

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Nama Instansi, Alamat dan Sejarah Berdirinya

a. Nama dan Alamat Instansi

Nama instansi : UD. Bawang Putih

Nama pemilik : Aning Hidayati

Alamat : Ds. Trangkil Rt. 07 Rw. VII

Kec. Trangkil, Pati¹

b. Sejarah Berdirinya Instansi

UD. Bawang Putih Trangkil Pati merupakan industri olahan makanan ringan yang sukses dirintis oleh Ibu Aning Hidayati warga Desa Trangkil Jl. Dahlia Rt.07/VII Pati Jateng. Sejak tahun 1987 usaha ini pertama kali ditekuni bersama suaminya. Suami dari ibu Aning hanyalah seorang pegawai yang dimana kondisi dari suami Bu Aning sangat tidak memungkinkan dirinya untuk berkembang.

Dengan kondisi yang seperti itu ditambah dengan latar belakang lingkungan Bu Aning yang tidak memiliki tanah untuk di tanami dan yang nantinya akan di gunakan sebagai bekal anak-anaknya kelak, sehingga Bu Aning harus memutar otak bagaimana cara supaya Beliau memiliki peninggalan yang bermanfaat untuk anak-anaknya. Saat itu Bu Aning mencoba beberapa usaha seperti usaha pertanian, usaha ternak, namun usaha belum memberikan hasil yang terbaik. Walaupun bisa dikatakan bahwa Bu Aning sudah mengalami beberapa kegagalan, tetapi Bu Aning tetap kokoh pendiriannya dalam mendirikan usaha, sampai akhirnya perjuangan Bu Aning ini sukses dalam pendirian usaha yang di beri nama Bawang Putih.

¹ Hasil wawancara dengan ibu Naili Hidaningrum selaku pemilik ud. Bawang putih trangkil, pati. 19 september 2019 jam 09.22 – selesai.

Nama awal dari usaha Bawang Putih ini adalah UD Bawang Putih yang berdiri pada tahun 1987, namun kesulitan mengurus hak paten karena banyak yang menggunakan nama UD Bawang Putih, sehingga sekitar tahun 2004, nama Usaha Dagang ini diubah menjadi Bawang Putih supaya dipermudah dalam pengurusan hak paten.

Usaha Bawang Putih ini berfokus pada usaha makanan ringan. Pada mulanya hasil olahan makanan ringan dibuat dengan skala kecil kemudian diedarkan sendiri keliling ke pasar dan toko-toko. Dengan modal awal hanya Rp.5.000,- ketika itu hanya membuat olahan makanan ringan jenis stik saja. Bawang Putih ini memproduksi dari pagi sampai siang hari, dan melakukan pemasaran pada malam harinya ke toko-toko sekitar tempat produksi dengan harga jual Rp. 75,- . namun dengan tekad yang kuat dan perjuangan yang keras dan ulet yang ditekuni Bu Aning memberikan hasil yang maksimal, yaitu suksesnya Bawang Putih yang hingga saat ini terus berkembang dengan baik.

Saat ini ada lebih dari 60 jenis olahan makanan ringan yang diproduksi di rumahnya (termasuk produk mitra dan produk *re-packing*). Diantaranya krupuk stik, krupuk bandeng, kripik tempe, kedelai goreng, jagung goreng, kripik pisang dll. Harga termurah Rp.500,- sedangkan termahal Rp.35.000,-per kg. Adapun untuk karyawan saat ini ada kurang lebih 40 orang yang terlibat baik dalam proses produksi, olahan, packing dan pemasaran. Sebagian besar produk olahan makanan ringan dengan merk dagang Bawang Putih ini sudah dikirim ke berbagai daerah Karesidenan Pati, Solo, Semarang dan Tuban. Perkembangan kedepan bahkan sudah ada rencana membuka agen hingga Malang, Surabaya dan Bandung. Ibu Aning Hidayati juga telah berusaha

untuk mendapatkan bantuan baik dari instansi pemerintah maupun swasta, maka industri ini telah cukup banyak menerima bantuan baik berupa bantuan peningkatan ketrampilan, bantuan peningkatan permodalan, bantuan peningkatan teknologi industri maupun bantuan promosi dan informasi pasar.²

Usaha keluarga yang ditekuninya ini mampu memberikan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar dan memberikan penghasilan yang cukup bagi keluarganya. Saat ini dengan dibantu anak-anaknya usaha Ibu Aning Hidayati semakin maju dan berkembang baik. Untuk memberikan hasil dan rasa berkualitas bahan-bahan olahan semua menggunakan bahan alami dan menggunakan pembakaran dari kayu. Sehingga rasanya alami dan sangat gurih dan enak. Selain ada di berbagai toko Ibu Aning Hidayati juga menempatkan produknya di Pasar Unggulan Pragola Margorejo Pati.³

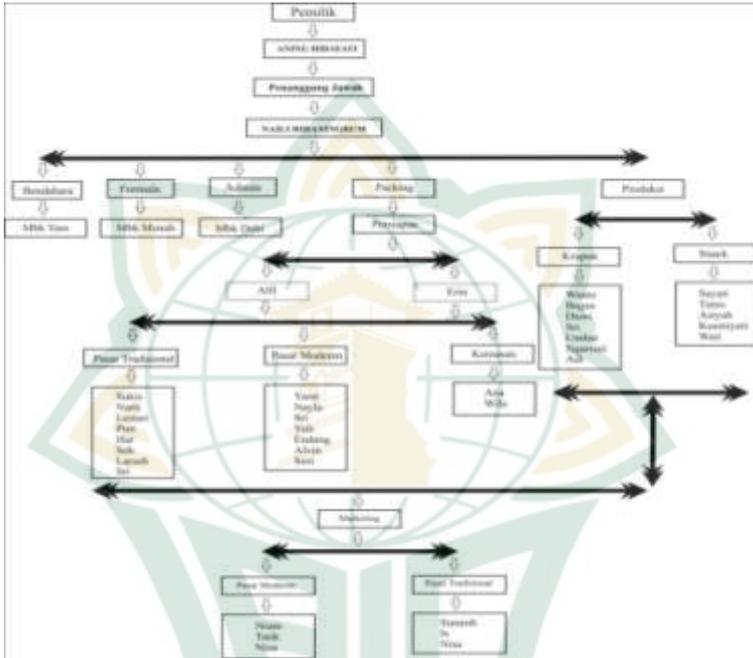
2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah bagian yang penting dalam suatu perusahaan, karena bagian ini merupakan pembagi dan penentu setiap tanggung jawab yang harus dikerjakan oleh masing-masing individu. Berikut adalah struktur organisasi UD. Bawang Putih yaitu:

² Hasil wawancara dengan ibu Naili Hidaningrum selaku pemilik ud. Bawang putih trangkil, pati.19 september 2019 jam 09.22 – selesai.

³ Hasil wawancara dengan ibu Naili Hidaningrum selaku pemilik ud. Bawang putih trangkil, pati.19 september 2019 jam 09.22 – selesai.

Gambar 4. Bagan Struktur Organisasi UD. Bawang Putih



Pemilik dari UD. Bawang Putih Trangkil Pati ialah Ibu Aning Hidayati. Namun sekarang tanggung jawab beliau sudah diserahkan kepada anak anaknya.⁴

- 3. Visi Dan Misi UD. Bawang Putih
 - a. Visi
 - 1) Memberikan produk yang beragam & berkualitas untuk konsumen.
 - 2) Menyerap banyak tenaga kerja di lingkungan sekitar.

⁴ Hasil wawancara dengan ibu Naili Hidaningrum selaku pemilik ud. Bawang putih trangkil, pati.1 Oktober 2019 jam 10.00 – selesai.

b. Misi

Meningkatkan omset agar semakin maju & berkembang, agar banyak membuka lapangan kerja bagi orang yang membutuhkan & menjadi pusat oleh-oleh tujuan orang Pati.⁵

4. Jumlah karyawan

Jumlah karyawan di ud. Bawang putih laki – laki dan perempuan per divisi.

a. Laki-laki

- 1) Driver : 2 Orang
- 2) Produksi Krupuk :3 Orang

b. Perempuan

- 1) Marketing : 4 Orang
- 2) Borong Krupuk : 9 Orang
- 3) Bendahara : 1 Orang
- 4) Mandor : 1 Orang
- 5) Serabutan : 1 Orang
- 6) Persiapan Barang : 2 Orang
- 7) Packing : 8 Orang⁶

Jumlah karyawan secara keseluruhan ada 40 orang yang ada di ud. Bawang putih trangkil pati.

5. Ruang Lingkup Roduk

Berikut adalah beberapa jenis olahan produk makanan ringan yang dihasilkan UD. Bawang Putih diantaranya:

a. Produk olahan UD. Bawang Putih

Beberapa produk yang langsung diproduksi oleh perusahaan UD. Bawang Putih antara lain :

- 1) Krupuk Stik
- 2) Krupuk Ebi

⁵ Hasil wawancara dengan ibu Naili Hidaningrum selaku pemilik ud. Bawang putih trangkil, pati.19 september 2019 jam 09.22 – selesai.

⁶ Hasil wawancara dengan ibu Naili Hidaningrum selaku pemilik ud. Bawang putih trangkil, pati.19 September 2019 jam 10.00 – selesai.

- 3) Krupuk Keju
 - 4) Krupuk Bandeng
 - 5) Untuk Yuyu
 - 6) Wedaran Asin
 - 7) Kecipun
 - 8) Pangsit Pedas
 - 9) Pangsit Daun Jeruk
 - 10) Pastel
 - 11) Kacang Telor
 - 12) Kacang Krispi
 - 13) Untir-Untir
 - 14) Potato Asin
 - 15) Telo Gadung
 - 16) Gadung
 - 17) Slondoh
 - 18) Tempe Asin
- b. Produk Mitra

Produk Mitra adalah produk yang diproduksi bukan oleh UD. Bawang Putih melainkan diproduksi oleh orang lain yang dipasarkan oleh UD. Bawang Putih. Penggunaan label produk menggunakan nama UD. Bawang Putih

Hal tersebut sudah mendapat persetujuan dari pihak-pihak yang bersangkutan. Produk mitra pada perusahaan UD. Bawang Putih antara lain:

- 1) Emping Jagung
 - 2) Semprong
 - 3) Kaoya
- c. Produk *Re-Packing* dari Pabrik

Produk *re-packing* merupakan produk dengan kemasan besar yang dihasilkan oleh industri olahan makanan selain UD. Bawang Putih dimana UD. Bawang Putih hanya mengemas ulang dan mencantumkan label produk UD. Bawang Putih. Sitem *re-packing* sudah mendapat persetujuan oleh pihak-pihak

terkait. Sistem *re-packing* hanya akan dilakukan jika terdapat pesanan dari konsumen. Beberapa produk *re-packing* antara lain:

- 1) Cipir
- 2) Ring Pedas
- 3) Cumi Pedas
- 4) Koin Pedas
- 5) Koin Original
- 6) Plinter BBQ
- 7) Plinter Balado
- 8) Tahu Ping Pong
- 9) Makroni Rujak
- 10) Makroni Mini Rujak
- 11) Koro Kix
- 12) Koro Kulit
- 13) Krupuk Kulit
- 14) Krupuk Tengiri
- 15) Krupuk Amplang
- 16) Sakura
- 17) Twist Jagung
- 18) Keong Pedas
- 19) Sus Kering
- 20) Kacang Polong Original
- 21) Kacang Polong Tepung
- 22) Kripik Gethuk
- 23) Marneng Asin
- 24) Marneng Pedas
- 25) Telor Ikan Original
- 26) Telor Ikan Pedas
- 27) Cheese Ball⁷

6. Prosedur dan Mekanisme Operasional

a. Produksi

Produksi adalah proses pembuatan barang mentah menjadi barang jadi ataupun

⁷ Hasil wawancara dengan ibu Naili Hidaningrum selaku pemilik ud. Bawang putih trangkil, pati. 19 September 2019 jam 10.00 – selesai.

barang setengah jadi menjadi barang jadi. Begitupun di UD. Bawang Putih Trangkil Pati ini, ada beberapa tahap dalam proses produksi atau membuat barang mentah menjadi barang jadi sehingga menjadikan produk siap untuk di pasarkan. Diantara proses tersebut antara lain:

1) Pemesanan

Pemesanan bisa melalui telepon atau pemesanan secara langsung di lokasi produksi maupun di salesnya.

2) Produksi

Proses pengolahan produk dilakukan oleh kurang lebih 64 karyawan yang terbagi di bagian penggorengan dan oven. Langkah umum yang dilakukan antara lain:

- a) Bumbu dan bahan (Bumbu disesuaikan dengan masing-masing produk)
- b) Blender bumbu
- c) *Mixing* bumbu dengan adonan
- d) Pengolahan (goreng atau oven)

3) Packing

Pada proses pengemasan ini dilakukan secara manual dengan mengemas sesuai ukuran permintaan. Proses pengemasan dilakukan oleh karyawan dimana masing-masing karyawan diberi tugas untuk mengemas beberapa jenis produk dengan jumlah kemasan yang telah ditentukan.

4) Sealer

Tahap sealer merupakan tahap menutup kemasan plastik satu per satu dengan 4 mesin sealer. Langkah ini dilakukan oleh 4 orang karyawan.

5) Sablon

Istilah sablon yang digunakan di perusahaan Bawang Putih adalah proses pemberian label produk. Pada proses penyablonan ini juga dilakukan secara

manual, yaitu dengan pemberian label produk, harga dan tanggal kadaluwarsa.

6) Finishing

Pada proses ini, beberapa karyawan akan merekatkan kemasan setelah disablon dengan 1 mesin sealer, dan merapikan kemasan dengan cara digunting.⁸

b. Sumber Daya Manusia

1) Perekrutan

Perekrutan karyawan di Bawang Putih mengutamakan karyawan yang berasal dari Desa Trangkil dan sekitarnya. Namun tidak menutup kemungkinan untuk menerima karyawan dari luar yang masih membutuhkan pekerjaan. Hingga saat ini UD. Bawang Putih Trangkil Pati telah mempekerjakan kurang lebih 40 orang karyawan. Mereka mulai bekerja pada pukul 07.00 s/d 15.00 WIB.

2) Kompensasi

Sistem gaji atau upah diberikan berdasarkan masing-masing departemen. Gaji yang di berikan oleh ud. Bawang putih trangkil pati semua menggunakan sistem borong.

3) Motivasi

Motivasi merupakan salah satu penunjang kinerja karyawan agar bisa melakukan tugasnya dengan lebih baik. Ada beberap bentuk motivasi yang digunakan oleh manajemen UD. Bawang Putih Trangkil Pati., antara lain:

a) Motivasi Positif

1) Rekreasi

Hadiah yang diberikan sesuai aspek yang dinilai berdasarkan

⁸ Hasil wawancara dengan ibu Naili Hidaningrum selaku pemilik ud. Bawang putih trangkil, pati. 19 september 2019 jam 09.22 – selesai.

keinginan manajemen UD. Bawang Putih Trangkil Pati.

- 2) Bonus yang diberikan kepada karyawan yang rajin
- b) Motivasi Negatif

Bentuk motivasi negatif yang diterapkan adalah denda yang dibebankan kepada karyawan yang datang terlambat ketika bekerja.

B. Data Peneliti

1. Data tentang Strategi Pengembangan Inovasi Produk Pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati

Setelah dilakukan observasi oleh peneliti dan telah terselesainya proses wawancara dengan beberapa pihak yang ada dalam perusahaan tersebut. Peneliti menemukan tentang informasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Bawang Putih Trangkil Pati dalam memasarkan produknya adalah dengan menggunakan strategi pengembangan produk dengan melakukan inovasi baru dan mengikuti permintaan pasar atau konsumen sehingga konsumen tidak lari ke produk lain dan tidak jenuh dengan produk yang itu-itu saja. Selain itu juga menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur, yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion).⁹

Inovasi produk adalah merupakan pengembangan produk baru atau lama oleh sebuah perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum sehingga menghasilkan perubahan produk baru yang bisa meningkatkan nilai jual pada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara di lapangan yang dilakukan peneliti dengan ibu Naili Hidayati Ningrum selaku penanggung jawab dari UD. Bawang Putih Trangkil Pati menyatakan bahwa:

⁹ Hasil observasi UD. Bawang Putih Trangkil Pati pada hari Kamis Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00- Selesai.

Bisnis akan cepat berkembang dan maju jika kita belajar mengenali konsumen dan belajar menjadi konsumen agar tau apa yang di butuhkan konsumen bukan fokus di keuntungan karna menurut saya dan juga buku yang pernah saya baca saat kita fokus pada apa yang di inginkan konsumen maka otomatis keuntungan akan mengikuti.¹⁰

Dengan adanya panduan strategi pengemabnagn inovasi produk yang dilakukan oleh UD. Bawang Putih Trangkil Pati juga menerapkan bauran penegembangan yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*) atau disebut 4P yang sebagai berikut penjelasannya:

a) Strategi produk

Strategi produk yang dilakukan UD. Bawang Putih Trangkil Pati adalah dengan menyediakan produk-produk yang bervariasi rasa sehingga pelanggan tidak merasa jenuh dengan produk yang di tawarkan UD. Bawang Putih Trangkil Pati.¹¹

“ dari hasil pengamatan dan wawancara dengan pemilik UD. Bawang Putih Trangkil Pati

Produk yang kita jual ada dua macam yaitu, produk olahan sendiri & produk re-pack dari pabrik atau dari mitra binaan kita.”¹²

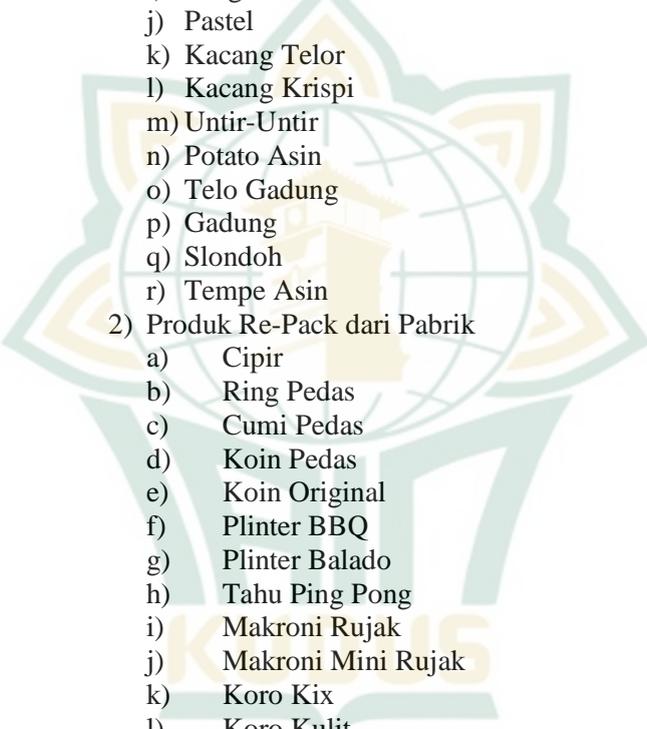
1) Produk dari Bawang Putih

- a) Krupuk Stik
- b) Krupuk Ebi
- c) Krupuk Keju

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

¹¹ Hasil opservasi UD. Bawang Putih Trangkil Pati pada hari Kamis Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 - Selesai.

¹² Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

- 
- d) Krupuk Bandeng
 - e) Untuk Yuyu
 - f) Wedaran Asin
 - g) Kecipun
 - h) Pangsit Pedas
 - i) Pangsit Daun Jeruk
 - j) Pastel
 - k) Kacang Telor
 - l) Kacang Krispi
 - m) Untir-Untir
 - n) Potato Asin
 - o) Telo Gadung
 - p) Gadung
 - q) Slondoh
 - r) Tempe Asin
- 2) Produk Re-Pack dari Pabrik
- a) Cipir
 - b) Ring Pedas
 - c) Cumi Pedas
 - d) Koin Pedas
 - e) Koin Original
 - f) Plinter BBQ
 - g) Plinter Balado
 - h) Tahu Ping Pong
 - i) Makroni Rujak
 - j) Makroni Mini Rujak
 - k) Koro Kix
 - l) Koro Kulit
 - m) Krupuk Kulit
 - n) Krupuk Tengiri
 - o) Krupuk Amplang
 - p) Sakura
 - q) Twist Jagung
 - r) Keong Pedas
 - s) Sus Kering
 - t) Kacang Polong Original
 - u) Kacang Polong Tepung
 - v) Kripik Gethuk

- w) Marneng Asin
 - x) Marneng Pedas
 - y) Telor Ikan Original
 - z) Telor Ikan Pedas
 - aa) Cheese Ball
- 3) Produk dari Mitra Binaan
- a) Emping Jagung
 - b) Semprong
 - c) Kaoya¹³

Untuk menarik pelanggan agar mau dan beli prodak kita di butuhkan strategi yang jitu dan pas untuk menarik peggan tersebut, banyak aspek dan faktor yang harus dilakukan sehingga kita bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal dari usaha yang telah kita laksanakan. Oleh karena itu, kami menciptakan strategi sebagai berikut:¹⁴

- a) Meemberikan cita rasa terbaik bagi kosumen sehingga konsumen merasa puas terhadap prodak kita, dan mau lagi memebeli prodak kita lagi.
- b) Menawarkan banyak pilihan produk bagi konsumen. Karena dengan pilihan rasa yang banyak sehingga konsumen tidak merasa jenuh dengan prodak kita, dengan banyaknya farian rasa konsumen bisa memilih farian rasa yang di inginkan, sehingga bisa meningkatkan omset penjualan perusahaan.

Dari data tersebut dapat di simpulkan bahawa UD. Bawang Putih Trangkil Pati melakukan banyak inovasi mulai dari

¹³ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai

¹⁴ Hasil opservasi UD. Bawang Putih Trangkil Pati pada hari Kamis Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 - Selesai

beberapa jenis makanan dan kemasan sehingga mampu menarik minat pembeli, jadi dari segi produk sangat di perhatikan sedetail mungkin sehingga mampu meningkatkan daya beli planggan secara otomatis omset perusahaan pun meningka.

b.) Strategi harga

Harga yang diberikan oleh UD. Bawang Putih Trangkil Pati dapat dikatakan sangat terjangkau dengan konsumen karena karena harga yang ditawarkan tidak mahal dan juga tidak murah, karena membedakan antara pasar moderen dan juga tradisional sehingga setiap kalangan bisa merasakan prodak UD. Bawang Putih Trangkil Pati.¹⁵

Strategi harga yang kita terapkan adalah menerapkan harga yang mayoritas serba Rp 7.000, ini kita terapkan agar konsumen selalu menjangkau produk kita meskipun ada kenaikan bahan baku. Kenapa saya memilih range harga Rp 7.000 karena menurut saya itu harga tengah-tengah, tidak murah & tidak mahal. Karena saya menerapkan stategi harga yang mayoritas sama jadi yang saya ubah adalah gramasinya. Disini saya yang harus jeli terhadap harga bahan baku, karena jika lalai update bahan baku saya yang mengalami kerugian.¹⁶

Adapun beberapa harga yang ditawarkan kepada konsumen dengan cara membedakan pemasarannya antara pasar tradisional dan pasar

¹⁵ Hasil Opservasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

¹⁶ Hasil Wawncara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

moderen. Sehingga pemetaan harga lebih mudah dan mampu membedakan jenis konsumen.¹⁷

Harga yang di tawarkan untuk pasar tradisional, harga yang di tawarkan kisaran Rp 500 itu dengan kemasan kecil sedangkan pasar moderen harga yang di tawarkan Rp 7000 hingga Rp 10.000 dengan harga segitu tidak terlalu murah dan terlalu mahal bagi konsumen.¹⁸

Dari data di atas dapat di simpulkan bahwa untuk strategi harga yang di terapkan menggunakan harga yang tidak murah dan juga mahal sehingga dari beberapa kalangan konsumen mampu menjangkau dengan harga yang di tawarkan ud. Bawang putih trangkil pati.

c.) Strategi tempat

Tempat yang di maksud adalah tempat distribusi yang di dalamnya merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan yang di jual, di peroleh dan tersedia bagi planggan sasaran.¹⁹

Ud. Bawang putih trangkil pati mempunyai satu tempat produksi. Hal ini tujuannya adalah dapat memudahkan konsumen utuk melihat proses produksi sehinga konsumen tau bahwa bahan – bahan yang di gunakan sangat berkualitas dan higienis.²⁰

Adapun strategi lain yang di lakukan ud. Bawang putih trangkil pati dengan beberapa cara

¹⁷ Hasil Opservasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

¹⁹ Hasil Opservasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

²⁰ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

sehingga memedahkan dalam proses marketing dan mampu meminimalis pengeluaran perusahaan²¹

Strategi kami mendistribusikan barang adalah dengan jemput bola. Kita ada team marketing yang setiap hari melakukan pengiriman barang dengan sistem canvas. Sehingga mampu memaksimalkan waktu sebaik mungkin untuk meminimalis resiko yang ad.²²

d.) Strategi promosi

Promosi merupakan hal yang sangat terpenting agar produk yang di tawarkan oleh perusahaan ud. Bawang putih trangkil pati agar dapat di kenal oleh masyarakat luas, entah masyarakat lokal maupun non lokal . dalam melakukan promosi ud. Bawang putih trangkil pati ini memperkenalkan produknya mengenai kualitas produknya serta harga sesuai dengan tujuan agar menarik konsumen untuk membeli.

Dalam sebuah promosi di butuhkan sebuah etika dalam berkomunikasi seperti halnya dengan kesopanan dalma berbahasa serta sikap dalam menjelaskan kepada konsumen menegenai informasi yang telahdi berikan ud. Bawang putih trangkil pati sebagai daya tarik terhadap konsumen.²³

Promosi yang dilakukan ibu nili hidaningrum selaku penanggung jawab ud. Bawang putih trangkil pati, bliau mengatakan bahwa:

Strategi jemput bola, jadi team marketing harus selalu aktif melihat perkembangan toko modern, jika melakukan kunjungan rutin toko juga harus

²¹ Hasil Opservasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

²² Hasil Wawancara dengan Ibu \

Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

²³ Hasil Opservasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

melihat dan mencari apakah ada toko baru yang bisa ditawarkan produk kita. Karena semakin banyak toko yang ada produk kita maka semakin banyak dikenal orang banyak.²⁴

Selain secara manual ud. Bawang putih tarangkil pati juga melakukan promosi secara online dengan cara memanfaatkan perkembangan zaman pada saat ini sehingga produk kita bisa dikenal oleh masyarakat luas dalam dunia maya.²⁵

Dalam Strategi online. Kita memanfaatkan perkembangan teknologi untuk melakukan promosi. Dengan cara memposting produk kita di dunia maya dengan menggunakan kepesen atau foto – foto yang menarik sehingga pelanggan yang melihat bisa langsung tertarik dan mau membelinya. Untuk media yang kami gunakan antara lain:

- a) Facebook
- b) Whatsapp
- c) Google Bisnis²⁶

Dapat disimpulkan bahwa dalam sistem promosi yang dilakukan ud. Bawang putih yaitu dengan cara jemput bola dan juga memanfaatkan perkembangan zaman, yaitu dengan menggunakan media sosial yang sudah mulai berkembang pada saat ini, jadi dalam melakukan promosi lebih maksimal dibandingkan yang sebelumnya.

²⁴ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

²⁵ Hasil Observasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

²⁶ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 25 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

2. Data tentang pengembangan inovasi produk pada kemasan yang dapat meningkatkan omset penjualan pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati

Melakukan inovasi produk baru mengikuti selera konsumen setiap saat agar konsumen tidak jenuh. Inovasi – inovasi baru sangat di butuhkan mengingat semakin banyaknya konsumen kaum milenial yang senang dengan prodak baru jadi perusahaan selalu mengikuti perkembangan zaman dengan selalu menyediakan selera dari konsumen tersebut.²⁷

Inovasi yang dilakukan UD. Bawang Putih terutama dalam kemasan sehingga bisa membuat minat beli pelanggan, sebenarnya yang menjadi pr bagi kami adalah bagai mana membuat pelangan langsung tertarik dengan barang kita atau prodak kita, sehingga kami menggunakan bahan – bahan yang berkualitas dan melakukan beberapa inovasi dalam jenius plastik yang dulunya biasa saja dan pada sablonnya agar menjadi lebih bagus dan menarik minat peggan.²⁸ dengan cara sebagai berikut :

1. Untuk kemasan kita menggunakan plastik tebal kaca sehingga kemasan terlihat mengkilap & bersih.
2. Sablon kertas kita ganti dengan stiker dengan desain baru agar terlihat fresh & menarik.²⁹

Dalam inovasi kami tentunya yang di harakan oleh perusahan adalah mendapatkan omset penjualan yang sekiranya perusahaan akan tetap bisa beroprasi

²⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 01 Oktober 2019 Pukul 09.30 – Selesai.

²⁸ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 01 Oktober 2019 Pukul 09.30 – Selesai.

²⁹ Hasil Observasi dan Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 01 Oktober 2019 Pukul 09.30 – Selesai.

dan mampu memberikan lapangan pekerjaan bagi orang – orang di sekitar perusahaan .³⁰

Omset yang di dapatkan perusahaan setelah melakukan inovasi rata – rata 30% dan kadang mengalami penurunan tergantung permintaan pelanggan kalau musim anak masuk sekolah, orang tua lebih mementingkan membelikan seragam dan lain-lain. Jadi, omset hanya naik sekitar 20% saja.³¹

Tabel 4.1 Modal Perusahaan Tahun 2019 dari Bulan Januari – Agustus

NO	MODAL AWAL	KEUNTUNGAN	HASIL INOVASI
1	Rp.130.000.000	30%	Rp. 39.000.000
2	Rp. 130.000.000	30%	Rp. 39.000.000
3	Rp. 130.000.000	30%	Rp. 39.000.000
4	Rp. 130.000.000	20%	Rp. 26.000.000
5	Rp. 130.000.000	30%	Rp. 39.000.000
6	Rp. 130.000.000	30%	Rp. 39.000.000
7	Rp. 130.000.000	30%	Rp. 39.000.000
8	Rp. 130.000.000	30%	Rp. 39.000.000

³⁰ Hasil Observasi dan Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 09.30 – Selesai.

³¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 09.30 – Selesai.

Tabel 4.2 Keuntungan Tahun 2019 Dari Bulan Januari – Agustus

NO	BULAN	KE UNTUNGAN
1	JANUARI	30%
2	FEBUARI	30%
3	MARET	30%
4	APRIL	20%
5	MEI	30%
6	JUNI	30%
7	JULI	30%
8	AGUSTUS	30%

Gambar 4.2 Keuntungan dari bulan Januari – Agustus 2019



3. Data tentang kendala apa saja pada inovasi produk guna meningkatkan omset penjualan pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati

Hasil data yang di peroleh dari ud. Bawang putih trangkil pati tentang kendala apa saja untuk meningkatkan omset penjualan adalah mengenai beberapa faktor baik dari segi modal, peralatan mesin yang masih sederhana, kualitas produk terbatas, belum memiliki perencanaan yang secara tertulis dan kurangnya promosi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Naili hidaningrum selaku penanggung jawab pada ud. Bawang putih trangkil pati mengatakan bahwa:

a. Modal

Dalam hal ini permodalan sangat pening dal perusahaan, oleh karna itu jika ada kendala dalam permodalan menjadi faktor penghamt dalam perputaran uang di ud. Bawang putih trangkil pati sehingga ini bisa memepengaruhi pendapatan perusahaan.³²

Kendala yang pernah di alami oleh ud. Bawang putih trangkil pati yaitu Piutang toko yang dibayarkan tidak sesuai perjanjian membuat perputaran modal kadang terkendala. Oleh karna itu kami dituntut harus bisa memaksimalkan modal yang ada agar sistem tetap berjalan.³³

Dari data di atas dapat di simpulkan bahwa modal juga sangat penting dalam perusahaan karena sewaktu – waktu jika piutang toko mengalami ketidak sesuaian dala melakukan pembayaran itu bisa menjadi kendal dalam perusahaan.

³² Hasil Opservasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

³³ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

b. Peralatan mesin yang masih sederhana

Peralatan yang sederhana sangat mempengaruhi target pesanan yang diminta oleh konsumen oleh karena itu dari ud. Bawang putih sendiri berusaha semaksimal mungkin untuk tidak membuat pelanggan kecewa kepada perusahaan.³⁴

Kapasitas produksi yang belum maksimal, kadang ada permintaan konsumen tetapi kita tidak bisa memenuhi. Oleh karena itu kami berusaha sebisa mungkin untuk memenuhi permintaan konsumen. Yaitu dengan cara meminimalisir dengan mitra kerja kita.³⁵

Dari data diatas dapat di simpulkan bahwa peralatan yang sederhana juga dapat berpengaruh pada permintaan konsumen oleh karena itu perusahaan semaksimal mungkin berusaha agar konsumen tidak kecewa dengan cara kerjasama dengan mitra kerja atau produk mitra.

c. Kualitas produk terbatas

Kualitas produk terbatas adalah produk yang sangat tergantung pada lingkungan yang ada seperti cuaca oleh karena itu perusahaan harus mempunyai solusi untuk itu maka kami menggunakan open walau tak bisa maksimal tapi setidaknya masih bisa meminimalisir.³⁶

Produk yang mengandalkan cuaca terkadang membuat hasil tidak maksimal & tidak sesuai standart mutu tetap harus terjual. Produk kami yang masih mengandalkan cuaca seperti krupuk

³⁴ Hasil Observasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 19 September 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

³⁵ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 01 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

³⁶ Hasil Observasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 01 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

sangat mengandalkan cuaca jika lagi musim penghujan maka prodak yang di hasilkan kurang begitu mkasimal.³⁷

Dari data di atas dapat di simpulkan bahwa kalau kualitas produk yang terbatas sangat berpengaruh pada produk yang mengandalkan pada cuaca, walau kualitas produk kurang maksimal tapi produk harus tetapterjual.

d. Belum memiliki perencanaan pemasaran secara tertulis

Belum memiliki perencanaan pemasaran yang secara tertulis, perusahaan ud. Bawang putih trangkil pati sudah menerapkan pemesanan secara tertulis guna untuk memudahkan kita agar sistem pemasaran bisa berjalan dengan lancar walaupun terkadang tak sesuai dengan ekspektasi kita masih ada kendala di lapangan.³⁸

Perencanaan pemasaran sudah dilakukan secara berkala & teratur, tetapi kadang terkendala dengan jadwal toko yang ada peraturan tagihan per tanggal berapa, PO tanggal berapa sehingga kadang bentrok dengan toko yang lain.³⁹

Dari data di atas dapat di simpulkan bahwa ud. Bawang putih trangkil pati sudah menerapkan sistem pemasaran secara tertulis guna untuk memudahkan dalam pemasaran, walau pun sudah mengunkan perencanaan yang matang masih saja ada kendala di lapangan misal di penagihan di lapangan.

e. Kurangnya promosi

³⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

³⁸ Hasil Opservasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

³⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

Kurangnya promosi mungkin tidak karena kami sudah melakukan promosi secara menyeluruh dengan menggunakan secara online dan offline untuk online kami menggunakan media sosial baik fb, wa dan google bisnis dan sedangkan yang offline kita datang ke toko-toko untuk menawarkan produk kita, kendala di promosi terdapat pada tenaga kerjanya karena masih menggunakan dua tim saja.⁴⁰

Kendala yang kita alami kurangnya tenaga untuk melakukan promosi secara berkala karena kami hanya mengandalkan 2 tim itu pun sudah ada persinya masing-masing, yang pertama di pasar modern dan pasar tradisional, mungkin kedepannya kita akan menambahkan pegawai lagi di bagian promosi dan pemasaran.⁴¹

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh UD. Bawang Putih Trangkil Pati sudah maksimal hanya saja terkenala pada tenaga kerja untuk melakukan promosi secara berkala, oleh karena itu kami memaksimalkan mungkin melakukan promosi secara online di media masa yang ada.

C. Pembahasan dan Analisis

1. Analisis Strategi Pengembangan Inovasi Produk pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati

Inovasi produk adalah perubahan dalam karakteristik atau kinerja dari produk atau jasa yang ada atau penciptaan dari produk atau jasa yang sama sekali baru.⁴² Inovasi produk

⁴⁰ Hasil Observasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

⁴¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

⁴² Dr. Rofiaty, SE, MM, Inovasi Dan Kinerja, knowing behavior pada ukm, Malang, 2012, Ub Press, Hal 64.

merupakan pengembangan produk baru oleh sebuah perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Dari titik lama yang sudah mencapai titik jenuh di pasaran, di perlukan untuk mengganti produk yang telah lama tersebut. Setiap perusahaan harus menciptakan inovasi untuk memperluas pasar baru serta mempertahankan pangsa pasar mereka saat ini. Salah satu inovasi yang dapat dikembangkan yaitu melalui inovasi produk.

Dari data di atas, peneliti menganalisis bahwa strategi pengembangan inovasi produk yang digunakan oleh UD. Bawang Putih Trangkil Pati ada dua strategi yaitu dengan melakukan inovasi baru dan mengikuti permintaan pasar atau konsumen sehingga konsumen tidak lari ke produk lain dan tidak jenuh dengan produk yang itu-itu saja dan juga menggunakan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur, yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion).⁴³ Berikut strategi pengembangan produk melalui bauran pemasaran 4 P yang dilakukan oleh UD. Bawang Putih Trangkil Pati sebagai berikut:

a. Strategi Produk

Peneliti menganalisis bahwa strategi produk yang dilakukan UD. Bawang Putih Trangkil Pati adalah dengan menyediakan produk-produk bervariasi rasa sehingga pelanggan tidak merasa jenuh dengan produk yang ditawarkan UD. Bawang Putih Trangkil Pati.⁴⁴

b. Strategi Harga

⁴³ Hasil opservasi UD. Bawang Putih Trangkil Pati pada hari Kamis Tanggal 19 September 2019 Pukul 09.30- Selesai.

⁴⁴ Hasil opservasi UD. Bawang Putih Trangkil Pati pada hari Kamis Tanggal 19 September 2019 Pukul 09.30- Selesai.

Peneliti menganalisis bahwa strategi harga yang dilakukan UD. Bawang Putih adalah dengan memberikan harga yang terjangkau baik itu tidak mahal dan juga tidak murah, sehingga semua konsumen dapat menjangkaunya yaitu dengan memberikan semua harga mayoritas kisaran Rp 7000⁴⁵

c. Strategi Tempat

Peneliti menganalisis bahwa strategi tempat yang dilakukan UD. Bawang Putih Trangkil Pati adalah menyediakan satu tempat produksi yang bisa memudahkan semua konsumen untuk menjangkaunya dan bisa melihat bagaimana pembuatannya di tempat produksi tersebut, sehingga bisa membuat konsumen tambah percaya tentang kualitas dan higienisnya dalam proses produksinya.⁴⁶

d. Strategi Promosi

Peneliti menganalisis bahwa strategi promosi yang dilakukan UD Bawang Putih Trangkil Pati adalah dengan cara jemput bola dan juga memanfaatkan perkembangan zaman, yaitu dengan menggunakan media sosial yang sudah mulai berkembang seperti melalui facebook, whatsapp dan google bisnis.⁴⁷ Sehingga dengan strategi tersebut, UD Bawang Putih akan dikenal luas oleh masyarakat.⁴⁸

⁴⁵ Hasil Opservasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 19 September 2019 Pukul 09.30 – Selesai.

⁴⁶ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 19 September 2019 Pukul 09.30 – Selesai.

⁴⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 19 September 2019 Pukul 09.30 – Selesai.

⁴⁸ Hasil Opservasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 19 September 2019 Pukul 09.30 – Selesai.

2. Analisis Cara Pengembangan Inovasi Produk pada Kemasan yang Baik Agar dapat Meningkatkan Omset Penjualan pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati

Peneliti menganalisis bahwa pengembangan inovasi produk yang dilakukan UD Bawang Putih Trangkil Pati yang dapat meningkatkan omset penjualan adalah inovasi pada kemasan produk.⁴⁹ Adapun strategi kemasan yang dilakukan adalah ada dua strategi yaitu

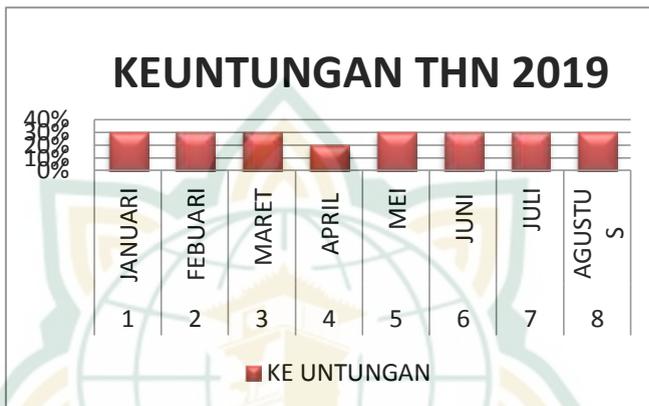
- a. Untuk kemasan kita menggunakan plastik tebal kaca sehingga kemasan terlihat mengkilap & bersih.
- b. Sablon kertas kita ganti dengan stiker dengan desain baru agar terlihat fresh & menarik.⁵⁰

Sedangkan omset yang didapat UD Bawang Putih Trangkil Pati dari inovasi produk yang dilakukan adalah terlihat dalam gambar 4.2 sebelumnya:

⁴⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 19 September 2019 Pukul 09.30 – Selesai.

⁵⁰ Hasil Observasi dan Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 01 Oktober 2019 Pukul 09.30 – Selesai.

Gambar 4.3 Keuntungan dari bulan Januari – Agustus 2019⁵¹



Dari gambar di atas terlihat bahwa omset yang didapat UD Bawang Putih pada tahun 2019 mulai bulan Januari sampai Agustus hampir dikatakan stabil atau rata-rata mendapatkan keuntungan 30%. Hanya pada bulan April UD Bawang Putih Trangkil Pati keuntungannya mengalami penurunan yaitu 20%. Hal tersebut dikarenakan pada bulan tersebut konsumen lebih memilih untuk melakukan pembelian terhadap barang-barang kebutuhan sekolah untuk anak-anaknya.

3. Analisis Kendala pada Inovasi Produk Guna Meningkatkan Omset Penjualan pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati

Peneliti menganalisis bahwa ada beberapa kendala yang dihadapi UD Bawang Putih Trangkil Pati dalam pengembangan inovasi produknya guna

⁵¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 09.30 – Selesai.

meningkatkan omset penjualan, di antaranya adalah:

a. Kendala dalam hal modal

Kendala yang pernah di alami oleh UD. Bawang Putih Trangkil Pati yaitu piutang toko yang dibayarkan tidak sesuai perjanjian membuat perputaran modal kadang terkendala. Oleh karna itu kami dituntut harus bisa memaksimalkan modal yang ada agar sistem tetap berjalan.⁵²

b. Peralatan mesin yang masih sederhana

Peralatan yang masih sederhana sangat mempengaruhi tarjet pesanan yang diminta oleh konsumen.⁵³ Kapasitas produksi yang belum maksimal, kadang ada permintaan konsumen tetapi kita tidak bisa terpenuhi. Oleh karna itu UD. Bawang Putih Trangkil Pati berusaha sebisa mungkin untuk memenuhi permintaan konsumen. Yaitu dengan cara meminimalisir dengan mitra kerja.⁵⁴

c. Kualitas produk terbatas

Produk UD Bawang Putih Trangkil Pati sangat tergantung pada lingkungan yang ada, seperti tergantung pada cuaca. Produk yang mengandalkan cuaca terkadang membuat hasil tidak maksimal & tidak sesuai standart mutu tetap harus terjual. Produk UD Bawang Putih yang masih mengandalkan cuaca seperti krupuk sangat mengandalkan cuaca jika lagi musim penghujan maka prodak yang di hasilkan

⁵² Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

⁵³ Hasil Opservasi pada UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 01 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

⁵⁴ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 01 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

kurang begitu maksimal. Oleh karena itu UD Bawang Putih mencoba untuk meminimalisir masalah dengan menggunakan oppen walaupun hasilnya tidak bisa maksimal.⁵⁵

- d. Belum memiliki perencanaan pemasaran secara tertulis

Walaupun UD Bawang Putih Trangkil Pati sudah menerapkan rencana pemasaran, namun masih ada beberapa kendala yang dihadapi dalam lapangan. Seperti, jadwal toko yang ada peraturan tagihan per tanggal berapa dan juga PO tanggal berapa sehingga kadang bentrok dengan toko yang lain.⁵⁶

- e. Kurangnya promosi

Kendala yang dihadapi oleh UD Bawang Putih Trangkil Pati adalah kurangnya tenaga kerja untuk melakukan promosi secara berkala. UD Bawang Putih Trangkil Pati hanya mengendalkan 2 tim, itu pun sudah ada porsinya masing-masing, yang pertama di pasar moderen dan pasar tradisional.⁵⁷

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

⁵⁶ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.

⁵⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Naili Hidaningrum Selaku Penanggung Jawab UD. Bawang Putih Trangkil Pati Tanggal 1 Oktober 2019 Pukul 10.00 – Selesai.