

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil dan menengah merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia, sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Pembangunan ekonomi masyarakat ini tentu saja akan lebih berkembang baik jika pelaku usaha mengikuti perkembangan pasar. Seorang pengusaha tentu tidak terlepas dari kendala dan hambatan dalam kegiatan usahanya. Adapun kendala dan hambatan dalam kegiatan usaha para pelaku bisnis menurunnya omset dikarenakan minat konsumen yang musiman hingga munculnya persaingan dalam pasar. Namun dengan adanya persaingan, pelaku usaha juga dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam. Untuk itu setiap pelaku usaha dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Dengan demikian pelaku bisnis dituntut untuk memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan.

Dengan adanya tekanan persaingan yang begitu ketat, secara langsung ataupun tidak langsung sangat mempengaruhi kinerja usaha, termasuk pada usaha makanan. Perubahan yang begitu cepat dewasa ini, baik dalam hal teknologi, kebutuhan pelanggan dan siklus produk semakin pendek menyebabkan permasalahan serius bagi dunia usaha tanpa terkecuali usaha kecil dan menengah. Pada dasarnya kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan, maka suatu tempat usaha perlu mengadakan riset pemasaran dalam usahanya untuk mengetahui produk apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk salah satunya dipengaruhi oleh persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah variasi menu yang

menghadirkan inovasi baru dalam pasar. Sehingga inovasi produk dinilai sebagai keberhasilan suatu usaha atau bisnis dimana dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk menjadi lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk, dengan kata lain pelaku usaha harus mampu menawarkan atau memberikan produk yang berbeda dari pesaing yang lain karena inovasi dianggap dapat meningkatkan suatu nilai tambah dari suatu produk. Terdapat pengaruh yang besar mengenai inovasi suatu produk. karena semakin tinggi inovasi suatu produk maka semakin tinggi pula kemungkinan konsumen melakukan keputusan untuk membeli. Oleh karena itu, pelaku usaha harus benar-benar inovatif dalam membuat suatu produk supaya produk yang di pasarkan bisa bertahan dan berkembang di pasaran.

Salah satu usaha kuliner yang berada di Provinsi Sumatera Selatan tepatnya di Kota Lahat Kecamatan Bandar Agung adalah kuliner Baksopink dan Cemilanmopy berlokasi di Jalan R. Suprpto Bandar Agung Lahat yang telah berdiri sejak 2017.

Usaha Baksopink dan Cemilanmopy merupakan usaha yang bergerak dibidang pangan. Usaha Baksopink dan Cemilanmopy menjual berbagai macam bakso dan cemilan yang terdapat di Kota Lahat. Di Kota Lahat sendiri makanan-makanan yang kekinian atau *trend* dari suatu produk sangat cepat diterima oleh pasar. Sehingga dalam mempertahankan usaha ditengah ketatnya persaingan pasar, pemilik Baksopink dan Cemilanmopy yang ada di Kota Lahat sendiri terus berupaya melakukan promosi melalui berbagai media cetak maupun media sosial. Adapun promosi yang dilakukan pada media cetak seperti: *banner* dan kartu bisnis. Sedangkan promosi melalui *social media* dilakukan dengan media seperti *Instagram, Facebook* dan *Tiktok*.

Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk membahas bagaimana strategi inovasi produk pada Baksopink dan Cemilanmopy yang ada di Kota Lahat dalam bentuk Laporan Akhir yang berjudul **“INOVASI PRODUK SEBAGAI UPAYA MENINGKATAKAN PENJUALAN (STUDI PADA BAKSOPINK DAN CEMILANMOPY DI KABUPATEN LAHAT)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahannya yaitu:

1. Bagaimana inovasi produk pada Baksopink dan Cemilanmopy di Kota Lahat?
2. Apakah inovasi produk dapat meningkatkan penjualan pada Baksopink dan Cemilanmopy di Kota Lahat?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan pada laporan akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang diangkat maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan hanya pada inovasi produk sebagai upaya meningkatkan penjualan pada Baksopink dan Cemilanmopy di Kota Lahat.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dari penulisan Laporan Akhir ini, untuk mengetahui bagaimana inovasi sebuah produk dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha Baksopink dan Cemilanmopy di Kota Lahat.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penulis dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan melalui pengalaman dalam melaksanakan penelitian pada mata kuliah pemasaran, serta dapat mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang selama ini didapat diperkuliahan.

2. Bagi Usaha

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau bahan pertimbangan bagi usaha Baksopink dan

Cemilammopy dalam menentukan dan menetapkan inovasi produk guna meningkatkan penjualan dalam kegiatan usahanya.

3. Bagi Akademis

Dapat memberikan kajian secara konseptual bagi perkembangan ilmu pemasaran, memberikan kajian secara konseptual mengenai strategi inovasi produk sebagai upaya peningkatan penjualan pada baksopink dan cemilanmopy di Kota Lahat.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di usaha baksopink dan cemilanmopy yang beralamatkan di Jalan Jaksa Agung R.Suprpto, Kecamatan Bandar Agung, Kota Lahat, Sumatera Selatan.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

Menurut Yusi dan Idris (2016: 109), data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Data primer yang penulis peroleh secara langsung ialah dengan melakukan wawancara langsung kepada pemilik dari usaha Baksopink dan Cemilanmopy di Kota Lahat.

2. Data Sekunder

Menurut Yusi dan Idris (2016: 109), data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder yang digunakan penulis dari berbagai macam referensi seperti jurnal, buku ataupun penelitian pihak lain yang telah dipublikasikan yang berkaitan dengan laporan ini.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam kegiatan pengumpulan data ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data agar dapat menyelesaikan masalah yang ada. Oleh karena itu, metode pengumpulan data yang penulis gunakan antara lain:

1. Riset Lapangan

Dalam penulisan laporan ini penulis melakukan teknik pengumpulan data yang dilakukan pada objek penelitian dengan cara mengumpulkan informasi langsung pada usaha Baksopink dan Cemilanmopy di Kota Lahat. Teknik pengumpulan data riset lapangan yang penulis gunakan yaitu, wawancara langsung. Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam hal ini penulis mewawancarai salah satu karyawan dan beberapa konsumen Baksopink dan Cemilanmopy di Kota Lahat.

2. Studi Kepustakaan

Penulis mengumpulkan data yang diperlukan melalui referensi dapat berupa jurnal, buku, internet maupun sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang penulis bahas.

1.5.4 Analisis Data

Dalam penyusunan laporan akhir ini, penulis menggunakan metode analisis kualitatif berupa menganalisis data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung pada pemilik usaha Baksopink dan Cemilanmopy. Menurut Yusi dan Idris (2016: 108), data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Oleh karena itu, analisis kualitatif menggunakan data referensi dari buku-buku dan menggunakan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang sedang dibahas sehingga dapat diambil kesimpulan untuk penyelesaian permasalahan yang ada.