

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejarah menunjukkan bahwa unit usaha di Indonesia tetap bertahan serta berkembang meskipun telah terjadinya krisis ekonomi. Pemerintah dalam membantu meningkatkan pembangunan ekonomi yaitu dengan strategi memberdayakan serta menciptakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi pokok pembentukan ekonomi rakyat.¹

Di tahun 1998 Indonesia berada dalam posisi kritis, yang mengakibatkan usaha berskala besar tidak mengalami peningkatan serta berhentinya aktifitas di semua sektor industri. Hanya unit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang mampu bertahan melewati krisis ini.² UMKM sebagai tempat terbaik buat pembentukan keahlian kerja yang produktif, karena mempunyai keahlian untuk menyediakan produk serta jasa untuk pelanggan dan memberi partisipasi yang besar dalam meningkatkan devisa negara.³

Desa Colo merupakan salah satu desa yang memiliki kearifan lokal berupa tanaman buah parihotho, yang mana jumlahnya sangat melimpah. Akan tetapi pemanfaatan buah parihotho di kalangan masyarakat desa Colo belum maksimal, karena hanya dijual secara mentahan saja, sehingga hasilnya kurang maksimal. Oleh karena itu perlu adanya suatu ide kreatif untuk mengolah dan memanfaatkan buah parihotho menjadi sebuah produk yang bernilai tinggi, dapat bertahan lama dan dapat diterima oleh pasar. Karena itulah saat ini di desa Colo telah ada beberapa unit-unit usaha yang bergerak dibidang pengolahan buah parihotho menjadi sebuah produk yang bernilai jual tinggi.

¹ Alya dan Muhammad Rakib, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kserakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros", (Jurnal Sosiohumaniora, Volume 19, Nomor 2), 2017, 114.

² Amin Dwi Ananda dan Dwi Susilowati, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang", (Jurnal Ilmu Ekonomi X, Nomor 2), 2017, 120.

³ Amin Dwi Ananda dan Dwi Susilowati, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang", 120.

Salah satu unit usaha yang melakukan inovasi olahan buah parijotho yaitu, CV. Seleksi Alam Muria atau yang biasa dikenal Alammu. Usaha ini merupakan unit usaha yang bergerak pada sektor makanan dan minuman dengan bahan dasar parijotho. Di mulai tahun 2015 dengan melakukan pengembangan produk tanaman lokal dari Wilayah Muria yaitu parijotho. Dengan berinovasi pada jenis dan rasa dari bahan yang alami menjadi sebuah produk minuman yang berupa sirup parijotho yang terbuat dari bahan alami tanpa menggunakan bahan pengawet, perasa dan pewarna makanan. Hal tersebut yang membedakan sirup parijotho dengan sirup pada umumnya yang menggunakan pewarna, pengawet dan juga perasa.

Pengembangan produk parijotho yang dilakukan dengan melakukan inovasi pada produknya dimana dilakukan melalui 8 tahapan yaitu lahirnya gagasan yang kemudian dilanjutkan pada tahap penyaringan gagasan dan selanjutnya masuk ke tahap pengembangan dan pengujian konsep. Tahap selanjutnya pengembangan strategi pemasaran lalu dilanjutkan dengan evaluasi bisnis produk tersebut. Berdasarkan analisis bisnis dinyatakan layak maka tahap selanjutnya dilakukan pengembangan produk dan kemudian masuk ke tahap pengujian pasar dan akhirnya berujung pada komersialisasi yaitu berproduksi dengan tujuan komersial.⁴

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi yang semakin canggih maka CV. Seleksi Alam Muria melakukan penambahan pada inovasi produknya yang berupa permen dari parijotho pada tahun 2017. Kemudian di tahun 2018 ide baru muncul pada perusahaan ini yaitu dengan membuat teh dari parijotho yang baru direalisasikan pada bulan ramadhan ditahun 2020.

Di dalam era globalisasi ini, inovasi adalah hal yang diperlukan dalam menjalankan usaha untuk melawan para pesaing atau pengusaha lainnya. Dalam menghadapi pesaing itu pengusaha perlu lebih inovatif dengan melakukan suatu inovasi produk secara terus menerus. Ada banyak cara yang dilakukan untuk membuat langkah maju dan merencanakan

⁴ Elliana Kusumaningrum, *Analisa Tahapan Inovasi Pada Produk Minuman Sari Kedelai Soy Fusion*, (Jurnal Agora, Volume 3, Nomor 1, 2015), 1.

masa depan yang lebih baik, seperti menghasilkan variasi produk dengan kualitas, desain dan harga yang kompetitif untuk dapat bersaing dengan pengusaha-pengusaha lain.⁵

Menurut Trott tahun 2008, inovasi adalah manajemen mengenai seluruh aktivitas termasuk dalam proses pembentukan ide, pengembangan teknologi, proses pabrikan dan pemasaran atas adanya produk baru maupun yang dikembangkan.⁶ Sehingga dapat dikatakan inovasi adalah sebuah perubahan yang dilakukan oleh perusahaan, baik dalam hal pengembangan maupun penciptaan sesuatu yang baru, dimana perubahan tersebut dapat diterima oleh pasar dan berdampak positif bagi pengembangan perusahaan.

Dampak positif bagi perusahaan yaitu dimana setelah melakukan inovasi, nilai dan volume dari produk parijotho mengalami peningkatan secara terus menerus. Dengan begitu terbukti bahwa inovasi merupakan salah satu kunci sukses yang harus dimiliki oleh pengusaha-pengusaha untuk bertahan.

Peningkatan nilai dan volume pada produk bisa ditingkatkan lewat kreativitas dan inovasi. Seseorang yang mampu menciptakan karya yang relatif baru disebut kreativitas. Nilai tambah (*Vallue added*) menurut Hayami dalam Nuzuliyah, merupakan pertumbuhan nilai produk sebab mengalami metode pengerjaan, pengangkatan maupun penyimpanan saat produksi.⁷

Metode inovasi pada sejumlah perusahaan ada kalanya belum mencukupi tantangan selama menjalankan pengembangan produk terkininya secara agresif, hal ini karena perusahaan hanya mementingkan perhatiannya pada pengembangan yang sifatnya singkat tanpa ada pengimbangan jangka panjang.⁸ Tujuan perusahaan untuk terus berinovasi tidak dapat dibiarkan. Inovasi melahirkan jenis terbaru,

⁵ HB Alan Suryajaya, *Proses Inovasi Minuman Kopi Pada Kafe Monopole*, (Jurnal Agora, Volume 3, Nomor 1, 2015), 1.

⁶ HB Alan Suryajaya, *Proses Inovasi Minuman Kopi Pada Kafe Monopole*, (Jurnal Agora, Volume 3, Nomor 1, 2015), 344.

⁷ Laila Nuzuliyah, *Analisis Nilai Tambah Produk Olahan Tanaman Rimpang*, (Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri, Volume 7, Nomor 1), 2018, 32.

⁸ Sofian Assauri, *Strategic Marketing*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 168.

memikat selera pasar. Tetapi, tidak dipungkiri jika kesempatan berinovasi akan membawa perlawanan pasar.⁹

Pasar maupun konsumen akan tertarik dan memutuskan pembelian suatu barang jika terkandung nilai tambah dari produk yang lain. Perusahaan perlu memilih pendekatan usaha yang akurat, demi menghasilkan inovasi produk yang mempunyai harga penjualan dan kapasitas berkompetisi tinggi. Oleh sebab itu, perusahaan layak memakai sumber dayanya secara maksimal dengan melaksanakan tindakan pengembangan produk untuk mengendalikan proses tumbuhnya perusahaan.¹⁰ Jika perusahaan ingin bertahan maka wajib melakukan mengembangkan produksinya dengan berinovasi secara terus menerus, sebab kebutuhan dan permintaan konsumen akan selalu berubah.

Penelitian ini bukanlah penelitian satu-satunya yang pernah dilakukan, sebelumnya ada beberapa penelitian yang mengkaji tentang pengembangan dan inovasi produk. Peneliti mengambil tiga penelitian sebagai penelitian terdahulu yang relevan. Pertama, penelitian oleh Bambang Purnomo dan Bambang Raditya Purnomo pada tahun 2017 dengan judul “Pengembangan Produk dan Inovasi Produk pada Teh Hijau Cap Pohon Kurma (Studi pada PT Panguji Luhur Utama)”. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa produk teh yang telah mengalami inovasi dan pengembangan produk mengalami peningkatan trend, secara siklikal dengan kurun waktu selama 1-10 tahun. Karena itulah setiap produk supaya dapat meningkat penjualannya harus ada inovasi dan pengembangan produk.¹¹

Kedua penelitian oleh Elliana Kusumaningrum pada tahun 2015 dengan judul “Analisa Tahapan Inovasi pada Produk Minuman Sari Kedelai Soy Fusion”. Dalam penelitian

⁹ Suwanto, *Manajemen Pemasaran Syari'ah*, (Semarang: CV Karya Abadi, 2015), 3.

¹⁰ Tommy Wijaya, dan Maghfiroh, *Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi Pada Tape “Wangi Prima Rasa” Di Binakal Bondowoso)*, (Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan 2-1), 2018, 88.

¹¹ Bambang Purnomo dan Bambang Raditya Purnomo, *Pengembangan Produk Dan Inovasi Produk Pada The Hijau Cap Pohon Kurma (Studi Pada Pt Panguji Luhur Utama)*, (Jurnal Maksipreneur, Volume VI, Nomor 2), 2017.

tersebut menyatakan bahwa implementasi dari strategi inovasi produk pada minuman sari kedelai soy fushion berdampak pada peningkatan selera konsumen sehingga berdampak pada peningkatan penjualan.¹²

Penelitian ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh HB Alan Suryajaya pada tahun 2015 dengan judul “Proses Inovasi Minuman Kopi pada Kafe Monopole”. Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi dari inovasi produk kopi monopole ini memberikan keunikan dan ciri khas tersendiri yang membedakannya dengan usaha kopi lain. Sehingga berdampak pada peningkatan daya tarik konsumen sehingga dapat meningkatkan nilai penjualan.¹³

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui apa saja inovasi yang dilakukan oleh CV. Seleksi Alam Muria dalam pengembangan buah parijotho menjadi sebuah produk yang memiliki nilai tambah atau nilai jual tinggi dan mampu menembus pasar domestik maupun mancanegara. Hal tersebutlah yang menarik perhatian peneliti sehingga kemudian tercetuslah judul penelitian **“Analisis Inovasi Produk Parijotho Pada CV. Seleksi Alam Muria Kudus”**, yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana mengembangkan produk baru melalui inovasi dengan memberikan nilai tambah pada produknya sehingga produk dapat unggul dan menarik minat konsumen.

B. Fokus Peneleitian

Sesuai dengan judul yang peneliti ambil dalam penelitian ini, agar sesuai tujuan yang diharapkan, dan mengingat keterbatasan peneliti, maka penelitian ini terarah pada:

1. Inovasi yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria Kudus untuk meningkatkan *value added* buah parijotho.
2. Penelitian dilakukan di CV. Seleksi Alam Muria Kudus.

¹² Elliana Kusumaningrum, *Analisa Tahapan Inovasi Pada Produk Minuman Sari Kedelai Soy Fushion*, (Jurnal Agora, Volume 3, Nomor 1), 2015.

¹³ Hb Alan Suryajaya, *Proses Inovasi Minuman Kopi Kafe Monopole*, (Jurnal Agora, Volume 3, Nomor 1), 2015.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diangkat adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana inovasi yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria Kudus dalam meningkatkan *value added* buah parijotho?
2. Bagaimana hasil yang dirasakan pada CV. Seleksi Alam Muria Kudus dan masyarakat disekitar dengan adanya inovasi produk dari buah parijotho?

D. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian akan mempunyai nilai apabila penelitian tersebut mempunyai tujuan. Berdasarkan uraian diatas tujuannya yaitu:

1. Untuk mengetahui inovasi yang dilakukan CV. Seleksi Alam Muria Kudus dalam meningkatkan *value added* dari buah parijotho.
2. Untuk mengetahui hasil apa saja yang dirasakan oleh CV. Seleksi Alam Muria Kudus dengan adanya inovasi produk dari buah parijotho.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti dan dapat memotivasi peneliti lain untuk meneliti secara lebih mendalam mengenai permasalahan yang sama.
 - b. Sebagai bahan dasar atau rujukan untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengembangan dan inovasi pada suatu produk.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai pertimbangan dan acuan bagi pemilik usaha dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan dan inovasi produk.
 - b. Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan dan mengembangkan ilmu yang didapatkan selama berada diperkuliahan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami keseluruhan isi dari skripsi ini, penulis akan mendeskripsikan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: Landasan Teori

Pada bagian ini berisi landasan teori yaitu tentang pengembangan produk, dan inovasi produk, serta berisi penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

BAB III: Metode Penelitian

Berisi uraian tentang metode penelitian yang berisikan rincian mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Di bagian ini menjelaskan mengenai gambaran umum obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian di lapangan yakni tentang analisis inovasi produk parijotho pada CV. Seleksi Alam Muria Kudus.

BAB V: Penutup

Bab ini menerangkan tentang kesimpulan dan saran. Dan pada bagian akhir memuat daftar pustaka dan lampiran-lampiran terakhir.