

Diversifikasi Produk Aice Ice Cream dan Buah Lokal untuk Peningkatan Ekonomi Pelaku Usaha di Panjer, Kota Denpasar

Claverita Prima Dekresano^{*1}, Ni Luh Putu Sariyani², Maria Salestina Sekunda³

¹Program Studi Akuntansi, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

³Program Studi Keperawatan, Program Studi Diploma III Keperawatan Ende, Politeknik Kesehatan
Kemenkes Kupang, Indonesia

*e-mail: anggidkrsno@gmail.com¹, putusariyani@undiknas.ac.id², maria.secunda2401@gmail.com³

Abstrak

Persaingan dunia usaha yang semakin ketat memacu pelaku usaha untuk terus berinovasi. Diversifikasi produk menjadi salah satu strategi utama untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha jus buah di Panjer, Denpasar Selatan, dalam melakukan diversifikasi produk dengan menggabungkan es krim Aice dan buah-buahan lokal. Metode yang digunakan meliputi observasi, edukasi, pelatihan, dan pendampingan, yang dilaksanakan pada 25 Juni 2024. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku usaha memahami pentingnya diversifikasi produk untuk bersaing di pasar. Implementasi kolaborasi antara es krim Aice dan jus buah lokal terbukti meningkatkan daya tarik produk, serta dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan. Dampak kegiatan ini terlihat pada peningkatan kreativitas pelaku usaha dan terbukanya peluang kerjasama dengan PT Aice. Kolaborasi ini diharapkan dapat memperkuat perekonomian lokal dan pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Kata kunci: Buah Mangga, Diversifikasi Produk, Es Krim Aice, Pelaku Usaha Lokal, Panjer Denpasar

Abstract

The increasingly fierce business competition encourages entrepreneurs to continuously innovate. Product diversification has become one of the main strategies to expand market reach and increase sales. The aim of this activity is to enhance the knowledge and skills of fruit juice entrepreneurs in Panjer, Denpasar Selatan, in product diversification by combining Aice ice cream and local fruits. The methods used include observation, education, training, and mentoring, which were conducted on June 25, 2024. The results show that entrepreneurs understand the importance of product diversification to compete in the market. The collaboration between Aice ice cream and local fruit juices has proven to increase product appeal, as well as boost sales and profits. The impact of this activity is reflected in the enhanced creativity of entrepreneurs and the opportunities for collaboration with PT Aice. This collaboration is expected to strengthen the local economy and promote sustainable business development.

Keywords: Aice Ice Cream, Local Entrepreneurs, Mango, Panjer Denpasar, Product Diversification

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sudah membawa perubahan di banyak bidang seperti ekonomi, industri, politik, dan budaya. Oleh karena itu, banyak produk-produk baru yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan baik produk yang tergolong kebutuhan pokok maupun produk tambahan. Akibatnya persaingan di dunia bisnis ketat dan perusahaan-perusahaan bersaing dengan menerapkan berbagai strategi dalam menjual produknya. Strategi yang dilakukan perusahaan haruslah meraih pangsa pasar tanpa bergantung pada pesaing. Untuk itu perusahaan perlu menetapkan strategi pemasaran agar mendapatkan tujuan utamanya dan tetap menjadi pemimpin pasar. Strategi yang diterapkan perusahaan harus memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Ketertarikan ini tentunya akan mendorong konsumen untuk memilih produk tersebut. Minat membeli merupakan suatu perilaku yang muncul dari dalam diri seseorang dan mengarahkannya untuk bertindak sesuai dengan keinginannya (Syavardie, 2021). Meningkatkan niat beli konsumen memerlukan inovasi dan kreativitas dari

pihak perusahaan yang mengembangkan produk sehingga memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Menurut Karinka & Firdausy (2021), faktor-faktor yang membuat adanya niat beli konsumen adalah: Pengabdian masyarakat menjadi salah satu fokus penting dalam pendidikan tinggi, terutama dalam menciptakan dampak positif bagi masyarakat. PT Aice Ice Cream merupakan perusahaan es krim terkemuka di Indonesia, memiliki tanggung jawab sosial untuk berkontribusi dalam pembangunan masyarakat. Kunjungan iindustri ini untuk menjalin hubungan yang lebih baik bagi mahasiswa, perusahaan, dan komunitas lokal, serta mengeksplorasi potensi kerjasama yang mampu memberikan manfaat untuk kedua belah pihak. PT Aice Ice Cream dikenal dengan produk es krim berkualitas dan harga yang terjangkau. Perusahaan ini telah menjangkau berbagai lapisan masyarakat di Indonesia. Namun, dalam menghadapi persaingan yang ketat ini, PT Aice juga menyadari pentingnya memperkuat hubungan dengan komunitas lokal. Mahasiswa sebagai generasi penerus diharapkan dapat berkontribusi dalam berbagai aspek, termasuk dalam pengembangan produk lokal dan pemberdayaan ekonomi.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor, termasuk ekonomi dan industri makanan. Di Kota Denpasar, khususnya wilayah Panjer, terdapat banyak usaha kecil yang bergerak di bidang kuliner, salah satunya adalah usaha jus buah. Namun, pelaku usaha di daerah ini masih menghadapi tantangan dalam mengembangkan varian produk yang mampu menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan keuntungan. Banyak dari usaha tersebut hanya menawarkan jus buah dengan bahan-bahan lokal tanpa inovasi produk baru, yang pada akhirnya membatasi potensi pasar mereka.

Tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha jus buah di Panjer adalah kurangnya diversifikasi produk yang dapat memenuhi selera pasar yang semakin beragam. Konsumen modern cenderung mencari variasi produk yang tidak hanya menyehatkan tetapi juga menawarkan pengalaman rasa yang unik dan menarik. Tanpa adanya pembaruan dan inovasi, usaha ini berisiko kehilangan daya saing dalam pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan observasi yang dilakukan di awal, mayoritas pelaku usaha di Panjer menunjukkan ketergantungan pada produk lama yang mereka tawarkan sejak usaha pertama kali dibuka. Lebih dari 75% dari mereka tidak memperkenalkan varian produk baru selama tiga tahun terakhir, yang menyebabkan stagnasi dalam pertumbuhan pendapatan. Selain itu, mereka juga menghadapi tantangan dalam memahami preferensi konsumen yang terus berubah, terutama terkait tren kesehatan dan gaya hidup.

Untuk menghadapi persaingan dan memenangkan hati konsumen, salah satu strategi yang relevan adalah diversifikasi produk. Dengan produk usaha baru yang berbeda akan memberikan nilai tambah dan menjadi keunggulan dalam mengembangkan usaha (Adhitya et al., 2022). Menurut Wulandari et al., (2021), diversifikasi produk dilaksanakan oleh sebuah pelaku usaha yang melakukan pengembangan produk pada usaha yang dikelola, meskipun mengembangkan produk baru dengan menciptakan berbagai macam produk tetapi produk lama masih dipertahankan. Menurut Siswati et al., (2023) strategi diversifikasi produk tidak hanya membantu pelaku usaha mempertahankan pelanggan lama tetapi juga membuka peluang untuk menjangkau segmen pasar baru. Purnomo et al., (2022) juga menyatakan bahwa inovasi produk yang berbeda dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam industri makanan dan minuman.

Fenomena Pelaku Usaha di Kota Denpasar merupakan pelaku usaha yang hanya menjual jus buahan lokal saja dan tidak terdapat menu baru. Oleh karena itu, melalui program pengabdian masyarakat ini, diharapkan dapat membantu pelaku usaha jus buah di Panjer untuk mengembangkan variasi produk baru yang sesuai dengan preferensi konsumen, serta untuk meningkatkan keuntungan.

Untuk memperkuat fenomena ini, telah dilakukan dokumentasi wawancara dengan para pemilik usaha jus buah. Berdasarkan wawancara tersebut, para pelaku usaha mengakui bahwa inovasi produk sangat diperlukan untuk menjaga keberlanjutan usaha mereka, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Beberapa dari mereka juga menyebutkan bahwa keterbatasan dalam pengembangan produk disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menciptakan produk baru yang mampu bersaing di pasar. Dengan adanya

kolaborasi ini, diharapkan para pelaku usaha dapat memanfaatkan kesempatan untuk memperluas pasar mereka, meningkatkan keuntungan, dan memperkuat loyalitas pelanggan. Program ini juga membuka peluang kerjasama jangka panjang dengan pihak PT Aice, yang dapat mendukung pengembangan produk lokal secara berkelanjutan.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini menggunakan metode studi lapangan dengan kunjungan ke lokasi usaha yang dilakukan pada tanggal 25 Juni 2024 yang melibatkan 10 pelaku usaha lokal jus buah di daerah Panjer Denpasar Selatan. Kegiatan ini dilakukan mahasiswa untuk melakukan disferifikasi produk *Ice cream Aice* dan buah buahan sehingga menciptakan menu dan cita rasa yang baru. Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan tahap – tahap, diantaranya: Metode Observasi, Edukasi dan Pelatihan serta evaluasi.

- a. Langkah awal yaitu **observasi** pertama dilakukan ssat sebelum mahasiswa mengunjungi pelaku usaha lokal seperti pedagang jus buah. Observasi ini mencakup mengamati bagaimana pedagang jus buah melakukan penjualan jus buah sehari-hari sebelum melakukan disferifikasi produk usaha dalam bentuk pengembangan penggabungan *Ice Cream Aice* dan buah buahan yang membantu dalam perekonomian di warung es teler 21. Pelaku dan menjadikan pangsa pasar yang dimiliki pelaku usaha jus buah ini semakin luas. Perusahaan jus buah lokal melakukan diversifikasi produk jus buah mereka dan secara aktif mengembangkan produk baru. Tujuannya adalah untuk mendorong pembelian berulang dari konsumen dan meningkatkan pangsa pasar bagi perusahaan jus buah.



Gambar 1. Pendampingan Pembuatan Jus Buah Mangga dengan Ice Cream Aice

- b. **Metode Edukasi:** metode edukasi ini dilakukan dengan cara menyampaikan informasi dan penjelasan mengenai teknik penggabungan *Ice Cream Aice* dengan buah buahan segar menjadi ide menu baru dan mempunyai cita rasa yang menarik, sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Kegiatan edukasi ini dihadiri oleh 10 pedagang jus buah serta seorang mahasiswa aktif Akuntansi Undiknas Pada tahap ini mahasiswa melakukan edukasi secara langsung berupa penjelasan, kolaborasi *Ice Cream Aice* dan buah-buahan segar menjadi kuliner baru.



Gambar 2. Edukasi dan Pelatihan Pembuatan Jus Buah Mangga dengan Ice Cream Aice

- c. **Pelatihan (Workshop)**, metode yang dipakai untuk mendapatkan tujuan yang dirumuskan didepan adalah metode diskusi dan praktek (*learning by doing*). Tim Pengabdian memberikan pelatihan kepada para pedagang jus buah dalam pembuatan menu baru dari *Ice cream Aice* dan buah buahan segar. Pada pelatihan ini pedagang jus buah harus menyiapkan alat seperti pisau, blender dan cup sedangkan bahannya yaitu *Ice Cream Aice* dan buahan segar seperti Mangga.

"Proses Kolaborasi Aice ice cream mangga dan buah mangga pada pedagang jus buah"



Gambar 3. Proses Pelatihan Kolabrasii Aice Ice Cream Mangga dan Buah Mangga

- d. **Evaluasi** Tahap evaluasi dilakukan untuk membandingkan produk jus buah sebelum dan sesudah dicampur dengan es krim, serta untuk menilai keberhasilan dari program diversifikasi produk ini. Evaluasi dilakukan melalui dua cara:

- Kuesioner yang diberikan kepada pelaku usaha dan konsumen. Kuesioner ini mencakup pertanyaan tentang rasa, tekstur, dan ketertarikan konsumen terhadap produk baru yang dihasilkan. Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa 80% konsumen lebih tertarik pada jus buah yang dicampur dengan Ice Cream Aice dibandingkan dengan jus buah biasa.
- Pengamatan langsung terhadap peningkatan penjualan setelah pelatihan dilakukan. Selama dua minggu setelah program, penjualan produk baru menunjukkan peningkatan sebesar 30% dibandingkan dengan produk jus buah sebelumnya.

Selain itu, evaluasi produk secara spesifik dilakukan dengan membandingkan jus buah sebelum dan setelah dicampur dengan es krim, sebagai berikut:

Sebelum di-mix dengan es krim:

- Tekstur: Cair, encer.
- Rasa: Murni dari buah, bisa asam, manis, atau kombinasi keduanya.
- Kandungan nutrisi: Tinggi vitamin, mineral, dan serat dari buah.
- Kalori: Relatif rendah, tergantung jenis buahnya.

Sesudah di-mix dengan es krim:

- Tekstur: Lebih kental, creamy.
- Rasa: Kombinasi manis dari es krim dan rasa asli buah.
- Kandungan nutrisi: Kandungan nutrisi dari buah berkurang karena tercampur dengan bahan es krim.
- Kalori: Lebih tinggi karena tambahan lemak dan gula dari es krim

- e. **Kesimpulan:** Jadi kelebihan di-mix dengan es krim: Rasa lebih menarik, cocok untuk anak-anak atau yang suka makanan manis. Sedangkan kekurangan di-mix dengan es krim: Kandungan nutrisi berkurang, kalori meningkat.



Gambar 4. Hasil Akhir Kolaborasi Aice Ice Cream Mangga dan Buah Mangga

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan strategi diversifikasi produk memerlukan kajian menyeluruh terhadap setiap produk yang dihasilkan untuk memastikan tercapainya keuntungan yang diharapkan. Suatu perusahaan mungkin dapat terus mengoperasikan produk yang sudah ada, namun mungkin juga dapat berhenti memproduksi produk tertentu untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Diversifikasi produk ini memerlukan kreativitas, inovasi, penelitian, permodalan, periklanan atau komunikasi pemasaran, dan dukungan pemerintah terhadap usaha kecil dan menengah (Adhitya et al., 2022). Diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan ketika mengembangkan berbagai produk. Produk yang dihasilkan tidak lagi bersifat individual. Artinya, hanya berbeda dengan rangkaian produk pesaing di industri serupa, namun produk yang dihasilkan lebih beragam sehingga berpotensi membangkitkan simpati konsumen di berbagai tingkatan, atau kehilangan daya beli atau daya beli yang ada. Mendominasi segmen pasar lainnya (Iffan & Anggita, 2022).

Pelaku usaha jus buah di daerah Panjer Denpasar Selatan merupakan usaha komunitas lokal yang menjual jus buah. Namun sejauh ini produk yang dijual hanya sangat terbatas, sehingga pendapatan dan laba yang didapatkan sangat rendah. Oleh karena itu perlunya diversifikasi produk yang lebih bervariasi agar dapat menyediakan produk olahan yang lebih banyak varian untuk konsumen. Semakin bervariasi produk jus buah dengan kolaborasi *Ice Cream Aice* maka akan berdampak pada tingkat penjualan dan meningkatkan pendapatan dan laba pelaku usaha lokal di daerah Panjer Denpasar Selatan.

Berdasarkan hasil kunjungan ke PT Aice, mahasiswa mendapatkan informasi mendalam tentang: 1) Proses produksi es krim, mulai dari pemilihan bahan baku hingga pengemasan; 2) Strategi pemasaran yang meliputi penggunaan media sosial dan kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan visibilitas produk; 3) Pengenalan terhadap program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT Aice, termasuk dukungan kepada usaha kecil dan menengah (UKM) pada lingkungan sekitar pabrik; 4) Mahasiswa juga mengemukakan beberapa ide, seperti pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk lokal yang dapat bekerjasama dengan PT Aice dalam hal meningkatkan kualitas dan daya saing produk lokal.

Kolaborasi produk jus buah dengan Ice Cream Aice bertujuan untuk memperluas segmen pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat keberlanjutan usaha lokal. Sebelum program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan, para pelaku usaha jus buah di Panjer hanya menjual variasi jus buah yang sangat terbatas. Jenis buah yang dipergunakan juga tidak bervariasi dan kurang inovatif, sehingga kurang menarik bagi konsumen baru. Berdasarkan hasil observasi awal, pelaku usaha rata-rata hanya memiliki lima jenis produk jus buah, yang dijual dengan harga yang cukup rendah karena tidak adanya nilai tambah. Laba yang dihasilkan juga terbatas, rata-rata pendapatan harian pelaku usaha berkisar antara Rp150.000 hingga Rp300.000.

Setelah kegiatan edukasi, pelatihan, dan pendampingan, terdapat peningkatan signifikan dalam hal variasi produk dan penjualan. Pelaku usaha yang sebelumnya hanya menjual jus buah standar, kini mulai menawarkan produk jus buah yang dicampur dengan Ice Cream Aice, menciptakan sensasi rasa baru yang lebih menarik bagi konsumen, khususnya anak-anak dan

remaja. Variasi produk meningkat menjadi 8 hingga 10 varian baru dengan harga jual yang lebih tinggi, yaitu sekitar Rp15.000 hingga Rp20.000 per porsi.

Tabel 1. Data perbandingan jumlah pendapatan jus buah sebelum dan sesudah diversifikasi produk untuk 10 UMKM jus buah di daerah Panjer Denpasar Selatan

UMKM	Jumlah Pelanggan/Hari (Sebelum Diversifikasi)	Pendapatan/Hari (Sebelum Diversifikasi)	Jumlah Pelanggan/Hari (Setelah Diversifikasi)	Pendapatan/Hari (Setelah Diversifikasi)
1	20	Rp150.000	35	Rp250.000
2	25	Rp180.000	40	Rp300.000
3	30	Rp300.000	50	Rp450.000
4	28	Rp250.000	48	Rp400.000
5	22	Rp160.000	38	Rp280.000
6	30	Rp300.000	45	Rp420.000
7	27	Rp200.000	40	Rp320.000
8	24	Rp170.000	36	Rp260.000
9	26	Rp190.000	39	Rp310.000
10	29	Rp220.000	42	Rp340.000

Sumber Data: Pemilik Usaha (2024)

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan dua minggu setelah pelatihan, tercatat bahwa rata-rata pendapatan harian pelaku usaha jus buah mengalami peningkatan sebesar 30% hingga 50%. Selain peningkatan pendapatan, pelaku usaha juga melaporkan adanya peningkatan jumlah pelanggan harian. Sebelum program berlangsung, rata-rata pelaku usaha menerima 20 hingga 30 pelanggan per hari. Setelah program, jumlah pelanggan meningkat menjadi 35 hingga 50 pelanggan per hari, terutama dari segmen konsumen muda yang tertarik dengan inovasi rasa yang ditawarkan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Omosa et al., 2022), yang menunjukkan bahwa diversifikasi produk memberikan dampak positif terhadap performa perusahaan. Perusahaan yang menerapkan strategi pertumbuhan bisnis dengan berfokus pada inovasi produk berhasil meningkatkan penjualan dan mendapatkan pangsa pasar baru. Dalam konteks lokal, penerapan diversifikasi produk jus buah dengan kolaborasi Ice Cream Aice menunjukkan hasil serupa, di mana terdapat peningkatan daya tarik konsumen dan peningkatan penjualan yang signifikan. Selain itu, hasil ini juga didukung oleh studi (Rahmanto et al., 2021) yang menunjukkan bahwa diversifikasi produk pangan berdampak langsung pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan pelaku usaha kecil, serta berkontribusi pada pengurangan kemiskinan. Studi ini menyoroti bahwa diversifikasi produk tidak hanya meningkatkan daya saing tetapi juga memberikan dampak positif terhadap ketahanan ekonomi lokal.



Gambar 5. Hasil pembuatan Jus Buah Mangga Mix Ice Cream Aice

Program diversifikasi produk jus buah dengan penggabungan Ice Cream Aice telah terbukti berhasil meningkatkan pendapatan dan daya tarik produk di kalangan konsumen. Pelaku usaha di Panjer, Denpasar Selatan kini memiliki lebih banyak variasi produk dan pasar yang lebih luas, yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi mereka. Program ini juga membuktikan bahwa dengan inovasi dan dukungan yang tepat, pelaku usaha kecil dapat memperkuat posisi mereka di pasar lokal dan bersaing dengan lebih baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat, program diversifikasi produk yang melibatkan pelaku usaha jus buah di Panjer, Denpasar Selatan, telah berhasil meningkatkan variasi produk yang dijual oleh para pelaku usaha. Melalui kolaborasi antara mahasiswa, PT Aice Ice Cream, dan komunitas lokal, tercipta inovasi produk berupa jus buah dengan tambahan es krim, yang tidak hanya memberikan nilai tambah pada produk, tetapi juga meningkatkan daya tarik konsumen.

Hasil yang diperoleh terjadi peningkatan penjualan sebesar 30% hingga 50% setelah pelaku usaha menerapkan diversifikasi produk ini. Selain peningkatan pendapatan, pelaku usaha juga melaporkan adanya peningkatan jumlah pelanggan harian 35 hingga 50 per hari. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya inovasi produk dalam menghadapi persaingan pasar.

Evaluasi dari kegiatan menunjukkan bahwa metode observasi, edukasi, dan pelatihan yang diberikan efektif dalam membantu para pelaku usaha memahami konsep diversifikasi produk dan cara pengaplikasiannya dalam bisnis sehari-hari. Selain itu, kolaborasi yang terjalin antara mahasiswa, pelaku usaha, dan PT Aice telah membentuk sinergi positif yang berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Dengan demikian, program ini telah memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kinerja usaha mitra, baik dalam hal peningkatan penjualan, pengembangan inovasi produk, maupun pemberdayaan ekonomi komunitas lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada lembaga Universitas Pendidikan Nasional dan Politeknik Kesehatan Kemenkes Kupang yang sudah memberi dukungan kepada kami sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar. Bantuan yang diberikan sangat berperan penting dalam seluruh proses kegiatan mulai tahap perencanaan hingga pelaksanaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, B., Zumaeroh, Z., & Winarto, H. (2022). Diversifikasi Produk Dan Ekspansi Pemasaran Melalui Media Sosial. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 75–79. <https://doi.org/10.56681/wikuacitya.v1i1.19>
- Iffan, M., & Anggita, L. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Diversifikasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha. *Klabat Journal of Management*, 3(2), 46. <https://doi.org/10.60090/kjm.v3i2.865.46-55>
- Karinka, E., & Firdausy, C. M. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Konsumen Melalui Shopee Di Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 666. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i4.6544>
- Omosa, H. M., Muya, J., & Omari, S. (2022). Role of Product Diversification Strategy on Performance of Selected Tea Factories in Kenya. *International Academic Journal of Innovation, Leadership and Entrepreneurship*, 2(2), 279–296.
- Purnomo, S. D., & Poernomo, A. (2022). Diversifikasi Olahan Daging Sapi Untuk Meningkatkan Pendapatan Di Masa Pandemi. *Wikuacity*, 1(1), 139–142. <https://wikuacity.unwiku.ac.id/index.php/wikuacity/article/view/33%0Ahttps://wikuacity.unwiku.ac.id/index.php/wikuacity/article/download/33/29>
- Rahmanto, F., Purnomo, E. P., & Kasiwi, A. N. (2021). Food Diversification: Strengthening Strategic Efforts to Reduce Social Inequality through Sustainable Food Security Development in Indonesia. *Caraka Tani: Journal of Sustainable Agriculture*, 36(1), 33–44. <https://doi.org/10.20961/carakatani.v36i1.41202>
- Siswati, E., Ardana, A., & Pudjowati, J. (2023). Analisis Diversifikasi Produk Tahu Untuk

Meningkatkan Daya Saing Produk. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 18–23. <https://doi.org/10.33366/ref.v10i2.3919>

Syavardie, Y. (2021). Analisis Hubungan Psikologis Konsumen terhadap Minat Beli pada Rumah Makan Selamat di Bukittinggi. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 3(1), 12–20. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v3i1.73>

Wulandari, M., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2021). Strategi Diversifikasi Produk Pada Umkm Kerajinan Bambu Di Desa Gintangan Kecamatan Blimbingsari Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15(1), 103–109. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.19704>