

TANGKAP PELUANG PANDEMI: PERLUNYA DIVERSIVIKASI PRODUK PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH

Herwiek Diyah Lestari ¹⁾, Mayla Surveyandini ²⁾, Rosalina Anindia Sari Kartika ³⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto
Jl. Raya Beji Karangsalam No.25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152
email : Heroic_dl@yahoo.co.id

²⁾ Ekonomika dan Bisnis, Wijayakusuma Purwokerto
Jl. Raya Beji Karangsalam No.25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152
email : maylaandini81@gmail.com

³⁾ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satria Purwokerto
Jl. Sejahter 2 No.45, Mersi, Berkoh, Kec. Purwokerto Tim., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53141
email : rosa70lien@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pengelolaan usaha di masa pandemi melalui diversifikasi produk untuk meningkatkan perekonomian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah *Fionna Cake* di Desa Ciberem, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas. Metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah presentasi dengan tatap muka, tanya jawab seputar materi tentang arti pentingnya diversifikasi produk dan strategi, risiko cara melakukan diversifikasi produk pada UMKM di masa pandemi. Hasilnya terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk terlibat dalam diversifikasi produk ini antara lain dengan melakukan pengemasan ulang, mengganti nama, mengubah ukuran, *Repricing*, Ekstensi merek, Ekstensi produk.

Kata kunci : Peluang Pandemi, UMKM, diversifikasi produk

Abstract

Community service activities aim to increase knowledge and understanding of business management during a pandemic through product diversification to improve the economy of Fionna Cake Micro, Small and Medium Enterprises in Ciberem Village, Sumbang District, Banyumas Regency. The method used in carrying out this activity is face-to-face presentations, questions and answers regarding material about the importance of product and strategy diversification, and the risks of diversifying products in MSMEs during a pandemic. As a result, there are several ways that can be done to be involved in this product diversification, including by repackaging, changing names, changing sizes, Repricing, Brand extensions, Product extensions.

Keywords : pandemic opportunity, UMKM, product diversification

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 berdampak ke segala sektor kehidupan. Salah satu sektor yang mendapat dampak besar adalah sektor perekonomian. Hal tersebut dapat dirasakan oleh semua pelaku usaha, tak terkecuali para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Adanya pandemi Covid 19 menyebabkan para pelaku usaha mengalami krisis ekonomi. Hal ini disebabkan karena menurunnya daya beli masyarakat akibat pandemi Covid-19 yang membatasi mobilitas masyarakat.

Para pelaku UMKM saat ini, selain mengalami penurunan pendapatan akibat adanya penurunan penjualan dan daya beli masyarakat, juga mengalami berbagai permasalahan lain seperti, masalah permodalan, distribusi yang terhambat, kesulitan untuk memperoleh bahan

baku, produksi menurun dan PHK buruh. Keadaan seperti ini mampu mengancam keberlangsungan hidup UMKM. Keberlangsungan hidup UMKM perlu mendapat perhatian yang serius, mengingat UMKM merupakan penggerak perekonomian domestik yang mampu menyerap tenaga kerja, yang saat ini harus menghadapi penurunan produktivitas yang berakibat pada penurunan profit secara signifikan. Lambat laun krisis ekonomi yang dialami UMKM ini tanpa disadari dapat menjadi ancaman bagi perekonomian perekonomian nasional.

Untuk membangkitkan kembali kondisi pada UMKM ini, diperlukan adanya solusi mitigasi dan pemulihan. Salah satu langkah yang dapat dilakukan para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk bisa bangkitkan kembali dan keluar dari kondisi ini adalah didorong cepat untuk melakukan diversifikasi produk demi merespons kebutuhan konsumen disaat pandemi. Respons pasar yang cepat bakal dengan mudah meningkatkan pendapatan UMKM sekaligus membantu pemulihan perekonomiannya (Rokhayati, 2015).

Diversifikasi produk adalah usaha keanekaragaman produk pada strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas dan mencapai volume penjualan yang lebih tinggi dari produk baru. Diversifikasi dapat terjadi di tingkat bisnis atau di tingkat perusahaan. Diversifikasi produk tingkat bisnis berarti adalah memperluas segmen baru industri yang sudah beroperasi di perusahaan. Diversifikasi produk tingkat korporat yaitu memperluas ke industri baru yang berada di luar cakupan unit bisnis perusahaan saat ini. Strategi ini digunakan untuk meningkatkan penjualan yang terkait dengan lini produk yang ada, yang sangat berguna untuk bisnis yang mengalami penjualan stagnan atau menurun (Muntahanah & Mudijaningsih, 2014).

Fionna Cake merupakan salah satu pelaku UMKM yang ikut terdampak adanya pandemic covid-19 ini. *Fionna Cake* merupakan bisnis rumahan yang mulai dirintis sejak pertengahan tahun 2017, dan berawal dengan menghasilkan makanan ringan seperti putu ayu dan kue soes. Usaha ini berawal dari hobi membuat snack untuk anaknya, kemudian memutuskan untuk mengembangkan hobinya menjadi lahan bisnis untuk membantu perekonomian keluarga.

Sejak mulai berdiri sampai dengan masa sebelum pandemi, usaha ini mengalami peningkatan penjualan dengan baik. Namun, dengan adanya pandemi COVID-19 maka sejak akhir bulan Maret 2020, usaha bisnis *Fionna Cake* praktis terhenti, karena tidak ada permintaan (pesanan). Segala upaya dilakukan *Fionna Cake* untuk tetap bisa bertahan. Memasuki bulan Juni 2020, *Fionna Cake* mulai berjuang untuk kembali menawarkan produk melalui jejaring media sosial whatsapp dan instagram. Pesanan perlahan mulai datang meskipun tidak sebanyak sebelum kondisi pandemi COVID-19.

Pada akhirnya, agar bisnis bisa bertahan, cara terbaik adalah beradaptasi terhadap perubahan. Ketika pandemi berlangsung berkepanjangan dan mengganggu jalannya bisnis, ada baiknya startup melakukan penyesuaian dan diversifikasi. Adapun tujuan dari diversifikasi produk ini antara lain untuk mendapatkan stabilitas dalam pendapatan, meningkatkan keuntungan dengan menawarkan berbagai jenis produk, untuk memenuhi permintaan dan kenyamanan para pengecer yang beragam, dan untuk memanfaatkan peluang pemasaran secara menguntungkan. Adapun manfaat yang dapat diperoleh para pelaku usaha termasuk UMKM dalam melakukan diversifikasi produk adalah untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan, serta mengurangi ketergantungan pada satu produk (Fauzi *et al*, 2021).

Mengingat pentingnya pengetahuan tentang diversifikasi produk untuk mampu menangkap peluang di masa pandemi guna meningkatkan perekonomian pada UMKM, maka kami berniat untuk mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan pada Usaha *Fionna Cake* yang berada di desa Ciberem, kecamatan Sumbang, kabupaten Banyumas.

METODE

Metode penerapan, diuraikan dengan jelas dan padat untuk mencapai tujuan yang telah dicanangkan dalam kegiatan pengabdian. Hasil pengabdian itu harus dapat diukur dan penulis diminta menjelaskan alat ukur yang dipakai, baik secara deskriptif maupun kualitatif. Jelaskan cara mengukur tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian. Tingkat ketercapaian dapat dilihat dari sisi perubahan sikap, sosial budaya, dan ekonomi masyarakat sasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Maret 2021 sampai dengan Mei 2021. Pertemuan dihadiri oleh Ibu Febriani Ruth Kristianti sebagai pemilik UMKM, Karyawan UMKM, Perwakilan Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis sebagai Pemateri, dan Mahasiswa. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada UMKM *Fionna Cake* di Desa Ciberem, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas.

Kegiatan pengabdian yang berupa pendampingan ini berkaitan dengan upaya bagi UMKM untuk melakukan diversifikasi produk agar mampu menangkap peluang di masa pandemi covid-19 ini. Kegiatan pendampingan mendapat respon yang baik, dan pemilik UMKM antusias mengikuti jalannya kegiatan pendampingan tersebut. Sasaran kami adalah para pelaku UMKM di Desa Ciberem, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas, khususnya UMKM *Fionna Cake*. Adapun alasan dari dipilihnya tema dari kegiatan tersebut adalah karena diperlukannya pengetahuan dan pemahaman akan pentingnya diversifikasi produk. Strategi ini sangat tepat digunakan untuk bisa meningkatkan penjualan yang terkait dengan lini produk yang ada, yang sangat berguna untuk bisnis yang mengalami penjualan stagnan atau mengalami penurunan, terutama pada masa pandemi ini.

Diversifikasi produk merupakan usaha keanekaragaman produk pada strategi yang dapat digunakan oleh pelaku bisnis untuk meningkatkan profitabilitas dan mencapai volume penjualan yang lebih tinggi (Purnomo, Winarto & Kencana, 2022). Diversifikasi produk ini sangat dibutuhkan bagi para pelaku bisnis, khususnya di masa pandemi covid-19. Selain itu diversifikasi produk dapat ditujukan untuk mendapatkan stabilitas dalam pendapatan, mampu meningkatkan keuntungan dengan menawarkan berbagai jenis varian produk, untuk memenuhi permintaan dan kenyamanan para pengecer yang beragam, dan untuk memanfaatkan peluang pemasaran secara menguntungkan.

Adapun manfaat yang dapat diperoleh para pelaku usaha termasuk UMKM dalam melakukan diversifikasi produk adalah untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan, serta mengurangi ketergantungan pada satu produk. Dan pada akhirnya usaha akan tetap dapat berjalan sebagaimana mestinya. Untuk dapat melaksanakan bisnis tersebut, maka diperlukan pengetahuan, pemahaman tentang diversifikasi produk agar mampu menangkap peluang di masa pandemi covid-19 ini, khususnya bagi para pelaku UMKM.

Adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai diversifikasi produk, diharapkan akan mampu menangkap peluang bisnis, meningkatkan penjualan dan pendapatan, serta mengurangi ketergantungan pada satu produk, dan pada akhirnya usaha akan tetap dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberi pengetahuan pelaku bisnis khususnya pada UMKM *Fionna Cake* yang beralamat di Desa Ciberem, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas, mengenai pentingnya pengetahuan, pemahaman tentang diversifikasi produk agar mampu menangkap peluang di masa pandemi covid-19 ini, untuk meningkatkan profitabilitas dan menjaga stabilitas pendapatan.

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak akhir tahun 2019, berdampak besar ke segala sektor kehidupan tak terkecuali pada sektor ekonomi. Hal ini dirasakan oleh semua pelaku usaha, tak terkecuali para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menjalankan bisnis di tengah situasi pandemi Covid-19 memiliki tantangan tersendiri. Selain pembatasan sosial yang membuat masyarakat tak leluasa berbelanja, banyaknya pemutusan hubungan kerja atau PHK juga menurunkan daya beli. Berbagai upaya perlu dilakukan agar keberlangsungan hidup UMKM tetap dapat terjaga.

Keberlangsungan hidup UMKM perlu mendapat perhatian yang serius, mengingat UMKM merupakan penggerak perekonomian domestik yang mampu menyerap tenaga kerja, yang saat ini harus menghadapi penurunan produktivitas yang berakibat pada penurunan profit secara signifikan. Lambat laun krisis ekonomi yang dialami UMKM ini tanpa disadari dapat menjadi ancaman bagi perekonomian perekonomian nasional.

Fionna Cake merupakan salah satu pelaku UMKM yang ikut terdampak adanya pandemic covid-19 ini. *Fionna Cake* dirintis sejak pertengahan tahun 2017. Dari awal usaha dirintis, usaha ini mengalami perkembangan yang baik. Namun, dengan adanya pandemi COVID-19 maka sejak akhir bulan Maret 2020, usaha bisnis *Fionna Cake* praktis terhenti, karena tidak ada permintaan (pesanan). Segala upaya dilakukan *Fionna Cake* untuk tetap bisa bertahan. Memasuki bulan Juni 2020, *Fionna Cake* mulai berjuang untuk kembali menawarkan produk melalui jejaring media sosial *whatsapp* dan *instagram*. Pesanan perlahan mulai datang meskipun tidak sebanyak sebelum kondisi pandemi COVID-19.

Untuk membangkitkan kembali kondisi pada UMKM ini, diperlukan adanya solusi mitigasi dan pemulihan. Salah satu langkah yang dapat dilakukan para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk bisa bangkitkan kembali dan keluar dari kondisi ini adalah didorong cepat untuk melakukan terobosan berupa diversifikasi produk untuk dapat mampu merespons kebutuhan konsumen disaat pandemic sekarang ini. Respons pasar yang cepat bakal dengan mudah meningkatkan pendapatan UMKM sekaligus membantu pemulihan perekonomiannya. Strategi tersebut digunakan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan khususnya terkait dengan lini produk yang ada, dan sangat berguna untuk bisnis yang sedang mengalami penurunan penjualan.

Bisnis rumahan yang dilakukan *Fionna Cake* berupa pembuatan snack atau makanan basah seperti putu ayu, kue soes dan tart. Mulai awal tahun 2020, menambah produk roti isi dan cake gulung. Produksi makanan ringan ini dilakukan dengan model pesanan. Adapun yang selama ini berjalan adalah pesanan yang berasal dari sekolah-sekolah dan karyawan kantor. Adanya hal ini *Fionna Cake* dapat melakukan diversifikasi produk dengan menghasilkan produk yang berbeda untuk dapat merespons kebutuhan konsumen disaat pandemic sehingga mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan, serta mengurangi ketergantungan hanya terhadap produk yang selama diproduksi.

Strategi yang dapat dilakukan *Fionna Cake* antara lain melakukan penambahan produk atau layanan serupa ke bisnis yang ada, menyediakan produk atau layanan baru dan tidak terkait kepada konsumen yang sudah ada, atau dengan melakukan penambahan produk atau layanan baru yang secara signifikan tidak terkait dan tanpa kesamaan teknologi atau komersial. Strategi terakhir merupakan strategi paling berisiko. Hal ini disebabkan karena strategi ini mengharuskan pelaku bisnis untuk memasuki pasar baru dan menjual produk atau layanan ke basis konsumen baru sehingga probabilitas kegagalan jauh lebih besar dalam strategi diversifikasi ini.

Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk terlibat dalam diversifikasi produk ini antara lain dengan melakukan pengemasan ulang, mengganti nama, mengubah ukuran, *Repricing*, Ekstensi merek, Ekstensi produk.

Dengan mengetahui, memahami cara menjalankan bisnis di masa pandemic ini nantinya diharapkan akan mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan para pelaku bisnis guna meningkatkan perekonomian khususnya UMKM *Fionna Cake* yang beralamat Jalan Raya Kradenan RT 06/RW 06, Dusun III Ciberem, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas.



Gambar: Hasil produksi berupa Jajanan dan Roti UMKM *Fionna Cake*



Gambar: Hasil produksi berupa Puthu Ayu, Soes, Roti, dan Kue Kering UMKM *Fionna Cake*

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat serta pembahasan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa Perlunya pengetahuan dan pemahaman tentang arti pentingnya diversifikasi produk bagi UMKM *Fionna Cake* di desa Ciberem, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas. Selain itu, perlunya pengetahuan dan pemahaman tentang strategi, risiko, dan cara melakukan diversifikasi produk bagi UMKM *Fionna Cake* di desa Ciberem, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. UGM Press. Yogyakarta.
- Budi, C. (2013). *Jutaan UMKM Pahlawan Pajak: Urus Pajak Itu Sangat Mudah*. Elex Media Komputindo. Gunungkidul.
- Chandra, L., Pranata, S., Panjaitan, I., Pardede, D. H., & Gunawan, I. K. (2021). Pengabdian Masyarakat Untuk Mengubah Tanggapan Tentang Tunawisma Sebagai Pengetahuan Mahasiswa. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 51-56.
- Fauzi, P., Retnowati, D., Winarto, H., Zumaeroh, Z., & Wisnuaji, R. (2021). Pendampingan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 187-197.

- Noor, I. H. (2010). Penelitian dan pengabdian masyarakat pada perguruan tinggi. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 16(3), 285-297.
- Purnomo, S. D., Winarto, H., & Kencana, H. PENGELOLAAN SAMPAH BERBASIS JIWA GOTONG ROYONG.
- Rokhayati, I. (2015). Pengukuran kinerja pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM): suatu telaah pustaka. *Monex: Journal of Accounting Research*, 4(2).