

Diversifikasi Produk dan Peran Pemasaran Melalui Media Sosial Olahan Klanting Pada Ibu-Ibu PKK Desa Bumi Jaya

M. Hasanur Arifin¹⁾, Setio Utomo²⁾, Sugiharto³⁾, Humaidi⁴⁾, Muhammad Farizh Faqih⁵⁾, Vebyana Wati Uswatun Khasana⁶⁾, Adella Nagma Agnesia⁷⁾

^{1,2,3,4,5,6,7)}Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

*Corresponding author : mhasanurarifin.fisip@ulm.ac.id

ABSTRAK: Pelaksanaan PkM dilatar belakangi oleh sebuah desa yang dilihat dari struktur sosial ekonomi masyarakat yang tinggal di desa Bumi Jaya terlihat banyak masyarakat yang bekerja di sektor pertanian, terutama perladangan dan persawahan. Salah satu upaya diversifikasi hasil perladangan adalah singkong yang diolah menjadi makanan ringan yang disebut klanting. Olahan klanting ini dilakukan oleh kelompok Ibu-Ibu PKK Desa Bumi Jaya. Keterbatasan pengetahuan masyarakat baik dalam bidang produksi, pemasaran telah menjadikan usaha tersebut terkesan hanya tentatif saja dan tidak diusahakan secara berkelanjutan. Tujuan pelaksanaan PkM Pada Ibu-Ibu PKK Desa Bumi Jaya Kecamatan Pelaihari yakni melakukan Pelatihan dan pendampingan diversifikasi produk olahan klanting dan pemasaran produk melalui media sosial. Metode yang PkM yang di jalankan bersama Ibu-Ibu PKK di Desa Bumi Jaya Pelaihari yakni Sosialisasi, Pelatihan non-teknis, Pelatihan teknis penerapan teknologi, Pendampingan dan evaluasi, dan Keberlanjutan program. Hasil pelaksanaan kegiatan PkM Ibu-ibu PKK mulai terbuka dengan canggihnya teknologi yakni memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media promosi dalam menjangkau pasar yang sangat luas. Antusias ibu-ibu PKK dalam pelatihan dan pendampingan sangat tinggi. Pelatihan dan pendampingan ini tentu dilakukan dari beberapa aspek yakni bidang produksi, bidang manajemen, dan bidang Pemasaran. Hasil dari pendampingan ini memberikan wawasan kepada ibu-ibu PKK bahwa perlu diversifikasi produk yang lebih diminati oleh masyarakat, media sosial sebagai wadah promosi, serta pendampingan dalam memperoleh P-IRT. Selain itu juga akan terus di monitoring secara berkala untuk keberlanjutan usaha produk olahan klanting

Kata kunci : Diversifikasi Produk, Peran Pemasaran, Media Sosial, Klanting, Ibu-ibu PKK

ABSTRACT: The implementation of PkM is based on a village that, seen from the socio-economic structure of the community living in Bumi Jaya Village, many people work in the agricultural sector, especially plantations and rice fields. One of the efforts to diversify the results of the plantation is cassava which is processed into a snack called klanting. This klanting processing is carried out by the PKK Mothers' Group of Bumi Jaya Village. The limited knowledge of the community in terms of production and marketing has made the business seem only tentative and not carried out sustainably. The purpose of implementing PkM in PKK Mothers of Bumi Jaya Village, Pelaihari District, is to conduct training and mentoring on the diversification of processed klanting products and product marketing through social media. The PkM methods carried out with PKK Mothers in Bumi Jaya Pelaihari Village are Socialization, Non-technical Training, Technical Training in Technology Application, Mentoring and Evaluation, and Program Sustainability. The results of the implementation of the PKK Mothers' Community Service activities began to open up with sophisticated technology, namely utilizing social media as one of the promotional media in reaching a very wide market. The enthusiasm of the PKK mothers in training and mentoring was very high. This training and mentoring was of course carried out from several aspects, namely the production sector, management sector, and marketing sector. The results of this mentoring provided insight to the PKK mothers that it was necessary to diversify products that were more in demand by the community, social media as a promotional medium, and mentoring in obtaining P-IRT. In addition, it will also continue to be monitored periodically for the sustainability of the klanting processed product business.

Keywords: Product Diversification, Marketing Role, Social Media, Klanting, PKK Mothers

PENDAHULUAN

Desa Bumi Jaya adalah sebuah desa yang berada di wilayah Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Dilihat dari struktur sosial ekonomi masyarakat yang tinggal di desa Bumi Jaya terlihat banyak masyarakat yang bekerja di sektor pertanian, terutama perladangan dan persawahan. Petani perladangan umumnya menanam Singkong, Pisang, kelapa dan berbagai jenis tanaman lainnya, sedangkan petani sawah umumnya mereka menanam padi dan sayur mayur. Minimnya pengetahuan masyarakat dalam bidang pengolahan pasca panen menjadikan nilai tukar hasil pertanian petani menjadi sangat rendah. Seiring dengan banyaknya program pemerintah dalam pemberdayaan masyarakat pedesaan telah berdampak pada tumbuhnya berbagai sektor usaha hasil pertanian seperti di desa Bumi Jaya.

Salah satu upaya diversifikasi hasil perladangan adalah singkong yang diolah menjadi makanan ringan yang disebut klanting. Olahan klanting ini dilakukan oleh kelompok Ibu-Ibu PKK Desa Bumi Jaya. Keterbatasan pengetahuan masyarakat baik dalam bidang produksi, pemasaran telah menjadikan usaha tersebut terkesan hanya tentatif saja dan tidak diusahakan secara berkelanjutan. Pada saat panen raya masyarakat bekerja di sektor pertanian sedangkan pada saat pasca panen masyarakat menganggur. Oleh sebab itulah maka menghidupkan usaha klanting dengan pola yang lebih modern perlu digalakkan. Memberikan pengetahuan mulai dari proses produksi sampai dengan menjalin akses pemasaran secara berkelanjutan mutlak harus dilakukan guna meningkatkan daya saing produk disamping juga akan menjadi sentra usaha yang efeknya juga dapat menciptakan lapangan kerja baru.

Usaha klanting yang dilakukan oleh Ibu-Ibu PKK Desa Bumi Jaya hanya terbatas pada satu bentuk saja yaitu “0”. Dengan melakukan diversifikasi diharapkan ke depan lebih banyak lagi varian bentuk yang berbeda dari olahan klanting. Usaha klanting melakukan diversifikasi produk dengan harapan dapat meningkatkan omzet penjualan, meningkatkan kualitas bisnis dan mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya.

Gambar 1. Produk olahan Klanting



Sumber: Tim Peneliti, 2024

Strategi diversifikasi dikembangkan dengan berbagai tujuan yaitu untuk meningkatkan pertumbuhan bila pasar/produk yang ada telah mencapai tahap kedewasaan dalam produk *life cycle* (PLC). Menjaga stabilitas, dengan jalan menyebarkan risiko fluktuasi laba. Dan meningkatkan kredibilitas di pasar modal. Manfaat dari diversifikasi produk adalah untuk mendapatkan keuntungan dan keunggulan *competitive* perusahaan. Tujuan diversifikasi adalah memenuhi keinginan konsumen yang belum puas, menambah omzet penjualan, meningkatkan keuntungan dengan pemakaian bahan yang sama, dan mencegah kebosanan konsumen (Buchari, 2000).

Gambar 2. Produk olahan Klanting “0” dan bentuk lain



Sumber: Tim Peneliti, 2024

Diversifikasi produk dapat memberikan manfaat bagi perusahaan salah satunya meningkatkan profit atau laba, karena dengan menawarkan produk atau jasa yang beragam akan mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa yang memberikan manfaat berbeda-beda sesuai kebutuhannya dan ketertarikan pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa itu sendiri. Dengan diversifikasi produk membuat perusahaan tidak bergantung pada satu pasar saja sehingga dapat memperluas segmen yang dituju melalui produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi diversifikasi produk berupaya untuk mencari dan mengembangkan pasar dan produk baru maupun keduanya sehingga dapat mencapai perkembangan pasar. Dalam dunia usaha, perusahaan perlu mempertahankan pangsa pasar agar tidak mengalami penurunan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan

Diversifikasi produk merupakan strategi yang menghasilkan bermacam produk sehingga menarik minat konsumen karena konsumen dapat kebebasan dalam memilih produk maupun jasa sesuai keinginan mereka (Afandi, 2015). Tujuan utama diversifikasi produk adalah penyebaran risiko, yaitu kemungkinan kerugian yang diderita produk tertentu dapat ditutupi oleh produk lain yang memiliki keuntungan lebih besar. Dalam diversifikasi produk, perusahaan berupaya untuk menaikkan penjualan dengan jalan mengembangkan produk maupun pasar yang baru sehingga menghasilkan produk yang bermacam-macam (Assauri, 2011)

Pemasaran olahan klanting yang dilakukan Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya saat ini hanya mengandalkan *direct selling* atau penjualan secara langsung, terbatas pada kebutuhan yang pada umumnya hanya bagi masyarakat setempat. Hal ini dikarenakan produksi dari klanting mereka belum bisa memenuhi pasar secara luas. Selain upaya diversifikasi produk adalah dengan jalan memasarkannya melalui jejaring atau media sosial, hal ini tidak terlepas dari pengaruh teknologi menjadikan begitu bergantung akan kehadirannya, terlebih setelah kemunculan internet sehingga dengan mudah memperoleh beragam informasi. Bermunculannya berbagai aplikasi media sosial ini menimbulkan peluang bagi ibu – ibu PKK desa. Bumi jaya dalam melakukan suatu usaha. Peluang terhadap Jejaring sosial merupakan salah satu sarana untuk menarik perhatian masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan melalui Jejaring sosial.

Kegiatan pemasaran klanting yang saat ini yang dilakukan Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya yaitu dengan menjual produk secara langsung kepada konsumen sasaran secara daring melalui Jejaring sosial (whatsapp dan Instagram). Menurut (Meyliana, 2010), berpendapat bahwa

penggunaan jaringan internet pada pemasaran Jejaring sosial dapat membantu pelaku usaha dalam menginformasikan dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan penjualan. Hal ini sejalan dengan (Hartono, 2012) bahwa pemasaran merupakan salah satu fungsi yang sangat penting dalam perusahaan, dimana dengan pemasaran yang tepat dapat menentukan volume penjualan, posisi perusahaan (produk) di pasar dan mempengaruhi keuntungan perusahaan.

Salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM yaitu terhadap pemanfaatan teknologi tepat guna dalam upaya meningkatkan produktivitas usahanya. Kendala tersebut diakibatkan oleh banyak faktor, seperti misalnya karena masih rendahnya tingkat pemahaman dan tingkat aksesibilitas terhadap perkembangan teknologi (Supriyanto, 2006). Adanya kendala tersebut membuat potensi produk usaha menjadi tidak optimal. Kendala dalam bidang pemanfaatan Jejaring sosial dalam memasarkan produk telah mengakibatkan pelaku UMKM banyak mengabaikan potensi pasar sehingga hal tersebut dapat menjadi hambatan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.

PERMASALAHAN

Olahan Klanting yang di produksi oleh Ibu-Ibu PKK Desa Bumi Jaya Kecamatan Pelaihari sudah cukup lama, olahan klanting ini hanya produk rumahan. Tentu terdapat banyak sekali permasalahan yang di hadapi baik dari segi produksi, manajemen, dan pemasaran. Berdasarkan hasil diskusi tim PkM bersama Ibu-Ibu PKK Desa Bumi Jaya banyak sekali permasalahan yang terjadi sehingga adanya kesepakatan yang di ambil/keputusan apa saja yang menjadi prioritas untuk di selesaikan setelah melakukan identifikasi. Adapun permasalahan yang menjadi prioritas sebagai berikut:

1. Bidang Produksi
 - a. Produk olahan klanting saat ini ingin menambah jenis produk mereka baik dari segi rasa, bentuk dan kualitasnya.
 - b. Produk olahan klanting belum memiliki legalitas produk dikarenakan mereka merasa kurangnya pengetahuan dan pendampingan tentang pengajuan legalisasi seperti pengajuan P-IRT
2. Bidang Manajemen
 - a. Produk klanting masih skala kecil sehingga ketika permintaan banyak maka harus menambah karyawan secara tergesa-gesa sehingga pekerjaan tidak bisa maksimal
 - b. Pembagian peran dan tugas belum tertata jelas sehingga mengerjakan secara bersama-sama tanpa ada aturan/ standar kerja
3. Bidang Pemasaran
 - a. Kurangnya pengetahuan terkait media sosial sebagai media komunikasi era saat ini, hanya pemasaran secara langsung atau menipis ke toko-toko terdekat
 - b. Omzet yang di peroleh juga tidak menentu karena hanya menunggu permintaan saja.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PkM yang dilaksanakan ini bertempat di Desa Bumi Jaya Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut dengan kemitraan dengan Kelompok Olahan Klanting (Ibu-Ibu PKK) yang bertempat di desa tersebut. Berdasarkan aspek masalah, Solusi, pelaksanaan, pendampingan

hingga evaluasi akan di jelaskan secara terperinci. Berikut metode yang PkM yang di jalankan bersama Ibu-Ibu PKK di Desa Bumi Jaya Pelaihari:

1. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan penyampaian maksud dan tujuan diadakan pengabdian kepada mitra. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan mitra terkait bagaimana pentingnya pemasaran melalui media sosial yang berdampak kepada omzet atau pendapatan, legalisasi produk sebagai bentuk tanggung jawab produksi bagi produsen untuk konsumen, dan pemanfaatan hasil singkong menjadi makanan untuk menambah nilai pada hasil singkong serta pentingnya manajemen usaha untuk peningkatan *income generating* dan keterampilan sebagai pengusaha olahan produk klanting. Setelah program sosialisasi selesai, sehubungan dengan tujuan program ini adalah keberlanjutan tentu perlu adanya kolaborasi dengan pemerintah setempat, lembaga non-pemerintah, atau lembaga pendidikan untuk menyelenggarakan pelatihan dan *workshop* secara berkala tentang proses dan prosedur perijinan IRT. Materi-materi ini harus disampaikan dengan cara yang mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan kelompok pengolahan klanting.

2. Pelatihan non-teknis

Pelatihan non-teknis berupa penyampaian proses memanfaatkan hasil singkong dalam bentuk klanting, legalisasi produk, proses pemasaran dan macam-macam pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi kenaikan pendapatan.

3. Pelatihan teknis penerapan teknologi

Pelatihan teknis berupa praktik produksi dan teknologi yang digunakan yaitu baik segi pemasaran maupun pembuatan klanting agar bisa tahan lama dan ramah lingkungan.

4. Pendampingan dan evaluasi

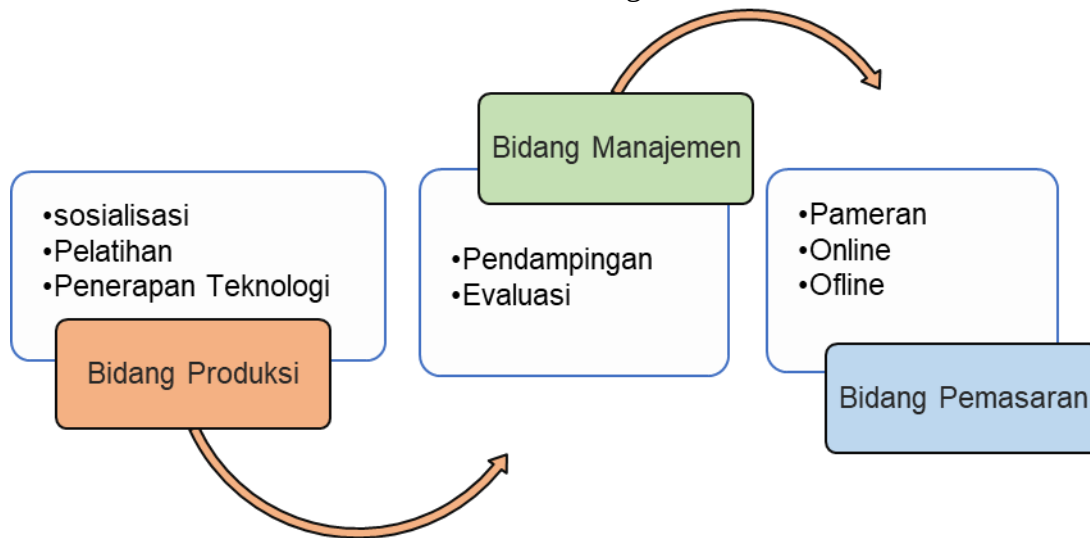
Pendampingan berupa pendampingan dalam mendapatkan nomor P-IRT serta pemasaran produk melalui pasar elektronik yakni media sosial. Evaluasi akan di nilai pada masa akhir PkM yang dilihat dari ketersediaan produk, jumlah omzet, jumlah pendapatan, legalisasi produk dan keterampilan anggota kelompok. Memberikan pendampingan dan bimbingan langsung kepada kelompok pengolahan klanting dalam proses pengajuan perijinan IRT merupakan cara efektif agar tujuan program tercapai dengan baik.

5. Keberlanjutan program

Keberlanjutan program berupa penyampaian informasi untuk terus mengikuti pameran yang diadakan baik nasional maupun internasional untuk terus memperkenalkan makanan khas daerah. Pada proses ini tim pengusul akan melakukan koordinasi secara berkelanjutan dengan pemerintah setempat untuk terus mengikutsertakan kelompok dalam setiap pameran yang diadakan termasuk di provinsi. Harapannya adalah produk dapat dipasarkan ke wilayah/kabupaten lain. Memastikan bahwa Ibu-Ibu PKK olah klanting memiliki akses yang memadai terhadap informasi terkini tentang aturan dan regulasi terkait. Hal ini dapat dilakukan melalui penyediaan literatur, website, atau papan informasi di tempat-tempat yang mudah diakses oleh mereka. Selain itu penting untuk membangun kerjasama yang erat dengan lembaga-lembaga terkait seperti Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian (BPPSDMP), Dinas Kesehatan, dan lembaga sertifikasi halal untuk memfasilitasi proses pengajuan sertifikasi dan perijinan untuk produk selanjutnya.

Berikut bagan dari berbagai aspek dan bagaimana solusi sebagai proses pemecahan masalah melalui PKM ini diselesaikan:

Gambar 3. Kerangka Solusi



1. Permasalahan dalam bidang produksi akan diselesaikan melalui proses sosialisasi, pelatihan dan penerapan teknologi.
2. Permasalahan dalam bidang pemasaran akan diselesaikan dengan mengikuti pameran, penggunaan sosial media, dan peninjauan pertumbuhan bisnis di e-commerce.
3. Permasalahan dalam bidang manajemen akan diselesaikan dengan pendampingan dan evaluasi.

PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada bulan Juni-Agustus 2024 menghasilkan berbagai bentuk, jenis, dan ukuran Klatning yang mengikuti permintaan pasar dan kebutuhan dari konsumen. Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya pengrajin klatning yang didampingi dan diberikan pelatihan telah memahami pentingnya mendiversifikasi produknya untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan. Selain itu para pelaku Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya pengrajin klatning juga telah memiliki alat produksi yang baik untuk melakukan pengembangan produknya.

Gambar 4. Kegiatan Sosialisasi



Klnting terhadap pemanfaatan teknologi tepat guna dalam upaya meningkatkan produktivitas usahanya. Kendala tersebut diakibatkan oleh banyak faktor, seperti misalnya karena masih rendahnya tingkat pemahaman dan tingkat aksesibilitas terhadap perkembangan teknologi (Supriyanto, 2006). Adanya kendala tersebut membuat potensi produk usaha menjadi tidak optimal sehingga dalam Pelaksanaan kegiatan PkM memaksimalkan tentang pelatihan Pemanfaatan Jejaring Sosial untuk memperluas pemasaran klnting Ibu – ibu PKK Desa berjalan sesuai jadwal yang ditentukan. Pelatihan jejaring sosial agar mampu memanfaatkan perangkat digital semaksimal mungkin dalam melakukan pemasaran. Pelatihan dirancang dengan mata latih yang paling dibutuhkan Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya pengrajin klnting yakni melakukan pemasaran secara jejaring dengan cara yang sederhana, mudah dan murah.

Gambar 5. Proses Produksi Klnting



Dalam tahap selanjutnya dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya Kecamatan Pelaihari, beberapa langkah penting perlu diperhatikan untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan program. Pertama, penamaan merek yang tepat sangat krusial untuk memastikan produk atau layanan yang ditawarkan mudah diingat dan dikenal oleh masyarakat. Nama merek yang baik harus mencerminkan identitas dan nilai-nilai dari produk tersebut, serta memudahkan konsumen dalam mengidentifikasinya. Selanjutnya, pengemasan yang menarik juga menjadi faktor kunci dalam menarik perhatian dan minat konsumen. Kemasan yang desainnya baik tidak hanya melindungi produk tetapi juga memperkuat citra merek dan memudahkan konsumen dalam menggunakan produk tersebut. Terakhir, pendaftaran halal merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa produk memenuhi standar kehalalan yang diakui secara resmi. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas, terutama di komunitas yang mengutamakan kehalalan dalam konsumsi produk. Dengan mengikuti tahapan ini, program pengabdian kepada masyarakat dapat mencapai hasil yang lebih efektif dan berdampak

HASIL DAN LUARAN

Berdasarkan hasil pengabdian berupa pendampingan dan pelatihan dapat diketahui bahwa pelaku usaha rumahan Klnting Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya Kecamatan Pelaihari dapat mendorong Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya tersebut untuk melakukan diversifikasi produk klnting dan dapat melakukan pemasaran online (pemasaran melalui media sosial) produknya guna meningkatkan pendapatan dan keuntungan yang diterimanya. Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya yang memproduksi klnting sangat antusias dalam mengembangkan produk dengan cara

menganekaragamkan produk yang dihasilkan. Hal tersebut bertujuan agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian ulang dan menjadikan pangsa pasar yang dimiliki usaha kltanting ini semakin luas.

Usaha Kltanting Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya melakukan diversifikasi konsentris, di mana penambahan produk yang dilakukan masih berkaitan dengan produk sebelumnya, keterkaitan yang dimaksud ialah dalam hal pemasaran, bahan baku, dan teknologi yang digunakan. Sesuai dengan pendapat (Tjiptono, 2019) yang menjelaskan bahwa strategi diversifikasi konsentris menawarkan produk baru yang masih berhubungan dengan segi pemasaran dan teknologi yang digunakan. Produk baru dengan produk sebelumnya mempunyai target pasar yang sama, dengan olahan kltanting Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya memiliki bentuk yang berbeda dengan masyarakat yang mengonsumsi sendiri produknya. Bahan baku yang digunakan juga sama, yaitu singkong berkualitas baik.

Keterkaitan teknologi yang digunakan juga sama, yaitu menggunakan cara yang modern menggunakan mesin sealer dalam pengemasan. Bentuk yang dihasilkan Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya juga bermacam-macam sesuai dengan jenis dan tipe produk. Menurut (Kotler dan Keller, 2008) ukuran adalah struktur fisik, bentuk, dan model dari suatu produk yang dapat dipandang secara konkret dan dapat diukur. Ukuran produk disesuaikan dengan jenis permintaan pasar atau kebutuhan konsumen. Ukuran produk akan mempengaruhi harga yang ditawarkan, semakin berat kltanting maka bahan baku yang digunakan semakin banyak sehingga harga yang ditawarkan semakin tinggi. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada bulan Juni-Agustus 2024 menghasilkan berbagai bentuk, jenis, dan ukuran Kltanting yang mengikuti permintaan pasar dan kebutuhan dari konsumen. Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya pengrajin kltanting yang didampingi dan diberikan pelatihan telah memahami pentingnya mendiversifikasi produknya untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan. Selain itu para pelaku Ibu – ibu PKK Desa Bumi Jaya pengrajin kltanting juga telah memiliki alat produksi yang baik untuk melakukan pengembangan produknya.

KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan kegiatan PkM Ibu-ibu PKK mulai terbuka dengan canggihnya teknologi yakni memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media promosi dalam menjangkau pasar yang sangat luas. Antusias ibu-ibu PKK dalam pelatihan dan pendampingan sangat tinggi. Pelatihan dan pendampingan ini tentu dilakukan dari beberapa aspek yakni bidang produksi, bidang manajemen, dan bidang Pemasaran. Hasil dari pendampingan ini memberikan wawasan kepada ibu-ibu PKK bahwa perlu diversifikasi produk yang lebih diminati oleh masyarakat, media sosial sebagai wadah promosi, serta pendampingan dalam memperoleh P-IRT. Selain itu juga akan terus di monitoring secara berkala untuk keberlanjutan usaha produk olahan kltanting

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, F. N., B. Siswanto dan Y. Norsini. 2015. Pengaruh Pemberian Berbagai Jenis Bahan Organik terhadap Sifat Kimia Tanah pada Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Ubi Jalaar di EntisolNgrangkah Pawon, Kediri. *Jurnal Tanah dan Sumberdaya Lahan*. Volume 2, nomer 2, halaman 237-244
- Agustina. 2016. Analisis penggunaan media sosial instagram terhadap sikap konsumerisme remaja di sma 3 samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 410-420.
- Aldiva, M., Taufiq Bupi. 2019. Pengaruh Inovasi dan Diversifikasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan pada UD. Klindocare Duri. *Jurnal Online Mahasiswa Falkultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(1), h. 1-11

- Alma, Buchari. 2000. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. Cetakan Keempat. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Agustono, Bakti Wahyu Utami dan Nuning Setyowati. 2017. Diversifikasi produk sebagai upaya strategi pemasaran produk olahan jagung. 2011, 355–364, Karanganyar.
- Alyusi, S. D. 2016. Media Sosial: Interaksi, Identifikasi, dan Modal Sosial. Jakarta: Kencana
- Anggraeni Ervicha Sonji. 2014. Diversifikasi Produk Sebagai Strategi Meningkatkan Volume Penjualan Studi Kasus Pada PT. Avia Brands Sidoarjo, Digital Library
- Assauri, Sofjan. 2011. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers
- Gitosudarmo, I, 2014. Manajemen Pemasaran. Edisi kedua. Cetakan ketiga. BPFE. Yogyakarta.
- Hermawan, L. 2015. Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan atau Menimbulkan Kanibalisme Produk ?. Jurnal Studi Manajemen, 9(2), h.143-153
- Kotler P., dan Keller KL., 2016. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Penerbit Indeks. Jakarta
- Rima Ayuning Tias Palupi. 2019. Analisis Strategi Diversifikasi Varian Rasa Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Produk Jenang di UD TEGUH RAHARDJO Ponorogo). Skripsi tidak diterbitkan. Ponorogo: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri.