



**STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK OLAHAN BUAH SALAK PADA  
INDUSTRI WINNA SARI DESA PRONOJIWO KABUPATEN  
LUMAJANG**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Desy Rozalia**

**NIM 130210301014**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2019**



**STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK OLAHAN BUAH SALAK PADA  
INDUSTRI WINNA SARI DESA PRONOJIWO KABUPATEN  
LUMAJANG**

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program  
Sarjana Strata Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi  
Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas  
Jember

**Oleh:**

**Desy Rozalia**

**NIM 130210301014**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2019**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan ucap syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda tercinta Hasan Basri dan Ibundaku Sulis Tyowati, nenek ku tersayang Murtini, kakak ku tercinta Beta Arin Setyo Utami, S.Pd, kakak iparku Ust. Iswahyudi S.Pd.I, dan Pak *dhe* Bambang Iriyanto serta keluarga besar saya tercinta terima kasih yang tak terhingga atas semua dukungan, pengorbanan, cucuran keringat, kesabaran dan doa yang tak henti-hentinya untuk segala hal yang kuraih hingga saat ini.
2. Almamater yang kebanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
3. Seluruh guru dan dosenku terima kasih untuk sejuta ilmu pengetahuan dan pengalaman tak terhingga yang mengajarkan dan merubah pandanganku tentang arti perjuangan dalam meraih sukses.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas budi baik yang telah kalian berikan dalam membantu penyusunan skripsi ini hingga selesai.

**HALAMAN MOTTO**

“Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya  
itu adalah untuk dirinya sendiri”

(Qs. Al-Ankabut: 6)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Qs. Al-Insyirah: 6)

“Dan hanya kepada Tuhanmulah (Allah SWT), hendaknya kamu  
berharap”

(Qs. Al-Insyirah: 8)

**HALAMAN PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desy Rozalia

NIM : 130210301014

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Diversifikasi Produk Olahan Buah Salak Pada Industri Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 Juli 2019

Yang menyatakan,

**Desy Rozalia**  
**NIM. 130210301014**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK OLAHAN BUAH SALAK PADA  
INDUSTRI WINNA SARI DESA PRONOJIWO KABUPATEN  
LUMAJANG**

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Oleh:

Nama : Desy Rozalia  
NIM : 130210301014  
Tahun Angkatan : 2013  
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 14 Desember 1994  
Jurusan/Prog. Studi : Pend. IPS/Pend. Ekonomi

Disetujui oleh:

**Dosen Pembimbing I**

**Dosen Pembimbing II**

**Drs. Joko Widodo, M.M**  
**NIP. 19600217 198603 1 003**

**Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd**  
**NIP. 19800827 200604 2 001**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi berjudul “**Strategi Diversifikasi Produk Olahan Buah Salak Pada Industri Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang**” telah diuji dan disahkan pada :

Hari, tanggal : Senin, 22 Juli 2019

Tempat : Ged. 1 – FKIP UNEJ

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

**Drs. Joko Widodo, M.M**  
NIP. 19600217 198603 1 003

**Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd**  
NIP. 19800827 200604 2 001

Anggota I

Anggota II

**Titin Kartini, S.Pd, M.Pd**  
NIP. 19801205 200604 2 001

**Dra. Sri Wahyuni, M.Si**  
NIP. 19570528 198403 2 002

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

**Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph. D.**  
NIP. 19680802 199303 1 004

## RINGKASAN

**“Strategi Diversifikasi Produk Olahan Buah Salak Pada Industri Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang”**. Desy Rozalia, 130210301014; 2019: 56 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Memasuki dunia industri yang semakin berkembang pada saat ini membuat persaingan antar pelaku bisnis semakin kuat. Adanya persaingan memaksa pemilik bisnis untuk mencari solusi terkait dengan strategi yang baik bagi usaha yang dikelolanya. Strategi diversifikasi produk merupakan upaya yang dilakukan produsen untuk membuat produk dengan bahan dasar sama yang beragam, baik dari ragam bentuk, ukuran, rasa, dan kemasan. Kegiatan yang dilakukan dalam menambah keragaman produk yaitu membuat tambahan jenis produk baru dari produk sudah ada dengan bahan dasar yang sejenis. Melalui penerapan strategi diversifikasi produk, Industri Winna Sari tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja, tetapi juga dapat mengandalkan ragam produk yang lainnya. Tujuan dalam penelitian ini, adalah untuk mendeskripsikan penerapan strategi diversifikasi produk olahan buah salak pada Industri Winna Sari.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian yaitu Bapak Winarno sebagai pemilik Industri Winna Sari, sedangkan informan penelitian yaitu tenaga kerja dan konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bapak Winarno menerapkan strategi diversifikasi produk olahan buah salak pada usaha yang dikelolanya. Penerapan strategi diversifikasi produk olahan buah salak tersebut mencakup nama produk, kategori produk, komposisi produk dan kemasan produk. Diversifikasi produk yang dilakukan oleh Industri Winna Sari yaitu diversifikasi konsentris dan diversifikasi horizontal.



Industri Winna Sari melakukan diversifikasi konsentris dengan menciptakan produk yang masih berkaitan dengan produk yang lama, yaitu mengembangkan produk dengan bahan dasar yang sama yaitu buah salak. Produk pertama kali yang diproduksi adalah minuman sari buah salak 10 November 2010. Keripik salak pada 20 Januari 2012, 11 Februari 2013, dan 15 Juli 2019. Kurma salak dan dodol atau jenang salak pada tanggal 7 Maret 2013. Dan bubuk biji salak tanggal 11 Desember dan 29 Desember 2014. Teknologi yang digunakan sama dengan yang digunakan oleh produk olahan buah salak, yaitu timbangan dan *hand sealer*. Kemasan yang digunakan dalam setiap produknya berbeda-beda. Kemasan yang digunakan oleh produk minuman sari buah salak yaitu kemasan *plastic cup* bening transparan. Kurma salak dan dodol atau jenang salak menggunakan kemasan mika plastik atau bening transparan. Bubuk biji salak menggunakan kemasan *standing pouch silver foil* dan kemasan *standing pouch aluminium black foil*. Keripik salak menggunakan kemasan bantal atau kantong bening transparan, kemasan *standing pouch* bening transparan, kemasan *standing pouch aluminium silver foil*, *green foil* dan *green foil*.

Diversifikasi horizontal dilakukan dengan mengembangkan produk baru yang belum ada sebelumnya di Industri Winna Sari, yaitu dengan menciptakan produk yang tidak menggunakan bahan dasar buah salak, tetapi masih dijual kepada pelanggan yang sama. Produk tersebut adalah produk olahan buah pisang, produk olahan markisa, kerupuk renjinang, keripik gadung dan keripik singkong. Produk ini memiliki 7 varian nama produk dengan bahan dasar yang berbeda. Kemasan minuman sari buah pisang dan sari buah markisa menggunakan *plastic cup*. Sedangkan kemasan produk keripik pisang, sale pisang, kerupuk gadung, keripik singkong, yang digunakan adalah kemasan *standing pouch* bening transparan.

## PRAKATA

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah Swt atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Strategi Diversifikasi Produk Olahan Buah Salak Pada Industri Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih:

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M.Hum, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Wiwin Hartanto, S.Pd, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II. Dan Dosen Penguji I Titin Kartini, S.Pd, M.Pd dan Dosen Penguji II Dra. Sri Wahyuni, M.Si;
5. Semua dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu selama penulis melakukan studi di Universitas Jember;
6. Bapak Winarno selaku pemilik industri Winna Sari, Ibu Miswati, Ibu Sumira dan Ibu Narmi selaku tenaga kerja industri Winna Sari, serta Bapak Sugeng Harianto dan Ibu Ayu Fifinda selaku konsumen industri Winna Sari yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai dalam penelitian ini;
7. Sahabat-sahabatku Nur Lailatul Fajariani S.Pd, Nur Indah Sari, Zhahro Arifa Wulandari, S.Pd, serta Rosa Cantika Dewi, Amd. Keb, bersama-sama berjuang untuk, menggapai kesuksesan dan selalu memberikan motivasi agar aku tak putus asa;

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini;

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sangat sempurna, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya ilmiah berupa skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Jember, 22 Juli 2019

Penulis



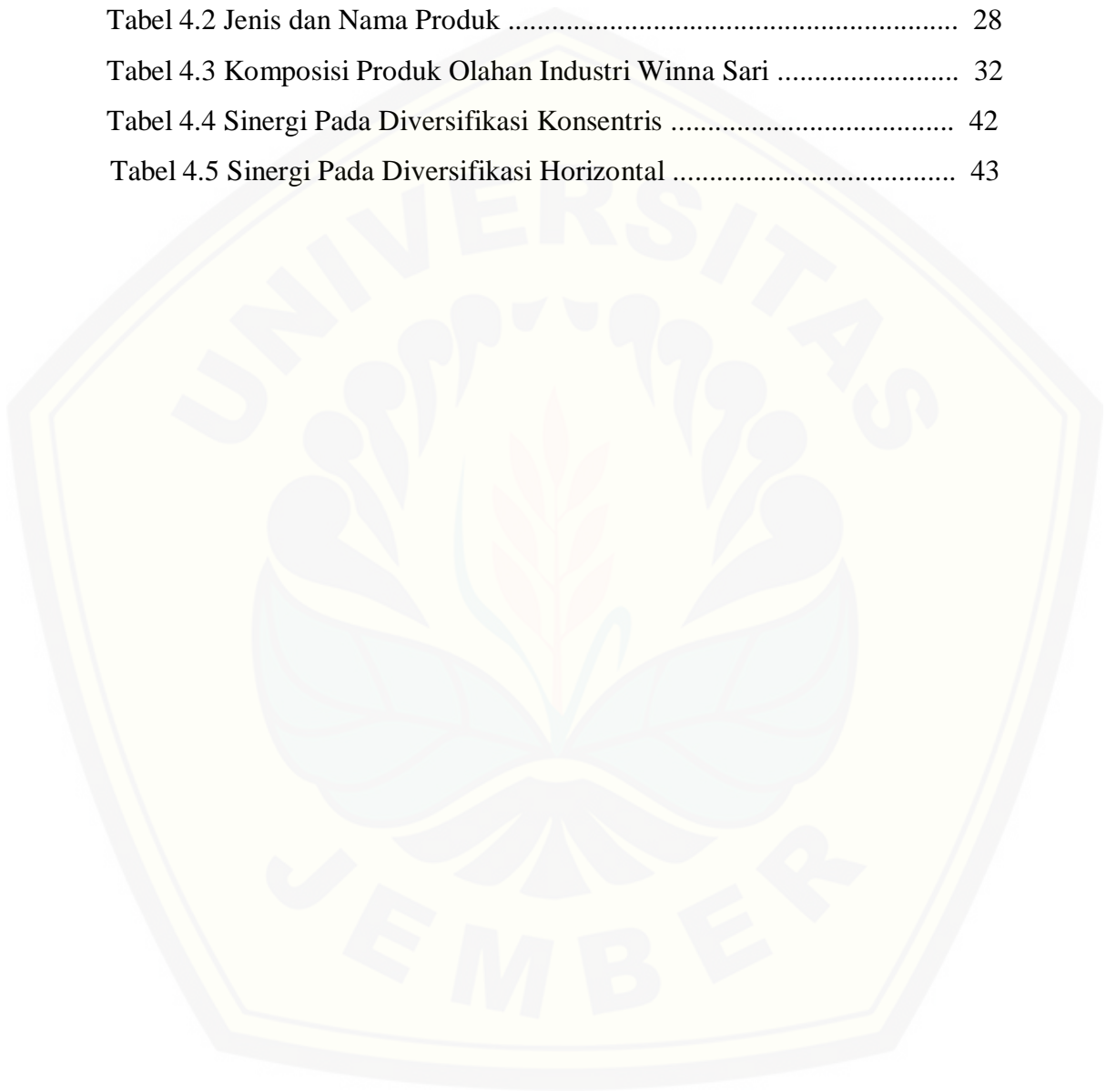
**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	5
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori .....	8
2.2.1 Strategi Diversifikasi Produk .....	8
2.2.2 Strategi Diversifikasi Konsentris .....	9
2.2.3 Strategi Diversifikasi Horizontal .....	10
2.2.4 Strategi Diversifikasi Konglomerat .....	11
2.2.5 Unsur-Unsur Produk Yang Beragam .....	12
2.2.6 Pertimbangan Dalam Mengadakan Diversifikasi Produk .....	16
2.3 Kerangka Berpikir .....	18

<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> .....	17
3.1 Rancangan Penelitian .....	17
3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian .....	17
3.3 Subjek dan Informan Penelitian .....	18
3.4 Definisi Operasional Konsep .....	18
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	19
3.5.1 Jenis Data .....	19
3.5.2 Sumber Data .....	19
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	20
3.7 Analisis Data .....	21
3.8 Uji Keabsahan Data 22	
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	22
4.1 Data Pendukung .....	22
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	22
4.1.2 Sejarah Industri Winna Sari .....	24
4.1.3 Nama dan Tugas Tenaga Kerja Industri Winna Sari .....	24
4.1.4 Visi dan Misi Industri Winna Sari .....	25
4.2 Deskripsi Subjek dan Informan Penelitian.....	26
4.2.1 Subjek Penelitian.....	26
4.2.2 Informan Penelitian .....	26
4.3 Data Utama .....	27
4.3.1 Strategi Diversifikasi Produk .....	27
4.4 Pembahasan .....	45
<b>BAB 5. PENUTUP</b> .....	51
5.1 Kesimpulan .....	51
5.2 Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	53
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	55

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 4.1 Nama dan Tugas Tenaga Kerja .....	24
Tabel 4.2 Jenis dan Nama Produk .....	28
Tabel 4.3 Komposisi Produk Olahan Industri Winna Sari .....	32
Tabel 4.4 Sinergi Pada Diversifikasi Konsentris .....	42
Tabel 4.5 Sinergi Pada Diversifikasi Horizontal .....	43



**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian .....	18



**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
A. Matriks Penelitian .....	57
B. Tuntutan Penelitian.....	58
C. Pedoman Wawancara .....	59
D. Transkrip Wawancara.....	72
E. Dokumentasi .....	92
F. Kartu Bimbingan.....	103
G. Surat Izin Penelitian .....	105
H. Surat Selesai Penelitian .....	107
I. Daftar Riwayat Hidup .....	108



## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Lumajang merupakan wilayah yang subur, dimana sebagian besar penduduknya bermatapencaharian pada sektor pertanian. Kemampuan dalam pengolahan hasil pertanian makin ditingkatkan terutama yang berkaitan dengan agribisnis dan agroindustri untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing komoditi pertanian. Salah satu subsektor pertanian yang mendukung petani adalah subsektor hortikultura. Komoditas hortikultura khususnya buah-buahan memiliki prospek untuk dikembangkan.

Buah-buahan merupakan salah satu hasil komoditi hasil pertanian yang penting, karena mengandung vitamin dan mineral yang bermanfaat untuk kesehatan tubuh manusia. Namun, buah-buahan bersifat mudah rusak, sehingga sering mengakibatkan kerugian bagi petani atau pedagang buah-buahan. Oleh sebab itu, perlu melakukan strategi untuk meningkatkan nilai ekonomisnya.

Memasuki dunia usaha *home industry* yang semakin berkembang pada saat ini membuat persaingan antar pelaku bisnis semakin ketat. Melihat ketatnya persaingan, sehingga mendorong pemilik usaha untuk menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya. Penetapan strategi yang tepat dan efektif sangat mempengaruhi jalannya suatu usaha. Pemilik usaha perlu menerapkan strategi untuk dapat menarik konsumen dan dapat memenuhi selera para konsumen. Hal ini dikarenakan, agar suatu usaha dapat bertahan dari pesaing bisnis yang semakin banyak. Apabila seorang pemilik usaha tidak mempunyai strategi yang tepat, maka suatu usaha akan mengalami penurunan baik dalam bidang produksi maupun jumlah penjualannya.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut, produsen harus menghasilkan produk yang tepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, strategi diversifikasi produk perlu dilakukan oleh pemilik usaha.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu strategi diversifikasi produk. Strategi diversifikasi produk merupakan usaha yang dilakukan pengusaha untuk memperbanyak macam barang yang akan dijual. Strategi diversifikasi produk atau penganekaragaman produk merupakan upaya yang dilakukan oleh produsen atau pengusaha untuk membuat produk yang beragam baik dari ragam, bentuk, ukuran, maupun rasa.

Produk yang senantiasa dijadikan olahan yaitu produk hasil pertanian atau holtikultura, salah satunya buah-buahan. Produk olahan buah pada saat ini mulai bermunculan seiring dengan berkembangnya teknologi dan industri. Permasalahan yang sering muncul pada pengolahan buah, yaitu karena buah yang mudah busuk. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka muncul ide tentang cara pengolahan buah-buahan. Salah satunya, yaitu dengan membuat berbagai produk olahan dari buah-buahan, sehingga produk tersebut dapat bertahan lama. Salah satu jenis buah yang dapat dimanfaatkan untuk membuat olahan produk adalah buah salak. Buah salak merupakan salah satu buah yang rasanya khas. Buah salak juga digemari oleh sebagian masyarakat. Selain harganya terjangkau, buah salak juga mengandung nutrisi cukup tinggi yang baik untuk kesehatan tubuh. Buah salak memiliki prospek bisnis yang sangat cerah, karena buah salak mudah dibudidayakan. Kelebihan tersebut, menjadikan masyarakat untuk mulai melakukan variasi produk olahan buah salak yang berbeda dari biasanya.

Berdasarkan informasi dari petani salak atau pemilik Industri Winna Sari, teknik budidaya salak biasanya melakukan penyerbukan sendiri. Hal ini sesuai dengan pernyataan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Winarno sebagai berikut:

*“Kami tidak pernah melakukan penyerbukan, dibiarkan saja bungan salak bisa menjadi buah. Karena, angin yang membantu proses penyerbukan dengan kondisi lahan yang berada dilereng gunung, sehingga angin berputar lebih kuat”. (W, 46 tahun)*

Industri Winna Sari merupakan satu-satunya *home industry* di daerah Lumajang yang memproduksi olahan buah salak. Melimpahnya buah salak mengakibatkan harga relatif murah, ada sebagian buah salak yang tidak laku terjual dan cepat membusuk. Buah salak tidak dapat disimpan lama dalam keadaan segar, maka hal itu dijadikan peluang bisnis oleh produsen untuk menjadikan produk olahan buah salak yang bernilai tinggi agar mampu bertahan lebih lama dan konsumen pun dapat menikmati buah salak dengan berbagai produk olahan buah salak.

Industri Winna Sari merupakan salah satu *home industry* yang bergerak dalam bidang pengolahan hasil pertanian berupa buah salak yang diolah menjadi berbagai macam produk. Pertama kali didirikan oleh orang tua Bapak Winarno pada 10 November 2010. Produk yang diproduksi hanya minuman sari buah salak saja. Kemudian, 20 Januari 2012 menambah produk baru yaitu keripik salak. Pada 7 Maret 2013, menambah produk dodol atau jenang salak dan kurma salak. Dan terakhir 11 Desember 2013 menambah produk bubuk biji salak.

Diversifikasi produk yang dilakukan oleh Industri Winna Sari yaitu dengan membuat penganeekaragaman produk, pengemasan dan ukuran pengemasan. Diversifikasi dilakukan dari ragam atau jenis produk. Ragam atau jenis produk bahan dasar buah salak juga dapat dilakukan dengan menambahkan berbagai varian produk olahan yang berbeda, diantaranya produk olahan buah salak, produk olahan buah markissa, produk olahan buah pisang, keripik dan juga kerupuk. Perusahaan melakukan kegiatan tersebut untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan mampu memenuhi kebutuhan atau selera konsumen yang berbeda-beda. Hal ini sesuai dengan pernyataan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Winarno sebagai berikut:

*“Untuk keanekaragaman produknya banyak mbak. Mulai dari minuman sari buah salak, keripik salak, dodol atau jenang salak, kurma salak, dan bubuk biji salak... Namun, kami tidak hanya membuat produk olahan buah salak saja. Produk yang lain misalnya, minuman sari buah markissa,*

*minuman sari buah pisang dan keripik pisang, sale pisang, keripik singkong dan keripik gadung, dan kerupuk renjinang”.* (W, 46 tahun)

Diversifikasi produk juga dapat dilakukan dari pengemasan dan ukuran pengemasan. Pengemasan dengan kualitas yang baik dan rapi akan menarik konsumen terhadap produk tersebut. Bentuk pengemasan tergantung dari ragam produk yang dihasilkan. Berkaitan dengan pengemasan produk juga perlu diperhatikan dari segi bahan, bentuk, maupun warna. Pengemasan dilihat dari segi warna, karena akan berpengaruh pada penampilan produk tersebut. Dalam proses pengemasan, warna yang digunakan berwarna cerah, sehingga memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen. Pengemasan yang dilakukan harus mencantumkan nama perusahaan, nama produk atau merk, alamat perusahaan, berlabel halal dari Majelis Ulama Indonesia, komposisi, berat bersih atau *netto*, tanggal produksi dan kadaluarsa, dan juga terdapat Badan Pengawas Obat dan Makanan atau BPOM. Ukuran pengemasan produk juga menjadi perhatian penting bagi produsen dalam menjual produknya. Ukuran yang bervariasi akan memberikan kemudahan konsumen dalam membeli produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Winarno sebagai berikut:

*“Pengemasan dan ukuran dari masing-masing produknya berbeda mbak. Minuman sari buah salak menggunakan kemasan plastic cup bening transparan, dengan ukuran Tinggi x Diameter yaitu 3x4cm, dan 1 pcs dengan berat pengemasan 180ml. Keripik salak menggunakan kemasan bantal atau kantong bening transparan, memiliki ukuran Panjang x Lebar yaitu 12x5cm, dengan berat pengemasan 120 gram. Keripik salak menggunakan kemasan standing pouch bening transparan, standing pouch aluminium silver foil, standing pouch aluminium green foil, dan standing pouch aluminium yellow foil, memiliki ukuran Panjang x Lebar x Alas yaitu 16x6x5cm, dan berat pengemasan 200 gram. Keripik salak kemasan standing pouch bening transparan dan standing pouch aluminium silver foil, memiliki ukuran Panjang x Lebar x Alas yaitu 18x8x5cm, dan berat pengemasan 320 gram. Dodol atau jenang salak dan kurma salak*

*menggunakan kemasan mika plastik atau bening transparan, memiliki ukuran Panjang x Lebar x Tinggi yaitu 8x14,5x4cm, dan berat pengemasan 320 gram. Bubuk biji salak menggunakan kemasan standing pouch aluminium silver foil, memiliki ukuran Panjang x Lebar x Alas yaitu 10x5x3cm, dan berat pengemasan 300 gram. Bubuk biji salak menggunakan kemasan standing pouch aluminium black foil, memiliki ukuran Panjang x Lebar x Alas yaitu 11x8x4cm, dan berat pengemasan 220 gram". (W, 46 tahun)*

Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Diversifikasi Produk Olahan Buah Salak Pada Industri Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimanakah penerapan strategi diversifikasi produk olahan buah salak pada industri Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini, yaitu untuk mendeskripsikan penerapan strategi diversifikasi produk olahan buah salak pada industri Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

- a. Bagi Perguruan Tinggi, sebagai salah satu perwujudan Tri Dharma perguruan tinggi, yaitu pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah khazanah ilmu pengetahuan Perguruan Tinggi.

- b. Bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi (PE), sebagai referensi penelitian untuk mengembangkan eksistensi dan keberagaman jenis penelitian dalam program studi Pendidikan Ekonomi.
- c. Bagi industri Winna Sari, penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dengan memberi masukan mengenai strategi diversifikasi produk yang sesuai dalam upaya mencapai keunggulan komperatif. Selain itu, sebagai bahan acuan bagi pengembangan usaha industri Winna Sari agar lebih baik lagi dalam menginovasikan produknya.
- d. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat bagi peneliti untuk mendalami penerapan ilmu ekonomi dalam bidang perindustrian kecil diversifikasi produk yang dituangkan ke dalam penelitian secara ilmiah.
- e. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk mengadakan penelitian yang sejenis yang lebih mendalam demi perbaikan dan penyempurnaan hasil penelitian.

## **BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka atau kajian teori yang berkaitan dengan hasil penelitian yang sejenis dan variabel konsep secara sistematis. Pembahasannya meliputi: (1) Penelitian Terdahulu, (2) Landasan Teori, dan (3) Kerangka Berpikir.

### **2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan studi kepustakaan yang telah dilakukan peneliti, diperoleh referensi dari penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti lain. Penelitian terdahulu ini dilakukan dengan tujuan sebagai acuan dalam menyusun penelitian, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Fitria Puspitasari (2011) dengan judul “Diversifikasi Produk Makanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Inovasi Di Kota Blitar”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha UMKM melaksanakan diversifikasi produk makanan berbasis inovasi dalam bentuk bahan baku yang sama, tetapi menghasilkan produk yang beranekaragam pada rasa, bentuk, dan juga kemasan. Para pemilik usaha dalam memproduksi produk tanpa menggunakan bahan pengawet, bahan pewarna yang menggunakan bahan yang alami. Kualitas rasa sangat diperhatikan dalam menjaga loyalitas konsumen. Walaupun bahan baku produk naik, namun tidak mengurangi bahan tersebut dalam memproduksi produk. Para pemilik usaha membeli bahan baku produk pada pemasok langsung. Diversifikasi sangat diperlukan untuk memberikan lapangan usaha, lapangan kerja, dan pendapatan kepada masyarakat dan dunia usaha. Pemerintah telah memfasilitasi para pemilik usaha mikro dan juga menengah dengan memberikan pelatihan, pemberian alat serta peminjaman modal. Selain itu, pemerintah mempermudah legalitas atau perizinan untuk memudahkan produk UMKM berdaya saing di pasar lokal dan nasional. Inovasi yang sudah dilakukan oleh pemilik usaha adalah inovasi produk, proses, pemasaran, teknologi, ukuran, kemasan, merk, lebel dan desain.

Penelitian sejenis lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Adam Khasbullah Mawantoro (2010) dengan judul “Diversifikasi Produk Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang.” Hasil penelitian menunjukkan, bahwa demi kesuksesan produknya rumah makan Ayam Bakar Wong Solo menerapkan strategi diversifikasi produk (diversifikasi konsentris dan diversifikasi horizontal). Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa peran konsumen sangat penting bagi kelancaran strategi diversifikasi produk. Sehingga, tidak salah jika rumah makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang berhasil menciptakan menu produk lebih kurangnya hampir 50 macam menu.

Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Aulia Maharani (2015) dengan judul “Implementasi Diversifikasi Produk Pada PT. Blambangan Foodpackers Indonesia Muncar Banyuwangi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Blambangan Foodpackers Muncar Banyuwangi dalam melakukan kegiatan diversifikasi produk yaitu dengan mengembangkan produk lama maupun menciptakan produk baru dengan melakukan survei lokasi serta mendapatkan rekomendasi dari perusahaan. Kualifikasi dalam mengembangkan produk lama maupun menciptakan produk baru yang dilakukan berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh perusahaan, dan adanya test laboratorium sebelum melakukan pengembangan produk. Survei dilakukan dengan mengambil produk dari perusahaan lain untuk dilakukannya evaluasi pada produk. Tindak lanjut dilakukan dengan cara membuat sample produk terlebih dahulu untuk mengatasi masalah menciptakan produk baru, hasil yang diinginkan dan mengatasi masalah adanya kecacatan. Evaluasi produk yang telah beredar dipasaran luas dilakukan dengan cara test laboratorium agar dapat mengetahui kondisi perkembangan produknya setiap saat dan dapat mengembangkan produk lebih banyak lagi.

Berdasarkan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terdapat persamaan dan juga perbedaan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah variabel yang digunakan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif kualitatif dengan membahas tentang diversifikasi produk. Sedangkan perbedaannya, pada penelitian terdahulu objek yang diteliti adalah pada objek pertama yaitu Produk Makanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis



Inovasi di Kota Blitar, objek kedua yaitu Produk Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang, objek ketiga yaitu Produk Pada PT. Blambangan Foodpackers Indonesia Muncar Banyuwangi, dan objek pada penelitian sekarang adalah Produk Olahan Buah Salak Pada Industri Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang. Kontribusi yang diberikan dari penelitian terdahulu yaitu mengenai teori diversifikasi produk yang dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam penelitian yang akan dilakukan sekarang.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Strategi Diversifikasi Produk**

Suatu usaha dalam mencapai tujuan usaha yang diterapkan saat ini akan menghadapi perkembangan bisnis yang semakin kompleks dan keadaan yang kompetitif. Dalam mempertahankan usahanya, maka dalam menghadapi kondisi tersebut, setiap perusahaan pasti memerlukan strategi dalam memasarkan produk yang dihasilkan untuk mendapatkan laba yang diharapkan. Hal ini disebabkan ruang lingkup dari kegiatan usaha sangat luas karena berhubungan secara langsung dalam kegiatan mulai dari persiapan, penyediaan, bahan baku, proses produksi, sampai pada proses terakhir, yakni produk yang siap dikonsumsi oleh konsumen.

Setiap usaha harus mempunyai atau membuat strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Pada dasarnya, diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang penting dalam menarik minat konsumen agar tidak merasa bosan dengan produk yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Assauri (2007:218), bahwa diversifikasi produk dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai akibat dilaksanakannya pengembangan produk, sementara produk lama secara ekonomis masih dapat dipertahankan. Dalam diversifikasi produk, perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan dengan cara mengembangkan produk baru untuk pasar-pasar yang baru, sehingga terdapat bermacam-macam produk yang diproduksi perusahaan.

Menurut Amirullah (2015:120), bahwa diversifikasi pada umumnya dikaitkan dengan suatu peralihan atau perpindahan dari produk-produk utama ke arah penguasaan produk-produk baru atau produk tambahan. Jadi, menurutnya diversifikasi merupakan suatu sub strategi dengan cara menambah atau memperluas produk atau jasa baru. Pendapat lain disampaikan oleh Effendi (1996:109), yang menjelaskan bahwa diversifikasi produk merupakan suatu perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan dengan jalan menambah produk baru atau jasa dengan memperbaiki tipe, warna, mode, ukuran, dan jenis produk yang sudah ada dalam rangka memperoleh laba maksimal.

Menurut Tjiptono (2002:132), diversifikasi produk merupakan upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru dalam rangka meningkatkan pertumbuhan dan peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk merupakan penganekaragaman produk untuk memperluas target pasar, sehingga memberikan keuntungan lebih besar bagi perusahaan. Dengan adanya diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produk lainnya. Diversifikasi produk perlu dilakukan untuk menarik minat konsumen agar tidak bosan dengan produk yang ditawarkan.

Menurut Tjiptono (2002:132), bahwa diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu: 1) Diversifikasi Konsentris, 2) Diversifikasi Horizontal, dan 3) Diversifikasi Konglomerat.

### **2.2.2 Strategi Diversifikasi Konsentris**

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi produk. Salah satu strategi produk yang dapat dilakukan perusahaan adalah strategi diversifikasi. Perusahaan menerapkan strategi ini agar produk yang dihasilkan lebih beragam. Salah satu strategi diversifikasi produk yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan strategi diversifikasi konsentris. Menurut Tjiptono (2002:132), bahwa diversifikasi konsentris yaitu, dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan

atau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada. Pendapat lain disampaikan oleh Supriono (1998:201), yang menjelaskan bahwa strategi diversifikasi konsentris merupakan pengembangan produk yang menggunakan teknologi serupa dengan *product line* yang sekarang, perkembangan produk dilakukan guna melayani pasar yang serupa.

Menurut David (2006:237), bahwa ada enam panduan mengenai kapan diversifikasi konsentris mampu menjadi strategi yang efektif, yaitu sebagai berikut:

1. Ketika suatu organisasi bersaing dalam industri yang tidak tumbuh atau tumbuh dengan lambat.
2. Ketika penambahan produk yang baru, tetapi berkaitan, akan secara signifikan mendorong penjualan produk saat ini.
3. Ketika produk yang baru tetapi berkaitan, dapat ditawarkan pada harga yang sangat kompetitif.
4. Ketika produk yang baru, tetapi berkaitan, memiliki tingkat penjualan musiman yang menyeimbangkan puncak dan lembah penjualan yang dimiliki organisasi saat ini.
5. Ketika produk perusahaan saat ini berada pada tahap penurunan dan siklus hidup produk.
6. Ketika perusahaan memiliki tim manajemen yang kuat.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi diversifikasi konsentris merupakan strategi penganekaragaman produk dengan menambah jenis produk baru yang masih ada kaitannya dengan produk yang sudah ada dan ada hubungannya dalam hal pemasaran dan teknologi.

### **2.2.3 Strategi Diversifikasi Horizontal**

Strategi diversifikasi produk perlu dilakukan oleh seorang produsen guna menambah keragaman produk, sehingga dapat menarik minat konsumen. Menambah keragaman produk dapat membuat konsumen memilih produk yang disukai dan agar konsumen tidak merasa bosan. Strategi diversifikasi produk yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yakni strategi diversifikasi horizontal. Menurut

Tjiptono (2002:132), menjelaskan bahwa strategi diversifikasi horizontal yaitu, dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama. Sedangkan menurut David (2006:238), bahwa ada empat panduan mengenai kapan diversifikasi horizontal mampu menjadi strategi yang efektif, sebagai berikut:

1. Ketika pendapatan yang dihasilkan dari produk atau jasa perusahaan saat ini akan meningkat secara signifikan dengan penambahan produk baru yang tidak berkaitan.
2. Ketika suatu organisasi bersaing dalam industri yang sangat kompetitif dan atau tidak tumbuh, seperti diindikasikan oleh hasil dan margin laba industri yang lelah.
3. Ketika jalur distribusi organisasi saat ini dapat digunakan untuk memasarkan produk baru ke pelanggan saat ini.
4. Ketika produk baru memiliki pola penjualan dengan siklus terbalik dibandingkan dengan produk perusahaan saat ini.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi diversifikasi horizontal merupakan strategi penganekaragaman produk dengan menambah produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.

#### **2.2.4 Strategi Diversifikasi Horizontal**

Pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan juga dapat dilakukan dengan strategi diversifikasi konglomerat. Menurut Supriyono (1998:201), bahwa strategi diversifikasi konglomerat merupakan pengembangan produk atau jasa yang menggunakan teknologi yang berbeda dengan *product line* yang sekarang. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Tjiptono (2002:132), bahwa diversifikasi konglomerat yaitu, dimana produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru, tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

Menurut David (2006:239), bahwa ada enam panduan mengenai kapan strategi diversifikasi konglomerat dapat menjadi strategi yang efektif, sebagai berikut:

1. Ketika industri dasar perusahaan mengalami penurunan penjualan dan laba.
2. Ketika perusahaan memiliki modal dan talenta manajerial yang dibutuhkan untuk bersaing di industri yang baru.
3. Ketika perusahaan memiliki peluang untuk membeli bisnis yang tidak berkaitan yang merupakan peluang investasi yang menarik.
4. Ketika ada sinergi keuangan antara perusahaan pembeli dan yang dibeli.
5. Ketika pasar produk perusahaan perusahaan saat ini sudah jenuh.
6. Ketika tuduhan tindakan monopoli atau *antitrust* dapat dikenakan terhadap perusahaan yang secara historis berfokus pada satu industri.

#### **2.2.5 Unsur-Unsur Produk Yang Beragam**

Produk yang beragam merupakan produk yang dibuat dengan memperhatikan unsur-unsur sebuah produk yang baik. Menurut Wijayanti (2014:50), bahwa unsur-unsur yang harus dimiliki sebuah produk dalam membuat produk yang beragam, yaitu: (1) Nama Produk; (2) Kategori Produk; (3) Formulasi Produk; (4) Komposisi Produk; (5) Pelabelan; (6) Varian Rasa; (7) Kemasan; (8) Keunggulan Produk; (9) Manfaat Produk; dan (10) Pelayanan Konsumen.

Penelitian ini tidak memiliki keseluruhan unsur yang telah disebutkan diatas, melainkan hanya meneliti empat unsur dari sepuluh unsur tersebut. Alasannya, karena peneliti menyesuaikan dengan kondisi yang ada pada objek penelitian, yaitu industri Winna Sari. Empat unsur yang akan diteliti tersebut, sebagai berikut:

##### **1. Nama Produk**

Menurut Tjiptono (2002:104), bahwa nama produk merupakan nama, istilah, tanda, simbol atau lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing. Sedangkan menurut Kotler (2000:63),

berpendapat bahwa nama produk adalah istilah, tanda, simbol, atau rancangan atau kombinasi hal-hal tersebut, yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk penjual.

Berdasarkan teori dari pendapat ahli diatas, maka nama produk merupakan hal wajib yang harus ada sebagai identitas sebuah produk yang dibuat dan dijual oleh produsen. Hal ini sesuai dengan pendapat Wijayanti (2014:51), bahwa nama produk harus ada karena tanpa nama, konsumen tidak akan mengerti produk tersebut. Nama produk sebaiknya simpel, mudah diingat, mudah dibaca, dan biasanya singkat tapi padat, yaitu terdiri atas 2 sampai kata.

Nama produk harus memberikan arti khusus bagi produk yang diberi nama, biasanya berhubungan dengan fungsi, formula, manfaat, *unique selling point*, dan gaya hidup. Nama produk juga harus mudah dihafal dan mudah diingat oleh konsumen. Nama yang bagus dan mudah diingat akan menjadi merk yang lebih dikenal di masyarakat luas, sehingga akan mempermudah tim penjualan dalam menjual produk tersebut.

## 2. Kategori Produk

Kategori produk sangat penting peranannya dalam keberhasilan penjualan produk tersebut. Menurut Tjiptono (2002:98), bahwa secara garis besar, produk dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu produk konsumsi dan produk manufaktur. Pengkategorian ini bertujuan antara lain untuk mengelompokkan produk berdasarkan fungsi dan manfaatnya.

Menurut Tjiptono (2002:99), bahwa produk konsumsi adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri atau individu dan rumah tangga, bukan untuk tujuan bisnis. Wijayanti (2014:52), bahwa produk konsumsi adalah semua produk yang mengalami proses produksi dalam jumlah besar dan dijual di semua outlet dalam jangkauan yang luas. Umumnya barang konsumsi dapat dibagi menjadi empat jenis, yaitu (1) *convenience goods*; (2) *shopping goods*; (3) *specialty goods*; (4) *unsought goods* (Tjiptono,2002:99)

Barang konsumsi yang pertama, yaitu barang sehari-hari atau *convenience goods* adalah barang-barang yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, seperti minuman ringan dan makanan. Barang sehari-hari dibagi lagi, yaitu (1) Barang kebutuhan pokok atau *staples* adalah barang yang dibeli konsumen secara teratur dan rutin; (2) Barang impulse dapat dibeli tanpa usaha perencanaan dan pencarian. Yang kedua, yaitu barang belanja atau *shopping goods* adalah barang yang secara karakteristik dibandingkan oleh konsumen berdasarkan kecocokan, kualitas, harga, dan gaya. Barang belanja dapat dibagi menjadi dua, yaitu 1) barang belanja homogen mempunyai kualitas yang serupa tetapi harganya cukup berbeda, sehingga memberikan alasan kuat bagi perbandingan belanja, dan 2) barang belanja heterogen mempunyai fitur produk dan jasa yang berbeda yang mungkin lebih penting daripada harga.

Barang konsumsi yang ketiga, yaitu barang khusus atau *specialty goods* adalah barang yang mempunyai karakteristik atau identifikasi merk yang unik dimana ada cukup banyak pembeli yang bersedia melakukan usaha khusus. Barang konsumsi yang keempat, yaitu barang yang tak dicari atau *unsought goods* adalah barang yang tak dikenal konsumen atau biasanya tidak terpikirkan untuk dibeli.

### 3. Komposisi Produk

Produk membutuhkan komposisi dalam pembuatannya, sehingga komposisi juga merupakan salah satu bagian penting dari produk. Menurut Wijayanti (2014:56), bahwa komposisi merupakan campuran dari bahan-bahan baku utama yang digunakan dalam pembuatan produk tersebut. Sedangkan formula merupakan takaran-takaran kandungan zat yang ada pada sebuah produk. Sehingga, komposisi berbeda dengan formula.

Komposisi produk akan sangat menentukan mutu dan kualitas dalam pembuatan produk. Tjiptono (2002), bahwa komposisi juga dapat membedakan antara produk satu dengan produk yang lain, karena ada penambahan atau pengurangan bahan tertentu yang digunakan dalam komposisi tersebut. Komposisi ini harus disesuaikan dengan strategi pemasaran yang dibuat

berdasarkan segmen pasar dan target konsumen. Penyesuaian tersebut bertujuan untuk mendapatkan target pemasaran yang tepat.

#### 4. Kemasan Produk

Kemasan merupakan unsur utama dari suatu produk. Tanpa kemasan, produk akan mudah rusak dan tidak punya informasi untuk konsumen. Menurut Wijayanti (2014:59), bahwa kemasan mempunyai tujuan dan fungsi dalam pembuatan produk, antara lain:

- 1) Memperindah produk dengan kemasan yang sesuai dengan jenis dan kategori produk.
- 2) Memberikan keamanan produk agar tidak rusak dan kotor.
- 3) Memberikan keamanan produk pada saat pendistribusian produk.
- 4) Memberikan informasi kepada konsumen tentang produk itu sendiri dalam bentuk pelabelan.
- 5) Merupakan hasil desain produk yang menunjukkan produk tersebut.

Menurut Klimchuk dan Krasovec (2006:33), bahwa desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, dan elemen-elemen dengan informasi produk agar dapat dipasarkan. Selain itu Kotler (2000:474), bahwa unsur-unsur kemasan adalah:

##### a. Ukuran

Ukuran produk yang diterapkan oleh perusahaan pada dasarnya merupakan suatu keputusan konsumen setelah melakukan beberapa riset.

##### b. Warna

Warna merupakan salah satu unsur yang menghasilkan daya tarik visual dan pada kenyataannya warna lebih berdaya tarik emosi daripada akal.

##### c. Bahan

Apabila akan memilih bahan kemasan yang sesuai, desainer harus memahami karakteristik fisik, serta keamanan dari produk yang akan dikemas.

##### d. Bentuk



Bentuk kemasan merupakan salah satu unsur yang menghasilkan daya tarik bagi pembeli.

e. Gambar

Gambar yang baik dan jelas akan meningkatkan kegiatan merk di benak konsumen.

f. Tanda Merk

Suatu nama dan simbol yang dimaksudkan agar membedakan sebuah produk barang atau jasa dari produk-produk lain.

g. Label

Pesan informasi yang harus berisikan kepada fakta tertentu suatu produk.

### 2.2.6 Pertimbangan dalam Mengadakan Strategi Diversifikasi Produk

Suatu perusahaan pasti mempunyai pertimbangan sebelum melakukan strategi diversifikasi produk. Menurut Assauri (2007:218), bahwa terdapat beberapa pertimbangan dalam mengadakan diversifikasi produk oleh suatu perusahaan, yaitu:

- 1) Agar perusahaan tidak bergantung pada satu pasar saja, sehingga kekhawatiran perusahaan tentang kejenuhan yang akan terjadi atas *product line* yang ada untuk mencapai tujuan pertumbuhan secara efisien, dapat dihindari atau dihilangkan.
- 2) Adanya kesempatan menghasilkan produk baru dapat mendatangkan hasil keuntungan yang lebih baik.
- 3) Adanya unsur sinergi, dimana penambahan produk baru yang lain akan menimbulkan besarnya biaya tetap per unit akan menurun atau lebih rendah.
- 4) Adanya kegiatan dalam pengembangan produk yang dapat menghasilkan atau menemukan produk baru.

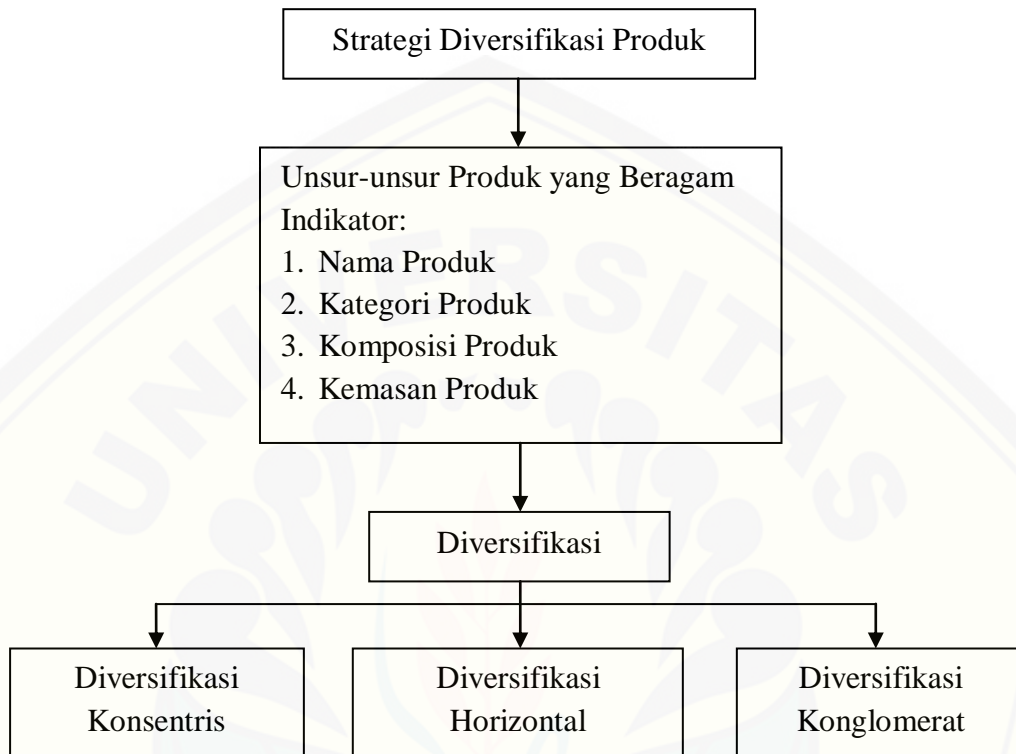
Pelaksanaan strategi diversifikasi produk membutuhkan adanya penelitian yang mendalam mengenai tiap produk yang akan diproduksi, sehingga diperoleh tingkat keuntungan sesuai yang diharapkan. Perusahaan perlu memperhatikan dan memperhitungkan dengan seksama segala hal yang dilakukannya, begitu juga

dalam hal diversifikasi produk. Perusahaan perlu memperhatikan beberapa hal supaya diversifikasi produk tidak menimbulkan risiko yang membahayakan bagi kelangsungan hidup perusahaan dan masih mendapatkan keuntungan yang wajar. Untuk mengurangi risiko yang melekat dalam strategi diversifikasi, maka Tjiptono (2002:133), bahwa unit bisnis seharusnya memperhatikan hal-hal berikut:

- 1) Mendiversifikasi kegiatan-kegiatannya hanya bila peluang produk atau pasar yang ada terbatas.
- 2) Memiliki pemahaman yang baik dalam bidang-bidang yang didiversifikasikan.
- 3) Memberikan dukungan yang memadai pada produk yang diperkenalkan.
- 4) Memprediksi pengaruh diversifikasi terhadap lini produk yang ada.

### 2.3 Kerangka Berpikir

Berdasarkan hasil studi pustaka yang dilakukan oleh peneliti, maka kerangka penelitian dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bagan berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

Keterangan:

Berdasarkan kerangka berpikir yang dikemukakan peneliti diatas, bahwa peneliti ingin menjelaskan strategi diversifikasi produk yang dilaksanakan oleh Industri Winna Sari Desa Pronijiwo Kabupaten Lumajang. Dalam menjalankan usaha, perlu dilakukan diversifikasi untuk mempertahankan eksistensi usaha dan bersaing dipasaran. Penggunaan strategi diversifikasi produk tersebut, meliputi unsur-unsur keragaman dari nama produk, kategori produk, komposisi produk dan kemasan produk. Sesuai dengan pendapat dari Tjiptono (2002:132), bahwa strategi diversifikasi produk dapat dilakukan dengan 3 cara, yaitu: 1) Strategi Diversifikasi Konsentris, 2) Strategi Diversifikasi Horizontal, dan 3) Strategi Diversifikasi Konglomerat.

### **BAB 3. METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian ini, meliputi: 1) Rancangan Penelitian, 2) Metode Penentuan Lokasi Penelitian, 3) Subjek dan Informan Penelitian, 4) Definisi Operasional Konsep, 5) Jenis dan Sumber data, 6) Metode Pengumpulan Data, 7) Metode Analisis Data, 8) Uji Keabsahan Data.

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang sudah dikemukakan di awal, maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang berjenis penelitian deskriptif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif yang berjenis penelitian deskriptif ini menggambarkan keadaan objek yang diteliti pada saat penelitian. Peneliti berharap mendapatkan informasi yang dapat menjadi rujukan dan sumber data dalam penelitian yang dilakukan.

Lokasi penelitian ini berada di Industri Winna Sari. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive method*. Sedangkan untuk penentuan subjek penelitian menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu memilih Industri Winna Sari sebagai subjek penelitian. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan Metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dan dalam menganalisis data, peneliti menggunakan 3 tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

#### **3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian**

Metode penentuan lokasi dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive area*, yaitu menentukan daerah penelitiannya atas dasar kesengajaan dan pertimbangan serta disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun tempat penelitian ditetapkan oleh peneliti, yaitu produk olahan buah salak pada Industri

Winna Sari, yang dimiliki oleh Pak Winarno yang bertempat di Jln. Raya Pronjiwo, RT/RW: 14/06, Desa Pronojiwo, Kabupaten Lumajang. Adapun pertimbangan memilih tempat penelitian, sebagai berikut:

- a. Usaha tersebut merupakan salah satu usaha yang kreatif dengan memanfaatkan buah salak sebagai bahan dasar pembuatan produk olahan.
- b. Belum pernah adanya penelitian sejenis yang dilakukan pada Industri Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang.

### 3.3 Subjek dan Informan Penelitian

Pada penelitian ini, metode penentuan subjek dan informan penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Penggunaan metode ini, didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu atau secara sengaja sudah ditentukan dengan alasan akan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik Industri Winna Sari.

Informan utama dalam penelitian ini adalah Bapak Winarno. Alasannya, karena pemilik merupakan orang yang mengelola Industri Winna Sari. Sedangkan, informan pendukung dalam penelitian ini adalah tenaga kerja dan konsumen. Alasannya, karena tenaga kerja merupakan orang yang memproduksi dan mengetahui secara mendalam bagaimana produk olahan buah salak diproduksi. Konsumen disini berfungsi dalam *cross check* data yang akan diperoleh hasil wawancara dengan subjek penelitian.

### 3.4 Definisi Operasional Konsep

Definisi operasional konsep adalah upaya menerjemahkan konsep atau sesuatu yang abstrak ke dalam bentuk yang konkrit, hal ini dimaksudkan sebagai batasan penelitian yang berguna untuk mencegah persepsi yang bias dan tidak fokus dalam masalah yang diteliti. Definisi operasional konsep bertujuan untuk menjelaskan konsep-konsep yang akan diteliti. Adapun definisi konsep yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Strategi diversifikasi produk merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh Industri Winna Sari untuk mengembangkan produknya agar produk menjadi beragam mulai dari bentuk, ukuran, kemasan, dan tujuannya yaitu untuk menarik minat konsumen.

2. Unsur-unsur produk

Unsur-unsur produk untuk membuat produk yang beragam dalam penelitian ini, yaitu: (1) Nama produk Industri Winna Sari, (2) Kategori produk Industri Winna Sari, (3) Komposisi produk Industri Winna Sari, dan (4) Kemasan produk Industri Winna Sari.

3. Diversifikasi Konsentris, dimana Industri Winna Sari menambah produk baru yang masih ada kaitannya dengan produk yang telah ada dan ada hubungannya dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada.

4. Diversifikasi Horizontal, dimana Industri Winna Sari menambah produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.

5. Diversifikasi Konglomerat, dimana Industri Winna Sari menghasilkan produk yang tidak berkaitan sama sekali dengan produk yang telah ada, tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

### **3.5 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.5.1 Jenis Data**

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan terdiri dari dua macam, yaitu:

1) Data Primer

Data dalam penelitian ini, adalah data yang diperoleh melalui teknik wawancara langsung berdasarkan daftar pernyataan yang telah disesuaikan kepada Industri Winna Sari.

## 2) Data Sekunder

Data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya, berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Data sekunder lainnya yang dapat digunakan dalam penelitian ini, yaitu video, gambar, dan audio visual.

### 3.5.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari:

- 1) Informan Utama, yaitu pemilik Industri Winna Sari.
- 2) Informan Pendukung, yaitu tenaga kerja dan konsumen dari Industri Winna Sari, serta studi kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, yaitu dengan metode wawancara, observasi, dan dokumen. Berikut penjelasan dari masing-masing metode:

#### 1. Wawancara

Metode wawancara merupakan proses yang dilakukan oleh peneliti guna memperoleh keterangan informasi dengan cara tanya jawab dan saling bertatap muka antara pewawancara dengan yang diwawancarai. Peneliti dapat menggunakan buku catatan atau alat perekam selama proses wawancara berlangsung guna mempermudah dalam pencatatan.

#### 2. Observasi atau Pengamatan

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi atau pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan informasi yang relevan dan penting sebagai dasar analisis yang diperlukan. Pada dasarnya teknik observasi digunakan untuk melihat dan mengamati perubahan fenomena sosial yang tumbuh dan berkembang yang kemudian dapat dilakukan

perubahan atas penilaian tersebut, bagi pelaksana observer untuk melihat objek tertentu, sehingga mampu memisahkan antara yang diperlukan dengan yang tidak diperlukan. Observasi yang dilakukan pada penelitian ini secara langsung datang ditempat penelitian yang bertujuan untuk menggali kemungkinan adanya informasi yang terlewatkan dari pedoman wawancara yang diperlukan.

### 3. Dokumen

Metode dokumen dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan dokumen resmi berkaitan dengan strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh Industri Winna Sari. Metode dokumen merupakan suatu cara mengumpulkan data-data sekunder atau informasi yang terdiri dari foto-foto kegiatan proses pembuatan, produk yang dihasilkan dan sebagainya. Dokumen sebagai salah satu sumber data yang dimanfaatkan untuk memperoleh keseluruhan tentang proses yang berkaitan dengan objek yang diteliti, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan. Penelitian ini menggunakan data dokumen yang diperoleh dari pemilik Industri Winna Sari, yang meliputi sejarah berdirinya, data tentang diversifikasi produk olahan buah salak, dan foto mengenai kegiatan di Industri Winna Sari.

#### 3.7 Metode Analisis Data

Analisis data berlangsung selama proses pengumpulan data. Analisis data dilakukan, melalui 3 tahap, yaitu:

##### a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema, polanya, dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya jika diperlukan seta mempermudah peneliti dengan cara memilih dan memilah seluruh data yang terkumpul. Data yang terkumpul dapat berupa hasil wawancara, hasil observasi, dan hasil dokumentasi lapangan.



Peneliti lebih memfokuskan pada strategi diversifikasi produk olahan buah salak pada Industri Winna Sari.

#### b. Penyajian Data

Data display berarti menyajikan data dalam bentuk tabel, grafik, *pictogram* dan sejenisnya. Data disajikan dalam bentuk deskripsi yang disusun secara sistematis dengan klarifikasi berdasarkan bagian-bagian yang penting, sehingga akan mempermudah peneliti maupun pembaca untuk memahami tentang strategi diversifikasi produk olahan buah salak pada Industri Winna Sari.

#### c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah dalam penelitian ini diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian ini masih bersifat sementara dan akan dikembangkan setelah peneliti berada dilapangan. Kesimpulan dalam penelitian ini, diharapkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, sehingga dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori.

### 3.8 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data merupakan suatu teknik pemeriksaan untuk menetapkan keabsahan data yang diperlukan. Uji keabsahan data dalam teknik penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2016:330), bahwa triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi dapat digunakan untuk menjelaskan alur pemberian data yang berasal dari sumber yang berkompeten.

Triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan yang ada dalam konteks suatu penelitian ketika mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Triangulasi dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kekuatan teori, metode dan sumber. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yaitu membandingkan dan memadukan hasil observasi, wawancara dan dokumen.



## BAB 5. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa Industri Winna Sari menerapkan strategi diversifikasi produk olahan buah salak yang dikelolanya. Penerapan strategi diversifikasi produk tersebut mencakup nama produk, kategori produk, komposisi produk dan kemasan produk. Diversifikasi produk yang dilakukan oleh Industri Winna Sari yaitu diversifikasi konsentris dan diversifikasi horizontal.

Industri Winna Sari melakukan diversifikasi konsentris dengan menciptakan produk yang masih berkaitan dengan produk yang lama, yaitu mengembangkan produk dengan bahan dasar yang sama yaitu buah salak. Produk yang pertama kali diproduksi hanya minuman ringan yaitu minuman sari buah salak. Setelah itu, produk lainnya makanan kering diproduksi yaitu keripik salak, kurma salak, dodol atau jenang salak dan bubuk biji salak. Produk tersebut memiliki berbagai ukuran dan kemasan yang berbeda dengan warna yang bervariasi. Alat yang digunakan yaitu timbangan dan hand sealer untuk merekatkan kemasan produk. Kemasan minuman sari buah salak menggunakan *plastic cup* bening transparan. Bubuk biji salak menggunakan kemasan *standing pouch aluminium silver foil* dan *standing pouch aluminium black foil*. Kurma salak dan dodol atau jenang salak menggunakan mika plastik bening transparan. Dan keripik salak menggunakan kemasan bantal atau kantong bening transparan, kemasan *standing pouch* bening transparan, kemasan *standing pouch aluminium silver foil*, kemasan *standing pouch aluminium green foil* dan kemasan *standing pouch aluminium yellow foil*.

Diversifikasi horizontal dilakukan dengan mengembangkan produk baru yang belum ada sebelumnya di Industri Winna Sari, yaitu dengan menciptakan produk yang tidak menggunakan bahan dasar buah salak, tetapi masih dijual kepada pelanggan yang sama. Produk tersebut adalah produk olahan buah pisang,

produk olahan markisa, kerupuk renjinang, keripik gadung dan keripik singkong. Produk ini memiliki 7 varian nama produk dengan bahan dasar yang berbeda. Kemasan minuman sari buah pisang dan sari buah markisa menggunakan *plastic cup*. Sedangkan kemasan produk keripik pisang, sale pisang, kerupuk gadung, keripik singkong, yang digunakan adalah kemasan *standing pouch* bening transparan.

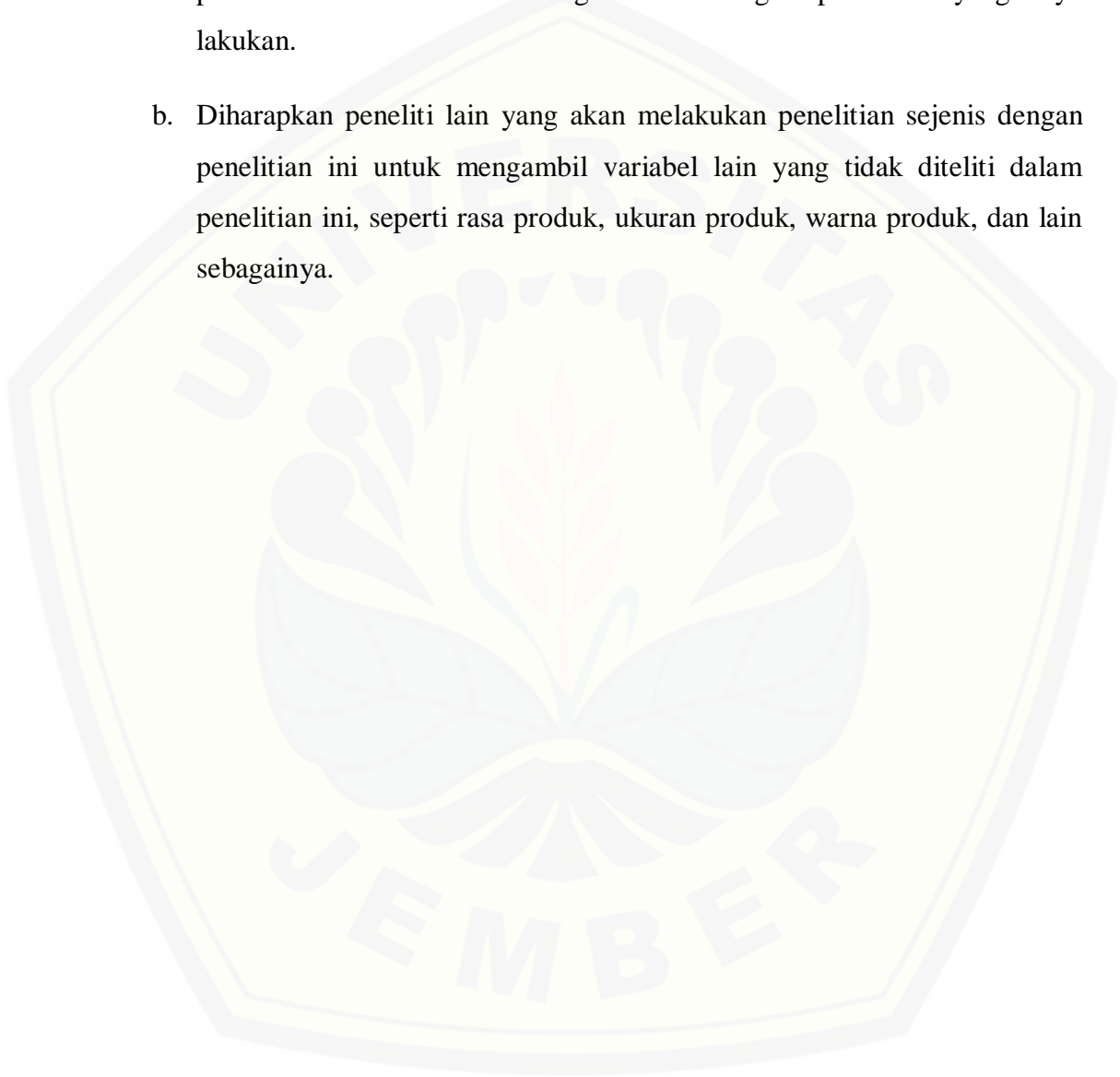
## 5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas dari penelitian ini, maka peneliti ingin memberikan saran, sebagai berikut:

- 1) Bagi Pemilik Usaha
  - a. Mampu menciptakan produk-produk baru yang lebih bervariasi.
  - b. Mengembangkan ukuran pengemasan yang lebih bervariasi.
  - c. Meningkatkan diversifikasi produk agar konsumen semakin banyak pilihan dalam membeli produk dan akan menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen.
  - d. Mengoptimalkan kebijakan diversifikasi produk diperlukan dukungan kebijakan-kebijakan lain seperti, pengembangan produk, penggencaran promosi, perluasan daerah pemasaran agar penjualan perusahaan dapat ditingkatkan.
  - e. Sehubungan dengan pelaksanaan diversifikasi produk yang diterapkan oleh perusahaan, hendaknya perusahaan selalu mengikuti perkembangan pasar dan melakukan analisis pasar untuk mengetahui selera konsumen. Hal ini penting karena konsumen cenderung memiliki selera yang berubah-ubah.

## 2) Bagi Peneliti Lain

- a. Sebagai bahan acuan apabila ada mahasiswa lain yang ingin melakukan penelitian lebih mendalam lagi terkait dengan penelitian yang saya lakukan.
- b. Diharapkan peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis dengan penelitian ini untuk mengambil variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti rasa produk, ukuran produk, warna produk, dan lain sebagainya.



**DAFTAR PUSTAKA****Buku**

- Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi: Teori Konsep Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Salemba.
- Assauri, S. 2007. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Graha Persanda.
- David, Fred, R. 2006. *Manajemen Strategis: Edisi Kesepuluh*. Jilid I. Jakarta: Salemba Empat.
- Effendi, R. 1996. *Marketing Manajemen*. Malang: IKIP Malang.
- Klimchuk, M dan Krasovec, S. 2006. *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid II. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. Dan Armstrong, G. 2000. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid Satu*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Roskadakarya.
- Sari, C. A. 2017. *Teknik Mengelola Produk dan Merk*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Simamora, H. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.
- Supriono. 1998. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. 2000. *Manajemen Jasa. Edisi Kedua*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Universitas Jember. 2012. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UPT Penerbitan Universitas Jember.
- Wijayanti, T. 2014. *Marketing Plan dalam Bisnis*. Second Edition. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

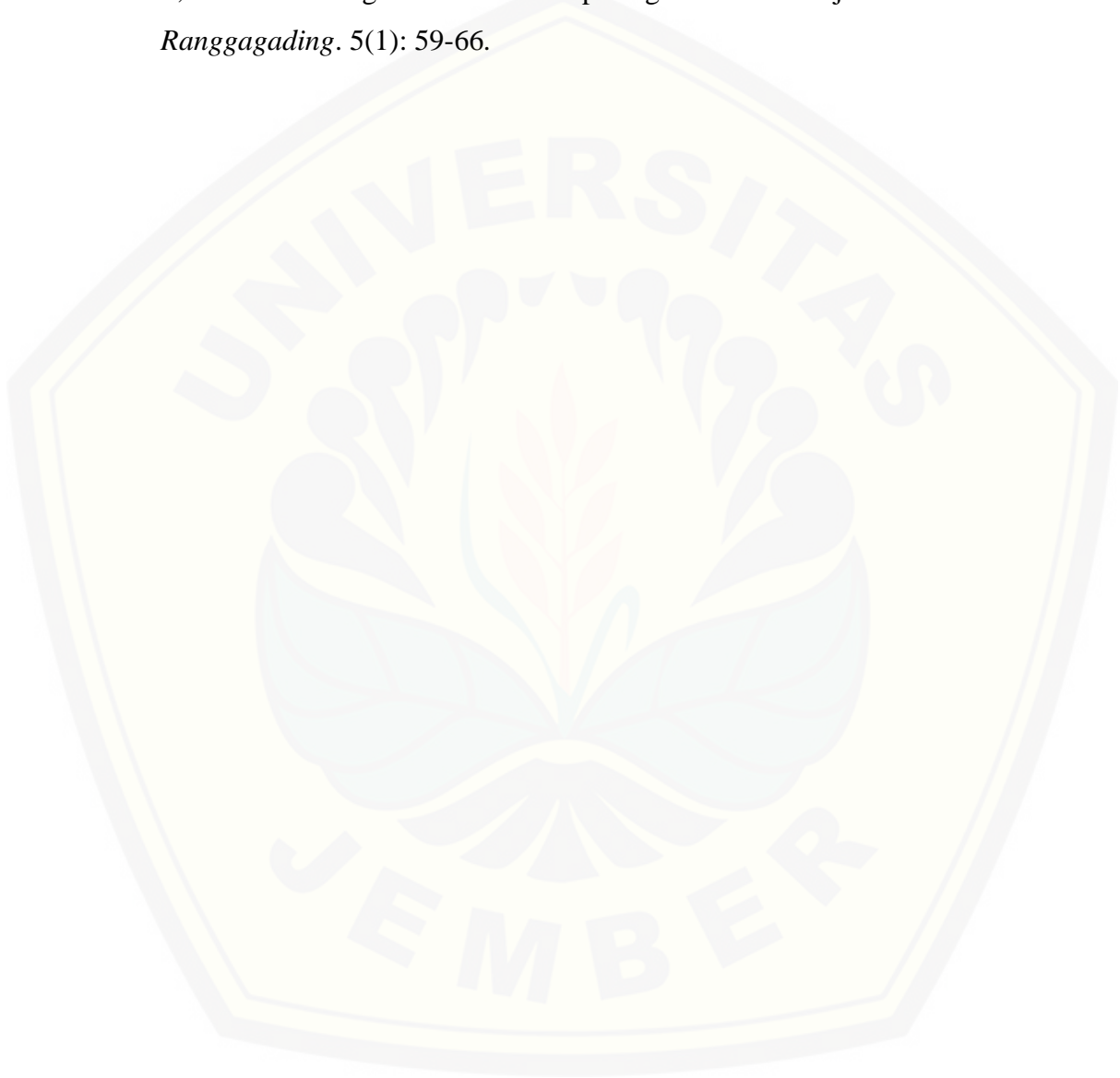
### **Skripsi**

- Maharani, A. 2015. Implementasi Diversifikasi Produk Pada PT. Blambangan Foodpackerss Indonesia Muncar Banyuwangi. *Skripsi*. Jember: Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Jember.
- Puspitasari, F. 2011. Diversifikasi Produk Makanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Inovasi di Kota Blitar. *Skripsi*. Jember: Ilmu Administrasi Niaga Universitas Jember.
- Mawantoro, A. 2010. Diversifikasi Produk Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang. *Skripsi*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Gustyningrum, W. 2019. Strategi Diversifikasi Produk Olahan Lele Pada UD. Matrix Jaya Kabupaten Jember. *Skripsi*. Jember: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Jember.

**Jurnal**

Hermawan, L. 2015. Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olahan Tahu Khas Kota Kediri. *Jurnal Jibeka*. 9(2): 26-32.

Purba, J. 2005. Strategi Produk Terhadap Tingkat Omzet Penjualan. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*. 5(1): 59-66.





## LAMPIRAN A

## Matriks Penelitian

Judul	Rumusan Masalah	Konsep	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
Strategi Diversifikasi Produk Olahan Buah Salak Pada Industri Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang.	Bagaimana strategi diversifikasi produk olahan buah salak pada Industri Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang?	Strategi Diversifikasi Produk	a. Nama produk b. Kategori produk c. Komposisi produk d. Kemasan produk e. Diversifikasi konsentris f. Diversifikasi horizontal	1) Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. 2) Data sekunder adalah data yang dapat mendukung penelitian dan mampu menguatkan data primer.	1) Metode penelitian: penelitian diskriptif kualitatif. 2) Metode tempat penelitian: metode <i>purposive area</i> . 3) Metode subjek penelitian: <i>purposive</i> . 4) Jenis data: data kualitatif. 5) Sumber data: data primer dan sekunder. 6) Metode pengumpulan data: wawancara, observasi dan dokumentasi. 7) Analisis data: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. 8) Pengecekan data: Menggunakan teknik triangulasi.

**LAMPIRAN B****TUNTUNAN PENELITIAN****A. Tuntunan Observasi**

No.	Data yang ingin diperoleh	Sumber data
1.	Pelaksanaan strategi diversifikasi produk olahan buah salak pada Industri Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang	Informan utama dalam penelitian ini yaitu Bapak Winarno sebagai pemilik Industri Winna Sari. Dan informan pendukung dalam penelitian ini yaitu tenaga kerja dan konsumen Industri Winna Sari

**B. Tuntunan Wawancara**

No.	Data yang ingin diperoleh	Indikator	Sumber Data
1.	Strategi diversifikasi produk	1. Nama produk 2. Kategori produk 3. Komposisi produk 4. Kemasan produk 5. Diversifikasi konsentris 6. Diversifikasi horizontal	Pemilik dan tenaga kerja Industri Winna Sari

**C. Tuntunan Dokumentasi**

No.	Data yang ingin diperoleh	Sumber data
1.	Keragaman produk yang dihasilkan oleh Industri Winna Sari	Data atau dokumen Industri Winna Sari

**LAMPIRAN C****PEDOMAN WAWANCARA DENGAN INFORMAN UTAMA  
PENELITIAN  
(PEMILIK INDUSTRI WINNA SARI)****A. Identitas subjek penelitian**

1. Nama :
2. Usia :
3. Alamat :
4. Jabatan :

**B. Gambaran Umum Perusahaan**

1. Apakah visi dan misi dari Industri Winna Sari?
2. Apakah Industri Winna Sari sudah terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM?

**C. Informasi yang Berkaitan dengan Sejarah Industri Winna Sari**

1. Pada tahun berapa industri ini didirikan?
2. Bagaimanakah sejarah awal berdirinya?
3. Apakah dari awal berdiri, menggunakan nama Winna Sari?
4. Berapakah modal awal yang digunakan?
5. Mengapa memilih untuk membuka Industri Winna Sari?
6. Jenis produk apa saja yang diproduksi ketika pertama kali berdiri?
7. Darimana bahan dasar pembuatannya?

8. Apakah ada inovasi produk terbaru terhadap Industri Winna Sari?
9. Apakah pernah mengalami kendala dalam menjalankan usaha ini?
10. Bagaimana upaya untuk mengatasi kendala tersebut?
11. Apa saja target jangka pendek dan panjangnya?
12. Apakah keluarga ikut membantu?
13. Bagaimana perkembangan industri ini?
14. Berapakah jumlah tenaga kerjanya?
15. Apakah ada persyaratan khusus dalam menerima tenaga kerja?
16. Apakah ada pelatihan tenaga kerj baru?
17. Kapan dimulai jam kerja tenaga kerjanya?
18. Apakah ada sistem lembur?
19. Bagaimana sistem pengupahannya?

#### D. Informasi yang Berkaitan dengan Strategi Diversifikasi Produk

1. Apa yang menyebabkan industri ini melakukan pengembangan produk? Sehingga, menghasilkan produk beragam.
2. Apa saja keanekaragaman produk sekarang?
3. Kapan industri ini melakukan pengembangan usaha?
4. Mendapatkan ide darimana menciptakan produk baru tersebut?
5. Apakah industri ini membuat produk lain selain produk olahan buah salak?
6. Apakah alasan membuat produk selain olahan buah salak?
7. Jenis produk manakah yang paling diminati oleh konsumen?

8. Apakah ada ketentuan khusus dalam menentukan ukuran suatu jenis produk?
  9. Bagaimanakah teknologi yang digunakan? Sudahkah menggunakan alat-alat modern?
  10. Apakah mengadakan pelatihan untuk pembuatan produknya?
  11. Bagaimana dalam menghadapi persaingan?
  12. Apa alasan produk yang dihasilkan lebih unggul dari industri lain?
  13. Bagaimana cara memperkenalkan produk pada masyarakat?
  14. Bagaimana cara mendistribusikan produknya?
  15. Dalam memasarkan produk, berapakah harga setiap produknya?
  16. Apakah anda menaikkan harga pada produknya?
  17. Dimana saja pemasaran produknya?
  18. Apakah ada konsumen yang melakukan pembelian dengan cara *delivery order*?
  19. Apakah ada kemasan khusus jika melakukan pengiriman jauh?
  20. Apakah dalam penjualan produk diberikan garansi?
  21. Apakah anda memberikan potongan harga?
- E. Informasi yang Berkaitan dengan Unsur-unsur Produk
- a) Nama produk
    1. Berapa banyak produk yang diproduksi?
    2. Apa saja produk nama produk yang diproduksi?
    3. Apakah ada produk lain yang diproduksi?

4. Apakah alasan memberikan nama produk tersebut?
  5. Apakah alasan melakukan inovasi dengan melakukan diversifikasi pada nama produk tersebut?
  6. Nama produk apa yang paling diminati?
- b) Kategori produk
1. Berapakah kategori produk yang dihasilkan?
- c) Komposisi Produk
1. Darimana anda mendapatkan bahan dasar pembuatannya?
  2. Apa saja komposisinya?
  3. Apakah ada hambatan dalam membuat komposisinya?
- d) Kemasan produk
1. Apakah pertama kali kemasan produk yang dihasilkan sudah memiliki desain atau corak seperti saat ini?
  2. Bagaimanakah kemasan produk saat pertama kali memproduksi?
  3. Apakah ada ketentuan khusus dalam mendesain produk?
  4. Desain seperti apa yang paling diminati konsumen?
  5. Bagaimana kemasan yang digunakan?
  6. Berapakah ukuran kemasan produknya?
  7. Bagaimanakah pembuatan kemasannya?
  8. Ukuran yang mana yang paling diminati?
  9. Apa saja bahan yang digunakan dalam pembuatan kemasan?
  10. Mengapa memilih warna kemasan yang seperti yang digunakan?

11. Mengapa memilih merk dan logo seperti yang digunakan tersebut?

12. Apakah ada teknik khusus dalam kemasannya?



**PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG PENELITIAN  
(TENAGA KERJA I INDUSTRI WINNA SARI)**

A. Identitas subjek penelitian

1. Nama :
2. Usia :
3. Alamat :
4. Lama bekerja :
5. Jabatan :

B. Informasi yang Berkaitan dengan Strategi Diversifikasi Produk

1. Apa tugas anda disini?
2. Produk apa saja yang anda produksi?
3. Berapa jumlah nama produk yang diproduksi?
4. Berapa rata-rata produksi setiap bulannya?
5. Apakah ada produk yang menjadi unggulan?
6. Apakah produk unggulan tersebut diminati konsumen?
7. Menurut anda, apa tujuan Bapak Winarno menerapkan strategi diversifikasi produknya?
8. Apakah pernah ada komplain yang pernah dilakukan konsumen?
9. Darimana saja konsumennya?
10. Apa saja masalah-masalah yang dihadapi terkait proses produksinya?
11. Apakah sudah ada upaya untuk menangani masalah-masalah tersebut?



**PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG PENELITIAN****(TENAGA KERJA II INDUSTRI WINNA SARI)****A. Identitas subjek penelitian**

1. Nama :
2. Usia :
3. Alamat :
4. Lama bekerja :
5. Jabatan :

**B. Informasi yang Berkaitan dengan Strategi Diversifikasi Produk**

1. Apa tugas anda disini?
2. Produk apa saja yang anda produksi?
3. Berapa jumlah nama produk yang diproduksi?
4. Berapa rata-rata produksi setiap bulannya?
5. Apakah ada produk yang menjadi unggulan?
6. Apakah produk unggulan tersebut diminati konsumen?
7. Menurut anda, apa tujuan Bapak Winarno menerapkan strategi diversifikasi produknya?
8. Apakah pernah ada komplain yang pernah dilakukan konsumen?

9. Darimana saja konsumennya?
10. Apa saja masalah-masalah yang dihadapi terkait proses produksinya?
11. Apakah sudah ada upaya untuk menangani masalah-masalah tersebut?



**PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG PENELITIAN****(TENAGA KERJA III INDUSTRI WINNA SARI)****A. Identitas subjek penelitian**

1. Nama :
2. Usia :
3. Alamat :
4. Lama bekerja :
5. Jabatan :

**B. Informasi yang Berkaitan dengan Strategi Diversifikasi Produk**

1. Apa tugas anda disini?
2. Produk apa saja yang anda produksi?
3. Berapa jumlah nama produk yang diproduksi?
4. Berapa rata-rata produksi setiap bulannya?
5. Apakah ada produk yang menjadi unggulan?
6. Apakah produk unggulan tersebut diminati konsumen?
7. Menurut anda, apa tujuan Bapak Winarno menerapkan strategi diversifikasi produknya?
8. Apakah pernah ada komplain yang pernah dilakukan konsumen?

9. Darimana saja konsumennya?
10. Apa saja masalah-masalah yang dihadapi terkait proses produksinya?
11. Apakah sudah ada upaya untuk menangani masalah-masalah tersebut?



**PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG PENELITIAN****(KONSUMEN I INDUSTRI WINNA SARI)****A. Identitas subjek penelitian**

1. Nama :
2. Umur :
3. Alamat :
4. Pekerjaan :

**B. Informasi yang Berkaitan dengan Strategi Diversifikasi Produk**

1. Apakah anda sering datang ke Industri ini?
2. Apa saja produk yang anda sering beli?
3. Apa alasan anda menjadi konsumen disini?
4. Apa kelebihan dari produk tersebut?
5. Bagaimana dengan harga yang ditawarkan?
6. Apakah harga produk disini mengalami kenaikan?
7. Bagaimana menurut anda dengan adanya diversifikasi produk tersebut?

**PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG PENELITIAN**

**(KONSUMEN II INDUSTRI WINNA SARI)**

A. Identitas subjek penelitian

1. Nama :
2. Umur :
3. Alamat :
4. Pekerjaan :

B. Informasi yang Berkaitan dengan Strategi Diversifikasi Produk

1. Apakah anda sering datang ke Industri ini?
2. Apa saja produk yang anda sering beli?
3. Apa alasan anda menjadi konsumen disini?
4. Apa kelebihan dari produk tersebut?
5. Bagaimana dengan harga yang ditawarkan?
6. Apakah harga produk disini mengalami kenaikan?
7. Bagaimana menurut anda dengan adanya diversifikasi produk tersebut?

**LAMPIRAN D****TRANSKIP HASIL WAWANCARA INFORMAN UTAMA PENELITIAN  
(PEMILIK INDUSTRI WINNA SARI)****A. Identitas Subjek Penelitian**

1. Nama : Winarno
2. Usia : 46 tahun
3. Alamat : Jl, Raya Pronojiwo, RT/RW: 14/06, Pronojiwo, Lumajang
4. Jabatan : Pemilik Industri Winna Sari

**B. Gambaran Umum Perusahaan**

1. Visi yaitu mampu mengembangkan produk olahan buah salak menjadi produk yang berkualitas dan bernilai lebih.
2. Misi yaitu:
  - a. Menciptakan produk dengan terus berinovasi.
  - b. Mengembangkan produk yang akan memberikan kepuasan kepada konsumen.
  - c. Menjaga mutu serta kualitas produk sebagai pelayanan terbaik.

**C. Informasi tentang Sejarah Industri Winna Sari**

1. Berdiri sejak tanggal 10 November 2010, pertama kali dikelola oleh orang tua saya mbak. Kemudian setelah 2 tahun berjalan, saya yang menggantikan untuk mengelola Industri Winna Sari.
2. Sejarah pertama kali kami mendirikan industri ini hanya menjual buah salak saja. Saat itu, kami mulai berpikir untuk membuka usaha lain. Akhirnya, kami lihat-lihat youtube dan referensi beberapa olahan buah yang dapat

dijadikan produk olahan berkualitas. Dan kami berniatif mencoba membuat produk olahan buah salak. Kami mencoba membuat produk tersebut berkali-kali sampai akhirnya menemukan rasa yang pas, dan produk pertama yang diproduksi adalah minuman sari buah salak. Pada tanggal 20 Januari 2012 sejak saya yang mulai mengelolanya, mulai mengembangkan lagi produk baru yaitu keripik salak. Dan 7 Maret 2013 menambah produk lagi yaitu kurma salak dan dodol atau jenang salak. Kemudian, terakhir 11 Desember 2013 mengembangkan produk baru lagi yaitu bubuk biji salak.

3. Iya mbak, memang dari pertama kali sudah menggunakan nama Winna Sari.
4. Pertama kali modal kurang lebih 10 juta mbak, karena masih belum memiliki pabrik, tenaga kerja dan alat-alat masih biasa, tidak seperti sekarang ada beberapa yang menggunakan mesin.
5. Karena, saya memiliki kebun buah salak sendiri mbak. Dan mulai berfikir bagaimana cara memanfaatkan buah salak menjadi produk olahan buah salak yang bernilai ekonomis. Dengan bahan dasar pembuatannya yang mudah untuk didapatkan. Melihat peluang bahwa di Lumajang masih belum ada Industri yang membuat produk olahan sejenis.
6. Pertama kali hanya minuman sari buah salak, kemudian keripik salak, dodol atau jenang salak, kurma salak dan terakhir bubuk biji salak.
7. Bahan dasar pembuatannya ada yang dari kebun saya sendiri, dan ada juga dari beberapa pengepul warga disekitar sini mbak.
8. Kami berencana membuat kulit buah salak menjadi produk olahan juga mbak, masih diteliti lagi oleh BPOM.
9. Dilihat dari kondisinya mbak, kalau tenaga kerja tetapnya ada 12 orang. Namun, ketika permintaan tinggi bisa mencapai 25 orang atau menambah borongan. Permintaan tinggi biasanya ketika menjelang hari raya indul



fitri dan adha, dan pesanan dari konsumen. Tenaga kerja bagian produksi yaitu Ibu Nur Halimah (29 tahun), Ibu Isa (30 tahun), Ibu Miswati (33 tahun), Ibu Endang (33 tahun), Ibu Tukini (35 tahun), Ibu Sumira (28 tahun), dan Bapak Juwari (39 tahun). Bagian pengemasan yaitu Ibu Warni (31 tahun) dan Ibu Ngatminah (32 tahun). Dan bagian pengepakan yaitu Bapak Yulianto (37 tahun), Bapak Sugeng (35 tahun), dan Ibu Narmi (29 tahun).

10. Tidak ada persyaratan khusus, yang penting bertanggungjawab dengan pekerjaannya mbak.
11. Tidak ada mbak.
12. Kendalanya ada mbak dengan pemasarannya, karena kita hanya sekitar Lumajang, Probolinggi, Malang dan Blitar. Peminatnya dari luar kota masih kurang.
13. Hanya promosi ke rekan-rekan sesama bisnis saja, saudara-saudara dan facebook.
14. Targetnya yaitu memperluas pemasaran dan mengenalkan produk olahan buah salak pada daerah luar kota lainnya.
15. Terkadang juga ikut membantu mbak, di bagian produksi, pengepakan dan bahkan menjaga di outlet atau pemasarannya.
16. Alhamdulillah berkembang cukup baik dibandingkan dahulu pertama kali berdiri mbak. Karena dari 1 produk kemudian mengembangkan hingga bermacam-macam produk.
17. Dilihat dari kondisinya dulu mbak, kalau hari biasa di mulai pukul 07.00 WIB sampai 15.00 WIB. Namun, ketika permintaan tinggi seperti menjelang hari raya idul fitri dan adha bisa lembur hingga pukul 22.00 WIB. Dan ketika ada permintaan tinggi dari konsumen luar kota sampai pukul 19.00 WIB.

18. Ada sistem lembur mbak, tergantung dari permintaan pesannya.
19. Mengacu pada harian mbak, sebulan sekali dan ketika tidak masuk otomatis gaji akan dipotong. Rata-rata gaji per hari sekitar Rp. 30.000,- jika sebulan bisa mencapai Rp. 900.000,-

Dan jika lembur per hari Rp. 75.000,- , cara menghitung gajinya disesuaikan dengan masuk kerjanya mbak.

#### D. Informasi tentang Strategi Diversifikasi Produk

1. Inovasinya untuk menarik minat konsumen mbak, semakin banyak pilihan produk yang beragam sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan produk yang sama. Apalagi di zaman sekarang konsumen memilih produk yang baru dari lainnya yang jarang ditemukan di tempat lain.
2. Untuk produknya ada banyak mbak. Mulai dari minuman sari buah salak, camilan seperti keripik salak, jajanan seperti dodol atau jenang salak dan kurma salak, dan bubuk biji salak.
3. Melakukan pengembangan ketika muncul ide mbak, dimulai tahun 2012 hingga 2019 sekarang. Sebelum kita menjual produk baru, kita coba dulu produk itu ke sebagian orang di sekitar sini mbak, kalau dirasa sudah layak akan kita jual kepada konsumen.
4. Ide menciptakan produk baru saya melihat peluang yang ada dari youtube mbak. Banyaknya olahan yang mampu dijadikan sebuah produk.
5. Iya mbak, kita tidak hanya membuat produk olahan buah salak saja. Namun, juga ada produk minuman sari buah markisa, minuman sari buah pisang, sale pisang, keripik pisang, kerupuk gadung, keripik singkong dan gadung.
6. Untuk menambah pengembangan saja mbak, agar konsumen dapat memiliki produk yang diinginkan.

7. Produk yang paling diminati dari produk olahan buah salak yaitu minuman sari buah salak dan keripik salak.
8. Iya ada ketentuannya mbak, tergantung dari ukuran jenis produknya. Karena, hampir setiap produknya memiliki variasi ukuran kemasan.
9. Masih manual mbak, tetapi ada beberapa yang menggunakan alat seperti kapsiler, *hand sealer* untuk kemasan produknya.
10. Tidak pernah mbak, karena ini bisnis keluarga bukan untuk publikasi.
11. Dalam menghadapi persaingan lebih fokus pada peningkatan kualitas produk yang dibuat mbak. Untuk pesaing bisnis ada mbak, contohnya di Malang sama-sama mengelola produk olahan buah salak. Namun, variasi produk tidak seberagam seperti ditempat saya mbak.
12. Karena milik saya lebih bervariasi jenis produknya. Kita mengusahakan menambah produk terbaru, agar konsumen tidak merasa bosan. Karena ditempat lain tidak banyak variasi ragamnya mbak.
13. Lewat online, kolega bisnis dan saudara mbak.
14. Tergantung dari permintaan konsumen mbak, memilih diambil langsung ditempat ataukah diantar ke tujuan mbak.
15. Setiap produk ada sendiri harganya mbak, antara *reseller* dan *customer*. Berikut daftar harganya, yaitu minuman sari buah salak harga untuk *reseller* (Rp. 21.000,-) dan *customer* (Rp. 22.000,-). Kurma salak harga untuk *reseller* (Rp. 19.000,-) dan *customer* (Rp. 20.000,-). Dodol atau jenang salak harga untuk *reseller* (Rp. 16.000,-) dan *customer* (Rp. 17.000,-). Bubuk biji salak dengan berat 2.000 gram harga untuk *reseller* (Rp. 9.000,-) dan *customer* (Rp. 10.000,-). Berat 3.000 gram untuk harga *reseller* (Rp. 11.000,-) dan *customer* (Rp. 12.000,-). Keripik salak dengan berat 1.500 gram harga untuk *reseller* (Rp. 6.000,-) dan *customer* (Rp. 7.000,-). Berat 2.500 gram harga untuk *reseller* (Rp. 14.000,-) dan

*customer* (Rp. 15.000,-). Berat 3.000 gram harga untuk *reseller* (Rp. 19.000,-) dan *customer* (Rp. 20.000,-).

16. Iya saya menaikkan harga produknya, karena pertama kali harganya sedikit berbeda dengan yang sekarang.
17. Area pemasaran masih sekitar Blitar, Probolinggo, Lumajang dan Malang.
18. Iya ada beberapa mbak, kalau pelanggan ingin *delivery order* kita yang akan mengirimnya sampai ditempat.
19. Sejauh ini belum ada yang pengiriman jauh hingga menggunakan pengiriman online mbak, karena kadang mereka memilih diambil sendiri atau dikirim langsung.
20. Tidak ada garansi, karena sejauh ini belum ada konsumen yang komplain. Namun, jika pun ada pasti digantikan yang baru.
21. Ada potongan bagi *reseller* mbak.

#### E. Unsur-Unsur Produk

##### a) Nama Produk

1. Ada 3 jenis nama produk. Mulai dari makanan kering dan minuman ringan. Total jumlah semua produknya ada 12 produk olahan.
2. Minuman sari buah salak, keripik salak, kurma salak, dodol atau jenang salak, dan bubuk biji salak, minuman sari buah pisang, minuman sari buah markisa, keripik pisang, sale pisang, keripik singkong, keripik gadung, kerupuk renjinang.

3. Ada, diantaranya:

- Produk olahan buah pisang, yaitu minuman sari buah pisang, keripik pisang dan sale pisang.
- Produk olahan buah markisa, yaitu minuman sari buah markisa.
- Kerupuk renjinang, keripik singkong dan keripik gadung.

4. Nama produk yang ada dibuat untuk mempermudah konsumen yang ingin membeli produknya, dan nama produknya disesuaikan dari komposisinya.

5. Karena, nama produk sangat penting. Dengan adanya nama produk yang beragam, *customer* ingat nama-nama produknya.

6. Nama produk yang paling diminati, misalnya minuman sari buah salak, keripik salak, dan bubuk biji salak.

b) Kategori Produk

1. Untuk kategori produknya hanya ada 1 yaitu produk konsumsi saja. Disini menjual makanan dan minuman berbahan dasar buah salak. Dan untuk produk yang kita hasilkan adalah kering yang bertahan selama beberapa bulan saja. Rata-rata bertahan sekitar 6 bulanan saja.

c) Komposisi Produk

1. Budidaya sendiri mbak, kalau dulu masih memasok dari beberapa kebun salak disini.
2. Untuk komposisi produknya beragam mbak, setiap produk olahan Industri Winna Sari memiliki komposisi berbeda-beda.

No.	Nama Produk	Komposisi dan Bahan Produk
1.	Minuman Sari Buah salak	Sari buah salak
		Air
		Gula pasir
2.	Keripik Salak	Buah salak
		Gula pasir
		Minyak goreng
3.	Dodol atau Jenang Salak	Buah salak
		Gula pasir
		Biji wijen putih
4.	Kurma Salak	Buah salak
		Air
		Gula pasir
5.	Bubuk Biji Salak	Biji buah salak
6.	Minuman Sari Buah Pisang	Sari buah pisang
		Gula pasir
7.	Keripik Pisang	Buah pisang
		Gula pasir
		Minyak goreng
8.	Sale Pisang	Buah pisang
		Gula pasir
9.	Minuman Sari Buah Markisa	Sari buah markisa

		Air
10.	Kerupuk Renjinang	Beras ketan
		Garam
12.	Keripik Singkong	Singkong
		Garam
13.	Keripik Gadung	Gadung
		Garam

3. Pertama kali ingin membuat komposisi berbagai produk ada kendala mbak. Karena, meracik dan mencoba berkali-kali hingga menghasilkan rasa yang pas.

d) Kemasan Produk

1. Tidak mbak, desain awal masih biasa dan hanya 1 jenis kemasan saja. Kita sekarang sudah mampu menginovasikan kemasan menjadi beberapa macam kemasan bergantung ukuran dan jenis produknya.
2. Pertama kali produksi kemasan pada minuman sari buah salak masih sama seperti sekarang, yaitu menggunakan kemasan *plastic cup* bening transparan. Keripik salak menggunakan kemasan bantal atau kantong bening transparan dan kemasan *standing pouch* bening transparan, sekarang menambahkan menggunakan kemasan *standing pouch aluminium foil* dengan variasi warna. Kurma salak dan dan dodol atau jenang salak masih sama, yaitu menggunakan kemasan mika plastik atau bening transparan. Bubuk biji salak dahulu menggunakan kemasan *standing pouch aluminium silver foil*, sekarang menambahkan kemasan *standing pouch aluminium black foil*.

3. Ada ketentuan dari Dinas Kesehatan dan BPOM atau Badan Pengawas Obat dan Makanan. Ada aturan sendiri dalam membuat suatu kemasan produknya dan juga komposisi produknya.
4. Rata-rata semua diminati *customer* mbak, yang dilihat mereka bukan kemsan melainkan pilihan *netto* dari produk tersebut.
5. Kemasan setiap produknya berbeda-beda. Diantaranya, minuman sari buah salak menggunakan kemasan *plastic cup* bening transparan. Kurma salak dan dodol atau jenang salak menggunakan kemasan mika plastik atau bening transparan. Keripik salak menggunakan kemasan bantal atau kantong bening transparan, *standing pouch* bening transparan dan *standing pouch aluminium foil*. Dan bubuk biji salak menggunakan *standing pouch aluminium foil*.
6. Jika ditanya ukuran kemasan produk ada banyak mbak. Keripik salak dengan menggunakan kemasan bantal atau kantong bening transparan, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar yaitu 12x5cm dan berat atau *netto* kemasan 1.500 gram. Keripik salak dengan menggunakan kemasan *standing pouch* bening transparan, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 16x6x5cm, dan berat atau *netto* kemasan 2.500 gram. Keripik salak dengan menggunakan kemasan *standing pouch* bening transparan, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 18x8x5cm, dan berat atau *netto* kemasan 3.000 gram. Pada 11 Februari 2013, mendiversifikasi lagi menambah produk keripik salak dengan menggunakan kemasan *standing pouch aluminium silver foil*, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 16x6x5cm, dan berat atau *netto* kemasan 2.500 gram. Dan memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 18x8x5cm, dan berat atau *netto* kemasan 3.000 gram. Kemudian, 7 Maret 2013 mendiversifikasi lagi menambah produk baru lagi, yaitu dodol atau jenang salak dan kurma salak. Dengan ukuran kemasan Panjang x

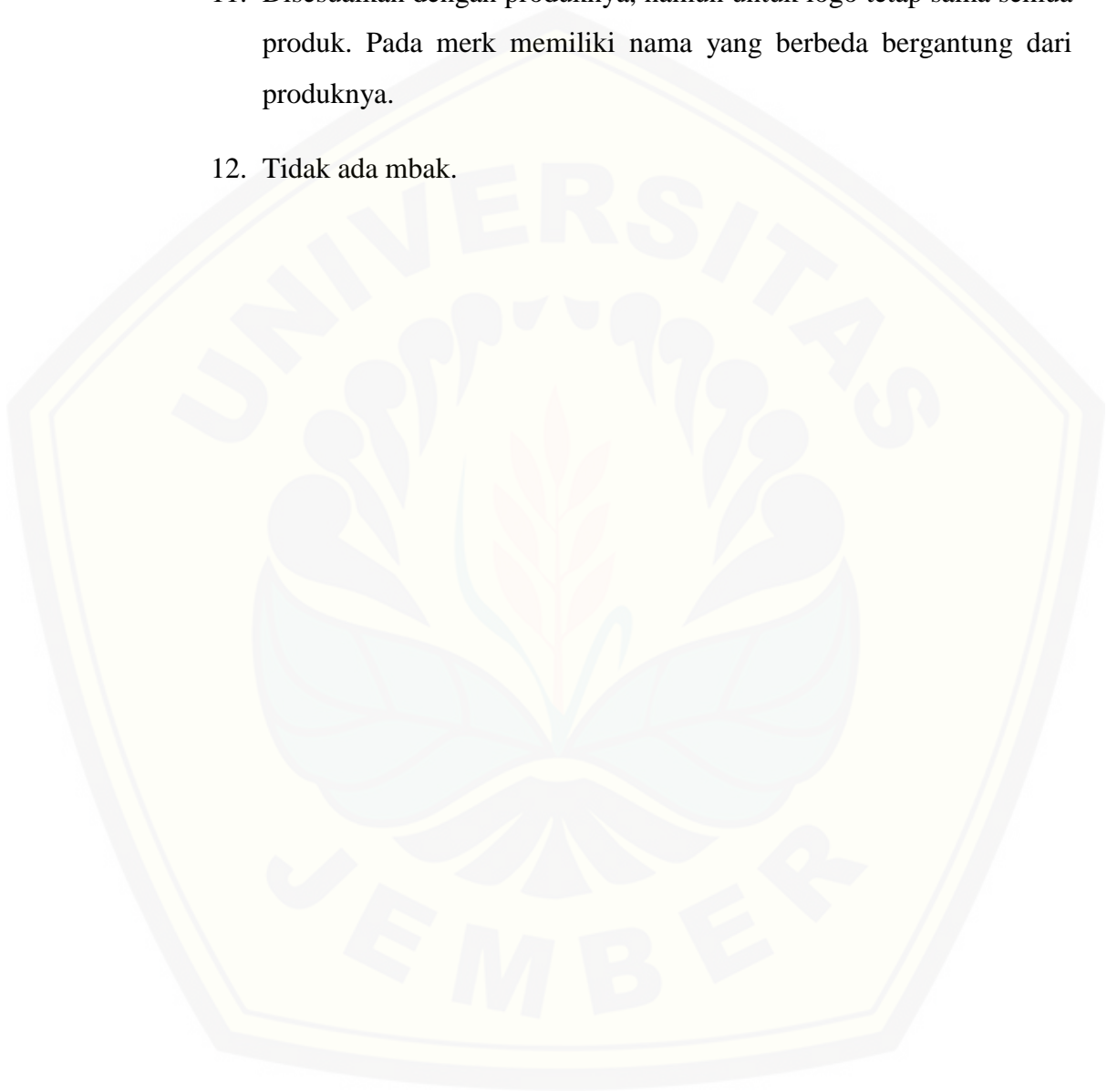


Lebar x Tinggi yaitu 8x14,5x4cm, dan berat atau *netto* kemasan 3.000 gram. Mendiversifikasi lagi dengan menambah produk baru, pada 11 Desember 2013 yaitu bubuk biji salak dengan menggunakan kemasan *standing pouch silver foil*, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 10x5x3cm, dan berat atau *netto* kemasan 2.000 gram. Dan 29 Januari 2013 mendiversifikasi dengan menambah kemasan bubuk biji salak dengan ukuran kemasan yang berbeda, yaitu kemasan *standing pouch aluminium black foil*, dengan memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 11x8x4cm, dan berat atau *netto* kemasan 3.000 gram. Melakukan diversifikasi lagi dengan menambah kemasan dan ukuran kemasan yang berbeda pada 10 Januari 2018, yaitu keripik salak dengan menggunakan kemasan *standing pouch aluminium green foil*, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 16x6x5cm, dan berat atau *netto* kemasan 2.500 gram. Terakhir, 15 Juli 2019 mendiversifikasi lagi dengan menambah kemasan warna yang berbeda yaitu keripik salak dengan menggunakan kemasan *standing pouch aluminium yellow foil*, memiliki ukuran kemasan Panjang x Lebar x Alas yaitu 16x6x5cm, dan berat atau *netto* kemasan 2.500 gram.

7. Untuk desain kemasan membuat sendiri, namun untuk kemasannya kita beli.
8. Semua sama diminati oleh konsumen mbak.
9. Kemasan *plastic cup* bening, kemasan *standing pouch aluminium* bening dan *aluminium foil*, kemasan bantal atau kantong bening, dan kemasan mika plastik bening.
10. Untuk pemilihan warna kemasan kita memilih warna yang sesuai, terpenting logonya menjadi ciri khas. Pemilihan warna menarik juga dapat menarik minat konsumen. Seperti, minuman sari buah salak, kurma salak dan dodol atau jenang salak warnanya warnanya putih

bening transparan. Keripik salak warnanya *silver*, *green*, *yellow* dan putih bening transparan. Dan bubuk biji salak warnanya *silver* dan *black*.

11. Disesuaikan dengan produknya, namun untuk logo tetap sama semua produk. Pada merk memiliki nama yang berbeda bergantung dari produknya.
12. Tidak ada mbak.



**TRANSKIP HASIL WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG  
PENELITIAN  
(TENAGA KERJA I INDUSTRI WINNA SARI)**

A. Identitas Informan Penelitian

1. Nama : Miswati
2. Usia : 33 Tahun
3. Jabatan : Bagian Produksi
4. Alamat : Desa Darungan, Pronojiwo, Lumajang.
5. Lama Bekerja : 4 Tahun

B. Informasi tentang Strategi Diversifikasi Produk

1. Bagian produksi mbak.
2. Berbagai macam produk olahan yang saya produksi mbak. Diantaranya, produk olahan buah salak, produk olahan buah pisang, produk olahan buah markisa, kerupuk rengginang, keripik singkong dan keripik gadung.
3. Ada 12 mbak.
4. Tidak menentu mbak, bergantung pesanan konsumen juga. Diantara produk itu yang paling banyak pesanan keripik salak, minuman sari buah salak, keripik gadung, dan keripik singkong. Permintaan naik biasanya pesanan minuman sari buah salak, minuman sari buah markisa, minuman sari buah pisang, kalau ada acara hajatan dan hari-hari raya besar. Kalau keripik salak dan yang lainnya biasanya hanya menjelang hari raya atau ada pesanan dari luar kota.
5. Ada 2 mbak, diantaranya keripik salak, minuman sari buah salak.
6. Iya mbak, sangat diminati. Karena, hampir tiap hari kita membuatnya.
7. Untuk variasi saja mbak, banyaknya ragam produk dan kemasan berbeda membuat *customer* tertarik membeli.
8. Belum pernah mbak, tapi kalau ada pasti diganti baru.
9. Semua kalangan mbak, mulai dari sama-sama wirausaha hingga masyarakat umum.

10. Biasanya bahan dasar mbak, karena mulai sekarang Beliau memasok sendiri bahan dasar dari kebun sendiri. Jadi, terkadang masih menunggu panen mbak.
11. Beliau sekarang tidak ingin memasok dari luar mbak, kecuali kalau pesanan melebihi jumlah bahan dasar yang ada akan memasok dari pengepul sekitar.



**TRANSKIP HASIL WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG  
PENELITIAN  
(TENAGA KERJA II INDUSTRI WINNA SARI)**

A Identitas informan penelitian

1. Nama : Mujasih
2. Usia : 31 Tahun
3. Alamat : Desa Sidorenggo, Pronojiwo, Lumajang
4. Jabatan : Bagian Pengemasan
5. Lama Bekerja : 3,5 Tahun

B Informasi yang Berkaitan dengan Strategi Diversifikasi Produk

1. Saya bagian pengemasan mbak.
2. Semua produk mbak, dari olahan buah salak, olahan buah pisang, olahan buah markisa, kerupuk renjinang, keripik singkong dan keripik gadung.
3. 12 produk mbak.
4. Tidak pasti mbak, dilihat permintaan konsumen juga. Kalau menjelang hari raya untuk minuman sari buah salak mencapai kurang lebih 500 *pack*, keripik salak 500 kemasan dengan berbagai ukuran, bubuk biji salak sekitar 250 kemasan, sedangkan dodol atau jenang salak dan kurma salak 150 per masing-masing produknya. Untuk keripik singkong, gadung dan renjinang 250 pengemasan per masing-masing produknya. Kalau hari-hari biasa, untuk minuman sari buah salak tidak menentu, karena berbeda-beda ada jumlahnya mencapai 50-100 *pack*. Kalau keripik singkong, gadung n kerupuk renjinang bisa mencapai 100 kg per masing-masing produk.
5. Ada banyak mbak, minuman sari buah salak, minuman sari buah markisa, minuman sari buah pisang, keripik gadung dan singkong, keripik salak, dan bubuk biji salak.
6. Iya diminati karena banyak pesannya.

7. Agar lebih banyak variasi produk, terutama pada pengemasan dan berat atau *netto* yang banyak pilihannya.
8. Belum ada, jika ada pasti diganti produk baru.
9. Dari Lumajang, Probolinggo, Blitar, dan Malang.
10. Tidak ada masalah, karena jika ada permintaan tinggi tenaga kerja bagian kemasan dibantu oleh borongan.
11. Sudah ada mbak.



**TRANSKIP HASIL WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG  
PENELITIAN  
(TENAGA KERJA III INDUSTRI WINNA SARI)**

**A. Identitas Informan Penelitian**

1. Nama : Narmi
2. Usia : 29 Tahun
3. Jabatan : Bagian Pengepakan
4. Alamat : Desa Supiturang, Pronojiwo, Lumajang
5. Lama Bekerja : 4 Tahun

**B. Informasi yang Berkaitan dengan Strategi Diversifikasi Produk**

1. Saya bagian pengepakan mbak.
2. Semua produk olahan buah salak, olahan buah markisa, olahan buah markisa, kerupuk renjinang, keripik singkong dan keripik gadung.
3. 12 produk disini mbak.
4. Kalau rata-rata biasa sebulannya masing-masing produk tersebut kurang lebih 50 produk, kecuali untuk kurma salak dan dodol atau jenang salak hanya 40 produk. Biasanya kalau musim hajatan sebulan permintaan minuman sari buah salak bisa mencapai 100-150 *pack*. Untuk olahan buah pisang, markisa, keripik gadung, keripik singkong dan renjinang mencapai 100 kemasan. Sedangkan mendekati hari raya besar untuk minuman sari buah salak mencapai 500 kardus pengepakan, kuma salak dan dodol atau jenang salak 150 kemasan. Olahan buah markisa, pisang, keripik singkong, gadung dan renjinang mencapai 200 kemasan per masing-masing produknya.
5. Ada mbak, keripik salak, minuman sari buah salak, bubuk biji salak, keripik singkong dan gadung.
6. Iya diminati mbak.
7. Agar banyak variasi mbak, semakin mengembangkan usahanya dan menarik minat konsumen lebih banyak lagi.

8. Belum pernah mbak.
9. Blitar, Malang, Probolinggo, Lumajang.
10. Belum pernah ada masalah mbak.
11. Jika ada masalah pasti dibantu yang lain.





**TRANSKIP HASIL WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG  
PENELITIAN  
(KONSUMEN I INDUSTRI WINNA SARI)**

A. Identitas Informan Penelitian

- 1) Nama : Sudirman
- 2) Usia : 48 Tahun
- 3) Alamat : Pronojiwo, Lumajang
- 4) Pekerjaan : Swasta

B. Informasi berkaitan dengan Strategi Diversifikasi Produk

- 1) Iya lumayan sering mbak, karena saya juga sebagai *reseller*.
- 2) Hanya 3 macam jenis produk mbak, dari produk olahan buah salak, pisang, markisa.
- 3) Karena ditempat ini satu-satunya outlet produk olahan yang beragam.
- 4) Kualitasnya berbeda dari tempat lain, disini rasanya sesuai harapan konsumen.
- 5) Termasuk murah, karena untuk reseller harga dibawah harga normal mbak.
- 6) Selama ini saya menjadi konsumen belum mbak, saya mulai menjadi reseller sejak 2014 sampai sekarang. Tidak tau kalau dulu awal-awal produk ini dijual mbak.
- 7) Sangat baik mbak, agar bisa mengembangkan produknya dan mampu bersaing dengan wirausaha yang lain.

**TRANSKIP HASIL WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG  
PENELITIAN  
(KONSUMEN II INDUSTRI WINNA SARI)**

A. Identitas Informan Penelitian

- 1) Nama : Rahayu Sholihah
- 2) Usia : 36 Tahun
- 3) Alamat : Pasirian, Lumajang
- 4) Pekerjaan : Swasta

B. Informasi yang berkaitan dengan Strategi Diversifikasi Produk

- 1) Sering saya kesini mbak, apalagi menjelang hari raya mbak. Pesanan banyak dari pelanggan saya.
- 2) Ada 3 produk mbak, seperti minuman sari buah salak, minuman sari buah markisa, minuman sari buah pisang.
- 3) Pelayanannya sangat ramah dan baik, disini satu-satunya industri yang mengolah produk olahan buah yang beragam di Kabupaten Lumajang mbak.
- 4) Berbagai macam nama produknya mbak, selain kemasan banyak dan juga ukuran banyak juga mbak.
- 5) Murah mbak, sebanding dengan kualitas produknya mbak.
- 6) Tidak ada mbak.
- 7) Dapat membantu industri ini semakin maju dan berkembang lagi dengan banyaknya varian produk yang dilakukan mbak.

## LAMPIRAN E

## 1. Dokumentasi Diversifikasi Nama Produk



## a) Minuman Sari Buah Salak

Produk ini memiliki berat atau *netto* setiap kemasan *plastic cup* adalah 180 ml. Sedangkan per pack 5400 ml. Harga *reseller* Rp. 21.000,00 dan harga *customer* Rp. 22.000,00.



## b) Keripik Salak

Kemasan *Standing Pouch Aluminium Silver Foil* ini memiliki berat atau *netto* 320 gram. Harga *reseller* Rp. 19.000,00 dan *customer* Rp. 20.000,00.



c) Dodol atau Jenang Salak

Produk ini memiliki kemasan mika plastik dengan berat atau *netto* 320 gram, dengan isi produk sekitar 20 pcs. Harga *reseller* Rp. 19.000,00 dan *customer* Rp. 20.000,00.



d) Kurma Salak

Produk ini memiliki kemasan mika plastik dengan *netto* 320 gram, dengan isi sekitar 20 pcs. Harga *reseller* Rp. 16.000,00 dan *customer* Rp. 17.000,00.



e) Bubuk Biji Salak

Produk ini memiliki kemasan *standing pouch aluminium black foil* dengan *netto* 300 gram. Harga *reseller* Rp. 9.000,00 dan *customer* Rp. 10.000,00.



f) Keripik Salak

Produk ini memiliki kemasan *standing pouch aluminium green foil* dengan berat 200 gram. Harga *reseller* Rp. 14.000,00 dan *customer* Rp. 15.000,00.



g) Kripik Salak

Produk ini memiliki kemasan *standing pouch* bening transparan dengan *netto* 320 gram. Harga *reseller* Rp. 19.000,00 dan *customer* Rp. 20.000,00.



h) Kripik Salak

Produk ini memiliki kemasan kantong bening transparan dengan *netto* 120 gram. Harga *reseller* Rp. 6.000,00 dan *customer* Rp. 7.000,00.



i) Keripik salak

Produk ini memiliki kemasan standing pouch bening transparan dengan netto 200 gram. Harga reseller Rp. 14.000,00 dan customer Rp. 15.000,00.

2. Dokumentasi Toko Industri Winna Sari



Gambar diatas merupakan Pamflet dari Toko Winna Sari.

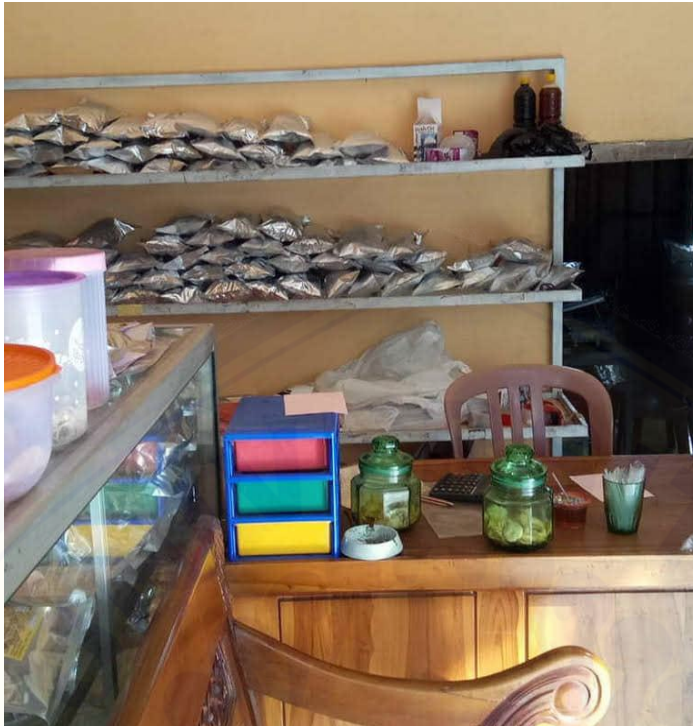


Gambar diatas menunjukkan berbagai macam olahan produk yang dihasilkan oleh Industri Winna Sari.



Gambar tersebut menunjukkan banyaknya olahan produk yang tersedia ditoko Winna Sari.





Gambar diatas menunjukkan berbagai produk olahan buah salak, seperti bubuk biji salak, dodol salak dan jenang salak.

### 3. Dokumentasi Pabrik Industri Winna Sari



Gambar tersebut menunjukkan hasil olahan beberapa produk olahan minuman berbahan dasar buah di Pabrik Industri Winna Sari.



Gambar diatas menunjukkan mengenai mulai pengemasan hingga pengepakan produk olahan minuman sari buah yang terdapat di pabrik Industri Winna Sari.



Gambar diatas menunjukkan mengenai proses produksi olahan minuman sari buah.



Gambar tersebut menunjukkan alat-alat yang digunakan untuk memproduksi minuman sari buah dan keripik buah Industri Winna Sari.

#### 4. Dokumentasi dengan Pemilik Industri Winna Sari



Gambar tersebut menunjukkan dokumentasi peneliti dengan Pemilik Industri Winna Sari, yaitu Bapak Winarno.

## 5. Dokumentasi dengan Tenaga Kerja Winna Sari



Gambar diatas menunjukkan peneliti sedang mewawancarai tenaga kerja yang pertama di pabrik Industri Winna Sari, yaitu Ibu Miswati.



Gambar diatas menunjukkan peneliti sedang mewawancarai tenaga kerja yang kedua di pabrik Industri Winna Sari, yaitu Ibu Mujasih.



Gambar diatas menunjukkan peneliti sedang mewawancarai tenaga kerja yang ketiga di pabrik Industri Winna Sari, yaitu Ibu Narmi.

## LAMPIRAN F



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162 Telp./Fax  
(0331) 334988 Jember 68121

## LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

**Nama** : Desy Rozalia  
**NIM/ Angkatan** : 130210301014/2013  
**Jurusan/ Prog. Studi** : IPS/Pendidikan Ekonomi  
**Judul Skripsi** : Diversifikasi Produk Olahan Buah Salak Pada Winna Sari  
Desa Kabupaten Lumajang  
**Pembimbing II** : Drs. Joko Widodo, M.M

## KEGIATAN KONSULTASI

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	Kamis, 5-10-2017	Bab I, II, III	
2.	Rabu, 11-10-2017	Revisi bab I, II, III	
3.	Kamis, 19-10-2017	Revisi bab I, II, III	
4.	Rabu, 25-10-2017	Revisi bab I, II, III	
5.	Kamis, 26-10-2017	Revisi bab I, II, III	
6.	Jumat, 10-11-2017	Revisi bab I, II, III	
7.	Senin, 13-11-2017	ACC Seminar	
8.	Kamis, 19-3-2019	Revisi Seminar	
9.	Selasa, 19-3-2019	Bab IV, V	
10.	Selasa, 26-3-2019	Revisi bab IV, V	
11.	Rabu, 27-3-2019	Revisi bab IV, V dan lampiran	
12.	Jumat, 29-3-2019	ACC Ujian	
13.			
14.			
15.			

## Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162  
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

#### LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Desy Rozalia  
NIM/ Angkatan : 130210301014/2013  
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi  
Judul Skripsi : Diversifikasi Produk Olahan Buah Salak Pada Wien's Group  
Desa Prono iwo Kabupaten Lumajang  
Pembimbing II : Hety Mustila Ani, S.Pd, M.Pd

#### KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	Senin, 23 Okt 2017	Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
2.	Senin, 30 Okt 2017	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
3.	Jumud, 3 Nov 2017	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
4.	Selasa, 7 Nov 2017	Revisi Bab III	<i>[Signature]</i>
5.	Jumud, 10 Nov 2017	Revisi Bab III < lampiran >	<i>[Signature]</i>
6.	Selasa, 14 Nov 2017	ACC Seminar	<i>[Signature]</i>
7.	Rabu, 6 Mar 2019	Revisi Seminar	<i>[Signature]</i>
8.	Senin, 11 Mar 2019	Bab IV, V	<i>[Signature]</i>
9.	Jumat, 15 Mar 2019	Revisi Bab IV, V	<i>[Signature]</i>
10.	Selasa, 19 Mar 2019	Revisi Bab IV, V	<i>[Signature]</i>
11.	Jumat, 22 Mar 2019	Revisi Bab IV, V	<i>[Signature]</i>
12.	Senin, 25 Mar 2019	Acc sidang	<i>[Signature]</i>
13.			
14.			
15.			

#### Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

## LAMPIRAN G

## SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121  
Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-334988  
Laman: www.fkip.unej.ac.id

---

Nomor **3886** UN25.1.5/LT/2017 **3.1 MAY 2017**  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Izin Observasi

Yth.Pimpinan Wien's Group  
Lumajang

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini.

Nama : Desy Rozalia  
NIM : 130210301014  
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Berkeanaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan observasi di usaha yang Saudara pimpin dengan judul: "Diversifikasi Produk Olahan Buah Salak Pada Wien's Group Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang".

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terimakasih.

  
a.n.Dekan  
Wakil Dekan I,  
Dr. Sukatman, M.Pd  
NIP 19640123 199512 1 001



## LAMPIRAN H

## SURAT IZIN SELESAI PENELITIAN



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PERGURUAN TINGGI  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**  
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121  
Telepon: 0331- 334988, 330738 Faks: 0331-332475  
Laman: [www.fkip.unej.ac.id](http://www.fkip.unej.ac.id)

Nomor : 2 4 8 0/UN25.1.5/LT/2018  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

28 MAR 2019

Yth. Pemilik Wien's Pronojiwo,  
Lumajang

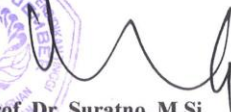
Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini:

Nama	: Desy Rozalia
NIM	: 130210301014
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Jurusan	: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Berkenaan dengan penyelesaian tugas akhir, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di tempat usaha yang Saudara pimpin dengan judul: "Diversifikasi Produk Olahan Buah Salak Pada Wien's Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang".

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas berkenaan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan  
Wakil Dekan I,  
  
**Prof. Dr. Suratno, M.Si**  
NIP. 19670625 199203 1 003

## "WINNA SARI"

## USAHA PRODUK OLAHAN BUAH SALAK

**Jl. Raya Pronojiwo Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang - Jawa Timur 67374**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini. Pemilik usaha produk olahan buah salak "Winna Sari" Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang, menyatakan dengan sebenarnya bahwa Mahasiswa **FKIP Universitas Jember** dibawah ini.

Nama : Desy Rozalia

Nim : 130210301014

Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Fakultas : Pendidikan Ekonomi

Telah melakukan penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul: "Diversifikasi Produk Olahan Buah Salak Pada Winna Sari Desa Pronojiwo Kabupaten Lumajang"

Penelitian tersebut dilaksanakan guna mencari data sebagai bahan untuk penyelesaian studinya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Lumajang, 18 Desember 2018



Pemilik Usaha  
**Winna Sari**  
Jl. Raya Pronojiwo Lumajang  
(Winarno)

**LAMPIRAN I****DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas**

1. Nama : Desy Rozalia
2. Tempat / Tanggal Lahir : Lumajang, 14 Desember 1994
3. Agama : Islam
4. Nama Orang Tua
  - a. Ayah : Hasan Basri
  - b. Ibu : Sulis Tyowati
5. Alamat : Jl. Mangga, Gang Semangat,  
RT/RW: 007/002, Dusun Kedung  
Pakis, Desa Pasirian, Kecamatan  
Pasirian, Kabupaten Lumajang.

**B. Pendidikan**

No	Nama Sekolah	Tempat	Tahun
1.	SDN 2 PASIRIAN	Lumajang	2007
2.	SMP N 2 PASIRIAN	Lumajang	2010
3.	SMA N PASIRIAN	Lumajang	2013