

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Upaya Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Kripik Singkong Cap “Menara”

Setiap pelaku usaha maupun bisnis selalu menghendaki adanya suatu inovasi dan pengembangan terhadap produknya dengan adanya inovasi atau pengembangan produk tersebut dapat meningkatkan volume penjualan yang akan membawa suatu usaha tetap bertahan dan terus berkembang. Usaha kripik singkong cap “Menara” juga melakukan pengembangan produk untuk meningkatkan penjualannya. Dengan adanya pengembangan produk yang dilakukan oleh pemilik usaha kripik singkong cap “Menara” ini maka akan memberikan keuntungan yang lebih banyak dari sebelumnya.

Seperti yang telah diungkapkan oleh Bu Aris selaku pemilik usaha kripik singkong cap “Menara” sesuai pertanyaan peneliti tentang apakah usaha kripik singkong cap “Menara” juga melakukan pengembangan produk. Bu Aris mengatakan:

“ya terus mba, karena itu kan suatu hal terpenting ya kalau bagi saya dalam menjalankan suatu usaha, gimana caranya supaya pembeli saya itu tetap membeli di saya dan saya pikir itu adalah salah satu caranya, entah nanti hasilnya akan sangat memuaskan atau tidak yang paling penting bagi saya adalah melakukan semaksimal mungkin supaya pelanggan saya tidak lari dan salah satu caranya dengan tetap memperbaiki produk kripik singkong saya”.⁷⁷

⁷⁷ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 08.30 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

Pertanyaan yang sama juga diajukan kepada Bu Yuni selaku karyawan di usaha kripik singkong cap "Menara". Bu Yuni mengatakan:

"menurut saya itu tetap dilakukan oleh Bu Aris mbak, kan say bekerja disini juga sudah lumayan lama. Biasanya kalau Bu Aris mau bikin kripik singkong selalu dicicipi dulu minta pendapat ke karyawan atau tetangga sekitar, nanti kan pasti diberi masukan sudah pas atau belum atau bila masih ada yang belum pas nanti pas diberi masukan, itukan juga sudah termasuk proses mengembangkan produk".⁷⁸

Bu Qonik juga selaku karyawan di kripik singkong cap "Menara" mengatakan:

"pengembangan produk tetap dilakukan oleh Bu Aris mbak, karena semua usaha kan pasti menginginkan keuntungan yang besar dan salah satu upaya untuk mendapat keuntungan ya dengan terus memperbaiki dan melakukan pengembangan produk".⁷⁹

Bu Ririn selaku konsumen tetap di kripik singkong cap "Menara" juga mengatakan:

"mungkin tetap melakukan pengembangan produk mbak, karena say sendiri hanya membeli jadi kurang terlalu mengerti juga, kan pengembangan produk itu supaya usaha tetap berjalan mbak jadi menurut saya beliau juga tetap melakukan pengembangan produk".⁸⁰

Dari pemaparan pihak-pihak tersebut bisa diketahui apabila usaha kripik singkong cap "Menara" juga terus melakukan inovasi atau pengembangan terhadap produknya. Pengembangan produk dilakukan oleh Bu Aris supaya konsumen tetap berlangganan produk di tempat beliau juga diharapkan untuk mendapat keuntungan yang lebih besar.

⁷⁸ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap "menara"

⁷⁹ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 11.00 WIB di usaha kripik singkong cap "menara"

⁸⁰ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 15.00 WIB di rumah Bu Ririn

Dalam melakukan proses pengembangan produk terdapat beberapa upaya atau langkah-langkah yang terdiri dari gagasan produk, penyaringan, pengujian konsep, analisis bisnis, pengembangan prototipe, pengujian produk atau uji pemasaran dan komersialisasi. Dalam pengembangan produk sangat diperlukan adanya upaya pengembangan untuk melancarkan proses pengembangan produk baru. Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bu Aris selaku pemilik usaha kripik singkong cap "Menara" bahwa dalam pengembangan suatu produk dimulai dengan pencarian gagasan atau ide bagi usaha kripik singkong cap "Menara":

"Gagasan produk dikeluarkan untuk produk-produk baru yang akan dikeluarkan. Biasanya gagasan produk ini saya sendiri yang melakukan mbak bersama dengan suami dan 2 orang karyawan saya, kita mulai rembukan atau istilahnya musyawarah dengan sama-sama mencari ide kira-kira produk baru yang bagaimana yang nantinya juga banyak diminati pelanggan. Setelah itu saya survei ke pasar-pasar, saya dulu kan sebelum membuka usaha ini menjual sayur di pasar Bendorejo saya survei kira-kira jajanan apa yang belum ada dan nantinya akan banyak diminati. Lalu saya kefikiran kalau kakak ipar saya yang rumahnya Trenggalek kota memproduksi kripik singkong dan kebetulan kripik singkong di pasar Bendorejo sendiri belum ada, jadi saya ambil dari kakak ipar saya dulu, pertama saya ambil 5 kg lalu saya kemas sendiri".⁸¹

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bu Yuni selaku karyawan di kripik singkong cap "Menara":

"untuk gagasan produk biasanya kami diajak rembukan untuk menentukan ide-ide produk baru yang akan dibuat. Kami selalu memikirkan bareng-bareng, untuk pencarian referensi produk baru, Bu Aris survei dulu ke pasar yang dulu Bu Aris tempat jualan".⁸²

⁸¹ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 08.30 WIB di usaha kripik singkong cap "menara"

⁸² Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap "menara"

Bu Qonik juga selaku karyawan di usaha kripik singkong cap "Menara" juga mengatakan:

"mencari ide atau gagasan baru Bu Aris mengajak kita untuk diskus bersama, kira-kira produk apa saja yang sekiranya banyak diminati dan akan banyak laku. Selain itu, kita juga tetap mencari referensi, pencarian referensi biasanya dilakukan Bu Aris di pasar, kira-kira apa yang belum ada di pasar tempat beliau dulu jualan".⁸³

Dari pernyataan yang sudah di ungkapkan oleh pemilik dan karyawan di usaha kripik singkong cap "Menara" timbul pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada konsumen kripik singkong cap "Menara" tentang gagasan produk di kripik singkong cap "Menara". Bu Ririn selaku konsumen mengatakan:

"Saya kurang paham ya mbak, karena saya kan cuma pembeli yang kasarnya menikmati hasil akhir saja, walaupun tanya-tanya soal ide-ide produk saya sungkan karena biasanya itu kan rahasia penjual, jadi saya rasa agak kurang sopan apabila pembeli bertanya-tanya".⁸⁴

Dari pernyataan-pernyataan yang sudah disampaikan di atas, dapat disimpulkan bahwa penentuan gagasan produk di kripik singkong cap "Menara" Bu Aris selaku pemilik melakukan musyawarah atau rembukan bersama dengan suami dan dua karyawannya. Setelah itu Bu Aris mencari referensi atau ide dengan cara survei langsung ke pasar kira-kira produk jajanan apa yang belum ada di pasar khususnya di pasar Bendorejo.

Pencarian referensi kripik singkong cap "Menara" di luar dari sebuah inovasi produk yang dilakukan oleh Bu Aris selaku pemilik juga akan menambah suatu ide gagasan dari usaha ini. Pencarian referensi akan

⁸³ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 11.00 WIB di usaha kripik singkong cap "menara"

⁸⁴ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 15.00 WIB di rumah Bu Ririn

memberikan inspirasi untuk pemilik menemukan ide sebagus-bagusnya untuk usaha kripik singkong cap “Menara”.

Melalui pencarian referensi tentunya masih mempunyai kekurangan ide. Karena untuk mendapatkan atau mencari sebuah ide yang bagus dirasa masih belum cukup. Dari banyaknya gagasan sebuah produk, akan memerlukan penyaringan ide atau gagasan. Penyaringan ide atau gagasan digunakan untuk menghilangkan gagasan yang mungkin dirasa tidak perlu. Mana yang lebih cocok dari gagasan yang sudah dibuat tadi. Seperti yang telah diungkapkan oleh Bu Aris:

“proses penyaringan ide itu pasti ada ya mbak. Upaya penyaringan id kan dibuat untuk menghilangkan gagasan atau ide produk yang dirasa kurang perlu, karena apabila nanti kebanyakan ide-ide biasanya malah sulit untuk terealisasikan, pencetusan ide yang sudah kita diskusikan nantinya akan disaring dan dipilih kiranya yang pas dan sesuai dengan kita dan juga pelanggan, tentunya juga dari cita rasanya dulu, bagi kami penyaringan ide ini sangat penting. Biasanya kita juga mencari referensi dari toko-toko produksi kripik singkong yang lain tapi terkadang juga mencari referensi tentang rasa melalui internet. Semua pemikiran ini nantinya akan dipilih mana yang sekiranya sesuai dan tepat untuk memunculkan produk kami. Jika penyaringan ini nantinya dilakukan dengan baik, maka akan memunculkan produk baru yang berkualitas juga”.⁸⁵

Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Bu Yuni dan Bu Qonik selaku karyawan di kripik singkong cap “Menara”:

Bu Yuni mengatakan:

“iya benar, dari gagasan-gagasan ide yang sudah dituang tersebut nantinya akan dipilih kiranya ide yang paling sesuai dan paling bagus agar nanti bisa kita buat untuk usaha ini. Dari situ kami juga harus benar-benar menyaring gagasan-gagasan ide yang sudah kami buat”.⁸⁶

⁸⁵ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 08.30 WIB di usaha kripik singkong cap “menara”

⁸⁶ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap “menara”

Bu Qonik juga mengatakan:

"iya mbak, dari ide-ide hasil rembukan kita tadi lalu dipilih mana yang sekiranya cocok dan bagus untuk dijadikan pembuatan produk baru, karena kalau dari gagasan maksimal bisa dipastikan nanti juga akan menghasilkan produk yang berkualitas juga yang diharapkan bisa memberikan hal yang lebih baik untuk usaha ini".⁸⁷

Kemudian timbul pertanyaan dari peneliti kepada konsumen kripik singkong cap "Menara". B Ririn selaku konsumen juga mengatakan:

"saya kurang tahu tapi kemungkinan setiap usaha itu pasti juga ada penyaringan ide karena kan ga mungkin semua ide akan dipakai pasti akan dipilih mana yang kiranya bagus dan sesuai, soalnya kalau semua ide digunakan nanti pasti juga akan memakan banyak waktu dan biaya".⁸⁸

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa setelah pencetus gagasan-gagasan produk, maka diperlukan proses penyaringan. Proses penyaringan dilakukan untuk menyaring ide-ide yang sudah ditentukan untuk dipilih kemudian ditentukan ide yang paling sesuai untuk proses pengembangan produk. Penyaringan ide produk dilakukan supaya nantinya ide untuk pembuatan produk dapat tercipta produk yang berkualitas baik.

Upaya penyaringan ide atau gagasan ini dilakukan secara bersama-sama oleh pemilik usaha kripik singkong cap "Menara" dan juga oleh karyawannya. Penyaringan ini adalah suatu penentu untuk kemunculan suatu produk. Setelah adanya proses penyaringan maka tahap selanjutnya adalah pengujian konsep dan dilanjutkan dengan mengembangkan konsep

⁸⁷ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 11.00 WIB di usaha kripik singkong cap "menara"

⁸⁸ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 15.00 WIB di rumah Bu Ririn

produk tersebut. Dari berbagai konsep yang sudah ada lalu dilakukan pengujian yang pada akhirnya akan dipilih konsep produk yang paling tepat dan sesuai. Seperti yang sudah dikatakan oleh Bu Aris:

“pengujian konsep produk yang nanti akan dibuat dan diperjual belikan pada awalnya kami melakukan riset pasar dulu, atau kita bagi-bagi ke tetangga sekitar, setelah itu saya bawa ke pasar membawa sampel atau konsep produk kita dan mendatangi pedagang di pasar untuk melihat secara langsung respon konsumen, ada tiga pasar yang saya kunjungi. Pasar Bendorejo, pasar Gandusari, dan pasar Bandung Tulungagung. Saya berikan sampel dari produk kami, selain itu saya juga berikan ke 6 toko kelontong dan 20 pedagang sayur keliling juga mendatangi rumah konsumen atau reseller kami. Nanti kalau ada teman atau siapa yang datang kemari pasti juga saya minta untuk mencicipi. Selain itu, saya juga ada perbandingan dari produksi yang lain berupa kripik singkong untuk saya buat pertimbangan kira-kira apa yang masih kurang dari produk saya”.⁸⁹

Setelah memperoleh pernyataan dari pemilik, maka timbul pertanyaan peneliti kepada karyawan usaha kripik singkong cap “Menara” Bu Yuni dan Bu Qonik selaku karyawan di usaha kripik singkong cap “Menara” mengatakan:

“biasanya uji konsep dilakuka dengan cara mendatangi dan memberikan sampel produk kepada penjual di pasar, ada 3 pasar, juga dibagikan kepada 20 pedagang sayur dan 6 toko kelontong. Dan kalau ada pelanggan datang atau tetangga sekitar pasti diminta untuk mencicipi. Selain itu, juga melihat secara langsung respon konsumen dan pedagang di pasar bagaimana, akan tetapi sejauh ini alhamdulillah produk sudah diterima dan menjadi pelanggan tetap disini”.⁹⁰

Bu Qonik juga mengatakan:

“Bu Ari datang dan membawa contoh produk ke pasar mbak, dibagikan kepada pedagang-pedagang di pasar dan melihat langsung respon konsumen. Ada tiga pasar sasaran Bu Aris setahu saya pasar

⁸⁹ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 08.30 WIB di usaha kripik singkong cap “menara”

⁹⁰ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap “menara”

Bendorejo, pasar Gandusari, dan Pasar Bandung. Selain di pasar beliau juga membagikan kepada 20 pedagang sayur keliling dan 6 pemilik toko kelontong, dan beliau juga mendatangi rumah konsumen yang biasanya menjadi reseller”.⁹¹

Dari pernyataan pemilik dan karyawan di usaha kripik singkong cap “Menara”, selanjutnya timbul pertanyaan peneliti kepada konsumen tentang pengujian konsep yang dilakukan usaha kripik singkong cap “Menara” untuk mengembangkan produknya. Bu Ririn selaku konsume mengatakan:

“kalau untuk konsep pertama Bu Aris menawarkan ke saya melalui whatsapp, kan dahulu Bu Aris belum produksi sendiri kan mbak kripik singkongnya. Setelah Bu Aris buat kripik sendiri beliau memberitahu saya di whatsapp dan datang kemari membawa konsep produk yang sudah beliau buat”.⁹²

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa pengujian konsep untuk pengembangan produk di usaha kripik singkong “Menara” dilakukan dengan cara mendatangi pasar dan membagikan kepada pedagang di pasar sekaligus untuk melihat respon konsumen. Ada 3 pasar target sasaran Bu Aris yaitu pasar Bendorejo, pasar Bandung, dan pasar Gandusari. Selain itu, Bu Aris selaku pemlik juga melakukan uji konsep dengan cara membagikan kepada 20 pedagang sayur keliling dan 6 toko kelontong. Bu Aris juga mendatangi rumah konsumen untuk pengujian konsep produknya.

Untuk melakukan pengujian konsep dipastikan usaha kripik singkong cap “Menara” harus memiliki konsep yang bagus. Baik burukny

⁹¹ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 11.00 WIB di usaha kripik singkong cap “menara”

⁹² Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 15.00 WIB di rumah Bu Ririn

suatu konsep berasal dari gagasan produk yang menarik. Apabila suatu gagasan produk kurang menarik, maka konsep yang tercipta pun juga tidak akan begitu diminati oleh konsumen. Jadi, pencarian ide gagasan sangat mempengaruhi tahapan selanjutnya dari proses pengembangan produk. Pada pengujian konsep ini, belum bisa terwujud yang nyata akan sebuah produk dan masih diperlukan adanya suatu analisis bisnis.

Melalui opini atau pendapat orang terdekat dan dengan cara mengevaluasi usulan cara membuat suatu perkiraan tentang tingkat penjualan, biaya produksi, keuntungan yang diharapkan sesuai dengan sasaran perubahan. Analisis usaha biasanya selalu berubah-ubah dalam melakukan perbaikan, apabila didapatkan informasi yang baru, sehingga perkiraan yang dibuat semakin mendekati kebenaran. Adapun tujuan analisis bisnis adalah untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai dampak finansial yang bisa diperoleh dengan cara memperkenalkan produk baru.

Seperti yang diungkapkan oleh Bu Aris:

“untuk menganalisis suatu produk baru tentunya kita awali dengan pengujian konsep, pengujian konsep sebelumnya diperoleh dari para konsumen atau pelanggan. Nantinya ketika memasarkan produk yang sudah kami buat. Dari penilaian dan pendapat dari para pelanggan atau konsumen nantinya kami bisa membuat perkiraan tentang biaya produksi, penjualan bahkan keuntungan yang didapat setelah produk jadi”.⁹³

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bu Yuni selaku karyawan di usaha kripik singkong cap “Menara”:

⁹³ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 08.30 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

“ya dari itu tadi mbak, kan ada pengujian konsep itu yang dari pelanggan, kalau responnya baik ya berarti produk siap untuk dipasarkan, selain itu kami juga menanyakan kepada pelanggan tentang konsep atau produk yang akan dibuat, dari situ kita bisa lihat respon pembeli kan mbak apabila bagus nantinya akan bisa dilakukan analisis bisnis”.⁹⁴

Pertanyaan yang sama juga diajukan kepada Bu Qonik, beliau mengatakan:

“untuk analisis bisnis saya kurang paham ya mbak, tapi setahu saya analisis bisnis dilihat dari respon pelanggan, apabila pendapatnya baik dari situ kemungkinan bisa untuk dilakukan dengan analisis bisnis”.⁹⁵

Dari pernyataan-pernyataan di atas timbul pertanyaan kepada konsumen usaha kripik singkong cap “Menara”. Bu Ririn mengatakan:

“kalau untuk masalah itu saya kurang begitu paham ya mbak analisis bisnis seperti apa, kemungkinan ya dihitung dari biaya produksi terus penjualan dan keuntungan yang diperoleh, dari situ nanti mungkin bisa dilakukan analisis bisnis kira-kira baik atau tidak, rugi atau untung”.⁹⁶

Dari pernyataan-pernyataan yang sudah disampaikan di atas dapat disimpulkan bahwa analisis bisnis dilakukan dengan melihat respon pelanggan terlebih dahulu, apabila respon pelanggan baik maka otomatis produk bisa dipasarkan. Selain itu, untuk adanya produk baru Bu Aris juga selalu meminta penilaian kepada pelanggan kira-kira produk barunya akan diterima atau tidak.

Hasil produk yang bagus yang sudah melalui analisis bisnis akan digunakan untuk membandingkan antara produk usaha kripik singkong cap

⁹⁴ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

⁹⁵ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 11.00 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

⁹⁶ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 15.00 WIB di rumah Bu Ririn

“Menara” dengan produk yang lain. Analisis bisnis ini nanti akan menunjukkan perbandingan biaya produksi dengan perencanaan di awal. Dari analisis bisnis ini akan dibutuhkan pengembangan prototipe.

Pengembangan prototipe adalah pemberian sampel untuk menguji kelayakan suatu produk di pasaran, sebagai bahan pertimbangan untuk dijadikan produk tetap atau hasil. Prototipe produk yaitu diketahui oleh konsumen sebagai suatu perwujudan pokok dari konsep produk yang sudah dinyatakan sebelumnya, bisa digunakan dengan aman pada kondisi normal, harus diproduksi dengan biaya yang sudah dianggarkan sebelumnya. Jadi pelaksanaan pengembangan produk baru haruslah konsisten dengan konsep awal yang sudah diuji pada tahap sebelumnya. Prototipe adalah suatu pengembangan yang cepat terhadap pengujian sebuah produk. Seperti yang sudah diungkapkan oleh Bu Aris:

“dalam pengembangan prototipe ini kami pertama-tama membuat sampel produk dan tentunya menentukan merek kemasan yang nantinya akan kami tes di pasaran, untuk nama merek kemasan yaitu kripik singkong cap “Menara”, lalu memberi kepada konsumen terkait produk yang kita bawa dan tentu tetap mengutamakan kualitas dari barang yang sudah dibawa. Soalnya kami kan juga bersaing dengan produsen yang lain, apabila produk kita bagus dan sesuai dengan konsumen maka bisa diharapkan penjualan kita bisa meningkat. Seperti yang sudah saya katakan sebelumnya untuk target ada 3 pasar yaitu Bendorejo, Bandung dan Tulungagung, selain itu ada 6 toko kelontong dan 20 pedagang sayur. Dan dengan adanya prototipe ini diharapkan nanti peningkatan penjualannya juga lebih banyak”.⁹⁷

Dari pemberian sampel produk kepada konsumen diharapkan konsumen bisa puas dengan produk yang dibuat. Selain itu, dengan adanya

⁹⁷ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 08.30 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

pengembangan prototipe ini nantinya juga diharapkan bisa menambah peningkatan jualan. Seperti yang sudah diungkapkan oleh Bu Yuni:

“dari prototipe dan dari sampel yang sudah dibuat tadi kan lal ditunjukkan ke beberapa konsumen, setelah itu konsumen nanti bisa menilai bagaimana kualitas dari produk yang sudah kita buat, baik dari segi kualitas rasa maupun kemasan, bahkan kadang keramahan atau respon penjual juga dinilai, nanti kalau respon konsumen baik dan dirasa produk yang kami produksi juga berkualitas sesuai dengan konsep dari awal dan kami sangat berharap hal ini dapat meningkatkan penjualan produk kami”.⁹⁸

Bu Qonik juga mengatakan:

“produk yang sudah diproduksi atau sampel produk diberi ke konsumen atau reseller khususnya untuk target pasar Bu Aris untuk dinilai, dan tentunya produk yang kami produksi juga sangat mengutamakan kualitas, baik soal rasa maupun kemasan”.⁹⁹

Dari pernyataan pemilik dan karyawan usaha kripik singkong cap “Menara”, timbul pertanyaan peneliti kepada konsumen. Bu Ririn selaku konsumen mengatakan:

“pengembangan prototipe yang seperti apa saya kurang begitu mengerti mbak, tapi ya seperti yang sudah saya katakan bahwa saya hanya seorang konsumen atau pelanggan jadi saya kurang begitu paham seperti apa mbak.”¹⁰⁰

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan prototipe di usaha kripik singkong cap “Menara” dilakukan dengan cara memberikan sampel produk kepada konsumen, tentunya dengan tetap mengutamakan kualitas dari produk tersebut terutama dari

⁹⁸ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

⁹⁹ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 11.00 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹⁰⁰ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 15.00 WIB di rumah Bu Ririn

soal rasa. Dengan adanya pengembangan prototipe ini diharapkan nantinya volume penjualannya akan meningkat.

Hasil dari pengembangan prototipe biasanya masih perlu dilakukan pembenahan. Pembenahan sendiri dilakukan untuk memberikan hasil yang maksimal. Untuk memperoleh hasil yang maksimal juga diperlukan adanya pengujian produk atau biasa disebut dengan uji pemasaran yang bertujuan untuk menguji suatu produk baru di lingkungan konsumen yang nyata dan mempelajarinya seberapa besar minat konsumen terhadap produk baru yang telah diproduksi. Seperti yang telah diungkapkan Bu Aris:

“biasanya uji produk di pasaran saya dan suami yang melakukan Kami mendatangi pasar dan toko-toko kelontong untuk menawarkan produk kami, kami juga menawarkan di tukang sayur keliling di sekitar rumah. Sebenarnya awal-awal kami menawarkan produk di pasar itu sedikit sulit karena kan juga ada persaingan pastinya, jadi kita harus benar-benar pandai mempromosikan dan membuat konsumen yakin akan produk kami itu kita bagikan secara cuma-cuma mbak awalnya. Kripik singkong kami kemas ke dalam kemasan 500 an sebanyak 20 kemasan untuk semua jenis rasa, dan kemasan 5000an sebanyak 10 kemasan, ada juga yang meminta kemasan kiloan untuk dibungkusi sendiri yaitu sebanyak 5kg, 7kg dan 10kg, biasanya yang kemasan kiloan itu nantinya akan dijual lagi sesuai kehendak mereka. Ada 3 pasar yang kami tuju seperti sudah saya katakan tadi yaitu pasar Bendorejo, pasar Gandusari dan pasar Bandung. Selain itu, kami juga menawarkan ke 6 toko di sekitar rumah dan 20 pedagang sayur keliling yang biasa lewat di depan rumah, ada juga konsumen saya yang khusus reseller maupun non reseller yang juga sering datang kemari, mereka juga saya beri sampel produk baru kami”.¹⁰¹

Bu Yuni juga mengatakan:

“uji produk di pasar dilakukan oleh Bu Aris dan suaminya. Bu Aris dan suaminya membawa produk kripik singkong lalu ditawarkan

¹⁰¹ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 08.30 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

dibawa ke pasar, target pasar Bu Aris itu pasar Bendorejo, pasar Gandusari dan pasar Bandung. Selain itu, ada juga beberapa toko yang ditawarkan dan dititipi. Ada pedagang sayur keliling yang biasa lewat sekitar rumah. Untuk pengemasannya ada 20 kemasan kripik singking harga 500an dan kemasan 5000an sebanyak 10 kemasan, tapi ada juga yang membeli kiloan untuk dibungkus dan dijual lagi ada yang membeli 5kg, 7kg, dan 10kg".¹⁰²

Untuk melakukan uji produk seorang produsen memang harus memiliki target yang nantinya produk yang ditawarkan bisa diterima. Oleh karena itu, seorang produsen harus mengetahui keadaan dan kondisi pasar. Minat konsumen juga sangat mempengaruhi dalam pengujian produk, seorang produsen juga harus mampu mengambil hati pelanggan keramahan dan bagusnya pelayanan maupun promosi juga sangat mempengaruhi minat beli konsumen.

Seperti yang diungkapkan Bu Qonik selaku karyawan kripik singkong cap "Menara":

"uji produk ini dilakukan dengan cara menawarkan produk yang sudah dibuat, terus ditawarkan ke beberapa penjual di pasar, ada tiga pasar yaitu pasar Bendorejo, pasar Gandusari dan pasar Bandung selain itu juga ke toko kelontong ada 6 toko target Bu Aris dan ada 20 pedagang sayur keliling, ada juga yang ngambil ke tempat Bu Aris untuk dijual lagi. Ada 20 bungkus atau kemasan dengan harga 500 per bungkus dan ada 10 kemasan kemasan dengan harga 5000 per bungkus, selain itu ada konsumen atau pelanggan yang membeli kripik singkong dengan kiloan untuk dibungkus dan dijual sendiri".¹⁰³

Dari pernyataan pemilik dan karyawan usaha kripik singkong cap "Menara" timbul pertanyaan peneliti kepada konsumen. Bu Ririn mengatakan :

¹⁰² Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

¹⁰³ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 11.00 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

“saya selalu whatsapp Bu Aris mbak untuk membeli kripik singkong, kalau saya membeli kiloan biasanya 5kg atau 7kg untuk camilan dirumah atau untuk acara selain itu disana juga ada yang kemasan 500rupiah dan 5000rupiah, karena saya sudah berlangganan disana jadi bu Aris sudah hapal. Kalau ada varian produk kripik singkong baru saya selalu dihubungi selain itu saya juga sering datang kesana jadi kalau ada produk baru atau apa pasti saya diberi tahu”¹⁰⁴

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa uji produk dilakukan Bu Aris selaku pemilik usaha kripik singkong cap “Menara” dengan cara menawarkan produknya ke pasar, ada tiga targe pasar Bu Aris yaitu pasar Bendorejo, pasar Gandusari dan pasar Bandung. Selain itu, Bu Aris juga menawarkan ke 6 toko kelontong sekitar rumah dan 20 pedagang sayur keliling. Ada juga ke beberapa konsumen yang menjadi reseller Bu Aris yaitu untuk dijual kembali. Untuk kemasannya Bu Aris mengemas dengan harga 500rupiah sebanyak 20 kemasan dan harga 5000rupiah sebanyak 10 kemasan dan untuk konsumen yang membeli kiloan yaitu sebanyak 5kg, 7kg, dan 10 kg untuk dikemas dan dijual sendiri.

Oleh karena itu untuk menawarkan produk di pasar tidaklah mudah karena tidak semua konsumen langsung bisa antusias terhadap produk camilan sejenis kripik singkong yang sudah dihasilkan. Pemberian sampel produk kripik singkong kepada pedagang secara gratis akan menambah semangat para pedagang yang lain untuk bersedia menjualkan kembali camilan ringan sejenis kripik singkong yang sudah diproduksi oleh Bu Aris. Seorang pemilik usaha harus pandai dalam mencari peluang dan

¹⁰⁴ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 15.00 WIB di rumah Bu Ririn

celah kemauan dan minat pedagang maupun konsumen. Para pedagang yang sukses menjualkan produk yang tadinya diberikan secara cuma-cuma ini suatu saat akan datang kembali dan membeli produk yang lebih banyak untuk dijual lagi, begitupun dengan seorang konsumen apabila puas dengan hasil produk yang sudah diproduksi nantinya konsumen tersebut akan kembali atau bahkan menjadi langganan tetap. Setelah tahap pengujian produk, selanjutnya perlu adanya komersialisasi.

Komersialisasi adalah tahapan penentu dan pelaksanaan strategi peluncuran suatu produk baru ke pasar. Ada 3 komponen strategi peluncuran produk baru, yaitu penentuan *timing introduksi* produk baru, pemilihan strategi merek, dan koordinasi program-program pemasaran yang mampu mendukung introduksi produk baru. Hal ini juga sudah diungkapkan oleh Bu Aris :

“untuk komersialisasi sendiri kita kapan saja, karena biasanya produksi camilan ini kan cepat habis jadi kita juga harus selalu mempersiapkan bahan baku untuk tetap produksi, kalau tidak nanti akan memberikan peluang yang lain untuk mengambil target konsumen kita. Untuk merek sendiri kami memilih kripik singkong cap “Menara” itu juga dari pemikiran saya sendiri, karena menurut saya menara itu selalu berhubungan dengan ketinggian dengan harapan usaha ini nanti juga akan semakin tinggi dan semakin sukses ke depannya. Terutama untuk sekarang dimana persaingan semakin banyak dan juga ketat, jadi kita harus pandai-pandai dalam membuat produk, perhitungan waktunya harus tepat tentunya dengan tetap mengutamakan kualitas produk tersebut. Biasanya permintaan kripik singkong paling banyak itu pada saat puasa hingga lebaran”.¹⁰⁵

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bu Yuni selaku karyawan usaha kripik singkong cap “Menara:

¹⁰⁵ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 08.30 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

"disini untuk komersialisasinya bisa kapan saja mbak, asalkan produk sudah siap ya langsung dibawa ke konsumen, setelah penentuan merek maupun kemasan produk siap untuk diluncurkan, karena persaingan yang memproduksi jenis produk sejenis juga banyak jadi harus benar-benar maksimal untuk peluncuran produk sendiri. Tapi untuk pesanan atau permintaan paling banyak terjadi pada bulan Ramadan hingga lebaran".¹⁰⁶

Bu Qonik selaku karyawan juga mengatakan:

"peluncuran produknya kapan saja mbak, asal produk sudah jadi dan siap diproduksi produk langsung dibawa ke konsumen, supaya tidak keduluan dengan produsen yang lain, jadi harus cepat-cepat diperkenalkan kepada konsumen, dan kami juga harus selalu siap untuk produksi untuk pesanan paling banyak memproduksi kripik singkong pada saat bulan puasa hingga lebaran atau hari raya mbak".¹⁰⁷

Dari pernyataan tersebut, timbul pertanyaan peneliti kepada konsumen terkait komersialisasi produk di usaha kripik singkong cap "Menara", Bu Ririn selaku konsumen mengatakan:

"saya tahu dan pesan melalui whatsapp, Bu Aris kan buat story di whatsapp darisitu saya tahu dan pesan atau saya pesan sendiri sebelumnya".¹⁰⁸

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa komersialisasi atau pemasaran produk dilakukan kapan saja, semakin cepat produk diproduksi maka akan semakin baik. Penentuan merek kemasan dan koordinasi pemasaran yang cepat dan baik juga akan membuat produk mudah laku. Oleh karena itu, Bu Aris selalu memproduksi produk tepat waktu dengan selalu menjaga kualitas produk, produk yang baik juga akan

¹⁰⁶ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

¹⁰⁷ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 11.15 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

¹⁰⁸ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 20 Juni 2021 pukul 15.00 WIB di rumah Bu Ririn

menghasilkan keuntungan yang baik. Biasanya permintaan produk paling banyak pada saat bulan Ramadhan dan lebaran.

Produk-produk yang terus dikeluarkan atau dikembangkan akan memberikan penjualan produk yang maksimal. Oleh karena itu, seorang pelaku usaha atau produsen harus mengetahui waktu dan target pasar yang tepat, karena apabila peluncuran suatu produk mengalami keterlambatan atau ketertinggalan hal ini juga akan berdampak target atau konsumen kita akan diambil oleh orang lain dan produk kita tidak laku.

Dalam melakukan pengembangan terhadap suatu produk tentunya seorang produsen atau pelaku usaha juga memerlukan biaya yang tidak sedikit, terlebih apabila hasil atau keuntungan tidak sebanding dengan biaya yang sudah kita keluarkan untuk produksi. Sama halnya dengan usaha kripik singkong cap "Menara" milik Bu Aris ini tak jaran pendapatan justru lebih kecil jika dibandingkan dengan pengeluaran, padahal Bu Aris sendiri sudah memiliki perincian anggaran biaya dalam memproduksi produk.

2. Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Kripik Singkong Cap "Menara"

Selain upaya atau tahapan-tahapan pengembangan produk, seorang pelaku usaha juga membutuhkan strategi dalam proses pengembangan produknya. Adapun tujuan dari strategi pengembangan produk adalah supaya produk yang akan dikembangkan dapat sesuai dengan kebutuhan produsen dan pelanggan yang telah ada agar tetap tertarik dengan

penawaran yang sudah diberikan, terlebih apabila produsen atau usaha tersebut mampu menarik pelanggan baru.

Usaha kripik singkong cap “Menara” milik Bu Aris juga memiliki strategi dalam proses pengembangan produknya. Salah satu strategi yang diterapkan adalah memperbaiki produk yang sudah ada. Seperti yang sudah dikatakan oleh Bu Aris:

“itu pasti ada mbak, dalam melakukan pengembangan produk harus mempunyai strategi atau cara supaya hasilnya nanti juga bisa maksimal. Salah satu strategi saya yaitu memperbaiki produk yang sudah ada, untuk kripik singkong awalnya kan masih rasa original saja, sekarang saya perbaiki dengan menambah varian rasa yaitu rasa balado pedas dan jagung manis, tentunya itu semua juga melalui proses yang tidak sebentar untuk membuat rasanya menjadi pas dan alhamdulillah banyak pelanggan yang suka, sebenarnya untuk varian rasa saya ada inovasi yaitu sambel ijo namun kemarin produksi antusiasnya hanya dalam satu kali aja mbak, setelah itu tetap yang ori, balado, pedas dan jagung manis yang banyak peminatnya”.¹⁰⁹

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan dari Bu Yuni dan Bu Qonik selaku karyawan di usaha kripik singkong cap “Menara”. Bu Yun mengatakan:

“strateginya pertama memperbaiki produk yang sudah ada mbak yaitu kripik singkong, awalnya kan kripik singkong hanya yang rasa gurih saja yaitu original sekarang sudah diperbaiki, sudah ada beberapa varian rasa kripik singkong yaitu original, balado, pedas dan jagung manis, kemarin ada varian rasa sambel ijo namun cuma ramai di awal saja”.¹¹⁰

Bu Qonik juga mengatakan:

“untuk kripik singkong sekarang sudah dibuat menjadi beberapa rasa kan mbak awalnya kan hanya ada rasa original saja sekarang sudah

¹⁰⁹ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹¹⁰ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.30 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

ada balado, pedas dan jagung manis. Sebenarnya kemarin ada satu inovasi rasa lagi yaitu rasa sambel ijo namun peminatnya hanya ramai diawal untuk selanjutnya tetap yang original, balado, pedas dan jagung manis yang laris".¹¹¹

Dari pernyataan pemilik dan karyawan usaha kripik singkong cap "Menara" selanjutnya timbul pertanyaan peneliti kepada konsume mengenai strategi pengembangan produk tentang memperbaiki produk yang usdah ada. Bu Ririn mengatakan:

"ya kan kripik singkong di Bu Aris tidak hanya original saja mbak ada beberapa rasa setahu saya balado, pedas dan jagung manis mungking itu juga menjadi salah satu strategi dalam pengembangan produk usaha beliau".¹¹²

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa usaha kripik singkong cap "Menara" menerapkan strategi memperbaiki produ yang sudah ada, yaitu kripik singkong yang hanya ada rasa original namun sekarang Bu Aris terus melakukan inovasi dengan menambah varian rasa kripik singkong yaitu rasa balado, pedas dan jagung manis. Sebenarnya ada inovasi rasa lagi yaitu sambel ijo namun peminatnya hanya banyak di awal saja.

Dalam menetapkan harga produk, seorang pelaku usaha harus mengetahui dengan baik perhitungan dari tiap-tiap produk, menghitung mulai dari biaya produksi hingga ke penjualan apakah mengalami keuntungan atau kerugian. Selain itu, seorang produsen juga harus

¹¹¹ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 11.15 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

¹¹² Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 12 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di rumah Bu Ririn

mengetahui harga pasaran. Seperti yang dikatakan oleh Bu Aris selaku pemilik usaha kripik singkong cap "Menara":

"untuk harga saya lihat kondisi di pasar dulu dan juga melihat produk dari pesaing kira-kira rata-rata harga produknya berapa. Baru setelah itu kami membuat perhitungan dari biaya produksi dan penjualan produk supaya juga tidak mengalami kerugian dan harganya juga tidak mahal paling tidak setara dengan produksi lain tapi juga harus tetap mengutamakan kualitas produk mbak".¹¹³

Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan karyawan di usaha kripik singkong cap "Menara". Bu Yuni mengatakan:

"untuk harga produ melihat dulu dengan harga produk pesaing mbak, sekiranya di pasar itu berapa, setelah itu baru membuat perhitungan supaya juga tidak mengalami kerugian namun juga harga produknya tidak terlalu mahal".¹¹⁴

Bu Qonik selaku karyawan juga mengatakan:

"untuk menentukan harga produk ya dilihat di pasar dulu mbak, umumnya berapa setelah itu baru bisa menentukan juga, kalau tidak melihat kondisi pasar dan pesaing kan nanti takut kemahalan."¹¹⁵

Dari pernyataan di atas timbul pertanyaan dari peneliti kepada konsumen kripik singkong cap "Menara" mengenai harga produk. B Ririn selaku konsumen mengatakan:

"kalau untuk harga mungkin harus melihat keadaan di pasar dulu ya mbak, kira-kira harganya berapa, nanti kalau tidak melihat harga dari produk pesaing bisa lebih mahal".¹¹⁶

¹¹³ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

¹¹⁴ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.30 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

¹¹⁵ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 11.15 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

¹¹⁶ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 12 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di rumah Bu Ririn

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa usaha kripik singkong cap "Menara" meniru strategi pesaing dalam hal kebijakan penetapan harga. Yang dimaksud meniru strategi pesaing adalah menirukan kebijakan saja, misalnya seperti penetapan harga.

3. Faktor Pendorong Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Kripik Singkong Cap "Menara"

Dalam setiap usaha inovasi produk atau pengembangan produk menjadi kunci demi tercapainya suatu tujuan, sama halnya dengan usaha kripik singkong cap "Menara" yang tetap melakukan pengembangan produk untuk lebih kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keberhasilan suatu usaha di masa depan akan banyak tergantung pada kemampuan usaha untuk tetap menghasilkan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kualitas sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi dan pengembangan produk harus menjadi strategi prioritas bagi suatu usaha, karena inovasi dan pengembangan produk mempunyai peran penting di tengah pasar yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, suatu usaha harus bisa melakukan inovasi-inovasi dan pengembangan produk baru.

Setiap pelaku usaha tentunya tetap melakukan pengembangan produk secara berkelanjutan supaya usaha yang dijalankan dapat terus bertahan. Dalam upaya melakukan pengembangan produk pasti tidak selalu berjalan baik, selain faktor pendorong pasti ada faktor penghambat dalam melakukan proses pengembangan produk. Usaha kripik singkong

cap “Menara” adalah usaha mikro kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang memproduksi makanan ringan atau camilan dengan bahan baku singkong, dalam menjalankan usahanya usaha kripik singkong cap “Menara” juga terus melakukan pengembangan produk. Seperti yang telah diungkapkan oleh Bu Aris selaku pemilik usaha kripik singkong cap “Menara”:

“itu sudah pasti ya mbak, setiap usaha pasti ada faktor pendukung atau pendorong dan ada kendalanya, tidak mungkin setiap usaha akan selalu berjalan mulus, faktor pendorong sendiri mampu memberikan semangat baru bagi kami untuk terus mengembangkan sebuah produk. Yang mana hal ini tidak lepas dari tujuan awal kami mendirikan usaha kripik singkong cap “Menara” ini. Semua orang yang mendirikan suatu usaha pasti memiliki tujuan-tujuan yang ingin dicapai termasuk saya sendiri. Seperti keinginan untuk menaikkan omset penjualan karena itu termasuk tujuan awal dan utama setiap orang mendirikan suatu usaha. Oleh karena itu, apabila kita mampu mengembangkan produk dengan baik maka bisa dipastikan omset penjualan kita juga akan baik dan meningkat, selain itu kami juga harus tetap mengedepankan kualitas produk dan tetap menjaga kepuasan pelanggan, apabila target dan pelanggan kita puas nantinya itu juga akan menjadi faktor pendorong dan semangat bagi kami untuk terus melakukan pengembangan produk”.¹¹⁷

Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan Bu Yuni selaku karyawan dari usaha kripik singkong cap “Menara”:

“ya itu pasti ada, karena setiap usaha pasti punya tujuan dan tujuan utamanya yaitu mendapat keuntungan yang besar dan meningkatkan omset penjualan produknya, dari tujuan-tujuan tersebut nantinya akan mendapat semangat bagi seseorang yang mendirikan suatu usaha untuk terus berkembang bahkan maju, tapi ya pasti selalu ada hambatannya mbak.”¹¹⁸

Bu Qonik selaku karyawan juga mengatakan:

¹¹⁷ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹¹⁸ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.30 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

“iya ada faktor pendorong itu kan semacam penyemangat supaya teru lebih giat lagi dalam mengembangkan produk usahanya, tapi juga tidak semua usaha akan berjalan selalu mulus pasti juga ada hambatan-hambatannya demi mencapai suatu tujuan usaha”.¹¹⁹

Dari pernyataan yang sudah disampaikan oleh pemilik dan karyawan usaha kripik singkong cap “Menara”, kemudian timbul pertanyaan yan peneliti tanyakan kepada konsumen. Bu Ririn selaku konsumen menyatakan:

“faktor pendorong dan juga kendala dalam suatu usaha itu pasti ada, adanya faktor pendorong untuk menambah semangat seorang pemilik usaha agar terus maju biar tidak selalu di situ-situ saja. Karena tujuan orang mendirikan usaha kan untuk menaikkan omset dari penjualannya produknya”.¹²⁰

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor pendorong usaha terutama di usaha kripik singkong cap “Menara” adala untuk menaikkan omset penjualan karena apabila omset penjualannya naik maka keuntungan yang didapatkan juga semakin besar, selain itu apabila omset penjualannya naik maka otomatis pelanggan puas dengan produk kita.

Menaikkan omset usaha merupakan tujuan seseorang melakukan bisnis karena apabila omset dari penjualan meningkat, maka bisa dipastikan bahwa profit atau keuntungan akan meningkat juga. Selain untuk menaikkan omset penjualan ada faktor pendorong lainnya yang dilakukan usaha kripik singkong cap “Menara” yaitu meningkatka volume penjualan. Seperti yang sudah diungkapkan oleh Bu Aris:

¹¹⁹ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 11.15 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹²⁰ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 12 Juli 2021 pukul 10. WIB di rumah Bu Ririn

“faktor pendorong selain meningkatkan omset penjualan yaitu menaikkan volume penjualan, karena setiap pelaku usaha sudah pasti selalu menghendaki adanya keuntungan. Oleh karena itu, kami juga menginginkan hal sama yaitu meningkatkan profitabilitas, apabila omset penjualan kita meningkat maka bisa dipastikan volume penjualan kita juga meningkat, dan hal ini pasti berhubungan dengan kualitas produk kita terutama dari cita rasa dan kebersihan. Bagaimana cara kita bisa bersaing dengan produksi yang lain dan bagaimana agar produk kita bisa lebih unggul. Terlebih supaya konsumen tetap berlangganan pada kita dan kalau bisa mampu menambah konsumen baru. Apabila hal tersebut dapat terus dipertahankan dan banyak yang tertarik maka bisa dipastikan volume penjualan akan meningkat”.¹²¹

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Bu Yuni selaku karyawan di usaha kripik singkong cap “Menara”:

“setiap usaha pasti selalu menghendaki yang namanya keuntungan dan pasti berharap dengan supaya volume penjualan produknya terus meningkat, salah satu cara untuk meningkatkan penjualannya yang pertama dari kualitas produk itu sendiri terutama rasa, agar konsumen juga tetap membeli produk dari kita terlebih kalau banyak pelanggan baru yang puas dengan hasil produksi kami, apabila pelanggan kami puas maka volume penjualan juga meningkat”.¹²²

Bu Qonik selaku karyawan juga mengatakan:

“peningkatan penjualan adalah faktor utama dalam sebuah usaha, baik buruknya produk bisa dinilai dari hasil atau jumlah penjualan tersebut. Apabila penjualannya baik dan meningkat maka bisa dipastikan jika kualitas produk juga baik dan sesuai dengan keinginan pelanggan, respon penjual terhadap pembeli juga sangat mempengaruhi hal tersebut”.¹²³

Dari pernyataan tersebut, maka peneliti timbul pertanyaan kepada konsumen mengenai dengan meningkatnya volume penjualan merupakan

¹²¹ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹²² Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.30 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹²³ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 11.15 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

faktor pendorong seorang pengusaha untuk tetap melakukan pengembangan produk, Bu Ririn mengatakan:

"iya benar mba setiap orang yang melakukan usaha atau bisnis tujuanya utamanya pasti untuk mendapatkan keuntungan, dan cara untuk mendapat keuntungan tersebut dengan meningkatkan penjualan, apabila permintaan dan jumlah penjualan banyak maka keuntungan juga akan semakin besar, dan seorang pelanggan akan tetap melakukan pembelian dilihat dari kualitas produk tersebut terutama soal cita rasa dari kripik singkong itu sendiri keramahan penjual kadang juga menjadi pertimbangan".¹²⁴

Dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan apabila meningkatkan volume penjualan juga menjadi faktor pendorong seseorang untuk melakukan pengembangan produk dalam usahanya. Hal ini supaya bisa mendapat profit atau keuntungan. Volume penjualan sendiri dapat meningkat apabila kualitas produk dari usaha tersebut benar-benar berkualitas terutama dari segi cita rasanya, respon dan keramahan penjual juga dapat mempengaruhi tingkat volume penjualan.

Dalam memproduksi suatu produk selain mengutamakan kenaikan omset penjualan dan meningkatkan volume penjualan, faktor pendorong seorang pengusaha melakukan pengembangan produk yang lain adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sendiri menjadi faktor pendorong yang penting bagi seorang pengusaha untuk tetap melakukan pengembangan produk, karena semakin pelanggan puas dengan hasil produk kita maka seorang produsen juga akan lebih semangat dalam melakukan pengembangan suatu produk.

¹²⁴ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 12 Juli 2021 pukul 10.00 di rumah Bu Ririn

Seperti yang sudah diungkapkan oleh Bu Aris:

“benar mbak, kepuasan pelanggan itu adalah hal yang paling sanga penting. Karena apabila pelanggan kami puas maka akan tetap membeli produk pada kami. Jadi bisa dipastikan tidak ada yang namanya pelanggan yang kabur, selain itu apabila kami tetap mampu mempertahankan keyakinan pelanggan terhadap kami maka insyaallah kami tidak akan mengalami rugi. Oleh karena itu, sebisa kami harus tetap mempertahankan produk kami dan kalau bisa dikembangkan menjadi lebih baik, selain itu kecepatan kita dan keramahan terhadap pelanggan juga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri”.¹²⁵

Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan karyawan di usaha kripik singkong cap “Menara”, Bu Yuni mengatakan:

“ya setiap usaha pasti ada yang namanya pelanggan dan pelanggan akan membeli produk dari kita apabila produk yang kita hasilkan benar-benar memiliki kualitas yang baik, dengan itu pelanggan akan merasa puas”.¹²⁶

Bu Qonik selaku karyawan di usaha kripik singkong cap “Menara” juga mengatakan:

“itu pasti mbak apabila pelanggan puas kan kami juga ikut senang, dan apabila pelanggan kita puas dan tetap membeli produk disini berarti kualitas produk kita baik dan itu membuat kita semakin bersemangat untuk terus memperbaiki produk lagi. Respon dari penjual juga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan”.¹²⁷

Dari pernyataan tersebut, timbul pertanyaan yang diajukan peneliti kepada konsumen, Bu Ririn selaku konsumen mengatakan:

“kepuasan pelanggan itu sangat penting mbak, karena kan ada yang mengatakan bahwa pembeli adalah raja jadi sebagai seorang pembeli sendiri saya juga puas apabila penjualnya ramah dan baik. Selain itu, sebagai pembeli hal utama yang dinilai yaitu dari kualitas produknya

¹²⁵ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹²⁶ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.30 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹²⁷ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 11.15 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

sendiri, kalo disini kan produk camilan jadi yang saya nilai pertama kali ya dari segi rasa dan kebersihannya mbak".¹²⁸

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor pendorong terpenting dalam melakukan pengembangan produk, pelanggan sendiri akan puas apabila produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik terutama dari segi rasa. Selain kualitas produk hal yang dapat mempengaruhi pelanggan adalah respon dari penjual itu sendiri, apabila penjualnya baik dan ramah juga responnya terhadap pelanggan juga baik maka bisa dipastikan pelanggan akan mengalami kepuasan dengan hasil produk yang diproduksi.

Adapun faktor pendorong yang lain yaitu dari persaingan, semakin banyaknya persaingan dengan menghasilkan produk serupa maka akan semakin menambah motivasi bagi setiap pelaku usaha untuk memperbaiki dan mengembangkan produknya. Hal ini juga sesuai dengan yang dikatakan oleh Bu Aris:

"dari persaingan penjual lain mbak, itu bisa menjadi faktor pendoron dan daya pacu saya untuk semakin semangat, meskipun kadang juga ada rasa takut kalau produk saya menjadi kurang diminati karena ada produk lain tapi saya tetap optimis mbak, dengan melihat produk pesaing jadi saya mampu berfikir dan membuat produk saya ini lebih memiliki kualitas yang baik, misal saya buat varian rasa baru dari kripik singkong seperti jagung manis dan pedas karena setahu saya produk kripik singkong yang lain masih rasa original dan balado".¹²⁹

¹²⁸ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 12 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di rumah Bu Ririn

¹²⁹ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan karyawan usaha kripik singkong cap “Menara”, Bu Yuni mengatakan:

“justru semakin banyakny persaingan itu menambah semangat bagi kami terutama Bu Aris untuk selalu melakukan pengembangan produk untuk tetap dapat meningkatkan volume penjualan, jadi pesaing itu untuk semangat kita juga mbak.”¹³⁰

Bu Qonik selaku karyawan juga mengatakan:

“kalau pesaing dengan produk yang hampir atau bahkan sama itu justru menjadi faktor penyemangat bagi kami, untuk bisa menyaingi volume penjualannya minimal, meskipun ada juga rasa takut bahwa pelanggan akan lari mencari produk yang baru dari orang lain namun kita harus tetap optimis untuk bisa dan bagaimana caranya produk kita tidak kalah dengan produk pesaing”.¹³¹

Dari pernyataan pemilik dan juga karyawan usaha kripik singkong cap “Menara” timbul pertanyaan peneliti kepada konsumen tentan pesaing sebagai faktor pendorong untuk proses pengembangan produk. Bu Ririn selaku konsumen mengatakan:

“mungkin bisa jadi penyemangat ya mbak, karena kalau kita punya saingan itu harus bisa menambah motivasi untuk terus memperbaiki produknya ya mbak, harus tetap pandai menemukan gagasan dan inovasi baru.”¹³²

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa persaingan menjadi faktor pendorong usaha kripik singkong cap “Menara” untuk melakukan pengembangan produk, dengan adanya persaingan maka membuat Bu Aris dan karyawannya menjadi lebih semangat untuk tetap

¹³⁰ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹³¹ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 11.15 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹³² Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 12 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di rumah Bu Ririn

melakukan inovasi-inovasi baru terhadap produknya supaya tidak kalah dengan produk pesaing.

4. Faktor Penghambat Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Kripik Singkong Cap “Menara”

Dalam menjalankan suatu usaha, selain ada faktor pendorong pasti juga ada faktor penghambat. Seperti usaha kripik singkong cap “Menara” milik Bu Aris ini yang tentunya juga terdapat faktor penghambat dalam menjalankan usahanya. Hal ini juga diungkapkan oleh Bu Aris selaku pemilik usaha kripik singkong cap “Menara”:

“untuk kendala atau hambatan sendiri dari gagasan atau ide produk kadang kita juga sering kebingungan menemukan ide-ide untuk produk baru, misal kripik singkong mau dibuat rasa apalagi atau mau diolah bagaimana lagi. Kadang untuk memunculkan produk baru seperti sale pisang atau yang lainnya kita harus berfikir lebih keras nanti laku tidaknya”.¹³³

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Bu Yuni dan Bu Qonik selaku karyawan di usaha kripik singkong cap “Menara”.

“hambatannya kekurangan ide mbak, untuk ide kita masih kurang. Karena untuk produksi kita pasti dan paling sering produksi kripik singkong namun pelanggan pasti juga mau hal yang baru, namun untuk menemukan ide yang pas untuk produk baru kami masih sedikit kesulitan”.¹³⁴

Bu Qonik juga mengatakan:

“dari gagasan produk baru mbak, biasanya pelanggan juga bosan dan protes minta produk baru jangan kripik singkong terus, namun untuk

¹³³ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹³⁴ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.30 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

mencetuskan mau buat produk apa masih bingung dan takut gimana kalau peminatnya cuma sedikit begitu mbak".¹³⁵

Dari pernyataan karyawan dan pemilik kripik singkong cap "Menara" timbul pertanyaan dari peneliti kepada konsumen tentang hambatan yang mungkin dihadapi oleh kripik singkong cap "Menara" selama proses produksi produk. Bu Ririn mengatakan:

"kalau itu saya kurang paham ya mbak. Namun mungkin dari ide produknya sendiri, karena saya sebagai konsumen kadang juga pengen mencoba produk baru tidak hanya kripik singkong saja meskipun kripik singkong sudah banyak varian rasanya dan sudah banyak pelanggannya".¹³⁶

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa hambatan yang sering dialami oleh Bu Aris produsen sekaligus pemilik usaha kripik singkong cap "Menara" adalah kurangnya gagasan atau ide untuk mencetuskan produk baru. Hal ini dikarenakan kekhawatiran Bu Aris apabila nantinya memunculkan produk baru namun justru sedikit peminatnya, selain itu banyaknya produk sejenis juga membuat Bu Aris kesulitan untuk menemukan gagasan produk.

Seperti yang sudah kita ketahui bahwa untuk melakukan proses pengembangan produk pasti dibutuhkan yang namanya biaya. Biaya digunakan untuk membeli bahan baku dalam proses pengembangan produk, namun seperti yang kita ketahui mahalnya bahan baku justru menjadi hambatan bagi usaha kripik singkong cap "Menara", seperti yang sudah diungkapkan oleh Bu Aris:

¹³⁵ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 11.15 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

¹³⁶ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 12 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di rumah Bu Ririn

"hambatan yang paling sering dari bahan baku terutama untuk harga bahan baku, terutama untuk singkong. Kita harus benar-benar bisa memilih singkong yang memiliki kualitas baik, terkadang kan ada singkong yang rasanya pahit dan ada yang bilang singkong seperti itu juga bisa membuat keracunan. Untuk singkong sendiri saya membeli dari penjual langsung dan itu sudah berlangganan, untuk mengetahui baik tidaknya biasanya saya teliti dulu kualitas singkongnya atau saya rasakan mentah sedikit, apabila singkongnya buruk saya kembalikan lagi biasanya apabila saya kembalikan langsung dicarikan ganti dengan singkong yang memiliki kualitas baik atau dikembalikan dalam bentuk uang dan saya mencari petani atau penjual singkong yang lain dan untuk sekarang harga singkong sendiri juga sering naik turun apalagi untuk singkong yang berkualitas baik pasti juga ada selisihnya dari singkong biasa, dan untuk pembuatan sale dan criping pisang sendiri juga beda jenis pisangnya dan harus pisang yang tidak ada isinya. Terlebih saat ini harga minyak goreng juga naik turun kan mbak".¹³⁷

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bu Yuni dan Bu Qonik selaku karyawan di usaha kripik singkong cap "Menara", Bu Yuni mengatakan:

"kalau disini biasanya yang menjadi hambatan dari bahan baku, karena ga semua singkong memiliki kualitas yang satu baik tapi yang lainnya kadang ada yang pahit mbak. Kan kalau singkongnya sendiri kurang baik hal itu nantinya juga akan sangat mempengaruhi hasil kripik singkongnya. Oleh karena itu, harus benar-benar mencari petani dan penjual singkong yang benar-benar memiliki kualitas yang baik dan untuk harganya juga sedikit lebih mahal juga untuk pembuatan sale dan criping pisang untuk bahan baku pisangnya juga harus yang benar-benar baik dan dari pisang yang berbeda. Mungkin hal yang lain harga minyak goreng yang naik turun, Bu Aris sendiri juga tidak pernah memakai minyak jlantah atau minyak yang sampi keruh".¹³⁸

Bu Qonik juga mengatakan:

"hambatannya dari singkongnya paling sering mbak, apalagi pas sulit gitu kan pasti harganya juga mahal. Belum lagi harus benar-benar memilah mana singkong yang baik dan tidak pahit. Karena singkong yang pahit nantinya kalau jadi bahan jadi juga akan mempengaruhi

¹³⁷ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.00 di usaha kripik singkong cap "Menara"

¹³⁸ Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.30 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

rasa dan saat ini harga minyak goreng juga naik turun mungkin hal itu juga menjadi masalah atau kendala".¹³⁹

Dari pernyataan di atas, timbul pertanyaan kepada konsumen tentang mahalnya proses pengembangan produk di usaha kripik singkong cap "Menara". Bu Ririn selaku konsumen mengatakan:

"kalau untuk itu saya kurang paham mbak, namun kan ini usaha kripik yang pasti berhubungan dengan penggorengan mungkin kendalanya dari minyak goreng yang harganya naik turun dan juga singkongnya kadang kan juga sulit dicari."¹⁴⁰

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa usaha kripik singkong cap "Menara" milik Bu Aris mengalami hambatan dengan mahalnya proses pengembangan produk terutama dari harga bahan baku, seperti singkong dan pisang yang akhir-akhir ini menjadi lebih mahal, juga harga minyak goreng yang naik turun.

Adapun faktor penghambat yang lain yaitu dari modal setiap pelaku usaha pasti membutuhkan modal untuk mengembangkan produknya, namun tidak semua usaha memiliki modal yang banyak ada kalanya modal justru menjadi hambatan untuk pelaku usaha mengembangkan produknya. Seperti yang sudah dikatakan oleh Bu Aris:

"hambatan yang lain ya dari modal produksi mbak, karena kan untu alat-alatnya kita juga masih manual, meskipun setiap bulannya juga mendapatkan keuntungan namun kan kadang juga mepet untungnya, apalagi pas bahan baku semua mahal."¹⁴¹

¹³⁹ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 11.15 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

¹⁴⁰ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 12 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di rumah Bu Ririn

¹⁴¹ Wawancara dengan Bu Aris pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di usaha kripik singkong cap "Menara"

Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan yang diajukan kepada Bu Yuni dan Bu Qonik selaku karyawan di usaha kripik singkong cap “menara”. Bu Yuni mengatakan:

“dari faktor modal ya mbak, karena kalau usaha seperti ini meskipun mendapat keuntungan juga tidak terlalu besar apalagi pas harga singkong, pisang dan minyak goreng naik itu pasti”.¹⁴²

Bu Qonik juga mengatakan:

“kendala yang sering terjadi ya dari modal usaha mbak, apalagi pa bahan baku harganya naik, otomatis untuk modal produksi selanjutnya juga bertambah, dan keuntungan juga tidak terlalu besar”.¹⁴³

Dari pernyataan-pernyataan yang sudah disampaikan oleh pemilik dan karyawan di usaha kripik singkong cap “Menara” selanjutnya timbul pertanyaan dari penulis kepada konsumen terkait dengan modal di usaha kripik singkong cap “Menara”. Bu Ririn selaku konsumen di usaha kripik singkong cap “Menara” mengatakan:

“untuk masalah itu saya tidak terlalu paham mbak, namun semu pelaku usaha pasti butuh yang namanya biaya atau modal, dan mungkin di masa seperti sekarang ini modal menjadi kendala untuk orang melakukan usaha, karena sekarang ini masa-masa serba sulit ya mbak”.¹⁴⁴

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa modal menjadi faktor penghambat bagi usaha kripik singkong cap “Menara”, pada saat harga bahan baku naik maka otomatis keuntungan yang

¹⁴² Wawancara dengan Bu Yuni pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 10.30 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹⁴³ Wawancara dengan Bu Qonik pada tanggal 07 Juli 2021 pukul 11.15 WIB di usaha kripik singkong cap “Menara”

¹⁴⁴ Wawancara dengan Bu Ririn pada tanggal 12 Juli 2021 pukul 10.00 WIB di rumah Bu Ririn

didapatkan juga sedikit dan untuk memproduksi produk baru juga harus dibutuhkan biaya atau modal lagi.

B. Temuan Penelitian

1. Upaya Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume

Penjualan Usaha Kripik Singkong Cap “Menara

Dari paparan data di atas dijelaskan bahwa seriap usaha menghendaki pengembangan produknya, pengembangan produk dilakukan dengan harapan untuk meningkatkan volume penjualan seperti halnya dengan usaha kripik singkong cap “Menara” milik Bu Aris. Ada beberapa upaya pengembangan produk yang dilakukan oleh Bu Aris dalam meningkatkan volume penjualan, yaitu:

a. Penggagasan Produk

Gagasan produk dilakukan untuk mendapatkan ide untuk sebuah produk baru, gagasan produk dilakukan dengan cara mencari referensi produk dan musyawarah Bu Aris selaku pemilik dengan suami dan karyawannya.

b. Penyaringan Ide

Penyaringan ini dilakukan setelah gagasan produk terbentuk, dari beberapa ide atau gagasan produk nantinya ditentukan ide yang paling sesuai dan paling baik. Dari penyaringan ide produk ini diharapkan nanti mampu menghasilkan produk yang berkualitas baik setelah terbentuknya sebuah konsep produk.

c. Pengujian Konsep

Pengujian konsep dilakukan setelah konsep produk terbentuk. Pengujian konsep usaha kripik singkong cap "Menara" dilakukan oleh Bu Aris dengan mendatangi target pasar, memperlihatkan konsep produk kepada para pedagang yang ada di pasar. Bu Aris juga memperlihatkan konsep produk tersebut kepada 20 pedagang sayur keliling dan 6 pemilik toko kelontong di sekitar rumah juga kepada pembeli yang mengambil produk di rumah Bu Aris.

d. Analisis Bisnis

Analisis bisnis dilakukan untuk mengetahui seberapa produk kita disukai dan diterima oleh pelanggan. Analisis bisnis dilakukan dengan cara melihat respon langsung dari pelanggan, apabila responnya baik dan pelanggan tetap membeli produk di usaha kripik singkong cap "menara" maka kualitas produknya pasti baik.

e. Pengembangan Prototipe

Pengembangan prototipe di usaha kripik singkong cap "Menara" dilakukan dengan memberikan sampel produk kepada konsumen dengan tetap mengutamakan kualitas produk yang baik. Dengan pengembangan prototipe ini diharapkan mampu meningkatkan volume penjualan.

f. Uji Produk

Uji produk di usaha kripik singkong cap "Menara" dilakukan oleh Bu Aris dengan cara menawarkan produk yang sudah jadi ke

pasar, ada 3 target pasar yang didatangi Bu Aris yaitu pasar Bendorejo, pasar Gandusari, dan pasar Bandung. Selain itu, Bu Aris juga menawarkan produknya kepada 20 pedagang sayur keliling dan 6 toko kelontong di sekitar rumah. Bu Aris juga menawarkan produknya kepada konsumen yang mengambil atau membeli produk langsung ke rumah beliau.

g. Komersialisasi

Komersialisasi di usaha kripik singkong cap “Menara dilakukan kapan saja, namun Bu Aris juga harus tetap memproduksi produk agar tidak didahului oleh pesaing. Komersialisasi dilakukan dengan menentukan waktu pemasaran yang tepat, juga penentuan merk kemasan. Bu Aris memproduksi produk kripik singkong tepat waktu dan tetap mempertahankan kualitas produk. Biasanya permintaan paling banyak saat bulan Ramadhan dan lebaran.

2. Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Kripik Singkong Cap “Menara”

Adapun strategi pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan yang dilakukan oleh Bu Aris selaku pemilik usaha kripik singkong cap “Menara” adalah:

a. Memperbaiki Produk yang Sudah Ada

Strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Bu Aris selaku pemilik usaha kripik singkong cap “Menara” yaitu memperbaiki produk yang sudah ada yaitu dengan cara menambah

varian dari kripik singkong. Awalnya kripik singkong yang diproduksi Bu Aris hanya original saja namun sekarang sudah ada beberapa varian rasa yaitu balado, pedas dan jagung manis. Sebenarnya Bu Aris juga membuat yang rasa sambel ijo namun peminatnya hanya banyak di awal saja. Untuk yang banyak peminatnya tetap kripik singkong original, pedas, balado dan jagung manis.

b. Meniru Strategi Pesaing

Yang dimaksud meniru strategi pesaing adalah dalam hal kebijakan penetapan harga. Untuk menetapkan harga produk Bu Aris melihat harga pesaing dan harga pasar dengan produk yang serupa, setelah itu Bu Aris melakukan perhitungan mulai dari biaya produksi dan penjualan supaya tidak mengalami kerugian dan harga yang ditetapkan tidak kemahalan setidaknya setara dengan harga pesaing namun juga tetap mengutamakan kualitas produknya.

3. Faktor Pendorong Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Kripik Singkong Cap "Menara"

Adapun faktor pendorong Bu Aris untuk tetap melakukan pengembangan produk usaha kripik singkong cap menara yaitu:

a. Menaikkan Omset Penjualan

Omset penjualan yang besar akan menambah semangat pemilik usaha kripik singkong cap "Menara" untuk tetap berinovasi dan melakukan pengembangan produknya.

b. Meningkatkan Volume Penjualan

Setiap usaha selalu menghendaki keuntungan yang besar termasuk usaha kripik singkong cap "Menara" milik Bu Aris. Dengan tetap melakukan pengembangan produk yang baik dan pelanggan puas dengan hasil produk tersebut maka bisa dipastikan apabila omset penjualan akan meningkat dan volume penjualan juga akan meningkat.

c. Persaingan

Dengan adanya persaingan akan menambah semangat dan motivasi bagi Bu Aris untuk terus melakukan inovasi dan pengembangan produknya. Hal ini membuat Bu Aris untuk tetap berpikir menciptakan produk yang lebih baik lagi.

4. Faktor Penghambat Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Kripik Singkong Cap "Menara"

Adapun faktor penghambat usaha kripik singkong cap "Menara" dalam melakukan pengembangan produk adalah:

a. Kurangnya Gagasan atau Ide

Dalam membuat produk baru, Bu Aris masih kekurangan ide atau gagasan hal ini dikarenakan kekhawatiran Bu Aris apabila produknya tidak laku atau mengalami kerugian, selain itu banyaknya produk sejenis juga membuat Bu Aris kesulitan untuk menemukan gagasan produk.

b. Mahalnya Proses Pengembangan Produk

Mahalnya biaya dalam proses pengembangan produk juga menjadi faktor penghambat untuk Bu Aris, seperti halnya harga singkong yang mengalami naik turun, terlebih untuk singkong yang memiliki kualitas baik harganya juga akan berbeda dengan singkong yang biasa. Selain itu, harga minyak goreng yang akhir-akhir ini sering tidak stabil juga menjadi hambatan Bu Aris dalam mengembangkan produknya.

c. Kekurangan Modal

Modal menjadi faktor penghambat bagi usaha kripik singkong cap "Menara", pada saat harga bahan baku naik maka otomatis keuntungan yang didapatkan juga sedikit dan untuk memproduksi produk baru juga harus dibutuhkan biaya atau modal lagi.