa lapisan dan kombinasi dari beberapa bagian lapisan itu dapat mencerminkan suatu produk. Allah SWT menciptakan segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan oleh manusia sebagaimana firman dalam Surat Al -Hadid ayat 25:

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيُقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ

اللَّهُ قَوِيٌّ عَزِيزٌ ٢٥

“Sesungguhnya Kami telah mengutus rasul-rasul Kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah Kami turunkan bersama mereka Al Kitab dan neraca (keadilan)

supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. Dan Kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)Nya dan rasul-rasul-Nya padahal Allah tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha Kuat”.

A. Daya Saing Usaha

Bisnis yang dianjurkan oleh islam yaitu bisnis yang dilakukan dengan cara professional yang melibatkan ketelitian dan kecermatan dalam proses manajemen dan administrasi dengan tujuan agar terhindar dari kerugian, juga harus terbatas dari unsur-unsur *gharar* (penipuan), kebohongan, riba yang dilarang syariat. Islam menghendaki perdagangan yang berlangsung dengan bebas dari distorsi. Hal ini bertujuan untuk memelihara unsur keadilan dari semua pihak dan Islam mengatur agar dalam menghadapi persaingan dipasar harus dilakukan secara adil

Adapun ayat yang berkaitan dengan daya saing, Islam mengajarkan untuk berlomba-lomba dalam hal kebaikan dalam QS Al-Baqarah:148 yaitu sebagai berikut:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا

إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ۝ ١٤٨

“Dan masing-masing orang memperoleh derajat-derajat (seimbang) dengan apa yang dikerjakannya. Dan Tuhanmu tidak lengah dari apa yang mereka kerjakan”.

Dalam konteks persaingan maka dapat dikembangkan prinsip persaingan yang sehat sesuai dengan hukum Islam, antar lain memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen, tidak berlaku curang dan melakukan kerjasama yang positif. Dalam konsep ini, segala aktivitas bisnis mulai dari kegiatan produksi sampai kegiatan barang sampai dipasar, ditunjukkan untuk memikat hati konsumen atau membangun

image konsumen dengan memberikan yang terbaik. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam perspektif Islam harus memenuhi standarisasi yang dilihat dari mutu dan keberadaan barang. Fiqh muamalat dengan tegas mengharamkan praktik jual beli yang menipu dengan ketidakjelasan mutu dan keberadaan barang yang tidak jelas (Pratiwi, 2019).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yang bersifat deskriptif kualitatif, yaitu suatu penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi dan mengungkap bagaimana prosedur dalam pemecahan masalah yang akan diteliti dengan menggunakan cara dengan mengamati keadaan yang sebenarnya dari subyek dan obyek yang akan diteliti sesuai dengan fakta (Sugiyono, 2019:26).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini Peneliti melakukan penelitian di Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring di tempat pengrajin anyaman bambu yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan (penelitian lapangan). Penelitian ini dilakukan pada bulan April-Agustus 2023.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Peneliti melakukan penelitian dengan cermat dan menganalisis strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu sebagai Subjek dan Objek Penelitian. Subjek dari penelitian ini yang dijadikan informan yaitu 7 pengrajin pengrajin anyaman bambu yang ada di Dusun Ca, 4 tengkulak (pengecer) kerajinan anyaman bambu dan 2 konsumen. Sedangkan objek dari penelitian ini yaitu strategi diversifikasi dan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu. Subyek penelitian yang dijadikan informan yaitu sebagai berikut:

1. Bapak Saryoto sebagai pengrajin anyaman bambu.
2. Ibu Siti Mustho'inah sebagai pengrajin anyaman bambu.
3. Ibu Saiti sebagai pengrajin anyaman bambu.
4. Mas Suntori sebagai pengrajin anyaman bambu.

5. Ibu Taisah sebagai pengrajin anyaman bambu.
6. Ibu Yuli Sopiayatun sebagai pengrajin anyaman bambu.
7. Ibu Ulfah sebagai pengrajin anyaman bambu.
8. Ibu Casmah sebagai tengkulak (pengecer) kerajinan anyaman bambu.
9. Ibu Sumirah sebagai tengkulak (pengecer) kerajinan anyaman bambu.
10. Ibu Mukhrimah sebagai tengkulak (pengecer) kerajinan anyaman bambu.
11. Ibu Kasriah sebagai sebagai tengkulak (pengecer) kerajinan anyaman bambu.

D. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dan sumber data sekunder diperlukan dalam penelitian untuk mendapatkan data yang berkualitas dan lengkap (Dr.Sandu Siyoto., 2015:28)

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang didapatkan secara langsung dari subyek penelitian (Sugiyono,2022:104). Penelitian ini data primer didapatkan dari lapangan yaitu dari para pengrajin dan tengkulak (pengecer) dan konsumen anyaman bambu yang berupa hasil dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber primer dalam penelitian ini diperoleh dari penelitian yang dilakukan terjun langsung ke lapangan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi dari para informan untuk mengetahui secara pasti mengenai pelaksanaan strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang di dapatakan secara tidak langsung dari subyek penelitian. Data sekunder bisa didapatkan melalui orang lain atau bisa berbentuk dokumen yang berkaitan dengan penelitian (Sugiyono, 2022:105). Penelitian ini data sekunder yang didapatkan yaitu dalam bentuk buku, jurnal, artikel dan skripsi dan yang lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang strategis dalam sebuah penelitian, karena dalam penelitian memiliki tujuan utama yaitu memperoleh data. Berikut ini teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam pengamatan objek penelitian. Penulis melakukan teknik observasi secara langsung terhadap objek penelitian. Menurut Nasution (1988) mengatakan bahwa observasi sebagai dasar dari semua ilmu pengetahuan (Sugiyono, 2022:106). Dengan menggunakan teknik observasi maka peneliti dapat memperoleh data tentang :

- 1) Tempat Penjualan Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur.
- 2) Macam-macam jenis dan ukuran produk yang dijual.

Observasi dilakukan untuk mengetahui keadaan yang ada di lapangan agar memperoleh data yang valid sesuai dengan keadaan yang sebenarnya maka penulis melakukan observasi dan terjun langsung ke Pengrajin Anyaman Bambu yang ada di Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang digunakan dalam penelitian dengan cara memperoleh informasi langsung dari sumber penelitian. Wawancara dilakukan secara lisan dan pertemuan tatap langsung antara peneliti dengan orang yang akan diwawancarai agar peneliti mendengar langsung informasi yang disampaikan oleh sumber data. Metode ini digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan keterangan yang sebenarnya. Keterangan tersebut dapat menggali dan menangkap kenyataan informasi yang akan disampaikan (Sudaryono, 2018:216).

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara tak terstruktur, sistematis dan lengkap dalam mengumpulkan data-datanya. Wawancara tak terstruktur merupakan jenis wawancara yang dalam pelaksanaannya bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman yang tersusun secara sistematis pada saat wawancara. Pada saat wawancara tidak terstruktur pedoman yang digunakan pada saat wawancara yaitu hanya pertanyaan yang menyinggung dari masalah penelitian atau diambil garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan

Dengan wawancara bebas ini, peneliti dapat memodifikasi jalannya wawancara menjadi lebih santai, dan bisa memulai wawancara dengan berbincang-bincang santai atau tidak langsung menanyakan hal-hal yang berhubungan dengan tujuan dari wawancara agar suasana wawancara tidak menakutkan sehingga respon dari responden ramah. Pastikan pada saat wawancara suasana dan kondisi dari responden tidak dipaksakan agar hasil dari wawancara mendapatkan data yang akurat dan valid. Adapun langkah-langkah persiapan wawancara yaitu sebagai berikut :

- 1) Menentukan siapa informan yang akan diwawancarai secara selektif.
- 2) Menyusun pedoman yang berisi kepada siapa wawancara akan

ditunjukkan dan pertanyaan apa saja yang akan ditanyakan pada informan untuk memperoleh jawaban untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dalam penelitian.

- 3) Periksa pedoman wawancara yang akan diajukan sesuai dengan kondisi informan dan sesuai dengan kebutuhan data penelitian serta tingkat efektifitas dari pedoman wawancara sebelum diaplikasikan pada saat wawancara berlangsung.
- 4) Melakukan komunikasi sebelum melakukan wawancara kepada informan agar informan memberi jawaban atas ketersediaan dan kesiapan sebelum sesi wawancara berlangsung.
- 5) Melakukan wawancara kepada responden sesuai dengan waktu dan tempat yang disepakati oleh pewawancara dengan informan (Rifai, 2021).

Selanjutnya, dengan metode ini maka akan memudahkan dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Jadi pertanyaan yang diajukan tidak hanya terfokus pada apa yang sudah terencana. Dikarenakan dalam wawancara jawaban-jawaban yang dikeluarkan informan dapat menimbulkan pertanyaan-pertanyaan baru. Metode ini digunakan untuk mendapatkan beberapa informasi yang relevan dengan judul, sehingga informasi yang didapatkan lebih mendalam.

3. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2022) Dokumentasi merupakan catatan dari suatu peristiwa yang telah terjadi. Biasanya dokumentasi tersebut berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental.

Dengan teknik dokumentasi, peneliti dapat mengumpulkan data dari dokumen yang berisi catatan-catatan penting yang berkaitan dengan penelitian. Dokumen yang didapatkan dalam bentuk foto, atau gambaran umum dan lainnya. Metode dokumentasi ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data-data yang belum didapatkan dari metode observasi dan wawancara. Alasan peneliti

menggunakan dokumentasi dalam teknik pengumpulan data adalah agar terdapat bukti yang konkret mengenai penelitian yang dilakukan.

F. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan penelitian ini, yaitu data kualitatif. Data yang didapatkan dan digambarkan dengan data-data yang lainnya yang kemudian diproses oleh peneliti dan akan mendapatkan hasil dari penelitian. Dengan bentuk deskriptif kalimat atau kata-kata. Menurut buku karya Lexy J. Moleong menyatakan bahwa :

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milah mejadi satu kesatuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain. Analisis data kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai di lapangan (Moleong:248). Peneliti menggunakan analisis data model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman berpendapat bahwa analisis data analisis data kualitatif dilakukan dengan cara interaktif dan berjalan terus menerus sampai selesai, sehingga data yang didapatkan sudah jenuh. Berikut ini langkah-langkah analisis data model Miles dan Huberman :

1. Pengumpulan data (*Data Collection*)

Pengumpulan data kualitatif melalui wawancara, observasi dan dokumentasi atau gabungan (trigulasi). Pengumpulan data bisa dilakukan sampai sehari-hari bahkan bisa sampai berbulan-bulan. Pada saat melakukan wawancara obyek yang diteliti harus di rekam dan di dokumentasikan sehingga peneliti mendapatkan data bervariasi.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang penting, mencari tema dan pola serta membuang data yang tidak

diperlukan (Sugiyono,2019:338). Data yang di didapatkan dari lapangan jumlahnya banyak, maka perlu di rinci dan dicatat secara teliti sehingga tidak membuat bingung peneliti. Metode analisis ini akan peneliti gunakan untuk mereduksi data tentang strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu di Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring. Kemudian data yang diperoleh dari lapangan tersebut kemudian penulis melakukan analisis dengan memilih data yang diperlukan dalam penelitian, sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran secara jelas dan rinci. Peneliti mengambil data dari lapangan dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan menggunakan 3 teknik tersebut maka semakin sering peneliti ke lapangan semakin banyak data yang diperoleh dan semakin rumit.

3. Penyajian data (*Data Display*)

Setelah data yang diperoleh di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah di sajikan. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *pie chart*, *pictogram*, dan sejenisnya. Melalui penyajian data, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola yang rapi, sehingga semakin mudah dipahami, dan mudah merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

4. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Langkah selanjutnya setelah data di sajikan adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila di ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan berikutnya. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono,2022:141).

Dalam hal ini peneliti akan menyimpulkan dari hasil penelitian mengenai Analisis Startegi Diverifikasi Produk dalam Meningkatkan

Daya Saing Usaha pada Kerajinan Anyaman Bambu di Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang.

G. Keabsahan Data

Dalam penelitian ini uji keabsahan yang digunakan yaitu uji keabsahan triangulasi/gabungan merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dengan cara menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah didapatkan. Tujuan pengumpulan data yang berbeda-beda didalam teknik Triangulasi yaitu untuk mendapatkan informasi dan data dari sumber yang sama.

Peneliti menggunakan observasi pasrtisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang serempak (Sugiyono,2022:142). Pendekatan triangulasi yang digunakan dalam memperoleh keakuratan data dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan triangulasi yang memerintahkan peneliti dalam mengumpulkan data dari berbagai sumber yang tersedia yang menjadi gagasan bahwa data yang sama akan lebih dipercaya ketika digali dari sumber yang berbeda seperti, membandingkan data yang diamati dengan wawancara, membandingkan apa yang telah dikatakan didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, dan membandingkan dengan apa yang dilihat terus-menerus, membandingkan dengan keadaan dan perspektif seseorang dengan orang-orang dengan tingkat sosial yang berbeda (Tazkia et al.,2023). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai cara dalam mengumpulkan informasi baik melalui wawancara dengan (pengrajin, tengkulak, dan konsumen), obsevasi lapangan dan cacatan, skripsi, artikel, jurnal atau buku yang membahas dengan strategi diversifikasi produk dalam

meningkatkan daya saing usaha.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode merupakan metode dalam mengumpulkan data dan meverifikasi data dengan keakuratan informasi atau keadaan temuan penelitian yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan tempat penelitian. Triangulasi metode dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan menggunakan teknik tambahan yaitu dengan menggabungkan metode-metode pengumpulan data baik melalui wawancara tidak terstruktur yang dimungkinkan untuk memperoleh informasi yang sesuai (Azizah, 2021).



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Desa Cibuyur

Desa Cibuyur merupakan desa yang sudah ada sebelum masa penjajahan Belanda hal ini berkaitan dengan nama Desa Cibuyur yang merupakan pemberian nama yang diberikan oleh prajurit Pajajaran yang sedang melakukan perjalanan kemudian mereka kelelahan dan beristirahat melepas lelah dan berteduh di bawah pohon Bayur. Pada saat prajurit Pajajaran berteduh di bawah pohon Bayur, sebut mengeluarkan airnya maka disebutlah cai Bayur (Cibuyur).

Selain itu menurut para sejarah atau para sesepuh dan tokoh masyarakat yang ada di desa cibuyur berkenaan dengan nama Desa Cibuyur tersebut mereka berpendapat bahwa nama Desa Cibuyur diambil dari sejarah seekor burung cici yang bersiul-siul didaerah sekitar Bayur atau semak belukar dan kemudian para penduduk tersebut menamai desa atau wilayah tersebut dengan nama Desa Cibuyur.

Adapun kewilayahannya di bagian Selatan Desa Cibuyur terdapat pedesaan yang bernama Jatimulyo yang selanjutnya ikut bergabung masuk ke wilayah Desa Cibuyur setelah Jatimulyo bergabung barulah dipimpin oleh kepala desa. Berikut ini nama-nama kepala desa dan sekdes atau cari desa yang ada Di Desa Cibuyur diantaranya:

- a. Ki Nalaguna merupakan prajurit pangeran Diponegoro yang singgah dan menetap di desa Cibuyur dan kemudian dipilih menjadi kepala desa pada tahun 1830.
- b. Ki Ca merupakan pedagang tambakau dari wilayah Selatan dipilih menggantikan Ki Nalunga sebagai kepala desa.
- c. Ki Kapandi
- d. Ki Sukram
- e. Ki Durajat

- f. Ki Maja Tirta
 - g. Ki Siryad
 - h. Ki Santa Diwirya Ruyat dipilih sebagai kepala desa pada tahun 1946 dan didampingi carik atau sekretaris desa yang bernama Darno Parwira.
 - i. Ikram kepala desa pada tahun 1946-1951.
 - j. Darno Prawiro kepala desa pada tahun 1951-1989 dan didampingi oleh sekretaris desa atau carik yaitu Sutrisno.
 - k. Urip Budio kepala desa pada tahun 1989-2007 dua kali periode dan didampingi oleh sekretaris desa atau carik Sutrisno sampai pada tahun 2000 digantikan oleh Nurokhim.
 - l. Dakhro,SH kepala desa pada tahun 2007-2019.
 - m. Yoyok kusnodo kepala desa dari tahun 2019-sekarang.
2. Wilayah Desa Cibuyur

Desa Cibuyur merupakan desa yang cukup berkembang terutama dalam industri anyaman bambunya yang sudah terkenal. Desa Cibuyur bagian wilayahnya termasuk perkampungan dengan tingkat ekonomi menengah masyarakat Jatimulyo sebagian besar sebagai petani, pengrajin anyaman bambu, dan pedagang. Jumlah penduduk di Desa Cibuyur yaitu 8.908 jiwa dengan jumlah laki-laki sebesar 4.557 dan jumlah perempuannya sebesar 4.351 jiwa. Jika dilihat dari agamanya mayoritas penduduk Desa Cibuyur beragama Islam. Desa Cibuyur merupakan salah satu dari 6 desa yang ada di wilayah kecamatan warungpring Kabupaten Pemalang. Desa Cibuyur terdiri dari 6 dusun dengan jumlah 49 Rt yang masyarakatnya rukun dan bertetangga.

Desa Cibuyur mempunyai luas wilayah 4,78 km dan luas wilayah sawahnya sebesar 272,25 Ha. Batas wilayah Desa Cibuyur yaitu sebelah utara berbatasan langsung dengan Desa Mereng, sebelah timurnya berbatasan langsung dengan Desa Rembul, sebelah selatannya berbatasan langsung dengan Desa Datar, dan sebelah baratnya berbatasan langsung dengan Desa Warungpring. Desa Cibuyur mempunyai potensi sumber daya alam yang cukup dengan tanah yang subur. Desa Cibuyur menjadi desa yang

agraris karena masyarakat desa ini sebagian besar bermata pencaharian dalam bidang pertanian, dan perkebunan baik dalam perkebunan singkong, jagung dan lainnya. Selain itu sebagian orang menjadi pengrajin anyaman bambu karena wilayah Desa Cibuyur sebagian besar terdapat pohon bambu di sekitar pekarangan. Keterampilan yang turun temurun dari nenek moyang dalam mengolah pohon bambu menjadi kerajinan anyaman bambu guna menambah penghasilan dalam memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga.

3. Visi dan Misi Desa Cibuyur

a. Visi Desa Cibuyur

"Sama membangun masyarakat untuk Desa Cibuyur yang mandiri dan maju"

b. Misi Desa Cibuyur

- 1) Bersama masyarakat memperkuat kelembagaan desa di sehingga dapat melayani masyarakat secara optimal.
- 2) Bersama masyarakat dan kelembagaan Desa menyelenggarakan pemerintahan dan melaksanakan pembangunan yang partisipatif.
- 3) Bersama masyarakat dan kelembagaan Desa dalam mewujudkan Desa Cibuyur yang aman, tentram, dan damai.
- 4) Bersama masyarakat dan kelembagaan Desa memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- 5) Bersama masyarakat meningkatkan kemandirian di segala bidang.

4. Riwayat Kerajinan Anyaman Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang

Kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur sudah ada sejak nenek moyang terdahulu tepatnya ketika kedatangan seorang dari Jawa Barat yang bernama Mbah songket dan menikah dengan orang Cibuyur. Setelah mbah Songket menetap di Desa Cibuyur dan melihat betapa besarnya potensi Desa Cibuyur terutama banyaknya pohon bambu yang ada di sekitar wilayah Desa Cibuyur. Pohon bambu tersebut masih belum bisa dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat Desa Cibuyur oleh karena itu mbah Songket yang mempunyai keahlian tangan dan keterampilan yang

mumpuni, mbah Songket mengajarkan kepada anak dan cucu-cucunya dan masyarakat Desa Cibuyur untuk memanfaatkan pohon bambu untuk dijadikan kerajinan anyaman yang dapat dijual.

Kerajinan anyaman bambu yang diajarkan mbah Songket seperti tampah, geribik, piti, kedo, kipas(ilir). Hasil dari keterampilan yang diajarkan oleh mbah songket dengan memanfaatkan pohon bambu maka masyarakat Desa Cibuyur menjadikan pengrajin anyaman bambu sebagai mata pencaharian sampingan untuk menambah penghasilan. Jumlah pengajian anyaman bambu di Desa Cibuyur sekitar 270 yang tersebar 6 dusun yaitu, Dusun Ca, Dusun Randu, Dusun, Kranding Barat, Kranding Timur, Dusun Krikil, Dusun Krajan. Oleh karena itu perkembangan dan eksistensi anyaman bambu Desa Cibuyur harus terus dipertahankan dari dulu sampai sekarang masih terus dipertahankan.

5. Gambaran Subyek Penelitian

Untuk mendapatkan informasi yang mendalam tentang penelitian ini, peneliti menggali informasi dilapangan berdsarkan kriteria tertentu. Banyaknya pengrajin anyaman bambu maka hanya perwakilan saja yang dijadikan sebagai informan yang dilihat dari usia dan dan kepemilikan sertifikat menganyam. Informasi tidak hanya dari pengrajin anyaman bambu saja melainkan dari pengecer dan konsumen. Untuk itu peneliti memilih 7 pengrajin, 4 pengecer dan 2 konsumen yang dijadikan informan yang berkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan. Tigabelas orang informan tersebut yaitu:

Tabel 3.1
Identitas Informan Penelitian

No	Nama	Posisi	Usia
1.	Saryoto	Pengrajin	58
2.	Siti Mustho'inah	Pengrajin	51
3.	Saiti	Pengrajin	56

4.	Suntori	Pengrajin	25
5.	Taisah	Pengrajin	58
6.	Ulfah	Pengrajin	45
7.	Casmah	Tengkulak/Pengecer	60
8.	Kasriah	Tengkulak/Pengecer	58
9.	Kholipah	Pembeli	50
10.	Mega	Pembeli	32

Sumber: diolah dilapangan

Subyek penelitian yang dipilih karena berkaitan langsung dengan penerapan strategi diversifikasi produk dan peningkatan daya saing usaha pada pengrajin anyaman bambu Desa Cibuyur, yang diharapkan data yang diperoleh melalui informan dapat menghasilkan data yang valid dan benar serta dapat dipertanggungjawabkan.

B. Penyajian data dan analisis Strategi Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang

Dalam bab IV peneliti menyajikan data yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan. Dalam penelitian harus disertakan penyajian data yang kuat sehingga data tersebut dapat dianalisa dan ditarik dalam proses pengumpulan data dari lapangan pada penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi. Selain itu dalam pengumpulan data juga menggunakan data lapangan untuk mencapai tujuan dalam memperoleh informasi sedetail mungkin. Metode observasi dan wawancara lebih intensif dalam mendapatkan data yang kualitatif dan autentika yang berimbang, sedangkan metode dokumentasi digunakan sebagai data pendukung.

Pada penelitian ini mencoba menjelaskan dan menganalisa strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring dengan cara menggunakan fakta serta data yang didapat dari lapangan dan melalui proses berbagai metode yang dipakai akhirnya sampai kepada proses pembenaran bukti karena bukti yang didapat sudah dianggap referensi agar dapat dijadikan

sebuah laporan. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diuraikan data-data yang diperoleh dari lapangan yaitu :

1. Strategi Diversifikasi Produk Kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang

Seorang wirausaha harus memiliki sifat inovatif dan peka terhadap kondisi lingkungan sekitar, mereka dituntut dalam berinovasi dan menungkan gagasan mengenai produk- produk yang dihasilkan dengan tujuan untuk kemajuan usahanya. Produk yang baik merupakan produk yang bermanfaat dan dijual dengan harga yang terjangkau dan memiliki keunggulan bersaing serta dalam pemasarannya terpenuhi. Dalam hal ini dapat dicapai dengan melakukan strategi diversifikasi produk.

Diversifikasi produk merupakan suatu strategi usaha dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara pengembangan produk. Dalam memenuhi pengembangan serta peningkatan penjualan dengan cara membuat produk serta jasa baru tanpa tergantung pada suatu produk saja. Maka dengan beranekaragam jenis dan ukuran produk yang dihasilkan maka akan membuat konsumen tertarik untuk membeli produk yang sudah diproduksi.

Diversifikasi produk yang dilakukan pengrajin anyaman bambu Desa Cibuyur dikarenakan hasrat permintaan konsumen yang beranekaragam maka menyesuaikan keinginan konsumen secara optimal, kemampuan untuk berkembang, dan menjaga stabilitas produk, serta meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur. Penerapan startegi diversifikasi produk sesuai dengan teori dari Fandy Tjiptono yaitu Diversifikasi Produk Menjadi upaya dalam mengembangkan produk dan mencari pasar baru dengan tujuan mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas (Tjiptono, 2019).

Adapun jenis startegi diversifikasi yang diterapkan yaitu startegi diversifikasi kosentris merupakan pengembangan produk dengan cara membuat produk baru namun bahan baku dan pemasarannya masih smaa

dengan produk yang lama, seperti halnya pada kerajinan anyaman bambu yang membuat produk baru yang beraneka ragam namu bahan baku yang digunakan masih sama yaitu pohon bambu. Startegi diversifikasi kosentris diterapkan oleh pengrajin anyaman bambu karena diversifikasi kosentris menjadi strategi yang konvensional dan cocok untuk pengrajin anyaman bambu Desa Cibuyur yang mayoritas pengrajin sudah tua.

Penerapan strategi diversifikasi produk dilakukan dengan cara memperbanyak produk yang sesuai dengan permintaan konsumen dan kebutuhan konsumen yang berubah-ubah. Selain itu diversifikasi produk diterapkan agar konsumen tidak bosan dengan produk yang dihasilkan dari pengrajin anyaman bambu sehingga konsumen tetap membeli produk tersebut. Jadi keuntungan dari usaha tidak bergantung pada satu jenis produk saja dan kerugian bisa ditutupi dengan produk lain yang laku keras. Berikut ini penjelasan dari masing-masing informan :

a. Pengembangan produk

Menurut Taisah sebagai salah satu pengrajin anyaman bambu Desa cibuyur mengatakan bahwa :

“Awalnya kerajinan anyaman bambu yang ada di desa Cibuyur hanya memproduksi peralatan rumah tangga seperti tampah, piti, kedo dan ilir. Produk tersebut tidak laku keras seperti kerajinan anyaman bambu yang dibuat oleh orang banjarnegara yang disebut tampah kidul. Hanya sedikit konsumen yang tertarik dengan produk kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur. Konsumen berpendapat produk yang dihasilkan dari pengrajin anyaman bambu Desa Cibuyur tidak beranekaragam dan tidak sesuai dengan permintaan dan kebutuhan pasar.

Dijelaskan lagi oleh Ibu Marhamah selaku pengrajin anyamana bambu.

“Kerajinan anyaman bambu di desa Cibuyur yang awalnya memproduksi peralatan rumah tangga dengan satu ukuran saja, peminatnya ada cuma selera konsumen berubah-ubah”.

Menurut mas Suntori selaku pengrajin anyaman bambu mengatakan bahwa,

“Saya melakukan pengembangan produk anyaman bambu yang awalnya hanya membuat produk-produk yang sederhana sekarang lebih bermacam-macam jenis dan ukuran produk”.

Dijelaskan lagi oleh ibu Kasriah selaku penjual dari kerajinan anyaman bambu menjelaskan bahwa:

“Para pengrajin yang ada di Desa Cibuyur melakukan pengembangan produk tersebut dengan tujuan untuk memenuhi permintaan konsumen yang sering berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga para pengrajin berinisiatif untuk membuat produk dengan berbagai macam ukuran agar permintaan konsumen terpenuhi”.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk melalui strategi diversifikasi produk pada kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur berasal dari pikiran atau gagasan serta keinginan untuk terus berkreasi dalam bidang kerajinan anyaman bambu dan melihat permintan yang sering berubah-ubah. Selain itu adanya pelatihan dan studi banding kerajinan anyaman bambu membuat para pengrajin anyaman bambu berfikir untuk membuat berbagai macam betuk, ukuran dan kerajinan anyaman bambu agar bisa bersaing. Sehingga para pengrajin anyaman bambu berinisiatif membuat berbagai macam ukuran agar bisa bersaing dengan pengrajin anyaman bambu di desa lainnya.

Tabel 3.2
Tipe dan Jenis Produk Kerajinan Anyaman Bambu
Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang
Sebelum Dilakukan Strategi Diversifikasi Produk

No	Tipe atau jenis produk	Harga
1.	Tampah biasa	7.000,00
2.	Tampah teblok	5.000,00
3.	Tampah tanggung	6.000,00
4.	Iyan	15.000,00
5.	Kedo	20.000,00
6.	Piti	4.500,00
7.	Ilir	5.000,00

Sumber : data sekunder diolah

Berikut ini gambar dari kerajinan anyaman bambu sebelum melakukan strategi diversifikasi produk.

Gambar 1.1
Produk Anyaman Bambu Sebelum Melakukan
Strategi Diversifikasi Produk





Tabel 3.3
Tipe dan Jenis Produk Kerajinan Anyaman Bambu
Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang
Setelah Dilakukan Strategi Diversifikasi Produk

No	Tipe Barang	Harga
1.	Tampah ukuran 25 cm	5.000,00
2.	Tampah ukuran 30 cm	5.500,00
3.	Tampah ukuran 40 cm	6.000,00
4.	Tampah ukuran 45 cm	7.000,00
5.	Tampah ukuran 50 cm	8.000,00
6.	Tampah ukuran 60 cm	10.000,00
7.	Tampah ukuran 80 cm	15.000,00
8.	Tampah ukuran 1,5 M	20.000,00
9.	Piti ukuran 10 cm	3.500,00
10.	Piti ukuran 25 cm	4.500,00
11.	Kedo ukuran 35 cm	15.000,00
12.	Kedo ukuran 50 cm	20.000,00
13.	Bobokan	45.000,00

14.	Tempat tisu	15.000,00
15.	Keranjang buah	30.000,00
16.	Rantam	38.000,00
17.	Kap lampu	35.000,00
18.	Reyeng	3.000,00
19.	Tudung saji	35.000,00

Sumber : data sekunder yang diolah

Berikut ini produk kerajinan anyaman bambu setelah melakukan strategi diversifikasi produk.

Gambar 2.1

Produk Anyaman Bambu Setelah Melakukan Strategi Diversifikasi Produk



Dari banyaknya produk yang dihasilkan dari pengrajin anyaman bambu Desa Cibuyur mengalami perkembangan produk-produk yang dihasilkan yang awalnya hanya membuat produk seperti tampah, piti, kedo dan ilir, sekarang dapat membuat berbagai jenis dan ukuran produk kerajinan anyaman bambu yang beranekaragam. Setelah melakukan pengembangan produk yaitu dengan cara membuat berbagai macam jenis dan ukuran produk baik pengembangan produk lama maupun membuat produk baru. Adapun tingkat permintaan produk kerajinan anyaman bambu antara produk kerajinan yang lama dengan yang baru banyak peminatnya.

Adapun presentase permintaan produk lama dan produk baru berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Saiti selaku pengrajin anyaman bambu mengatakan bahwa:

“Tingkat pertahanan produk anyaman bambu sendiri kalo dipasaran hampir imbang kisaran dari 55% untuk tingkat permintaan dari produk lama, dan presetasie tingkat permintaan produk baru yaitu 45 %. Bayaknya permintaan produk lama karena sudah mempunyai langganan diwilayah pemplang dan diluar kota yang harus menyetorkan produk kerajinan lama dalam jumlah ribuan sedangkan produk baru banyak yang minat karena dilihat dari bentuk yang menarik daya beli konsumen dan produk baru tergantung pada musim dan selera konsumen pada saat membeli”.

Dari wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa produk lama masih unggul dari pada dengan produk yang baru karena produk lama sudah mempunyai pelanggan yang setiap bulannya harus menyetorkan dengan jumlah ribuan. Sedangkan produk baru peminatnya cukup banyak dikarenakan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yang bermacam-macam. Produk baru dan produk lama sama-sama eksisitensinya terus dipertahankan dan ditingkatkan agar bisa bersaing dengan kerajinan anyaman bambu dari daerah lain.

b. Pemasaran produk

Menurut ibu Siti selaku pengrajin anyaman bambu mengatakan bahwa :

“Dari awal kerajinan anyaman bambu yang ada di Desa Cibuyur pemasarannya dulu masih menggunakan dua cara yaitu menunggu konsumen datang sendiri dan yang kedua yaitu diajarkan oleh pengecer kecil ke daerah daerah sekitar kabupaten Pematang dan penjualannya masih sepi. Setelah itu pada tahun 1997 salah satu pengrajin mengikuti seminar di Jakarta studi dibanding di Jakarta serta membawa produk kerajinan anyaman bambu di desa cibuyur untuk dikenalkan di wilayah Jakarta.

Alhamdulillah di setelah melakukan seminar dan mengenalkan produk di Jakarta, bisa menampung hasil dari kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur. Jadi pengrajin anyaman bambu tidak usah mencari konsumen sendiri melainkan tinggal menyetorkan produk kerajinan ke Jakarta setiap satu bulan sekali. Selain pemasaran ke Jakarta seiring perkembangan, kerajinan anyaman mulai dikenal di wilayah luar kota seperti, pekalongan, semarang, dan tegal".

Dari hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh dilakukan oleh pengrajin anyaman bambu sangatlah baik walaupun tidak melakukan proses pemasaran melalui media sosial. Jadi pengrajin anyaman bambu memasarkannya dengan cara menunggu langsung konsumen datang dan yang kedua yaitu menyetorkan hasil dari kerajinan tersebut kepada tengkulak (pengecer). Adapun tengkulak dibagi menjadi dua yaitu tengkulak tingkat kecil dan tengkulak tingkat besar. Tengkulak tingkat kecil yaitu di mana proses penjualannya hanya membawa beberapa kerajinan anyaman bambu yang kemudian diperjualbelikan diperkampungan-perkampungan di wilayah kabupaten Pemalang sedangkan tengkulak besar yaitu di mana produk kerajinan anyaman bambu dikirim ke wilayah diluar kabupaten Pemalang seperti Pekalongan, Semarang, Tegal, dan Jakarta dalam jumlah ribuan hasil kerajinan anyaman bambu yang beraneka ragam.

c. Kepuasan konsumen

Menurut ibu Kholipah selaku konsumen kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur mengatakan bahwa :

"Dari pengalaman saya sudah bertahun-tahun membeli produk kerajinan hal yang harus diperhatikan yaitu memuaskan dan produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan dan harga yang sangat terjangkau sesuai dengan kualitas produknya".

Pendapat tersebut juga dijelaskan oleh ibu Mega selaku konsumen kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur mengatakan bahwa:

" Menurut saya produk dari kerajinan anyaman sudah cukup memuaskan apalagi dengan adanya berbagai macam ukuran-ukuran dan jenis produk yang dibuat yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan dilihat dari kualitas sudah baik namun lebih ditingkatkan lagi".

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen sangatlah diutamakan terutama dalam kualitas produk yang dihasilkan dari kerajinan zaman bambu lebih ditingkatkan. Dalam hal ini pengrajin anyaman bambu mulai melakukan peningkatan kualitas dan pelayanan yang terbaik bagi konsumen yang membeli produk-produk hasil dari kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur.

Dari hasil pengamatan dari penelitian yang didapatkan dilapangan tentang strategi yang dilakukan pada kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang. Peneliti menemukan bahwa awal mula adanya strategi diversifikasi produk berawal dari banyaknya permintaan dan kebutuhan konsumen yang berubah-ubah dan keinginan dari pengrajin ingin berkembang agar produk bisa bersaing. Selain itu sistem pemasaran yang dilakukan dari dulu sampai sekarang yaitu dengan menyetorkan produknya ke pengecer atau konsumen datang langsung ke pengrajin dan produk sudah mulai di pasarkan lewat online. Selain itu peneliti menemukan persamaan dengan penelitian yang dilakukan Wulandari Miftakhul dkk yang membahas tentang strategi diversifikasi produk pada kerajinan anyaman bambu Desa Gintangan Kecamatan Blimbingsari Kabupaten Banyuwangi (Wulandari et al., 2021).

2. Dampak Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha

Pada bagian ini memaparkan tentang data yang berhubungan dengan dampak diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu. Daya saing usaha pada kerajinan anyaman

bambu merupakan proses di mana pengrajin melakukan persaingan usaha dengan cara mengembangkan produk-produk kerajinan agar bisa bersaing dengan kerajinan dari daerah lain. Adanya peningkatan omset penjualan, meluasnya pemasaran produk yang berpengaruh terhadap daya saing usaha kerajinan anyaman bambu yang terus meningkat.

Di era persaingan industri saat ini semakin ketat maka sebagai pelaku usaha di bidang apapun harus pandai dalam mengembangkan usahanya. Seperti halnya usaha anyaman bambu tidak lepas akan persaingan usaha. Maka perlunya strategi pengembangan usaha agar kerajinan anyaman bambu yang diproduksi bisa bersaing dipasaran. Strategi yang telah ditetapkan oleh pengrajin anyaman Desa Cibuyur yaitu strategi diversifikasi produk dimana, pengrajin membuat keanekaragaman produk dari anyaman bambu baik dari jenis produk atau ukuran produk, disesuaikan dengan permintaan konsumen. Jadi dengan keanekaragaman produk yang dihasilkan maka konsumen merasa permintaan terpenuhi maka secara langsung akan membeli lagi dan lagi. Selain itu diversifikasi dapat mempersempit ruang gerak pesaing lain.

Menurut ibu Casmah selaku pengecer atau tengkulak tingkat besar mengatakan.

"Hasil dari kerajinan yang bambu Desa Cibuyur yang mempunyai berbagai macam ukuran dan jenis produk sudah mulai jual ke Jakarta dari tahun 2018 dengan jumlah ribuan setiap bulannya dan omset penjualan mulai meningkat setelah melakukan keanekaragaman produk anyaman bambu konsumen".

Hal ini juga dijelaskan ibu Kasriah selaku pengrajin anyaman bambu dan pengecer yaitu :

"produk kerajinan anyaman bambu sendiri setelah melakukan keanekaragaman produk dan produk yang terjual lebih banyak dan pemasarannya lebih meluas ke luar daerah Pematang".

Argumen lebih diperkuat oleh Bapak Saryoto sebagai pengrajin anyaman bambu mengatakan bahwa:

“Anyaman bambu Desa Cibuyur mulai banyak yang tahu bahwa Desa Cibuyur penghasil kerajinan anyaman bambu dikarenakan banyaknya produk dipasaran dan sering melakukan pameran yang diadakan pihak desa dan pameran diluar kota yang terkahir ikut pameran di Jogjakarta agar produk lebih merambah tingkat Nasional bahkan Internasional”.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi persaingan usaha dan meningkatkan daya saing usaha pada produk kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur maka salah satu cara yang dilakukan oleh pengrajin yaitu dengan menerapkan strategi diversifikasi produk dengan tujuan agar produk lebih beranekaragam dan konsumen tidak bosan hanya dengan satu pihan produk saja. Selain itu dalam mempertahankan usahanya para pengrajin meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan agar konsumen merasa puas. Adanya strategi diversifikasi produk untuk meningkatkan daya saing usaha sangat berpengaruh positif terhadap pendapatan para pengrajin dan pengecer anyaman bambu yang mengalami peningkatan dan pemasaran produk yang lebih luas baik lewat media sosial maupun *offline* yang merambah keluar daerah Pematang. Berikut ini Pendapatan pengrajin anyaman bambu dan pengecer dari sebelum menerapkan strategi diversifikasi dan sesudah melakukan strategi diversifikasi produk.

Tabel 3.4

Tabel Pendapatan Pengrajin dan Pengecer Sebelum dan Setelah Melakukan Strategi Diversifikasi Produk

No	Nama	Sebelum	Sesudah
1.	Saryoto	1-2 juta	2-3 juta
2.	Siti Mustho'inah	800 ribu-1 juta	1 juta -2 juta

3.	Saiti	500-750 ribu	1,5-2 juta
4.	Suntori	1-1,8 juta	2,5-3 juta
5.	Taisah	400-600 ribu	800 ribu-1 juta
6.	Yuli Sopiayatun	350-500 ribu	700 ribu-1juta
7.	Ulfah	500-700 ribu	1-2 juta
8.	Casmah	600-850 ribu	1-1,5 juta
9.	Sumirah	2-3 juta	4-5juta
10.	Mukhrimah	1-1,5 juta	1-2 juta
11.	Kasriah	1 juta-2 juta	3-4 juta

Sumber : data sekunder

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahawa dengan penerapan strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh pengrajin anyaman bambu Desa Cibuyur berpengaruh positif terhadap daya saing usaha yang dibuktikan dengan adanya kenaikan pendapatan yaitu sebesar 50%. Adanya daya saing usaha yang dilakukan melalui pengembangan usaha akan berpengaruh terhadap peningkatan usaha dan kemampuan dalam memproduksi kerajinan anyaman bambu yang terus meningkat.

Hal ini disesuaikan dengan teori Porter (2000) berpendapat bahwa daya saing merupakan kemampuan atau keunggulan yang digunakan dalam bersaing pada pasar tertentu. Daya saing yang diciptakan dapat melalui pengembangan yang terus menerus di semua lini dalam organisasi, utamanya di sektor produksi. Bila semua organisasi melakukan pengembangan secara terus menerus maka akan meningkatkan kemampuan kinerja (Wahyuni Sri, 2022). Dari hasil pengamatan dari penelitian yang didapatkan dari lapangan tentang daya saing melalui strategi diversifikasi produk pada kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang dalam meningkatkan daya saing pada kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten usaha ditentukan dengan cara melakukan perluasan distribusi dan pemasaran sehingga produk anyaman bambu dapat bersaing secara global.

Selain itu peneliti juga menemukan sebuah persamaan dengan penelitian dari skripsi Wahyu Nadi yang sama-sama membahas mengenai strategi pengembangan dalam kerajinan anyaman bambu. Perbedaannya hanya terdapat pada strategi yang dipakai dalam mengembangkan usahanya yaitu lebih berfokus pada strategi pemasarannya, mengembangkan skill SDM dan inovasi dari produk.

Hal ini disesuaikan dengan yang dikatakan oleh Porter (2001) dalam bukunya yang berjudul strategi bersaing atau teknik menganalisis industri dan pesaing yang mengatakan bahwa persaingan industri merupakan inti di suatu keberhasilan atau kegagalan dari suatu perusahaan. Hal tersebut mengandung arti bahwa kegagalan tergantung pada keberanian perusahaan dalam bersaing di mana dalam persaingan tersebut menentukan ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat menolong kinerjanya seperti keanekaragaman produk, inovasi, budaya kohesif, dan pelaksanaan.

b. Indikator keunggulan Bersaing

Adapun indikator keunggulan bersaing pada usaha Kerajinan Anyaman Bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pematang Jaya diantaranya:

1) Harga bersaing

Harga yang ditawarkan dari produk kerajinan anyaman bambu mulai dari Rp. 2.500,00 sampai Rp. 45.000,00 harga yang ditawarkan dapat bersaing dan terjangkau dan disesuaikan dengan ukuran dan kerumitan dalam pembuatan produk kerajinan anyaman bambu.

2) Keunikan produk

Keunikan produk kerajinan anyaman bambu dapat dilihat dari bentuk dan ukuran produk yang beraneka ragam mulai dari ukuran yang kecil sampai dengan ukuran yang besar. Produk-produk anyaman bambu banyak yang tertarik karena proses pembuatan yang membutuhkan keterampilan khusus dalam proses pembuatannya.

3) Kualitas produk

Kerajinan anyaman bambu yang diproduksi oleh pengrajin Desa Cibuyur mempunyai kualitas yang sebanding dengan produk kerajinan yang ada dipasaran. Peningkatan kualitas kerajinan dilakukan dengan memilih bahan baku yang digunakan dengan kualitas yang baik yaitu dengan menggunakan bambu tali yang tua sehingga hasil produk anyaman bambu memuaskan konsumen.

3. Strategi Diversifikasi dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Berdasarkan Perspektif Islam

a. Strategi Diversifikasi Perspektif Islam

Diversifikasi sebagai salah satu strategi pengembangan usaha yang mempunyai beberapa tujuan untuk mendapatkan keuntungan dan keunggulan *competitive* perusahaan. Menurut Buchari, tujuan melakukan diversifikasi usaha antara lain untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang belum puas, menambah volume penjualan, memenangkan persaingan, mendayagunakan sumber-sumber produksi dan mencegah kebosanan konsumen. Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-An'am : 132 yaitu :

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا وَمَا رُبُّكَ بَغَافِلٍ عَمَّا يُعْمَلُونَ (١٣٢)

Artinya: *“Dan masing-masing orang memperoleh derajat-derajat (seimbang) dengan apa yang dikerjakannya. Dan Tuhanmu tidak lengah dari apa yang mereka kerjakan”.*

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa apa yang kita kerjakan dengan maksimal akan membuahkan hasil yang baik begitu juga dengan perusahaan yang melakukan pengembangan usaha melalui strategi diversifikasi produk, apabila produk yang dihasilkan diterima baik dipasaran maka akan mendapatkan keuntungan yang diinginkan dan sesuai dengan tujuan dari startegi diversifikasi produk.

Diversifikasi yang dilakukan padakerajinan anyaman sudah diterima dipasaran sejak awal muncul hingga sekarang eksistensinya terus berkembang sampai pemasaran yang semakin meluas ke berbagai daerah diluar Kabupaten Pematang.

b. Daya Saing Usaha Perspektif Islam

Adapun ayat yang berkaitan dengan daya saing, Islam mengajarkan untuk berlomba-lomba dalam hal kebaikan dalam QS Al-Baqarah:148 yaitu sebagai berikut:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُؤَيَّبَةٌ فَأَسْتَبِثُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ

قَدِيرٌ (١٤٨)

Artinya: “Dan masing-masing orang memperoleh derajat-derajat (seimbang) dengan apa yang dikerjakannya. Dan Tuhanmu tidak lengah dari apa yang mereka kerjakan”.

Dalam konteks persaingan maka dapat dikembangkan prinsip persaingan yang sehat sesuai dengan hukum Islam, antar lain memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen, tidak berlaku curang dan melakukan kerjasama yang positif. Dalam konsep ini, segala aktivitas bisnis mulai dari kegiatan produksi sampai kegiatan barang sampai dipasar, ditunjukkan untuk memikat hati konsumen atau membangun image konsumen dengan memberikan yang terbaik. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam perspektif Islam harus memenuhi standarisasi yang dilihat dari mutu dan keberadaan barang. Fiqh muamalat dengan tegas mengharamkan praktik jual beli yang menipu dengan ketidakjelasan mutu dan keberadaan barang yang tidak jelas (Pratiwi, 2019). Dalam penerapan strategi diversifikasi pada kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur dan persaingan usaha sesuai perspektif hukum Islam yang dainjurkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan dalam pembahasan tersebut mengenai analisis strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya :

Diversifikasi produk yang diterapkan pada kerajinan anyaman bambu yaitu diversifikasi kosentris dengan cara membuat produk-produk kerajinan anyaman bambu yang berbeda baik dari, jenis, ukuran dan tipe tetapi bahan baku yang digunakan dan pemasarannya sama dengan produk yang sebelumnya. Permintaan konsumen dan keinginan untuk berkembang yang menjadi faktor dalam melakukan strategi pengembangan kerajinan anyaman bambu di Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang agar daya saing nmenjngkat.

Strategi diversifikasi berdampak [ada peningkatan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu ditandai dengan adanya peningkatan pendapatan sebesar 50 % setelah melakukan strategi diversifikasi produk kerajinan anyaman bambu. Selain itu pemasaran dari kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur walaupun masih menggunakan cara *offline* tetapi penjualan produk kerajinan anyaman bambu semakin meluas ke berbagai daerah seperti, Tegal, Pekalongan, Jakarta dan Semarang.

B. Saran

1. Diharapkan produk kerajinan anyaman bambu tidak hanya dipasarkan dari pasar ke pasar maupun *offline* tetapi juga para pengrajin harus belajar memasarkan produk melalui media *online* yang jangkauan pasarnya seluruh Indonesia bahkan bisa sampai ke Luar Negeri.
2. Peningkatan kualitas dari kerajinan anyamn bambu perlu ditingkatan agar konsumen lebih percaya dengan produk yang dihasilkan oleh penbrajin anyaman bambu Desa Cibuyur Kecamatan Warungpring Kabupaten Pemalang berkualitas baik.

3. Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai bahan pertimbangan untuk memperdalam penelitian selanjutnya dengan jenis variabel yang berbeda tidak hanya diversifikasi kosentris saja melainkan diversifikasi horizontal maupun diversifikasi konglemerat.



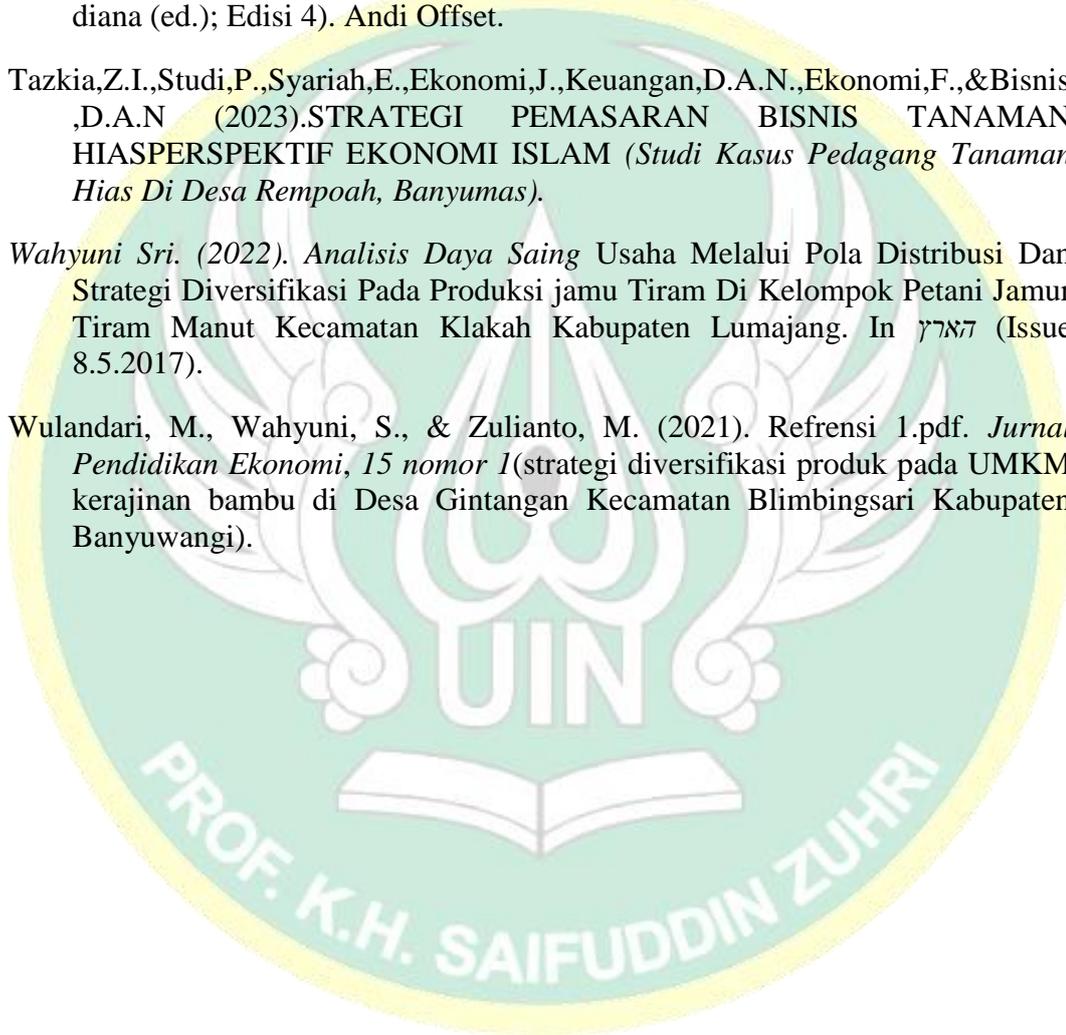
DAFTAR PUSTAKA

- Adindo, A. W. (2021). *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*. CV BUDI UTAMA.
- Arifudin, O., Tanjung, R., & Sofyan, Y. (2020). Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi. *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*, 177.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- Delmayuni, A., Hubeis, M., & Cahyadi, E. R. (2017). Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm Pangan Di Palembang. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 11(1), 97–122. <https://doi.org/10.30908/bilp.v11i1.43>
- Dr.Sandu Siyoto, SKM., M. K. & M. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian.pdf* (p. 145).
- Effendi, Nur Ika, Mulyana, M., & Apriyani, A. (2022). *Strategi Pemasaran* (D. E. Putri (ed.); Cetakan 1).
- Ernawati. (2020). Pengaruh Produktivitas Dan Inovasi Terhadap Daya Saing Ojek Pangkalan Di Kabupaten Ponorogo. In *Pelaksanaan Pekerjaan Galian Diversion Tunnel Dengan Metode Blasting Pada Proyek Pembangunan Bendungan Leuwikeris Paket 3, Kabupaten Ciamis Dan Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat* (Vol. 1, Issue 11150331000034).
- Fauziah, Z. (2019). *Analisis Faktor Yang Mendorong Diversifikasi Produk: Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Konveksi Kota Malang*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/15528>
- Fibriyanti, Y. V., Zulyanti, N. R., & Alfiani, A. (2021). Pengembangan Umkm Kerajinan Anyaman Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Sumberjo Kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 612–616. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i3.11584>
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Stategy). *Manajemen Pemasaran*, 336.
- Fitriyah, D. (2020). *Analisis Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Kualitas Penjualan Produk (Studi Kasus UD Akar Dewa Jati Kabupaten Situbondo)*

(Issue July). UIN K.H.Achmad Siddiq Jember.

- Handayani, A., & Sarwono, A. E. (2021). Buku Ajar Manajemen Strategis. In *UNISRI Press*.
- Hermawan, L. (2015). Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk? *Jurnal Studi Manajemen*, 9(2), 143–153.
- Jurnal, C. :, Manajemen, I., & Irawan, D. (2020). Dandan Irawan«« Peningkatan Daya Saing Usaha«« 103 Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha. *Dandan Irawan«« Peningkatan Daya Saing Usaha«« 103 Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil Dan Menengah Melalui Jaringan Usaha*, X(2), 103–116.
- Makmur, H. E., Ramadhanto, M. F., Akbar, M., Agoestyowati, R., Studi, P., & Bisnis, A. (2022). 2597-6934-1-Sm. 2(5), 654–660.
- Nurjana, A. (2020). “Usaha Kerajinan Bambu Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Usaha Kerajinan Bambu di Desa Jatimulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)”. In *Suparyanto dan Rosad (2015)* (Vol. 5, Issue 3).
- Oktavianti, S. (2019). Analisis Tingkat Kualitas Produk dan Tingkat Pelayanan Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Palembang Trade Centre. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(4), 203–211. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v16i4.7666>
- Pratiwi, I. D. (2019). *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Melalui Marketing Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pusat Layanan Usaha Terpadu dan Pelaku Industri Kerajinan Tapis di Bandar Lampung)*.
- Rifai, A. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*.
- Rusdi, L. H., Soeprayogi, H., & Mesra, M. (2020). Kerajinan Anyaman Bambu Di Sanggar Kreatif “Bunga Matahari” Kelurahan Rambung Barat Kecamatan Binjai Selatan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(1), 133–140. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i1.216>
- Saputra, taufik aris, Kunaifi, A., & Azizah, S. (2018). Strategi Bersaing : Batik Malangan Konvensional Melalui Diversifikasi Produk Batik Kombinasi Pada Ukm Kelurahan Merjosari Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(1), 11–23. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i1.23>
- Siswati, E., Pudjowati, J., & Ardana, A. (2022). Analisis Diversifikasi Produk Tahu Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 10(2).

- Soedarto Teguh. (2022). *Daya Saing & Bisnis Pangan* (Cetakan Pe). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sugiyono, 2019. "*Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*", Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian yang bersifat :eksploratif, interaktif dan konstruktif* (Sofia Yustiani Suryandari (ed.); Edisi ke 3). Alfabeta CV.
- Tjiptono, F. (2019). *STRATEGI PEMASARAN prinsip dan penerapan* (anastasia diana (ed.); Edisi 4). Andi Offset.
- Tazkia, Z.I., Studi, P., Syariah, E., Ekonomi, J., Keuangan, D.A.N., Ekonomi, F., & Bisnis, D.A.N (2023). STRATEGI PEMASARAN BISNIS TANAMAN HIAS PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (*Studi Kasus Pedagang Tanaman Hias Di Desa Rempoah, Banyumas*).
- Wahyuni Sri. (2022). *Analisis Daya Saing Usaha Melalui Pola Distribusi Dan Strategi Diversifikasi Pada Produksi jamu Tiram Di Kelompok Petani Jamur Tiram Manut Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang*. In $\gamma\tau\delta\eta$ (Issue 8.5.2017).
- Wulandari, M., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2021). Refrensi 1.pdf. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, 15 nomor 1* (strategi diversifikasi produk pada UMKM kerajinan bambu di Desa Gintangan Kecamatan Blimbingsari Kabupaten Banyuwangi).



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara

A. Daftar Pertanyaan Wawancara Pengrajin dan tengkulak (pemekcer) Kerajinan Anyaman Bambu.

1. Kapan usaha kerajinan anyaman bambu dimulai ?
2. Bagaimana mendapat ilmu tentang kerajinan anyaman bambu ?
3. Produk apa saja yang dihasilkan ?
4. Bagaimana pemasaran dari kerajinan anyaman bambu?
5. Bagaimana meningkatkan usaha kerajinan anyaman bambu agar bisa bersaing ?
6. Awal mula melakukan strategi diversifikasi produk ?
7. Apa tujuan adanya penerapan strategi diversifikasi produk pada usaha anyaman bambu ?
8. Produk apa saja yang diversifikasi ?
9. Bagaimana pengaruh diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu ?
10. Lebih laku mana kerajinan anyaman bambu yang baru dengan kerajinan anyaman bambu yang lama ?
11. Berapa omset yang dihasilkan pengrajin dan tengkulak sebelum dan sesudah melakukan strategi Diversifikasi produk pada kerajinan anyaman bambu desa Cibuyur?
12. Kendala apa saja yang dialami oleh pengrajin anyaman bambu ?
13. Apakah harga yang dipatok pada kerajinan bisa bersaing dipasaran ?
14. Produk kerajinan anyaman bambu yang unik seperti apa ?
15. Bagaimana kualitas kerajinan anyaman bambu yang diproduksi ?

B. Daftar Pertanyaan Wawancara Pengecer Kerajinan Anyaman Bambu ?

1. Kapan mulai memasarkan produk kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur ?
2. Produk apa saja yang dipasarkan sebelum berkembang ?
3. Seberapa besar tingkat persaingan usaha kerajinan anyaman bambu di pasaran ?
4. Dimana kerajinan anyaman bambu dipasarkan ?
5. Bagaimana awal mula pemasaran dari produk kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur ?
6. Bagaimana proses diversifikasi produk yang diterapkan ?
7. Produk apa saja yang dipasarkan setelah menerapkan strategi diversifikasi produk?
8. Pengaruh diversifikasi produk terhadap daya saing usaha ?
9. Kendala apa saja yang dialami pengecer dalam mendistribusikan kerajinan anyaman bambu ?
10. Lebih laku mana antara kerajinan anyaman bambu yang lama dengan yang baru ?

C. Daftar Pertanyaan Wawancara Konsumen Kerajinan Anyaman Bambu

1. Apa yang diketahui tentang kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur ?
2. Apa alasan anda tertarik membeli kerajinan anyaman bambu ?
3. Apa tanggapan anda tentang keanekaragaman kerajinan anyaman bambu ?
4. Bagaimana tanggapan anda dengan kualitas dari kerajinan anyaman bambu ?
5. Apa tanggapan anda tentang harga dari kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur ?
6. Apa yang membedakan kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur dengan kerajinan anyaman bambu dari daerah lain ?
7. Apa tanggapan anda tentang produk anyaman bambu sudah mampu bersaing .

HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan Pengrajin Kerajinan Anyaman Bambu

Nama Informan : Ibu Saiti
Hari, tanggal : 16 Juni 2023
Pukul : 14:30 - 15:00 WIB

- Pertanyaan : Kapan usaha kerajinan anyaman bambu dimulai ?
Jawab : Setelah saya menikah dan menetap di Desa Cibuyur
- Pertanyaan : Bagaimana mendapat ilmu tentang kerajinan anyaman bambu ?
Jawab : Ilmu anyaman bambu saya dapatkan dari Ibu saya yang mengajarkan keterampilan anyaman bambu waktu remaja dan saya kembangkan sampai sekarang.
- Pertanyaan : Produk apa saja yang dihasilkan ?
Jawab : Awal mula adanya kerajinan anyaman bambu yang dibuat yaitu Tampah, Ilir, kedo dan piti.
- Pertanyaan : Bagaimana pemasaran dari kerajinan anyaman bambu?
Jawab : Diangkut oleh pengecer
- Pertanyaan : Bagaimana meningkatkan usaha kerajinan anyaman bambu agar bisa bersaing ?
Jawab : Dengan cara mengembangkan produk anyaman bambu.
- Pertanyaan : Awal mula melakukan strategi diversifikasi produk ?
Jawab : Ada komplek dari konsumen
- Pertanyaan : Apa tujuan adanya penerapan strategi diversifikasi produk pada usaha anyaman bambu ?
Jawab : Kerajinan lebih banyak dikenal banyak orang

8. Pertanyaan :Produk apa saja yang didiversifikasai ?
Jawab : Memperbanyak ukuran tampah,piti,kedo dan membuat produk anyaman bambu yang lebih beranekaragam
9. Pertanyaan : Bagaimana pengaruh diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu ?
Jawab :Berpengaruh positif terhadap kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur yang semakin dikenal luas.
10. Pertanyaan :Lebih laku mana kerajinan anyaman bambu yang baru dengan kerajinan anyaman bambu yang lama ?
Jawab :Tingkat pertahanan produk anyaman bambu sendiri kalo dipasaran hampirimbang kisaran dari 55% untuk tingkat permintaan dari produk lama, dan presetasie tingkat permintaan produk baru yaitu 45 %. Bayaknya permintaan produk lama karena sudah mempunyai langganan diwilayah Pematang dan diluar kota yang harus menyetorkan produk kerajinan lama dalam jumlah ribuan sedangkan produk baru banyak yang minat karena dilihat dari bentuk yang menarik daya beli konsumen dan produk baru tergantung pada musim dan selera konsumen pada saat membeli.
11. Pertanyaan :Berapa omset yang dihasilkan pengrajin dan tengkulak sebelum dan sesudah melakukan strategi Diversifikasi produk pada kerajinan anyaman bambu desa Cibuyur?
Sebelum melakukan keanekaragam kisaran 500-700 ribuan dan setelah menerapkan Strategi Diversifikasi produk yaitu 1,5-2 Jutaan.
12. Pertanyaan :Apakah harga yang dipatok pada kerajinan bisa bersaing dipasaran ?
Jawab :Harga malah justru dipatok murah.
13. Pertanyaan :Produk kerajinan anyaman bambu yang unik seperti apa ?
Jawab :Produk yang uni produk yang mempunyai bentuk yang jarang ada dipasaran.

14. Pertanyaan : Bagaimana kualitas kerajinan anyaman bambu yang diproduksi ?

Jawab :Kualitas yang dihasilkan bagus yaitu dengan pemilihan bahan baku yang berkualitas.



HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan Pengrajin Kerajinan Anyaman Bambu

Nama Informan : Ibu Siti Musthoi, nah

Hari, tanggal : 16 Juni 2023

Pukul : 19:00-19:30 WIB

1. Pertanyaan : Kapan usaha kerajinan anyaman bambu dimulai ?
Jawab : Setelah pindah dari Jakarta Ke Desa Cibuyur.
2. Pertanyaan : Bagaimana mendapat ilmu tentang kerajinan anyaman bambu ?
Jawab : Diajarkan oleh suami
3. Pertanyaan : Produk apa saja yang dihasilkan ?
Jawab : Awal mula adanya kerajinan anyaman bambu yang didibuat yaitu Tampah, Ilir, kedo dan piti.
4. Pertanyaan : Bagaimana pemasaran dari kerajinan anyaman bambu?
Jawab : Dari awal kerajinan anyaman bambu yang ada di Desa Cibuyur pemasarannya dulu masih menggunakan dua cara yaitu menunggu konsumen datang sendiri dan yang kedua yaitu diajarkan oleh pengecer kecil ke daerah daerah sekitar kabupaten Pemalang dan penjualannya masih sepi. Setelah itu pada tahun 1997 salah satu pengrajin mengikuti seminar di Jakarta dan studi dibanding di Jakarta serta membawa produk kerajinan anyaman bambu di desa cibuyur untuk dikenalkan di wilayah Jakarta. Alhamdulillah di setelah melakukan seminar dan mengenalkan produk di Jakarta, bisa menampung hasil dari kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur. Jadi pengrajin anyaman bambu tidak usah mencari konsumen sendiri melainkan tinggal menyetorkan produk kerajinan ke Jakarta setiap satu bulan sekali. Selain pemasaran ke Jakarta seiring perkembangan, kerajinan anyaman mulai dikenal di wilayah luar kota seperti, pekalongan, semarang, dan tegal.

5. Pertanyaan : Bagaimana meningkatkan usaha kerajinan anyaman bambu agar bisa bersaing ?

Jawab : Dengan mengembangkan produk dari kerajinan anyaman bambu agar lebih beranekaragam.

6. Pertanyaan :Awal mula melakukan strategi diversifikasi produk?

Jawab :Dulu pernah ada pelatihan keterampilan dan studi banding kerajinan anyaman bambu di desa Cibuyur. Inti dari pelatihan dan studi banding yaitu mengenalkan macam produk kerajinan anyaman bambu dan cara membuat kerajinan anyaman bambu yang belum pernah diproduksi oleh pengrajin dan dari situlah para pengrajin mulai membuat kerajinan anyaman bambu yang beraneka ragam.

7. Pertanyaan :Apa tujuan adanya penerapan strategi diversifikasi produk pada usaha anyaman bambu ?

Jawab :Kerajinan lebih banyak dikenal banyak orang

8. Pertanyaan :Produk apa saja yang didiversifikasikan ?

Jawab :Memperbanyak ukuran tampah,piti,kedo dan membuat produk anyaman bambu yang lebih beranekaragam

9. Bagaimana pengaruh diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu ?

10. Pertanyaan :Lebih laku mana kerajinan anyaman bambu yang baru dengan kerajinan anyaman bambu yang lama ?

Jawab : lebih laku ke yang lama karena sudah mempunyai pelanggan tetap tetapi yang baru juga tak kalah lakunya.

11. Pertanyaan :Berapa omset yang dihasilkan pengrajin dan tengkulak sebelum dan sesudah melakukan strategi Diversifikasi produk pada kerajinan anyaman bambu desa Cibuyur?

Jawab :Sebelum melakukan peanekaragam kisaran 800 ribuan dan setelah menerapkan strategi Diversifikasi produk yaitu 1-2 jutaan.

12. Pertanyaan :Apakah harga yang dipatok pada kerajinan bisa bersaing dipasaran ?

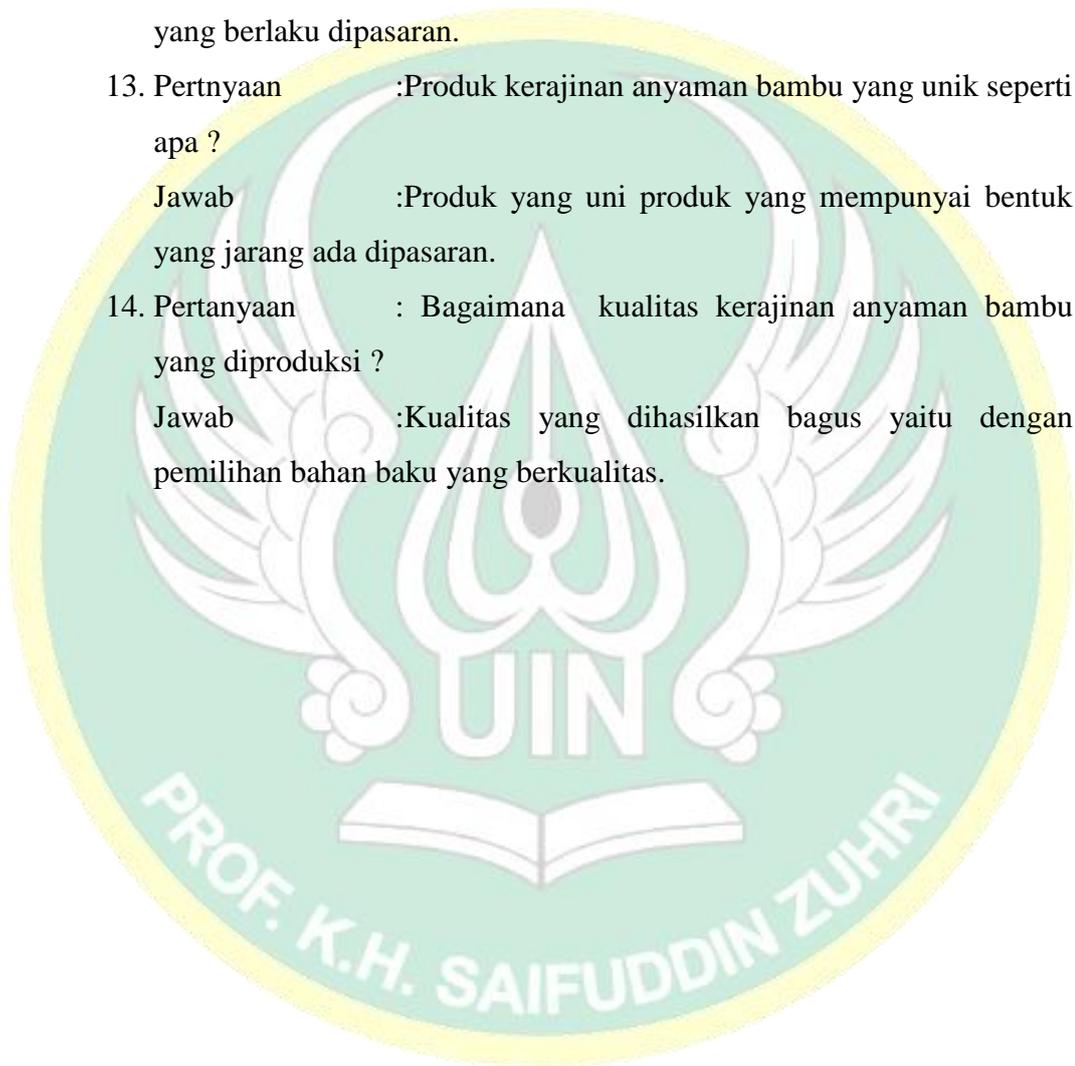
Jawab :Harga yang di tentukan sudah sesuai dengan harga yang berlaku dipasaran.

13. Pertanyaan :Produk kerajinan anyaman bambu yang unik seperti apa ?

Jawab :Produk yang uni produk yang mempunyai bentuk yang jarang ada dipasaran.

14. Pertanyaan : Bagaimana kualitas kerajinan anyaman bambu yang diproduksi ?

Jawab :Kualitas yang dihasilkan bagus yaitu dengan pemilihan bahan baku yang berkualitas.



HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan Pengrajin Kerajinan Anyaman Bambu

Nama Informan : Bapak Saryoto
Hari, tanggal : 20 Juni 2023
Pukul :19:00-19:30 WIB

1. Pertanyaan :Kapan usaha kerajinan anyaman bambu terkenal?
Jawab : anyaman bambu Desa Cibuyur mulai banyak yang tahu bahwa Desa Cibuyur penghasil kerajinan anyaman bambu dikarenakan banyaknya produk dipasaran dan sering melakukan pameran yang diadakan pihak desa dan pameran diluar kota yang terakhir ikut pameran di Jogyakarta agar produk lebih merambah tingkat Nasional bahkan Internasional.
2. Pertanyaan :Bagaimana mendapat ilmu tentang kerajinan anyaman bambu ?
Jawab : Terun-temurun
3. Pertanyaan : Produk apa saja yang dihasilkan ?
Jawab : Tampah, Ilir, kedo dan piti, gribik.
4. Pertanyaan :Bagaimana pemasaran dari kerajinan anyaman bambu?
Jawab : konsumen datang langsung dan disetorkan ke pengecer.
5. Pertanyaan : Bagaimana meningkatkan usaha kerajinan anyaman bambu agar bisa bersaing ?
Jawab : dengan mengembangkan produk dari kerajinan anyaman bam agar leboh beranekaragam.
6. Pertanyaan :Awal mula melakukan startegi diversifikasi produk?
Jawab : menyesuaikan trend dan permintaan konsumen.

7. Pertanyaan : Apa tujuan adanya penerapan strategi diversifikasi produk pada usaha anyaman bambu.

Jawab : Meningkatkan daya saing usaha melalui peningkatan pendapatan dari para pengrajin anyaman bambu.

8. Pertanyaan : Produk apa saja yang didiversifikasikan ?

Jawab : Memperbanyak ukuran tampah, piti, kedo dan membuat produk anyaman bambu yang lebih beranekaragam.

9. Bagaimana pengaruh diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu ?

10. Pertanyaan : Lebih laku mana kerajinan anyaman bambu yang baru dengan kerajinan anyaman bambu yang lama ?

Jawab : Lebih laku ke yang lama karena sudah mempunyai pelanggan tetap tetapi yang baru juga tak kalah lakunya.

11. Berapa omset yang dihasilkan pengrajin dan tengkulak sebelum dan sesudah melakukan strategi Diversifikasi produk pada kerajinan anyaman bambu desa Cibuyur?

Sebelum melakukan keanekaragaman kisaran ribuan dan setelah menerapkan strategi diversifikasi produk yaitu 1-2 jutaan.

12. Pertanyaan : Apakah harga yang dipatok pada kerajinan bisa bersaing dipasaran ?

Jawab : Harga yang di tentukan sudah sesuai dengan harga yang berlaku dipasaran.

13. Pertanyaan : Produk kerajinan anyaman bambu yang unik seperti apa ?

Jawab : Produk yang unik produk yang mempunyai bentuk yang jarang ada dipasaran.

14. Pertanyaan : Bagaimana kualitas kerajinan anyaman bambu yang diproduksi ?

Jawab : Kualitas yang dihasilkan bagus yaitu dengan pemilihan bahan baku yang berkualitas.

HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan Pengrajin Kerajinan Anyaman Bambu

Nama Informan : Ibu Taisah
Hari, tanggal : 21 Juni 2023
Pukul :13:30-14: WIB

1. Pertanyaan :Bagaimana mendapat ilmu tentang kerajinan anyaman bambu ?

Jawab : Dari Ibu saya

2. Pertanyaan : Produk apa saja yang dihasilkan ?

Jawab : Tampah, Ilir, kedo dan piti, gribik.

3. Pertanyaan :Bagaimana pemasaran dari kerajinan anyaman bambu?

Jawab : Konsumen datang langsung dan disetorkan ke pengecer.

4. Pertanyaan : Bagaimana meningkatkan usaha kerajinan anyaman bambu agar bisa bersaing ?

Jawab :Mempertahankan kualitas produk dan membuat produk selain produk sebelumnya.

5. Pertanyaan :Awal mula melakukan startegi diversifikasi produk?

Jawab :Awalnya kerajinan anyaman bambu yang ada di desa Cibuyur hanya memproduksi peralatan rumah tangga seperti tampah, piti, kedo dan ilir. Produk tersebut tidak laku keras seperti kerajinan anyaman bambu yang dibuat oleh orang Banjarnegara yang disebut tampah kidul. Hanya sedikit konsumen yang tertarik dengan produk kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur. Konsumen berpendapat produk yang dihasilkan dari pengrajin anyaman bambu Desa Cibuyur tidak beranekaragam dan tidak sesuai dengan permintaan dan kebutuhan pasar. Maka dari itu para pengrajin mulai berkembang dengan mengembangkan produk yang lebih beranekaragam.

6. Pertanyaan : Apa tujuan adanya penerapan strategi diversifikasi produk pada usaha anyaman bambu.

Jawab : Agar tidak tertinggal dengan kerajinan anyaman bambu yang sudah maju.

7. Pertanyaan : Produk apa saja yang diversifikasikan ?

Jawab : Membuat jenis baru namun masih ada kaitan dengan produk yang lama baik dari bahan bakunya dan pemasarannya.

8. Bagaimana pengaruh diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu ?

Jawab : Diversifikasi produk berpengaruh positif terhadap peningkatan kualitas dan pemasaran yang semakin luas dan penjualan yang semakin meningkat.

9. Pertanyaan : Lebih laku mana kerajinan anyaman bambu yang baru dengan kerajinan anyaman bambu yang lama ?

Jawab : Lebih laku ke yang lama karena sudah mempunyai pelanggan tetap tetapi yang baru juga tak kalah lakunya.

10. Berapa omset yang dihasilkan pengrajin dan tengkulak sebelum dan sesudah melakukan strategi Diversifikasi produk pada kerajinan anyaman bambu desa Cibuyur?

Sebelum melakukan peanekaragam kisaran 400-600 ribuan dan setelah menerapkan strategi diversifikasi produk yaitu 800 ribu-1 jutaan.

11. Pertanyaan : Apakah harga yang dipatok pada kerajinan bisa bersaing dipasaran ?

Jawab : Bersaing dipasaran malah justru anyaman bambu Desa Cibuyur terbilang murah, harga mulai dari Rp.2500,00 sampai Rp.45.000,00.

12. Pertanyaan : Produk kerajinan anyaman bambu yang unik seperti apa ?

Jawab : Dilihat dari bentuk dan bahan baku yang digunakan.

13. Pertanyaan : Bagaimana kualitas kerajinan anyaman bambu yang diproduksi ?

Jawab : Sudah cukup baik.



HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan Pengrajin Kerajinan Anyaman Bambu

Nama Informan : Ibu Marhamah

Hari, tanggal : 21 Juni 2023

Pukul :13:30-14:30 WIB

1. Pertanyaan :Bagaimana mendapat ilmu tentang kerajinan anyaman bambu ?

Jawab : Dari Ibu saya

2. Pertanyaan : Produk apa saja yang dihasilkan ?

Jawab : Tampah, Ilir, kedo dan piti, gribik.

3. Pertanyaan :Bagaimana pemasaran dari kerajinan anyaman bambu?

Jawab :Konsumen datang langsung dan disetorkan ke pengecer.

4. Pertanyaan : Bagaimana meningkatkan usaha kerajinan anyaman bambu agar bisa bersaing ?

Jawab : Memperbanyak ukuran dan jenis produk kerajinan anyaman bambu.

5. Pertanyaan :Awal mula melakukan startegi diversifikasi produk?

Jawab :Kerajinan anyaman bambu di desa Cibuyur yang awalnya memproduksi peralatan rumah tangga dengan satu ukuran saja, peminatnya ada cuma selera konsumen berubah-ubah.

Pertanyaan :Apa tujuan adanya penerapan strategi diversifikasi produk pada usaha anyaman bambu.

Jawab :Peningkatan pendapatan

6. Pertanyaan :Produk apa saja yang didiversifikasikan ?

Jawab :Penambahan ukuran tampah, kedo, piti dan ilir. Selainitu membuat produk selain tampah seperti nampah,kranjang, bobokan, reyeng, tudung saji.

7. Bagaimana pengaruh diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu ?

Jawab : Diversifikasi produk berpengaruh positif terhadap peningkatan kualitas dan pemasaran yang semakin luas dan penjualan yang semakin meningkat.

8. Pertanyaan : Lebih laku mana kerajinan anyaman bambu yang baru dengan kerajinan anyaman bambu yang lama ?

Jawab : Dari banyaknya permintaan hampirimbang dari produk baru dan produk lama.

9. Pertanyaan : Berapa omset yang dihasilkan pengrajin dan tengkulak sebelum dan sesudah melakukan strategi Diversifikasi produk pada kerajinan anyaman bambu desa Cibuyur?

Jawab : Sebelum melakukan peanekaragam kisaran 350-400 ribuan dan setelah menerapkan strategi Diversifikasi produk yaitu 700 ribu-1jutaan.

10. Pertanyaan : Apakah harga yang dipatok pada kerajinan bisa bersaing dipasaran ?

Jawab : Bersaing dipasaran malah justru anyaman bambu Desa Cibuyur terbilang murah, harga mulai dari Rp.2500,00 sampai Rp.45.000,00.

11. Pertanyaan : Produk kerajinan anyaman bambu yang unik seperti apa ?

Jawab : Dari bentuk produk kerajinan anyaman bambu.

12. Pertanyaan : Bagaimana kualitas kerajinan anyaman bambu yang diproduksi ?

Jawab : Bagus karena memilih bahan baku yang berkualitas.

HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan Pengrajin Kerajinan Anyaman Bambu

Nama Informan : Ibu Ulfah
Hari, tanggal : 21 Juni 2023
Pukul :13:30-14: WIB

1. Pertanyaan :Bagaimana mendapat ilmu tentang kerajinan anyaman bambu ?

Jawab : Dari Ibu saya dan ikut dalam pengembangan keterampilan menganyam di balaidesa.

2. Pertanyaan : Produk apa saja yang dihasilkan ?

Jawab : Tampah, Ilir, kedo dan piti, gribik.

3. Pertanyaan :Bagaimana pemasaran dari kerajinan anyaman bambu?

Jawab :Konsumen datang langsung dan disetorkan ke pengecer.

4. Pertanyaan :Bagaimana meningkatkan usaha kerajinan anyaman bambu agar bisa bersaing ?

Jawab :Mempertahankan kualitas produk dan membuat produk selain produk sebelumnya.

5. Pertanyaan :Awal mula melakukan strategi diversifikasi produk?

Jawab :Banyaknya permintaan dari konsumen untuk membuat produk selain tampah, piti, kedo dan ilir.

6. Pertanyaan :Apa tujuan adanya penerapan strategi diversifikasi produk pada usaha anyaman bambu.

Jawab :Bisa bersaing dengan produk kerajinan anyaman bambu dari daerah lain.

7. Pertanyaan :Produk apa saja yang diversifikasikan ?

Jawab :Membuat bermacam-macam ukuran tampah,piti dan kedo,ilir dan poduk lain sesuai dengan permintaan konsumen yang bermacam-macam.

8. Bagaimana pengaruh diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha pada kerajinan anyaman bambu ?

Jawab : Diversifikasi produk berepengaruh positif terhadap peningkatan kualitas dan pemasaran yang semakin luas dan penjualan yang semakin meningkat.

9. Pertanyaan :Lebih laku mana kerajinan anyaman bambu yang baru dengan kerajinan anyaman bambu yang lama ?

Jawab :Lebih laku ke yang lama karena sudah mempunyai pelanggan tetap tetapi yang baru juga tak kalah lakunya.

10. Pertanyaan :Berapa omset yang dihasilkan pengrajin dan tengkulak sebelum dan sesudah melakukan strategi diversifikasi produk pada kerajinan anyaman bambu desa Cibuyur?

Jawab : Sebelum melakukan keanekaragam kisan 500-700 ribuan dan setelah menerapkan strategi Diversifikasi produk yaitu 1,5 -2 jutaan.

11. Pertanyaan :Apakah harga yang dipatok pada kerajinan bisa bersaing dipasaran ?

Jawab :Sesui dengan haraga yang berlaku dipasaran

12. Pertanyaan :Produk kerajinan anyaman bambu yang unik seperti

Jawab :Dilihat dari bentuk dan bahan baku yang digunakan.

13. Pertanyaan :Bagaimana kualitas kerajinan anyaman bambu yang diproduksi ?

Jawab :Kualitas sudah bagus tapi perlu adanya peningkatan waktu dalam pengerjaan yang masih menggunakan alat-alat yang sederhana.

HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan Pengecer Kerajinan Anyaman Bambu

Nama informan : Ibu Casmah
Hari, tanggal : 10 Juli 2023
Pukul : 14:00-14:45 WIB.

1. Pertanyaan :Kapan mulai memasarkan produk kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur ?
Jawab : Mulai tahun 2009
2. Pertanyaan :Produk apa saja yang dipasarkan sebelum berkembang ?
Jawab :Tampah,piti, kedo dan ilir serta geribig yang masih satu ukuran saja dan peminatnya masih sedikit.
3. Pertanyaan :Seberapa besar tingkat persaingan usaha kerajinan anyaman bambu di pasaran ?
Jawab :Persaingan cukup ketat dipasaran.
4. Pertanyaan :Dimana kerajinan anyaman bambu dipasarkan ?
Jawab : Keliling desa ke desa dan menyetorkan ke ruko-ruko yang menjual perabotan yang ada dipasar Randudongkal, Moga dan Bantarbolang.
5. Pertanyaan :Bagaimana awal mula pemasaran dari produk kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur ?
Jawab : Sesuai Dengan reques dari konsumen.
6. Pertanyaan :Bagaimana proses diversifikasi produk yang diterapkan pengecer ?
Jawab :Menjual produk yang bermacam jenis dan ukuran.
7. Pertanyaan :Produk apa saja yang dipasarkan setelah menerapkan strategi diversifikasi produk ?
Jawab :Beragam macam ukuran tampah,kedo,piti dari ukuran yang kecil sampai yang besar. Selain itu memasarkan produk

lain seperti keranjang, bobokan, tudungsaji, rantam dan masih banyak lagi.

8. Pertanyaan :Bagaimana pengaruh penerapan strategi diversifikasi produk terhadap daya saing usaha ?

Jawab :Hasil dari kerajinan yang bambu Desa Cibuyur yang mempunyai berbagai macam ukuran dan jenis produk sudah mulai jual ke Jakarta dari tahun 2018 dengan jumlah ribuan setiap bulannya dan omzet penjualan mulai meningkat setelah melakukan keanekaragaman produk anyaman bambu konsumen.

9. Pertanyaan :Lebih laku mana antara kerajinan anyaman bambu yang lama dengan yang baru ?

Jawab : Kalau keliling leboh laku tampahnya yang memiliki berbagaimacam ukuran dan kalo dipasaran imbang pemasaran produk lama dengan produk yang baru.

10. Pertanyaan :Berapa omset yang dihasilkan sebelum melakukan strategi diversifikasi produk dan setelah melakukan diversifikasi produk?

Jawab :Sebelum melakukan peanekaragam kisaran 600-850 ribuan dan setelah menerapkan strategi Diversifikasi produk yaitu 1-1,5 jutaan.

11. Pertanyaan :Bagaimana kualitas dari kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur?

Jawab :Kualitas produk sudah sepadan dengan produk dari pengrajin anyaman bambu daerah lain.

HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan Pengecer Kerajinan Anyaman Bambu

Nama informan : Ibu Kasriah
Hari, tanggal : 11 Juli 2023
Pukul : 06:00-06:30 WIB.

1. Pertanyaan : Kapan mulai memasarkan produk kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur ?
Jawab : Tahun 2018
2. Pertanyaan : Produk apa saja yang dipasarkan sebelum berkembang ?
Jawab : Tampah, ilir, piti, dan kedo.
3. Pertanyaan : Seberapa besar tingkat persaingan usaha kerajinan anyaman bambu di pasaran ?
Jawab : Persingan cukup ketat.
4. Pertanyaan : Dimana kerajinan anyaman bambu dipasarkan ?
Jawab : Wilayah Pemalang dan sekarang sudah bisa merambah ke luar Kabupaten Pemalang.
5. Pertanyaan : Bagaimana awal mula pemasaran dari produk kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur ?
Jawab : Menyetorkan ke pedagang ikan asap dan toko perabotan yang ada dipasar sekitar Kabupaten Pemalang.
6. Pertanyaan : Bagaimana proses diversifikasi produk yang diterapkan ?
Jawab : Para pengrajin yang ada di Desa Cibuyur melakukan pengembangan produk tersebut dengan tujuan untuk memenuhi permintaan konsumen yang sering berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga para pengrajin berinisiatif untuk membuat produk dengan berbagai macam ukuran agar permintaan konsumen terpenuhi.

7. Pertanyaan :Produk apa saja yang dipasarkan setelah menerapkan strategi diversifikasi produk ?

Jawab :Bermacam-macam ukuran tampah, kedo, piti dari ukuran yang kecil sampai yang besar. Selain itu memasarkan produk lain seperti keranjang, bobokan, tudungsaji, rantam dan masih banyak lagi.

8. Pertanyaan :Pengaruh diversifikasi produk terhadap daya saing usaha ?

Jawab :Produk kerajinan anyaman bambu sendiri setelah melakukan keanekaragam produk dan produk yang terjual lebih banyak dan pemasarannya lebih meluas ke luar daerah Pematang.

9. Pertanyaan :Lebih laku mana antara kerajinan anyaman bambu yang lama dengan yang baru ?

Jawab : lebih laku yang laam karena pelanggan sudah banyak tapi produk yang baru juga laku dan banyak peminatnya beda tipis dengan prduk yang lama.

10. Pertanyaan :Berapa omset yang dihasilkan sebelum melakukan strategi diversifikasi produk dan setelah melakukan diversifikasi produk?

Jawab : Sebelum melakukan peanekaragam kisaran 1,5-2 juta dan setelah menerapkan strategi diversifikasi produk yaitu 3-5 jutaan.

11. Pertanyaan :Bagaimana kualitas dari kerajinan anyaman bambu Desa Cibuyur?

Jawab : kualitas produk sudah baik.

Lampiran 2

Dokumentasi Penelitian



Proses pembuatan anyaman bambu



Wawancara konsumen anyaman bambu Desa Cibuyur



Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

Nama : Siti Nurindah Marfuah
Nim : 1917201181
Tempat, Tanggal Lahir : Pematang, 20 Juni 2000
Alamat : Rt 45 Rw 006, Desa CibuyurWarungprin,
Pematang
Motto Hidup : Lakukan apa yang ingin kamu lakukan
No Hp : 085328681025
Orang Tua : Bapak Saryoto dan Ibu Siti Mustho'inah

B. Riwayat Pendidikan

SD Negeri 02 Cibuyur (2007-2013)
SMP Negeri 3 Randudongkal (2013-2016)
SMA Negeri 1 Randudongkal (2016-2019)

C. Riwayat Organisasi

Anggota KSEI (2020-2021)
Anggota IMP (ikatan mahasiswa Pematang) 2021-2022

