

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### 1. Sejarah Singkat Berdirinya usaha *Abid Fresh*

Usaha *Abid Fresh* ini termasuk usaha kecil yang didirikan pada tahun 2016 yang didirikan oleh ibu Puji Astutik selaku pemilik dan pelaksana dari usaha *Abid Fresh* ini. Awal mulanya pengambilan nama dari usaha ini yaitu berawal dari nama anak ibu Puji Astutik namanya berasal dari anak pertama pemilik usaha yaitu “Abid”. *Abid Fresh* merupakan usaha yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman yang berasal dari olahan buah belimbing yaitu sari buah belimbing, selain minuman usaha ini juga mengembangkan usahanya dan membuat inovasi baru berupa mengolah buah belimbing menjadi olahan makanan yang bermutu, yaitu seperti manisan belimbing, selai belimbing, dan dodol belimbing. Pada awal berdirinya usaha ini pemilik usaha hanya menjual buah belimbing segar dari para petani untuk dijual disupermarket. Setelah memiliki kebun sendiri hasil panen sangat melimpah sehingga pemilik memiliki ide untuk mengolah buah belimbing agar buah belimbing tak terbuang sia-sia. Ibu Puji Astutik selaku pemilik usaha melakukan pelatihan selama beberapa bulan untuk mengembangkan keterampilannya dalam pengolahan hasil dari panen buah

belimbingnya ini supaya buah-buahnya dapat dimanfaatkan dan menjadi olahan lang lebih inovatif dan bernilai harganya.

Diawal usahanya *Abid fresh* hanya mengolah buah belimbing menjadi sari buah, namun seiring dengan berkembangnya *Abid fresh*, Ibu Puji Astutik juga mencoba menginovasikan buah belimbing hasil panennya menjadi berbagai olahan lain. Hingga sampai saat ini *Abid fresh* sendiri sudah memiliki beberapa produk unggulan, diantaranya minuman sari buah belimbing, manisan belimbing, selai, dan juga dodol dari buah belimbing. Selain itu dapat dilihat bahwa semua produk *Abid fresh* sudah memiliki surat perizinan, seperti P-IRT, dan bahkan salah satu produknya, yaitu sari buah belimbing telah mengantongi izin dari BPOM. Karena produk *Abid fresh* ini sudah semakin banyak dikenal oleh masyarakat maka usaha ini semakin lama juga akan semakin mampu dalam melakukan pengembangan.

## 2. Logo Produk Abid Fresh

**Gambar 1.1**  
**Logo Abid Fresh**



### 3. Visi dan Misi Usaha *Abid Fresh*

Meskipun usaha ini masih tergolong ke dalam usaha kecil yang masih memiliki taraf pengembangan yang kecil dan belum tergolong besar, namun usaha ini juga memiliki visi dan misi yang jelas. Dalam sebuah usaha visi dan misi sangatlah diperlukan dengan adanya visi dan misi maka suatu usaha tersebut dapat memiliki tujuan yang jelas. Maka dari itu dibentuklah suatu visi dan misi. visi dan misi dari usaha ini yaitu:

Visi : Mewujudkan serta menciptakan perusahaan yang unggul, tanggung dibidang pengolahan buah-buahan.

Misi : Memperdaya seluruh potensi sumber daya alam dan manusia untuk mrmbangun bidang pertanian Indonesia yang mandiri, tangguh, inovatif, modern yang berdemensi pada kerakyatan.

### 4. Letak usaha *Abid Fresh*

Nama Lembaga : Usaha *Abid Fresh* milik ibu Puji Astutik

Alamat : Dusun Krajan RT 004/RW 001, Desa Jarakan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur.

Menjadi salah satu usaha dibagian provinsi Jawa timur yang terletak pada Kabupaten Tulungagung yang memiliki potensi bisnis yang sangat beragam. Di kabupaten Tulungagung ini memiliki kondisi tanah yang subur terutama pada sektor perkebunan. Melihat potensi daerahnya yang cukup melimpah, masyarakat setempat terdorong untuk mengembangkan potensi yang ada menjadi peluang usaha. salah satu konstribusinya adalah dengan

memperhatikan dan membentuk usaha sesuai dengan potensi yang ada disekitarnya. Hasil perkebunan di kabupaten Tulungagung yang cukup melimpah menjadi salah satu faktor yang mendorong kemunculan usaha baru yang memproduksi aneka cemilan dan minuman. bahkan produk tersebut menjadi bagian komoditas unggulan yang patut diperhitungkan oleh masyarakat setempat. seperti salah satunya usaha *Abid fresh* milik ibu Puji Astutik yang bertempat di Desa Jarakan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung. Tempat usaha ini terletak di desa dan jarak nya dengan jalan raya juga tidak terlalu jauh. Tempat dari usaha ini juga tidak sulit untuk diakses. Usaha ini juga sangat dikenal oleh kalangan masyarakat setempat.

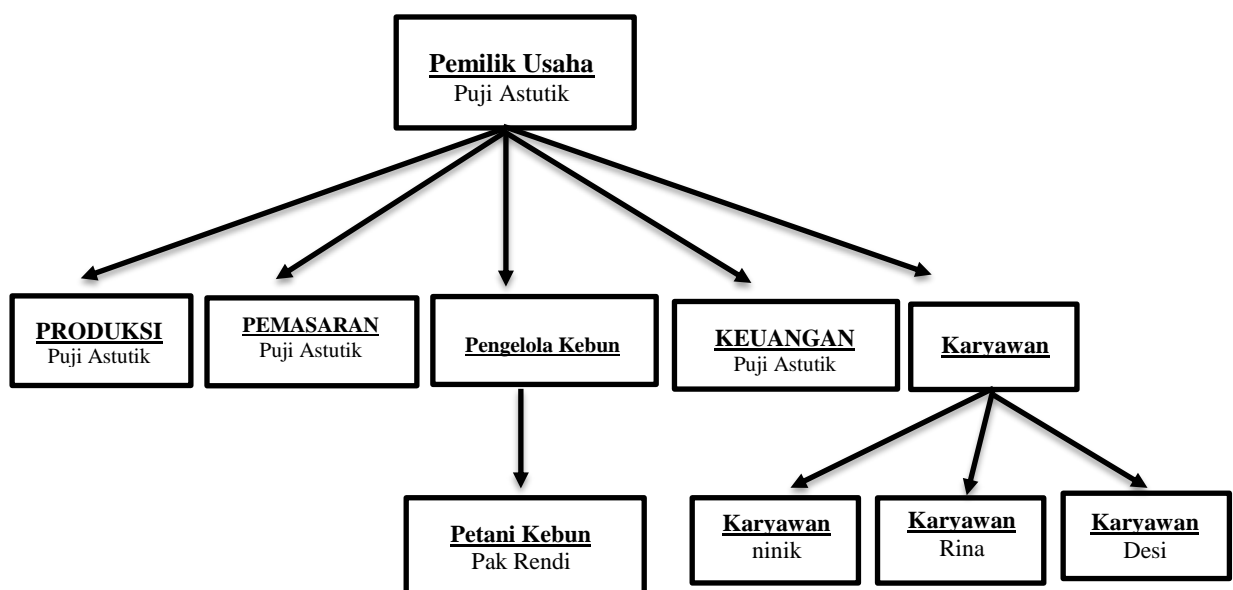
##### 5. Struktur Organisasi usaha *Abid Fresh*

Didalam pengelolaan *Abid Fresh* ini dikelola sendiri oleh pemiliknya langsung mulai dari pembukuan, proses produksi, pengemasan, sampai pemasaran dijalankan oleh pemiliknya sendiri. Tetapi dalam proses produksi dan pengemasan dibantu oleh karyawannya. Dalam usaha *Abid Frsesh* ini mereka belum memiliki struktur organisasi yang tertulis, akan tetapi gambaran umum mengenai struktur organisasi dari *Abid Frsesh* dapat terlihat dari hasil pengamatan yang terdapat dalam usaha tersebut, yakni struktur organisasi lini.

Organisasi lini merupakan sebuah struktur organisasi yang menghubungkan langsung secara vertikal antara atasan dengan bawahnya yang masing-masing dihubungkan dengan garis wewenang dan komando

dimana pelimpahan wewenang sepenuhnya dari pimpinan tertinggi langsung ke bawahnya. Struktur organisasi lini merupakan struktur yang tepat dalam organisasi sederhana, karena usaha *Abid Fresh* tersebut telah menerapkan struktur organisasi lini. Sebab pemilik usaha *Abid Fresh* menangani langsung proses produksi hingga pemasaran hanya memiliki karyawan yang bertugas dalam pengemasan produk. Kelebihan dalam sistem organisasi lini adalah pada pengelolaannya terjamin lebih stabil dan mudah dalam pengawasan.

Struktur organisasi ini digunakan sebagai cara untuk mendefinisikan suatu hierarki didalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk menetapkan sebuah cara pada organisasi agar organisasi dapat berjalan dan beroperasi dengan lancar. Dengan adanya pengoperasian pada suatu usaha yang lancar akan dapat dicapai pula tujuan yang diinginkan oleh suatu perusahaan



## 6. Produk-Produk usaha *Abid Fresh*

Produksi yang dihasilkan oleh usaha *Abid Fresh* ini yaitu ada empat produk. Produk utama yang diproduksi yaitu produk *Abid Fresh* berupa minuman kemasan yang terbuat dari sari belimbing asli. Minuman kemasan ini juga sudah dibuat inovasi baru yaitu dikemas dengan menggunakan botol. Dan produk yang kedua yaitu berupa olahan manisan belimbing, manisan ini berupa potongan belimbing yang diolah dan dikemas dalam wadah kemasan kecil seperti minuman. Produk yang lainnya yaitu berupa selai belimbing, selai belimbing ini terbuat dari belimbing yang sekiranya belimbing tersebut memiliki fisik yang kurang besar untuk dijual bijian. Jadi pemilik memiliki inovasi untuk membuat dan mengolah belimbing tersebut menjadi selai. Begitu juga dengan membuat produk dodol belimbing. Pemilik usaha mencoba membuat inovasi berupa olahan yang bahannya dari belimbing sortiran atau lebih tepatnya belimbing yang secara fisiknya kurang besar dan masih layak dikonsumsi dan diolah menjadi sebuah olahan yang lebih bernilai jual lebih tinggi.

Bahan baku produksinya sendiri yaitu diperoleh dari hasil tanaman sendiri yaitu pemilik memiliki kebun belimbing yang dengan luas setengah hektar dengan pohon belimbing kurang lebih 230 pohon. Olahan belimbing ini terfikirkan oleh pemilik karena hasil dari kebun belimbing milik sendiri yang melimpah. Hasil dari sortiran (pemilihan belimbing yang besar) tersisa banyak belimbing yang kecil, untuk itu pemilik *Abid Fresh* sendiri berfikir

untuk mengolah belimbing yang kecil tersebut menjadi olahan belimbing dengan berbagai varian, seperti olahan sari buah belimbing. Manisan belimbing, dodol belimbing, dan selai belimbing.

Untuk produk *Abid Fresh* yang berupa minuman sari buah dijual dengan harga yang terjangkau.

**Table 1.2**  
**Daftar Harga Produk**

No	Produk	Isi	Harga Grosir	Harga Ecer
	Minuman Cup	24	27.000	30.000
	Minuman Cup	12	16.000	18.000
	Minuman Botol	1	5.000	7.000
	Manisan	6	17.000	20.000
	Selai	1	13.000	15.000
	Dodol	12	12.000	15.000

Dalam setiap pengolahan produk ini dilakukan dengan cara yang berbeda-beda. Bahkan dalam pengolahan buah ini dilakukan dengan bersih dan pastinya akan aman dalam produk olahan yang dihasilkan. Dari olahan-olahan buah belimbing ini sangat dipertimbangkan bahan dan hasil olahannya. Dilihat dari bahan yang digunakan pemilik usaha menggunakan bahan-bahan buah yang bagus dan tentunya masih segar. Maka dari itu hasil yang dihasilkan juga sangat enak dan segar. Produk dari *Abid Fresh* ini sangat cocok dikonsumsi kapanpun. Salah satu produk *Abid fresh* yang

minuman sari buah pada kemasan kardus biasanya banyak dicari oleh konsumen pada saat hari raya, dikarenakan produk ini sangat cocok untuk dibuat suguhan pada saat hari raya dengan bentuknya yang tidak terlalu besar dan pas untuk sekali minum.

## **B. Paparan Data**

### 1. Paparan Tentang Strategi Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Usaha *Abid Fresh*

Dari penelitian yang peneliti lakukan, peneliti memperoleh data mengenai analisis strategi pengembangan produk terhadap peningkatan volume penjualan pada produk *Abid Fresh*. Dalam pengembangan produk tahapan yang dilalui ada 8 (delapan) tahapan yaitu:

#### 1) Pencetusan gagasan

Pencetusan gagasan sangat penting dilakukan sebagai langkah awal dalam pengembangan suatu produk. Dengan melakukan pencarian secara sistematis terhadap ide-ide yang inovatif untuk dilakukan dalam pengembangan produknya. Pemilik usaha atau yang bersangkutan bahkan orang yang terlibat dalam pengembangan usaha dapat mengeluarkan atau memberikan gagasan idenya yang dirasa baik untuk dimunculkan dan didiskusikan dengan baik mengenai gagasan yang bertujuan untuk pengembangan usaha tersebut. Pemilik usaha *Abid Fresh* yaitu ibu Puji Astutik mengungkapkan bahwa:



*“Awal mula munculnya gagasan dimulai dari pelatihan yang saya ikuti yang bertempat di kota Malang, pelatihan yang saya ikuti ini berupa pelatihan pembuatan minuman sari apel, maka dari itu muncullah gagasan atau ide bagaimana jika cara ini saya terapkan pada buah belimbing, jadi hasil dari pelatihan tersebut dan lalu saya mencoba untuk menerapkannya pada buah belimbing dikarenakan buah belimbing banyak dijumpai dan banyak dibudidayakan di kota Tulungagung.”<sup>45</sup>*

Berdasarkan pernyataan yang telah diungkapkan oleh pemilik usaha kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada pemilik usaha yaitu ibu Puji Astutik ini mengenai mengapa gagasan langsung mengarah pada buah belimbing sebagai bahan utamanya dan tanggapan dari ibu Puji Astutik adalah sebagai berikut:

*“saya memang langsung mengarah pada buah belimbing karena buah belimbing ini termasuk buah yang banyak dijumpai dan mudan dibudidayakan di tulungagung. selain itu saya juga memiliki kebun belimbing sendiri untuk mendukung usaha yang akan saya dirikan.”<sup>46</sup>*

Berdasarkan dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pencetusan yang didapatkan sangat baik terhadap perkembangan dan pemanfaatan hasil pertanian buah belimbing yang ada di Tulungagung. Didaerah Tulungagung sendiri banyak budidaya buah belimbing karena suhu yang ada dikota Tulungagung sangat cocok untuk budidaya buah

---

<sup>45</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

<sup>46</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

belimbing. Maka dari itu ibu Puji Astutik mendapatkan gagasan yang tepat untuk dilakukan olahan produk yang berbahan utama dari buah belimbing.

**Gambar 1.2**  
**Hasil Kebun Belimbing**



## 2) Penyaringan gagasan

Penyaringan gagasan merupakan suatu tahapan atau proses yang dilakukan setelah munculnya gagasan baru yang didapatkan oleh seseorang. Gagasan dapat dilakukan penyaringan apakah gagasan baik atau tidak dan layak atau tidaknya untuk dilakukan penerapan dalam suatu usaha. Dari gagasan yang dijelaskan oleh ibu Puji Astutik selaku pemilik usaha merupakan suatu gagasan yang baik dan layak untuk dimulainya suatu pembuatan produk usaha. Sesuai dengan data

dilapangan melalui observasi dan wawancara dengan Pemilik usaha *Abid*

*Fresh* yaitu ibu Puji Astutik mengungkapkan bahwa:

*“Dari gagasan yang muncul maka saya lakukan penyaringan gagasan seperti mempertimbangkan segi sesuatu yang dibutuhkan untuk usaha yang akan dibuat utamanya dalam segi bahan baku yang digunakan, saya melakukan penyaringan gagasan ini juga melibatkan keluarga dan karyawan saya yang mengelola kebun belimbing saya. Saya juga memiliki kebun belimbing sendiri yang menjadi salah satu alasan saya untuk menggunakan buah belimbing dalam produk yang akan saya buat. Selain itu buah belimbing juga jarang sekali dijadikan olahan seperti minuman dan olahan lain-lain. Jadi saya semakin yakin untuk menggunakan buah belimbing sebagai bahan utama yang akan digunakan.”<sup>47</sup>*

Hal tersebut juga sesuai dengan ungkapan bapak Rendi selaku karyawan bagian kebun belimbing beliau mengatakan:

*“Kebun belimbing yang dimiliki ibu Puji Astutik ini cukup banyak ibu Puji sendiri memiliki kurang lebih 230 pohon belimbing yang sekarang sangat subur dan tetap menghasilkan buah segar, jadi dalam memproduksi produk tersebut dapat tetap dilakukan dan berjalan yang tentunya menggunakan bahan utama buah asli yang segar yang dihasilkan dipanen dari kebun sendiri.”<sup>48</sup>*

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa gagasan yang muncul sangat bagus dan layak apabila diterapkan dan juga dari gagasan ini memiliki faktor pendukung yaitu adanya pasokan buah yang cukup untuk dilakukannya produksi.

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha *Abid Fresh*) pada tanggal 1 Februari 2022

<sup>48</sup> Wawancara dengan Bapak Rendi (selaku karyawan usaha *Abid Fresh*) pada tanggal 1 Februari 2022

### 3) Pengujian dan pengembangan konsep

Pada tahapan pengujian dan pengembangan kosnsep suatu gagasan yang telah melalui proses dalam penyaringan gagasan dapan dilanjutkan pada pengembangan konsep. Konsep yang telah dibuat dilakukan suatu pengembangan yang lebih baik dan konsep tersebut mampu diwujudkan untuk menarik minat konsumen terhadap produk. Dalam wawancara yang dilakukan tanggapan dari ibu Puji Astutik selaku pemilik usaha menanggapi bahwa:

*“Pada pengembangan konsep yang saya lakukan untuk produk yang dibuat yaitu dimulai dari kemasan, konsep kemasannya yang dibuat pada awalnya hanya mengarah pada kemasan cup kecil dan kemasan kardus saja yang berisikan 24 cup. Lalu pengembangan konsep yang dilakukan pada kemasan yaitu ditambahnya model kemasan yang menarik dan lebih ekonomis seperti penambahan kemasan botol selain cup, dan juga kemasan kardus yang berisikan 12 cup dan juga kemasan dalam bentuk tas plastik untuk kemasan selain kardus, dan itu menjadikan produk yang akan diedarkan menjadi lebih ekonomis.”<sup>49</sup>*

Berdasarkan pernyataan yang telah diungkapkan oleh pemilik usaha kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada pemilik usaha yaitu ibu Puji Astutik ini mengenai apakah pengembangan konsep ini akan terus dilakukan dengan seiring berjalannya waktu dan tanggapan dari ibu Puji Astutik adalah sebagai berikut:

---

<sup>49</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

*“Sebisa mungkin produk Abid Fresh ini akan dilakukan perbaikan produk yang dengan tujuan supaya produk ini dapat terus berkembang dan tidak mengecewakan konsumen.”<sup>50</sup>*

Dari pengembangan konsep tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dilakukan pada inovasi kemasan yang bertujuan untuk menarik minat beli konsumen. Konsumen juga banyak memiliki minat beli terhadap kemasan produk yang lebih ekonomis dan tentunya sesuai dengan kebutuhan. Pengembangan yang dilakukan sejauh ini sangat baik dan bagus untuk diterapkan dan untuk lebih meningkatkan minat beli konsumen.

**Gambar 1.3**  
**Kemasan Produk**



#### 4) Pengembangan strategi pemasaran

Pengembangan strategi pemasaran dilakukan setelah tahapan pengujian dan pengembangan konsep lalu masuk ke tahapan pengembangan strategi pemasaran. Strategi ini merupakan strategi atau suatu rencana yang dilakukan dalam pemasaran dalam memperkenalkan

---

<sup>50</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

suatu produk yang telah dihasilkan. Tanggapan yang dijelaskan pada wawancara ibu Puji Astutik yaitu menyatakan bahwa:

*“Pengembangan suatu strategi pemasaran yang dilakukan pada usaha Abid Fresh ini dipasarkan pada tempat seperti supermarket, toko oleh-oleh. Selain itu produk Abid Fresh ini juga dilakukan strategi pemasaran lain seperti menggunakan media online. Tetapi pada pemasaran menggunakan media online tidak terlalu efisien dikarenakan produk tersebut berupa minuman yang memiliki berat lebih dan menurut saya hanya akan terkendala pada biaya kirim atau ongkos kirim yang lebih mahal. Jadi dalam menghindari masalah itu saya sendiri lebih mengutamakan pemasaran secara offline atau menggunakan jasa pengiriman sendiri dan jika tidak pemesan sendiri yang langsung datang kesini untuk emngambil.”<sup>51</sup>*

Berdasarkan pernyataan yang telah diungkapkan oleh pemilik usaha kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada pemilik usaha yaitu ibu Puji Astutik ini mengenai jasa pengiriman yang digunakan mana saja daerah yang dapat dijangkau dan tanggapan dari ibu Puji Astutik adalah sebagai berikut:

*“Dari jasa kirim sendiri saya masih menggunakan kendaraan pribadi jadi untuk pengiriman yang saya lakukan masih belum bisa menjangkau kota yang jauh dari Tulungagung. selain itu banyak konsumen atau reseller yang datang mengambil sendiri kesini untuk mengambil produk.”<sup>52</sup>*

Dari pernyataan pengembangan strategi pemasaran dapat disimpulkan bahwa strategi dalam pemasaran yang dilakukan oleh usaha

---

<sup>51</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

<sup>52</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

ini juga sudah menggunakan media online tidak hanya menggunakan media offline, tetapi dalam pengembangan untuk media online terdapat kendala bahwa ibu Puji Astutik sendiri sudah melakukan kalkulasi sendiri terhadap strategi ini tetapi ternyata untuk menggunakan media online hanya berat pada ongkis kirim produk dikarena produk ini bersifat cair atau berupa minuman jadi berat yang dihitung juga semakin banyak dan Ibu Puji Astutik sendiri lebih mengutamakan penjualannya secara langsung atau melalui supermarket dan toko oleh-oleh.

**Gambar 1.4**  
**Pemasaran Melalui Supermarket dan Toko Oleh-oleh**



##### 5) Analisis bisnis

Analisis bisnis merupakan salah satu cara yang harus dilakukan dalam suatu bisnis. Dengan dilakukannya analisis bisnis dapat

mengevaluasi suatu daya tarik yang ada dalam usulan bisnis. Pada analisis yang dilakukan juga diperlukan adanya biaya pada proyeksi penjualan, biaya yang diperlukan, serta yang akan dicapai, dan semuanya itu harus sesuai dengan tujuan dari usaha tersebut. Dari wawancara yang telah dilakukan diperoleh pernyataan dari ibu Puji Astutik mengenai analisis bisnis yang dilakukan yaitu:

*“Dalam analisis yang saya lakukan seperti dari produk yang saya buat yaitu merupakan produk minuman yang berbahan dasar alami dari buah asli jadi seperti bahan ataupun campuran yang digunakan aman, maka dari itu dari biaya yang diperlukan juga lebih banyak dan harga pasaran yang ditentukan juga lebih mahal dari minuman biasanya karena bahan yang digunakan asli dari buah bukan perasa dan saya lebih mementingkan dari segi kualitas produk yang kami hasilkan.”<sup>53</sup>*

Berdasarkan pernyataan yang telah diungkapkan oleh pemilik usaha kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada pemilik usaha yaitu ibu Puji Astutik ini mengenai apakah produk Abid Fresh ini sama sekali tidak menggunakan bahan lain dan tanggapan dari ibu Puji Astutik adalah sebagai berikut:

*“Pada produk yang saya buat ini masih termasuk produk rumahan yang pemroduksiannya tidak sebanyak yang dilakukan pabrik jadi untuk bahan saya murni menggunakan bahan buah asli tanpa ada tambahan perasa. Saya dalam memproduksi produk ini sangat menjaga kualitas dan kepercayaan konsumen dan untuk itu saya lebih memilih untuk tidak menggunakan bahan-bahan yang berbahaya ataupun bahan perasa yang tidak alami dan itu juga*

---

<sup>53</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022



*termasuk kedalam ciri khas dari produk saya yang menjadi pembeda dari minuman lain.”<sup>54</sup>*

Dari hasil wawancara ini dapat disimpulkan bahwa analisis bisnis yang dilakukan yaitu berupa kualitas pada produk yang dihasilkan, pada usaha yang sejenis dengan produk *Abid Fresh* ini ada banyak yang dilihat dari harganya lebih rendah atau murah. Tetapi pada produk *Abid Fresh* ini sangat diutamakan kualitas meskipun dari segi harga dapat dilihat lebih mahal dari minuman yang sejenisnya. Ibu Puji Astutik menjelaskan bahwa kualitas dari produk ini tidak akan dikurangi dan akan berpacu pada bahan alami yang digunakannya tanpa adanya tambahan-tambahan bahan perasa yang akan menurunkan kualitas rasa dari produk.

#### 6) Pengembangan produk

Pengembangan produk dilakukan setelah adanya analisis bisnis. Pengembangan produk ini merupakan suatu pengembangan dari konsep yang telah ditentukan dan dapat diterima dan akan dijadikan produk yang utuh. Dari pengembangan yang dilakukan pada usaha ini dari hasil wawancara yang telah didapat dari lapangan, menurut penjelasan dari pemilik usaha ibu Puji Astutik yaitu:

*“jadi untuk pengembangan yang saya lakukan pada produk Abid Fresh ini yaitu berupa penambahan inovasi produk yang awalnya saya fikir dari bahan belimbing yang sudah tidak terpakai dalam pembuatan minuman akan saya kemanakan, dan saya berinovasi*

---

<sup>54</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

*untuk mengolahnya juga menjadi produk yang dapat dipasarkan. Jadi disini saya mengolah bahan buah belimbing sebagai manisan belimbing, selai belimbing, dan dodol belimbing. Jadi produk Abid Fresh ini menjadi 4 (empat) macam dan tidak hanya minuman sari buah belimbing saja. Dan itu juga termasuk cara untuk menarik minat beli konsumen.”<sup>55</sup>*

Berdasarkan pernyataan yang telah diungkapkan oleh pemilik usaha kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada pemilik usaha yaitu ibu Puji Astutik ini mengenai apakah dalam pengembangan inovasi ini terdapat kendala dalam pengolahannya dan tanggapan dari ibu Puji Astutik adalah sebagai berikut:

*“Untuk kendala pengolahan sejauh ini belum ada karena dalam mengolah produk saya sendiri yang mengolahnya dan dibantu dengan karyawan saya, jadi dalam kinerja karyawan tentunya selalu dalam pantauan saya apabila ada kesalahan saya masih dapat dengan segera membantu menanganinya.”<sup>56</sup>*

Data tersebut diperkuat dari hasil wawancara dengan ibu Ninik selaku salah satu karyawan yang menyatakan bahwa:<sup>57</sup>

*“Dalam memproduksi minuman sari buah tentunya banyak sutiran buah yang masih layak dan sangat disayangkan apabila dibuang dan jika dijualpun juga tidak akan laku seperti buah yang bagus dengan ukuran besar, maka dari itu kami melakukan inovasi dengan memanfaatkan buah tersebut untuk dijadikan olahan jenis baru seperti dijadikan manisan, selai, dan juga dodol.”<sup>58</sup>*

---

<sup>55</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

<sup>56</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

<sup>57</sup> Wawancara dengan Ibu Ninik (selaku karyawan usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

<sup>58</sup> Wawancara dengan Ibu Ninik (selaku karyawan usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

Berdasarkan pernyataan yang telah diungkapkan oleh salah satu karyawan kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada karyawan usaha yaitu ibu Ninik ini mengenai apakah dalam pengolahan produk baru mengalami kesulitan dan tanggapan dari ibu Ninik adalah sebagai berikut:

*“Manisan buah belimbing ini pengolahannya juga tidak jauh berbeda dengan pengolahan minuman sari buah jadi pemroduksi juga tidak mengalami kesulitan dalam adanya tambahan inovasi produk ini”<sup>59</sup>*

Dari hasil wawancara yang telah didapatkan dapat ditarik kesimpulan bahwa dari pengembangan produk ini dilakukan selain untuk menambah inovasi produk baru tetapi juga untuk lebih memanfaatkan buah-buahan yang masih layak untuk diolah dan tentunya juga akan menghasilkan produk yang baru dan dengan begitu produk *Abid Fresh* ini tidak hanya menjual produk minuman sari buah saja tetapi juga ada produk berupa manisan, selai, dan juga dodol yang berbahan dasar buah belimbing. Dari pengembangan usaha yang dilakukan ini dapat menambah jenis produk, menambah pendapatan bagi usaha, dan juga lebih menarik konsumen untuk membeli produk *Abid Fresh*.

---

<sup>59</sup> Wawancara dengan Ibu Ninik (selaku karyawan usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

**Gambar 1.5**  
**Pengembangan Produk Minuman**



7) Pengujian pasar

Pengujian pasar dilakukan setelah terlaluinya 6 (enam) tahapan yang ada, dalam pengujian pasar ini merupakan salah satu proses yang sangat penting dimana produk dan program pemasarannya masuk kedalam suatu kondisi yang lebih nyata. Produk dilakukan pengujian kedalam pemasarannya untuk melihat bagaimana produk ketika dipasarkan. Dalam hasil wawancara yang diperoleh tanggapan ibu Puji Astutik terhadap pengujian pasar yang telah dilakukan yaitu:

*“Ketika memasuki pengujian pasar yang saya lakukan yaitu mengirim kepasar dengan jumlah sedikit dulu, kemudian dilihat seberapa besar peminat dari produk ini. Ketika ada banyak peminat yang menyukainya kami melakukan penambahan produksi dan juga ada yang meminta untuk menambah model kemasan yang*

*ekonomis jadi kami menambah inovasi kemasan baru dari masukan para konsumen.”<sup>60</sup>*

Berdasarkan pernyataan yang telah diungkapkan oleh pemilik usaha kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada pemilik usaha yaitu ibu Puji Astutik ini mengenai berapa kali pengujian pasar yang dilakukan dan tanggapan dari ibu Puji Astutik adalah sebagai berikut:

*“Pengujian pasar yang saya lakukan kurang lebih ada 5 (lima) kali saya pada awalnya hanya melakukan pengujian pasar pada toko oleh-oleh dan Alhamdulillah mendapatkan respon baik dari konsumen dan banyak yang menanyakan produk Abid Fresh, dengan begitu yang kedua saya mencoba pengujian pasar dengan menerima pesanan dan yang ketiga saya melakukan pengujian pasar pada supermarket seperti Bravo dan ternyata diterima, yang keempat saya juga melakukan pengujian pemasaran pada toko-toko terdekat dan ternyata juga mendapatkan respon yang baik oleh konsumen, yang kelima saya melakukan pengujian pemasaran pada media online tetapi sayangnya pada pengujian ini tidak terlalu berjalan dengan lancar dan memiliki beberapa hambatan jadi saya masih dalam pertimbangan apabila menggunakan media online.”<sup>61</sup>*

Hasil wawancara dari ibu Puji Astutik terhadap pengujian pasar dapat disimpulkan bahwa dari pengujian awal produk yang dijual pada toko oleh-oleh dan juga supermarket dengan jumlah awal yang sedikit kemudian produk semakin lama semakin banyak dikenal dan mengetahui rasa dan kualitas dari produk tersebut jadi semakin lama semakin banyak

---

<sup>60</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

<sup>61</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

pesanan yang masuk dan banyak toko-toko yang menginginkan produk tersebut untuk dijual lagi.

#### 8) Komersialisasi

Pada tahapan yang terakhir ada tahap komersialisasi, tahapan ini dilakukan ketika semua tahapan telah terlalui dan tahapan ini berupa pemutusan bagaimana produk tersebut apakah produk layak untuk diluncurkan atau tidak. Dengan pertimbangan yang matang maka produk yang siap diluncurkan akan di pasarkan dengan menggunakan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan usaha. Pada tahapan komersialisasi dari hasil wawancara yang didapat dari ibu Puji Astutik yaitu:

*“Pada tahapan ini produk yang saya buat sudah benar-benar siap untuk diluncurkan kepasar karena sudah melalui pengujian pasar dan konsumen juga banyak yang tertarik terhadap produk Abid Fresh ini. Tetapi terdapat kendala dalam awal peluncuran produk ini karena peminat produk ini sangat banyak dan dikarenakan tenaga atau pembuatannya masih manual jadi produksinya tidak bisa maksimal jadi masih kalah dengan produksi pabrik.”<sup>62</sup>*

Berdasarkan pernyataan yang telah diungkapkan oleh pemilik usaha kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada pemilik usaha yaitu ibu Puji Astutik ini mengenai kendala yang terjadi bagaimana cara mengatasi pada awalnya dan tanggapan dari ibu Puji Astutik adalah sebagai berikut:

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

*“Saya dan karyawan saya bekerja dengan memproduksi produk dengan semaksimal mungkin untu tidak mengecewakan konsumen, tetapi pada saat pertama peluncuran produk banyak peminat dari produk Abid Fresh ini jadi kami kewalahan karena permintaan pasar yang banyak dan tidak mampu kami penuhi semuanya, dadi mau tidak mau saya harus membagi produk untuk dipasarkan hanya mendapat beberapa saja pada tiap tempat pemasar ataupun pemesan, dan itu membuat konsumen sedikit kecewa. Tetapi kedepannya saya akan lebih memaksimalkan dan memproduksi produk Abid Fresh ini dengan baik agar tidak mengecewakan konsumen. Dan untuk kualitas produk itu adalah yang utama bagi produk Abid Fresh.”<sup>63</sup>*

Dari hasil wawancara yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa komersialisasi yang terjadi pada usaha *Abid Fresh* ini dapat berjalan dengan lancar bahwa pemilik usaha dapat meluncurkan produk-produknya dipasaran setelah melalui berbagai pertimbangan dan tahapan pengujian pada produk *Abid Fresh*. Tetapi juga masih terkendala pada produksi dikarenakan peminat banyak tetapi kemampuan memproduksinya masih sangat kurang dan manual jadi masih kalah dengan produksi pabrik dan ketika konsumen mencari barang, stok barang tidak tersedia.

Pemilik usaha menjelaskan bahwa dengan pengembangan produk yang dilakukan secara maksimal akan lebih memberikan kepercayaan konsumen terhadap produk dan untuk proses produksi akan dilakukan perbaikan dengan semksimal mungkin agar tidak mengecewakan konsumen.

---

<sup>63</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha *Abid Fresh*) pada tanggal 1 Februari 2022

**Gambar 1.6**  
**Produk Abid Fresh**



2. Paparan tentang faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan produk *Abid Fresh*

Dalam pengembangan suatu usaha pasti memiliki faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Sesuai dengan hasil wawancara yang saya lakukan dengan pemilik usaha *Abid Fresh* beliau mengatakan:

*“menurut saya pengembangan usaha yang saya lakukan ini masih termasuk pengembangan produk yang berskala kecil dikarenakan produk yang dihasilkan tidak terlalu banyak dikarenakan pembuatan masih manual dan tidak menggunakan bantuan mesin seperti yang ada di pabrik dan faktor penghambat untuk usaha ini menjadi lebih banyak.”<sup>64</sup>*

Usaha *Abid fresh* ini masih termasuk kedalam usaha rumahan yang alat-alat nya yang digunakan masih manual dan produk yang dihasilkan jga

---

<sup>64</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022



tidak sebanyak pembuatan pabrik. Dari persaingan yang ada produk *Abid Fresh* ini juga belum terkenal luas karena keterbatasan produksi oleh pemilik usaha. Dalam hal ini pasti terdapat faktor pendukung dan penghambat yang dapat mempengaruhi pengembangan produk *Abid Fresh*.

#### 1) Faktor Pendukung

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha *Abid Fresh* yaitu ibu Puji Astutik dalam memberikan tanggapan mengenai faktor pendukung dalam meningkatkan pengembangan produk yang berpengaruh pada volume penjualan adalah sebagai berikut:

*“Faktor pendukungnya pada usaha Abid Fresh ini yaitu terdapat pada bahan utama yang digunakan merupakan bahan atau buah yang berasal dari kebun sendiri. Selain itu dari hasil pengolahan buah belimbing dengan rasa yang segar dari buah asli dapat meningkatkan mutu dan sebagai pembeda dari minuman sejenis dengan merk lain. Faktor pendukung lainnya yaitu dilihat dari pemasarannya bahwa produk Abid Fresh ini semakin lama juga semakin banyak peminat dan sudah banyak masuk di toko oleh-oleh maupun supermarket dan dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya. faktor pendukung selanjutnya yaitu dari segi kemasan yang ekonomis, kami embuat kemasan yang lebih ekonomis karena ada konsumen yang sempat meminta atau pesan produk dengan menggunakan kemasan yang ekonomis karena dengan begitu konsumen bisa lebih banyak pilihan dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan.”<sup>65</sup>*

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan bapak Rendi dan juga ibu Rina selaku karyawan usaha *Abid Fresh*, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha *Abid Fresh*) pada tanggal 1 Februari 2022

Bapak Rendi:

*“Untuk faktor pendukung dari usaha ini salah satunya yaitu dari bahan utamanya yaitu karena ibu Puji memiliki kebun belimbing sendiri, jadi untuk memproduksi produk Abid fresh ini bisa menjaga kualitas produknya yang baik karena bahan utama dari produk ini jelas 100% dari buah asli dan segar.”<sup>66</sup>*

Ibu Rina:

*“Faktor pendukung selain dari bahan utama yaitu terdapat pada kualitas produk yang terjamin, selain itu juga ada jenis-jenis kemasan yang sekarang ditambah dengan kemasan yang lebih ekonomis. Untuk pemasarannya juga banyak peminat dari produk yang kemasan ekonomis dan kemasan normal menggunakan kardus karena bedanya untuk yang kemasan kardus biasanya banyak dicari pada bulan puasa sampai hari raya dan untuk kemasan yang ekonomis juga banyak di cari untuk sehari-hari.”<sup>67</sup>*

## 2) Faktor penghambat

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha *Abid Fresh* yaitu ibu Puji Astutik dalam memberikan tanggapan mengenai faktor penghambat dalam meningkatkan pengembangan produk yang berpengaruh pada volume penjualan adalah sebagai berikut:

*“Faktor penghambah dari usaha ini cukup banyak karena dari proses produksinya masih manual dan tentunya akan mengarah pada kalahnya persaingan dengan pabrik. Persaingan dengan pabrik sangat berat karena dari segi kecepatan produksi dan banyaknya produksi sudah kalah dan dari segi harga pabrik bisa membandrol harga produk lebih*

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Bapak Rendi (selaku karyawan usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

<sup>67</sup> Wawancara dengan Ibu Rina (selaku karyaaan usaha Abid Fresh) pada tanggal 1 Februari 2022

*murah karena dari bahan kemasan saja sebenarnya tidak boleh memesan sedikit dan harga akan menjadi lebih mahal dan untuk pemesanan kemasan minimal pesan sampai 45 roll dan harda 1 roll nya mencapai Rp. 200.000 dan untuk pemesanan yang sedikit memiliki perbedaan harga yang jaun yaitu 1 roll nya mencapai Rp.570.000 jadi untuk pabrik bisa memberi harga murah pada produk karena sudah memiliki kuantiti yang cukup. Maka dari itu saya juga terhambat pada modal usaha. Selain itu faktor lainnya yaitu dari ketersediaan bahan baku, jadi karena bahan bakunya dari buah asli dan buah belimbing sendiri tidak setiap hari bisa berbuah dan kadang sampai mengalami ketelatan bahan baku. Lalu faktor penghambah lain untuk berkembangnya usaha saya ini yaitu dari kendaraan yang di gunakan untuk pengiriman luar kota yang apabila menggunakan jasa kirim akan menjadi lebih mahal pada ongkos kirimnya.”<sup>68</sup>*

Berdasarkan dari pernyataan yang pemilik dan karyawan ungkapkan mengenai faktor pendukung dan penghambat yang ada dalam usaha *Abid Fresh* ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa pada semua usaha pasti memiliki faktor pendukung dan penghambat. Ada banyak faktor penghambat yang terjadi pada usaha ini dan dengan demikian pengembangan usaha yang terjadi juga dilakukan dengan perlahan dan semampu pemilik usaha. Pemilik usaha mencoba untuk menagani masalah yang terdapat pada faktor penghambat tersebut dengan selalu memperbaiki produk dan tetap bertahan dan konsisten pada kualitas produk yang dihasilkan tidak pernah mengurangi

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan Ibu Puji Astutik (selaku pemilik usaha *Abid Fresh*) pada tanggal 1 Februari 2022

kualitas pada produk sedikitpun. Dengan begitu konsumen akan tetap percaya pada kualitas produk *Abid Fresh*.

### **C. Analisis Data**

#### **1. Strategi Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Produk *Abid Fresh*.**

Sebagai pebisnis pasti memiliki sebuah tujuan untuk kemajuan usahanya dalam memenuhi target dan untuk mendapatkan laba. Volume penjualan yang ada dalam suatu usaha merupakan banyaknya total penjualan yang dilakukan pada suatu usaha dalam periode tertentu untuk pencapaian laba yang maksimal dengan begitu akan dapat menunjang pengembangan dalam usaha. Pengembangan usaha merupakan sesuatu yang sangat penting untuk dilakukan dalam peningkatan volume penjualan.

Produk *Abid Fresh* ini dalam meningkatkan volume penjualannya yaitu dengan mengupdate atau menambahkan jenis kemasan ekonomis pada produk dan juga selain itu mengembangkan usaha dengan menambah produk baru dengan bahan utama yang sama yaitu tetap menggunakan buah belimbing. Dalam pengembangan yang dilakukan pemilik usaha pasti sudah melakukan reset pada produk-produknya sehingga dalam pengolahannya tidak mengalami kesulitan dan dapat

mencapai produksi yang maksimal dari segi kualitas maupun kuantitasnya.

**Table 1.3**  
**Data Peningkatan/penurunan Produksi Abid Fresh 2018-2021**

No	Jenis	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
1.	Minuman Sari Buah Belimbing	56000	57000	5600	8400
2.	Minuman Sari Buah Belimbing (botol)	1500	1600	750	750
3.	Manisan Buah Belimbing	1500	1600	750	750
4.	Selai Buah Belimbing	450	470	300	300
5.	Dodol Buah Belimbing	1800	1900	1200	1200

Data penjualan diatas merupakan data penjualan produk dari tahun 2018 sampai 2021 dengan produk *Abid Fresh* mulai dari minuman sari buah dalam kemasan cup, minuman sari buah dalam kemasan botol, manisan, selai, dan dodol. Dapat dilihat dari tabel data yang ada bahwa produk pada tahun 2018 sampai tahun 2019 sempat mengalami peningkatan dalam volume penjualannya tetapi ditahun berikutnya tahun 2020 mengalami penurunan drastis dikarenakan adanya pandemi covid19 yang menyebabkan sektor ekonomi menurun bahkan semua pemilik usaha terkena dampaknya. Salah satunya yaitu usaha *Abid Fresh*

ini yang mengalami penurunan volume penjualan dan pada tahun 2021 masih dalam produksi rendah tetapi sedikit mengalami sedikit peningkatan dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan data hasil penjualan produk *Abid Fresh* sempat mengalami peningkatan yang cukup baik dikarenakan peluang pasar yang terbuka untuk produk ini, produk *Abid Fresh* ini banyak diminati dan dicari oleh konsumen karena kualitas mutu dari produk yang menjadi pembeda dari produk sejenis lainnya. produk *Abid Fresh* diproduksi dengan cara manual dengan menggunakan bahan alami dari buah asli dan tidak menggunakan bahan pemanis yang seperti produk sejenis lainnya. jadi produk ini banyak dicari oleh konsumen karena aman dikonsumsi dari semua kalangan.

Upaya atau tahapan yang dilakukan dalam pengembangan usaha *Abid Fresh* yaitu sebagai berikut:

- 1) Pencetusan gagasan

Pencetusan gagasan yang dilakukan oleh pihak *Abid Fresh* diperoleh dari pemikiran pemilik usaha yang didasari oleh ilmu produksi yang didapatkan beliau dari pelatihan yang dilakukan maka pemilik usaha memperoleh ide atau gagasan untuk menerapkan ilmunya pada jenis buah yang berbeda yaitu pada buah belimbing.

## 2) Penyaringan gagasan

Penyaringan gagasan yang dilakukan yaitu dengan melakukan banyak pertimbangan terhadap keluarga serta dibantu oleh beberapa pelaku usaha yang akan terlibat membantu dalam pengolahan produk. Penyaringan gagasan ini dilakukan dengan pertimbangan yang sebaik mungkin dengan pertimbangan bahan dasar yang digunakan mudah untuk didapatkan.

## 3) Pengujian dan pengembangan konsep

Pengujian dan pengembangan konsep dapat dilakukan setelah dilakukannya penyaringan gagasan dan sudah pasti akan dilakukan pemroduksian produk. Dalam pengujian yang dilakukan produk dapat diproduksi dengan baik dan memiliki kualitas yang sesuai dengan tujuan produksi dan setelah itu dalam pengembangan produk yang dilakukan agar usaha dapat lebih berkembang yang dilakukan oleh pelaku usaha yaitu dengan menambah beberapa produk yang baru yang diproduksi dari bahan yang sama dengan inovasi yang berbeda.

## 4) Pengembangan strategi pemasaran

Pengembangan strategi pemasaran ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen dan minat konsumen terhadap produk yang dihasilkan, pengembangan strategi

pemasarannya yaitu mulai dari pemasaran melalui toko-toko sekitar hingga masuk kedalam toko oleh-oleh dan supermarket.

5) Analisis bisnis

Analisis bisnis yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana produk pesaing yang ada dipasaran dan bagaiman cara kerja dan manfaat produk bagi konsumen, yang dilakukan pada produk *Abid Fresh* ini yaitu dilihat dari segi kualitas yang dihasilkan jadi meskipun banyak pesaing yang serupa produk ini akan tetap berjalan karena mampu bersaing dari segi kualitas yang diproduksi menggunakan bahan buah asli tanpa menggunakan perasa buatan.

6) Pengembangan produk

Pengembangan produk yang dilakukan yaitu dengan menambah inovasi pada produk dengan menambah beberapa produk baru dengan bahan dasar sama yaitu buah belimbing, selain itu juga dilakukan pengembangan produk melalui memperbaiki kemasan pada produk dengan penambahan kemasan yang lebih ekonomis dan beragam.

7) Pengujian pasar

Pengujian pasar yang dilakukan yaitu dengan melakukan pemasaran pada toko oleh-oleh, supermarket, dan toko-toko terdekat dengan begitu dapat diketahui bagaimana tanggapan para penjual



yang menjual produk *Abid Fresh* ini apabila produk ini banyak diminati oleh konsumen.

#### 8) Komersialisasi

Apabila semua tahapan sudah dilakukan dengan baik maka tahapan yang terakhir yaitu tahapan penentuan apakah produk jadi atau tidak untuk diluncurkan apabila banyak tanggapan positif dari kalangan konsumen dan biaya-biaya penanganan produk sudah dipertimbangkan dengan baik maka produk siap untuk dilakukan peluncuran dipasaran.

Dengan demikian pengembangan produk terhadap peningkatan volume penjualan pada produk *Abid Fresh* mengenai pengembangan produk yang terjadi pada produk *Abid Fresh* ini berupa penambahan produk yang masih berbahan utama belimbing, bahan yang digunakan masih berupa bahan alami yang diinovasikan menjadi beberapa macam produk. Pada pengembangan sebelumnya yang dilakukan masih sama dengan produk awal yaitu minuman sari buah belimbing yang dilakukan pengembangan dengan menambah inovasi pada kemasan yang awalnya hanya menggunakan cup kecil dan sekarang sudah ditambah menggunakan kemasan botol. Pada kemasan dalam pemasarannya yang awalnya hanya dikemas menggunakan kardus yang berisikan 24 cup dan 12 cup sekarang mulai dikembangkan dengan menggunakan kemasan

yang lebih ekonomis yaitu berupa kemasan dengan menggunakan plastik tas yang berisi 6 cup.

Produk *Abid Fresh* semakin lama semakin banyak dikenal dan dilakukan pengembangan pada produknya. Produk pengembangan yang pertama yaitu berupa manisan belimbing, manisan ini merupakan produk yang dikemas menggunakan cup dan berisikan sari belimbing dengan tambahan manisan belimbing atau potongan buah belimbing didalamnya. Pengembangan produk yang kedua yaitu berupa olahan belimbing menjadi selai yang juga banyak dicari oleh konsumen karena rasa belimbingnya yang khas, rasa belimbing yang segar dan tidak terlalu manis dan tentunya tidak menggunakan bahan-bahan yang berbahaya dan akan aman dikonsumsi oleh segala usia. Pengembangan produk belimbing yang selanjutnya yaitu berupa olahan belimbing menjadi dodol belimbing, dodol belimbing ini juga sama seperti dodol pada umumnya dengan ciri khas dodol yang kenyal dan manis, produk ini juga banyak dicari bagi konsumen pecinta belimbing dan banyak dicari untuk jajanan dan oleh-oleh. Seiring berjalannya waktu pengembangan produk yang dilakukan sangat mempengaruhi volume penjualan pada usaha ini banyaknya minat konsumen terhadap produk karena kualitas dan mutu yang ada pada produk *Abid Fresh*.

## 2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pengembangan Produk *Abid Fresh*

Dari keberlangsungan hidup usaha *Abid Fresh* pada awal 2016 pasti memiliki faktor pendukung dan penghambat pada usaha. Faktor pendukung pada usaha ini yaitu terdapat pada bahan yang digunakan dalam pembuatan produk yaitu buah belimbing yang berasal dari kebun milik sendiri, produk yang dihasilkan 100% murni sari buah asli, jadi konsumen yang sudah merasakan produk ini akan lebih tertarik karena keaslian dan kualitas produk. Selain itu pemasarannya sudah diterima pada pusat oleh-oleh dan supermarket yang akan membuat produk lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Adapun faktor penghambat dari usaha dalam pengembangan usaha ini sepertihalnya mulai dilakukan untuk menunjang pemasaran, pemasaran yang dilakukan secara offline dan online tetapi setelah berjalannya pemasaran dan setelah dikalkulasi dan dipertimbangkan dengan baik oleh pemilik usaha penjualan secara online tidak terlalu baik dan memiliki kendala berupa ongkos pengiriman jadi pada saat ini usaha ini lebih berfokus pada pemasaran secara offline. Pemilik usaha terkendala pada proses pengiriman barang dan juga belum memiliki kendaraan sendiri maka belum bisa mengembangkan usaha atau melakukan pengiriman sampai keluar kota. Beratnya persaingan dengan kecepatan produksi pabrik dan harga bahan kemasan yang jauh lebih

mahal daripada pabrik karena jumlah pemesanan kemasan yang tidak boleh pesan dengan jumlah sedikit yang akan mengakibatkan lebih mahalnya harga apabila dilakukan pemesanan sedikit, dan itu juga akan berpengaruh pada modal usaha. Banyaknya kendala yang ada dalam usaha ini maka pengembangan yang dilakukan menjadi tidak maksimal, jadi untuk persaingan dengan pabrik tentunya usaha *Abid Fresh* ini sedikit tertinggal dikarenakan produksinya yang tidak mampu menyaingi produksi pabrik dan karena banyaknya permintaan produksinya juga tidak mampu menuruti banyaknya permintaan dan akhirnya akan membuat konsumen sedikit kecewa.

Karena adanya kendala-kendala dalam usaha ini yang membuat konsumen sedikit kecewa, tetapi pemilik usaha berkomitmen untuk tetap melakukan produksi semampunya dan tetap bertahan pada mutu dari produk yang dihasilkannya. Untuk pengembangan yang dilakukan selanjutnya pemilik usaha akan mengganti penutup yang digunakan untuk cup dengan menggunakan mesin siller yang awalnya masih menggunakan sblon dan hasilnya yang kadang tidak maksimal maka kedepannya akan diganti dengan menggunakan model printing yang akan mempercepat proses pengemasan produksi dari produk *Abid Fresh* ini. Semakin berkembangnya usaha ini sedikit demi sedikit akan dilakukan perbaikan pada proses produksinya agar para konsumen tidak lagi kecewa dengan kurangnya ketersediaan produk dipasaran.