

Pengaruh Diversifikasi Produk Olahan Tepung Mocaf Lahumbu Terhadap Tingkat Penjualan Dan Keterampilan Pada Industri Kreatif Kelompok Pkk Lampanairi

Sarlin^{*1}, Harjono², Misran³, Yusman Sutoyo⁴

^{1, 2, 4}, Economic and business Faculty, Muslim Buton University, baubau, Indonesia

³Department/Study Program, economic and business Faculty, politecnict of baubau , baubau, Indonesia

Abstrak

Salah satu produk yang dapat dikembangkan di desa Lampanairi adalah tepung mokaf, produk makanan olahan yang terbuat dari jenis singkong lokal Lahumbu. Menurut (4), tepung mokaf memiliki potensi karena bebas gluten dan dapat menjadi alternatif tepung tapioka. Tepung mokaf Lahumbu adalah tepung olahan dari singkong lokal Buton yang disebut singkong Lahumbu. Tepung mokaf Lahumbu dan stik mokaf dengan berbagai rasa merupakan produk olahan yang dipasarkan oleh perempuan Gerakan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Lampanairi. Masalahnya adalah akses penjualan masih sangat terbatas. Lebih jauh lagi, perempuan Gerakan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Lampanairi masih kurang informasi mengenai pengembangan tepung mokaf Lahumbu menjadi berbagai produk, termasuk berbagai jenis kue, roti, dan makanan ringan kontemporer lainnya. Tantangan-tantangan ini signifikan, seperti keterbatasan keterampilan dan pengetahuan teknologi di kalangan perempuan PKK. Hal ini dapat menghambat pencapaian target penjualan yang diharapkan. Selain itu, kurangnya dukungan teknis dan pelatihan yang mencakup pemasaran digital juga menjadi penghalang.

Kata Kunci: Diversifikasi; Tepung Mocaf; Produk; Industri Kreatif;

Abstract

One product that can be developed in Lampanairi village is mocaf flour, a processed food product made from the local cassava species Lahumbu. According to (4), mocaf flour has potential because it is gluten-free and can be an alternative to tapioca flour. Lahumbu mocaf flour is flour processed from the local Buton cassava called Lahumbu cassava. Lahumbu mocaf flour and mocaf sticks in various flavors are processed products marketed by the Lampanairi Family Welfare Movement (PKK) women. The problem is that access to sales is still very limited. Furthermore, the Lampanairi Family Welfare Movement (PKK) women still lack information regarding the development of Lahumbu mocaf flour into various products, including various types of cakes, bread, and other contemporary snacks. These challenges are significant, such as limited technological skills and knowledge among PKK women. This can hinder the achievement of expected sales targets. Furthermore, the lack of technical support and training covering digital marketing is also a barrier.

Keywords: Diversification; Mocaf Flour; Products; Creative Industry;

Copyright (c) 2025 Sarlin

✉ Corresponding author :

Email Address : sarlin939@gmail.com

PENDAHULUAN

Krisis ekonomi dan moneter global yang sedang berlangsung berpotensi melumpuhkan fondasi kehidupan nasional. Indikator yang dapat diamati meliputi melemahnya daya beli masyarakat, meningkatnya kesulitan dalam memperoleh produk pangan segar dan olahan, serta prevalensi kekurangan gizi di beberapa wilayah. Krisis ini mencerminkan pembangunan yang tidak didasarkan pada kondisi nyata struktur ekonomi. Singkong merupakan tanaman pangan yang dapat diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah (1), (2), dan (3).

Salah satu produk yang dapat dikembangkan di desa Lampanairi adalah tepung mokaf, produk makanan olahan yang terbuat dari jenis singkong lokal Lahumbu. Menurut (4), tepung mokaf memiliki potensi karena bebas gluten dan dapat menjadi alternatif tepung tapioka. Tepung mokaf Lahumbu adalah tepung olahan dari singkong lokal Buton yang disebut singkong Lahumbu. Tepung mokaf Lahumbu dan stik mokaf dengan berbagai rasa merupakan produk olahan yang dipasarkan oleh perempuan Gerakan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Lampanairi. Masalahnya adalah akses penjualan masih sangat terbatas. Lebih jauh lagi, perempuan Gerakan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Lampanairi masih kurang informasi mengenai pengembangan tepung mokaf Lahumbu menjadi berbagai produk, termasuk berbagai jenis kue, roti, dan makanan ringan kontemporer lainnya. Tantangan-tantangan ini signifikan, seperti keterbatasan keterampilan dan pengetahuan teknologi di kalangan Ibu PKK. Hal ini dapat menghambat pencapaian target penjualan yang diharapkan. Selain itu, kurangnya dukungan teknis dan pelatihan yang mencakup pemasaran digital juga menjadi penghalang.

Kelompok PKK Lampanairi membutuhkan bimbingan dan bantuan dalam diversifikasi produk, penggunaan media sosial, pembuatan situs web, dan strategi pemasaran online yang efektif. Diversifikasi merupakan strategi yang sering digunakan oleh industri makanan dan minuman (5), (6). Menurut (7), (8), diversifikasi produk mengacu pada upaya untuk mengembangkan berbagai produk baru atau variasi produk yang sudah ada untuk memperluas pangsa pasar dan memenuhi beragam kebutuhan konsumen.

Pentingnya diversifikasi produk terletak pada kemampuannya untuk memberikan pertumbuhan yang signifikan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (9). Diversifikasi produk dapat membantu industri memperoleh keuntungan melalui peningkatan penjualan dan pendapatan, meningkatkan daya saing melalui diferensiasi produk, dan mengurangi risiko yang terkait dengan ketergantungan pada satu jenis produk (10), (11). Peningkatan pendapatan juga merupakan hasil langsung dari peningkatan penjualan. Pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi dapat menghasilkan pendapatan yang lebih besar (12). Diversifikasi produk memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan peluang pasar baru dan meningkatkan nilai transaksi rata-rata per pelanggan. Selain itu, dengan memiliki produk yang berbeda dan inovatif, perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih tinggi untuk produk mereka, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan (13), (14).

Deskripsi masalah di atas memerlukan diversifikasi produk olahan tepung Lahumbu Mocaf, yang harus dipahami sebagai sarana peningkatan keterampilan sehingga tepung Lahumbu Mocaf tidak hanya terbatas pada penjualan tepung tetapi juga mengembangkan beragam produk. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) bagaimana pengaruh diversifikasi produk olahan tepung Lahumbu Mocaf

terhadap tingkat keterampilan ibu-ibu PKK Lampanairi?, 2) bagaimana pengaruh diversifikasi produk olahan tepung Lahumbu Mocaf terhadap tingkat penjualan produk?, 3) bagaimana deskripsi penerapan diversifikasi produk olahan tepung Lahumbu Mocaf bagi ibu-ibu PKK Lampanairi?

METODOLOGI

Pada dasarnya bagian ini menjelaskan bagaimana penelitian itu dilakukan. Materi pokok bagian ini adalah: (1) rancangan penelitian; (2) populasi dan sampel (sasaran penelitian); (3) teknik pengumpulan data dan pengembangan instrumen; (4) dan teknik analisis data. Untuk penelitian yang menggunakan alat dan bahan, perlu dituliskan spesifikasi alat dan bahannya. Spesifikasi alat menggambarkan kecanggihan alat yang digunakan sedangkan spesifikasi bahan menggambarkan macam bahan yang digunakan.

Untuk penelitian kualitatif seperti penelitian tindakan kelas, etnografi, fenomenologi, studi kasus, dan lain-lain, perlu ditambahkan kehadiran peneliti, subyek penelitian, informan yang ikut membantu beserta cara-cara menggali data-data penelitian, lokasi dan lama penelitian serta uraian mengenai pengecekan keabsahan hasil penelitian.

Sebaiknya dihindari pengorganisasian penulisan ke dalam “anak sub-judul” pada bagian ini. Namun, jika tidak bisa dihindari, cara penulisannya dapat dilihat pada bagian “Hasil dan Pembahasan”.

Teknik analisis data dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif yaitu:

1. Analisis Data Kuantitatif

Teknik analisis ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah pertama dan kedua menggunakan 2 pengujian yaitu uji prasyarat analisis dan uji hipotesis.

a) Uji Prasyarat

Uji prasyarat yang digunakan adalah uji normalitas dan homogenitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari hasil penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji Homogenitas digunakan untuk menguji apakah dari beberapa kelompok penelitian memiliki varians yang sama atau tidak. Uji homogenitas ini dilakukan sebagai prasyarat dalam melakukan analisis *independent sample t-test*.

b) Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh diversifikasi produk menggunakan uji statistika *independent sample t test*. Kriteria pengaruh diversifikasi produk ditinjau dari perbandingan tingkat keterampilan sebelum penerapan diversifikasi produk (kontrol) dan sesudah penerapan diversifikasi produk (eksperimen).

Menurut (19) *Paired Sample t-test* adalah uji statistik yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dua sampel yang berpasangan atau saling berhubungan.

2. Teknik Analisis Data Kualitatif

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah ketiga adalah analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis model interaktif Miles dan Huberman. Menurut (21) aktivitas dalam analisis data, berupa reduksi data, penyajian data dan verifikasi dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tepung mocaf Lahumbu merupakan tepung yang diolah dari ubi kayu lokal Buton yang disebut ubi kayu Lahumbu. Tepung Mocaf Lahumbu dan stik mocaf dengan varian rasa adalah produk olahan yang di pasarkan oleh ibu PKK Lampanairi. Masalah yang terjadi

adalah akses penjualannya masih sangat terbatas. Selain itu, ibu PKK Lampanairi masih minim informasi terkait pengembangan tepung mocaf lahumbu menjadi beberapa produk diantaranya adalah berbagai jenis kue, roti, dan jajanan kekinian lainnya. Permasalahan yang dihadapi tersebut penting seperti kemampuan dan pengetahuan tentang akses teknologi dikalangan ibu PKK masih sangat terbatas. hal ini dapat menghambat pencapaian target penjualan yang diharapkan. Selain itu, kurangnya dukungan teknis dan pelatihan yang mencakup pemasaran digital juga menjadi hambatan. Ibu PKK Lampanairi membutuhkan bimbingan dan pendampingan dalam hal diversifikasi produk, penggunaan media sosial, pembuatan situs web, dan strategi pemasaran online yang efektif.

1. Inovasi melalui diversifikasi produk tepung Mocaf

Inovasi melalui diversifikasi produk tepung mocaf adalah pengembangan produk turunan dari tepung mocaf untuk meningkatkan nilai tambah dan mengurangi ketergantungan pada tepung terigu, serta mendukung ketahanan pangan lokal. Keunggulan tepung mocaf yang digunakan pada penelitian ini Ubi kayu yang digunakan menggunakan ubi kayu lahumbu yang dikenal ubi kayu lokal yang diunggulkan di desa lampanairi. Keunggulan tepung mocaf antara lain:

1. Tepung mocaf bersifat bebas gluten, sehingga cocok untuk makanan bagi penderita penyakit celiac atau yang sensitif terhadap gluten.
2. Kandungan serat yang tinggi pada mocaf dapat memberikan rasa kenyang lebih lama dan baik untuk kesehatan pencernaan.
3. Sifat fisik dan kimianya mirip tepung terigu sehingga mudah digunakan dalam berbagai formulasi produk pangan.
4. Proses modifikasi mengubah singkong menjadi mocaf dapat menghasilkan produk bernilai jual lebih tinggi daripada singkong mentah atau singkong biasa.
5. Memanfaatkan potensi singkong sebagai bahan baku lokal untuk menghasilkan produk pangan yang inovatif.

Diversifikasi sebagai salah satu strategi yang digunakan pada produksi bahan makanan dan minuman. Diversifikasi produk merujuk pada upaya untuk mengembangkan berbagai jenis produk baru atau variasi produk yang telah ada, guna memperluas pangsa pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Diversifikasi produk dapat membantu industri untuk memperoleh keuntungan melalui peningkatan penjualan dan pemasukan, meningkatkan daya saing melalui diferensiasi produk, serta mengurangi risiko yang terkait dengan ketergantungan pada satu jenis produk. Peningkatan pendapatan juga merupakan hasil langsung dari peningkatan penjualan. Dengan pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi dapat menghasilkan pendapatan yang lebih besar (12). Diversifikasi produk diharapkan menjadi peluang pasar baru yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan.

Diversifikasi dilakukan dengan bentuk eksperimen berupa pelatihan. Pelatihan ini hanya diberikan pada kelompok eksperimen, sedangkan pada kelompok kontrol tidak diberikan perlakuan. Pengukuran terhadap variabel dilakukan selama tiga kali, sebelum dilaksanakan pelatihan (*pretest*), setelah pelatihan (*posttest* 1), dan sebulan setelah pelatihan (*posttest* 2 atau *follow up*). Pelatihan dilakukan selama 2 (dua) hari berturut-turut. Pelatihan hari pertama tentang “ pemahaman olah bahan dengan diversifikasi olahan ubi kayu lahumbu” dan pelatihan hari kedua tentang pelatihan tentang pengolahan jenis kue dan roti yang bisa diolah dengan cepat. Diversifikasi berbagai jenis olahan seperti kue dan roti serta kripik menjadi keterampilan dan kereatifitas bagi ibu PKK.

Pemahaman Terhadap Diversifikasi Olahan Ubi Kayu

Status Pelatihan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Paham	22	0
Kurang Paham	0	0
Tidak Paham	0	0
Jumlah	22	100

Berdasarkan pada tabel di atas, keseluruhan responden sangat antusias mengikuti pemahaman dengan tingkat pemahaman 22 orang memahami diversifikasi olahan ubi kayu

Pendapatan 1 kali produksi hasil diversifikasi

Kategori Pendapatan	Jumlah (Terjual)	Persentase (%)
< Rp 500.000	18	37,25
Rp 500 rb - 1 jt	25	49,02
Rp 1 - 2 jt	7	13,73
> Rp 2 jt	0	0,00
Total	50	100

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan terjual dari tiga produk hasil diversifikasi olahan tepung mocaf ubi kayu yaitu Rp 500 ribu - 1 juta dalam sekali produksi yang terjual. Hal ini menunjukan tingkat penjualan akan mempengaruhi hasil diversifikasi olahan tepung mocaf.

Diversifikasi hasil olahan tepung mocaf tiga produk

Kategori Produk	Jumlah (Terjual)	Persentase (%)
Kue Bolu	18	37,25
Roti Goreng	25	49,02
Kripik	7	13,73
Total	50	100

Berdasarkan tabel diatas dapat menunjukan bahwa hasil diversifikasi olahan tepung mocaf yang saat ini dalam melakukan pelatihan adalah produk Kue Bolu, Roti Goreng, Kripik.

Penjualan Produk hasil olahan tepung mocaf, Pada penjualan hasil diversifikasi tepung mocaf yakni kue bolu dan roti goreng sangat laris terjual mash di desa lampanairi, ibu ibu PKK sangat bersemangat melakukannya dengan memasarkannya di bebrapa pasar tradisioanl disekitar desa atau kecamatan batauga dan akan lebih baik disiapkan penjualan secara digital bahkan dijual keliling menggunakan kendaraan bermotor masuk

disetiap desa desa lain, namun memiliki keterbatasan dalam promosi penjualannya karena belum tersentuh dengan menjual secara online. Menurut (3) pemasaran olahan ikan melalui platform digital *marketpace* merupakan sistem yang tepat dalam mengembangkan usaha melalui pemilihan layanan online yang cukup familiar seperti *Marketplace* Facebook. Para ibu ibu PKK beragam strategi melakukan penjualan dan pendapatan yang dihasilkan saat melakukan penjualan beragam pula. Oleh karena itu, penawaran yang dilakukan penjualan secara online masih belum merata bahkan tidak ada. Penjualan secara online yang di informasikan sangat direspon dengan menjual di *marketplace* media online facebook karena daerah yang banyak di lihat di facebook itu kalangan para ibu ibu jadi tentu menjadi pertimbangan untuk dipasarkan di facebook *marketplace*nya, disisi lain facebook lebih dikenal dan dimengerti penggunaannya oleh ibu ibu PKK memasarkan produk hasil diversifikasi olahan tepung mocaf ubi kayu lahumbu.

Tujuan dari hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh diversifikasi olahan tepung mocaf Terhadap tingkat penjualan Tepung mocaf. Mengenai tujuan dari penelitian ini maka analisis yang akan digunakan adalah uji instrumen variabel, uji regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji t.

1. Uji Asumsi Klasik pada pengemasan dan Penjualan Tepung mocaf

a. Uji Regresi

Sebelum dilakukan olahan Tepung mocaf dalam bentuk kemasan maka terlebih dahulu mendapatkan pretest dan posttest agar dapat melihat hasil data yang di olah sebagai berikut.

Tujuan dari hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui diversifikasi olahan tepung mocaf ubi kayu lahumbu Terhadap tingkat penjualan. Mengenai tujuan dari penelitian ini maka analisis yang akan digunakan adalah uji instrumen variabel, uji regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji t.

Sebelum dilakukannya uji hipotesis akan dilakukan uji penyimpangan data terhadap asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji Validitas Dengan signifikansi 5% r tabel yang di dapat adalah 0,202. Maka indikator dinyatakan valid apabila r hitung lebih dari $> r$ tabel atau r hitung $> 0,202$. Berdasarkan uji validitas dari variabel Kue Bolu (X1), Roti Goreng (X2), Kripik (X3) dengan diketahui nya nilai Corrected Item- Total Correlation secara keseluruhan lebih besar dari $> r$ tabel 0,202. Dengan demikian bahwa kesimpulan uji validitas variabel X1, X2, X3 terhadap semua pertanyaan seluruhnya valid.

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabilitas min	Keterangan
1	X1	0,75	0,6	Reliabel
2	X2	0,61	0,6	Reliabel
3	X3	0,65	0,6	Reliabel
4	Y	0,68	0,6	Reliabel

Uji reliabilitas dilakukan dengan butir pernyataan yang telah valid pada pelatihan diversifikasi tepung mocaf ubi kayu lahumbu. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika suatu perhitungan validitas lebih besar dari nilai kritis yang pada taraf signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$) yang mana suatu variabel dikatakan reliabel jika suatu nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari $> 0,6$. Berdasarkan tabel di atas semua variabel reliabel.

	Unstanda rdi zed Coeffici en ts	Standa rdi z ed Coeffi cie nts	Correlatio ns
--	---	--	------------------

Model	B	Std . Erro r	Beta	T	Sig .	Ze r o - or d er	Par t i al	Part
1 (Constant)	7.230	3.783		-1.911	.061			
Kue Bolu	.544	.090	.524	6.070	.000	.660	.630	.499
Roti Goreng	.371	.100	.309	3.702	.000	.328	.443	.304
Kripik	.484	.114	.367	4.246	.000	.477	.493	.349

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disusun model persamaan regresi berganda berdasarkan kolom B. Model persamaan regresi berganda hasil penelitian adalah sebagai berikut

$$Y = 7,23 + 0,0544X_1 + 0,371X_2 + + 0,484X_3$$

Model persamaan regresi berganda hasil analisa tersebut dapat pula diartikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar a = 7,23 artinya bahwa jika X₁, X₂, dan X₃ ada maka Y akan bernilai positif.
- Nilai koefisien regresi X₁ sebesar b₁ = 0,544 menunjukkan bahwa X₁ berpengaruh terhadap Y dengan arah positif.
- Nilai koefisien regresi X₂ sebesar b₂ = 0,0371 menunjukkan bahwa X₂ berpengaruh terhadap Y dengan arah positif.
- Nilai koefisien regresi X₃ sebesar b₃ = 0,484 menunjukkan bahwa X₃ berpengaruh terhadap Y dengan arah positif.

- Uji Hipotesis Pertama : Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Tingkat Penjualan Tepung mocaf

Koefisien regresi Kemasan Produk (X1) sebesar $b_1 = 0,544$ memiliki nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ artinya signifikan, dan nilai t hitung sebesar $6,07 > 1,697$. Karena $b_1 \neq 0$, artinya nilai signifikansi lebih kecil ($\text{Sig } t < \alpha$ atau $0,000 < 0,05$) dan probabilitas t hitung lebih besar daripada t tabel (t hitung $> t$ tabel atau $6,07 > 1,697$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti pengaruh Pelatihan Diversifikasi (X1) terhadap Tingkat Penjualan (Y) adalah signifikan. Signifikansi dari hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis kedua penelitian ini terdapat pengaruh parsial Kemasan Produk (X1) terhadap Tingkat Penjualan (Y).

SIMPULAN

Tepung mocaf Lahumbu merupakan tepung yang diolah dari ubi kayu lokal Buton yang disebut ubi kayu Lahumbu. Tepung Mocaf Lahumbu dan stik mocaf dengan varian rasa adalah produk olahan yang di pasarkan oleh ibu PKK Lampanairi. Masalah yang terjadi adalah akses penjualannya masih sangat terbatas. Dalam uji hipotesisnya adalah Koefisien regresi Kemasan Produk (X1) sebesar $b_1 = 0,544$ memiliki nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ artinya signifikan, dan nilai t hitung sebesar $6,07 > 1,697$. Karena $b_1 \neq 0$, artinya nilai signifikansi lebih kecil ($\text{Sig } t < \alpha$ atau $0,000 < 0,05$) dan probabilitas t hitung lebih besar daripada t tabel (t hitung $> t$ tabel atau $6,07 > 1,697$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti pengaruh Pelatihan Diversifikasi (X1) terhadap Tingkat Penjualan (Y) adalah signifikan. Signifikansi dari hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis kedua penelitian ini terdapat pengaruh parsial Kemasan Produk (X1) terhadap Tingkat Penjualan (Y).

Referensi :

- Verma R, Chauhan N, Singh BR, Chandra S, Sengar RS. Cassava processing and its food application: A review. *Pharma Innov J*. 2022;11(5):415–22.
- Adebayo WG. Cassava production in africa: A panel analysis of the drivers and trends. *Heliyon* [Internet]. 2023;9(9):e19939.
- Yanti DIW. Diversifikasi Produk Olahan Ubi jalar. *Solideo*. 2025;3(1):19–24.
- Indrianti N, Ratnawati L, Ekafitri R, Kartika N, Mayasti I, Sirait N, et al. Pengaruh jenis dan rasio penambahan pati terhadap karakteristik biskuit mpasi berbasis mocaf. *Jurnal Ris Teknol Ind*. 2021;15(2):135–147.
- EIT Food. Accelerating Protein Diversification for Europe. *Knowl Innov Cent Food*, part Eur Inst Innov Technol [Internet]. 2023;1–38.
- Daud S, Fransiska ML, Wijaya WN, Augustine NM. YUME : Journal of Management Analisis Inovasi Produk dan Diversifikasi Menu Untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus pada UMKM Kuliner “ Dapur Rumi ” di Bandar Jaya , Kabupaten Lampung Tengah , Provinsi Lampung). *YUME J Manag*. 2025;8(1):69–78.
- Razak I. Product Diversification: Marketing Management Strategy for Business Growth. *J Ekon* [Internet]. 2022;11(03):2022.
- Ruzmetov B, Ruzmetov S, Bakhtiyarov S, Dzhumayeva Z, Juraev K. Formation of supporting points for production growth based on diversification of the regional industry. *E3S Web Conf*. 2023;449.
- Syafi'i A, Shobichah S, Mulyani M. Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Pertumbuhan Dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Pada Industri Makanan Dan Minuman. *J Impresi Indones*. 2023;2(6):592–9.
- Shaturaev J. Company Modernization and Diversification Processes. *ASEAN J Econ*

- Econ Educ. 2022;1(1):47–60.
- Makuta I, Latif A, Dinul M. Analisis Daya Saing Komoditi Jagung di Gorontalo: Tinjauan Literatur terhadap Pasar dan Diversifikasi Produk Ismail Makuta 1 , Abdul Latif 2 , Maharajab Dinul 3. 2025;6(4):1025–34.
- Putri SA, Yuliafitri I. Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak. J Penelit Inov. 2024;4(3):1499– 514.
- Clauss T, Breier M, Kraus S, Durst S, Mahto R V. Temporary business model innovation – SMEs' innovation response to the Covid-19 crisis. R D Manag. 2022;52(2):294–312.
- van Angeren J, Vroom G, McCann BT, Podoyunitsyna K, Langerak F. Optimal distinctiveness across revenue models: Performance effects of differentiation of paid and free produc