

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pembangunan dibidang ekonomi merupakan salah satu usaha untuk menciptakan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Pembangunan ekonomi yang menghendaki adanya kesinambungan, keserasian, keseimbangan, dan kemitraan yang saling menunjang antara semua pelaku ekonomi merupakan harapan bangsa Indonesia untuk mencapai kemakmuran rakyat.

Semakin berkembangnya zaman maka semakin besar juga tantangan perekonomian yang dihadapi, terlebih pada tahun 2020 perekonomian dunia sedang diuji kekuatannya karena dampak dari adanya virus covid-19 yang datang pada awal tahun 2020. Beberapa negara di belahan dunia pada pertengahan tahun sudah merasakan turunnya perekonomian, termasuk Indonesia.

Menurut World Health Organization (WHO), *Coronaviruses* (COV) adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Infeksi virus ini dinamakan Covid-19. Pandemi *Corona Virus Disease* (COVID-19) memberikan dampak yang cukup besar di berbagai sektor di Indonesia, khususnya di bidang bisnis. Wabah corona yang semakin masif akhir-akhir ini pada akhirnya mengganggu proses pemasaran hingga titik yang signifikan. Hal tersebut terjadi akibat adanya pembatasan pergerakan masyarakat dan banyaknya karyawan yang bekerja melalui metode *Work From Home* (WFH). Demi mengatasi masalah tersebut masyarakat perlu sadar akan peluang bisnis yang muncul agar bisa mendapatkan keuntungan.

Salah satu upaya pemberdayaan pada sektor yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia yaitu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) naik atau turunnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya keterlibatan UMKM. UMKM mempunyai kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian nasional.

Berdasarkan PP Nomor 7 tahun 2021 mengenai pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah, dapat diartikan bahwa pemerintah sangat mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah dan berharap dengan adanya para pelaku usaha ini dapat mengurangi angka pengangguran yang ada di Indonesia. Dalam menjalankan Usaha Mikro Kecil Menengah sebagai salah satu kegiatan ekonomi rakyat, seperti yang sudah ditegaskan pada PP Nomor 7 Tahun 2021, Dengan kriteria usaha :

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki modal usaha maksimal Rp 1.000.000.000,00 (Satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki modal usaha lebih dari Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dengan nominal maksimal sampai dengan Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) diluar tanah dan bangunan tempat usaha.

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 15.000.000.000,00 (lima belas milyar rupiah)

3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (Lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

Dalam proses manajerial pada UMKM cukup mudah karena tidak ada pemisah antara pemilik dengan pengelolanya. Tugas seorang pemilik adalah sekaligus menjadi pengelola yang bekerja langsung dalam kegiatan usaha dan berinteraksi dengan konsumen. Selain itu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga harus dikembangkan agar mempunyai daya saing yang kuat untuk menghadapi kompetisi pasar bebas dan persaingan bisnis yang semakin kuat ketat.

Salah satu pelaku usaha UMKM dan anggota dari Kopinkra Mitra Boga Utama adalah Bapak Sugianto. Beliau adalah pengusaha snack makanan ringan yang telah menekuni usahanya sejak tahun 2011. Beliau setiap bulannya melakukan pembelian bahan baku tepung kurang lebih sebanyak 40 sak yang mana per sak beratnya @25kg, untuk jenis jenis produk yang diproduksi ada bermacam-macam yaitu kue tambang, pangsit, krupuk bawang, keripik singkong gadung, makaroni

asin yang mana untuk bahan dasarnya tidak dari tepung terigu semua seperti Keripik Singkong Gadung yang berbahan dasar dari Singkong yang sudah diolah kemudian ada Makaroni Asin yang berbahan dasar mentah (*Grasak*) jadi langsung tinggal proses menggoreng dan untuk kue tambang, pangsit, dan kerupuk bawang merupakan bahan dasar dari tepung terigu untuk nama Usaha dari Bapak Sugianto yaitu “Naja Jaya Snack” yang diambil dari anak pertamanya. Untuk usaha bapak Sugianto beralamat di Kampung Sabetan, Desa. Welahan Rt04/Rw04, Kec. Welahan, Kab. Jepara Jawa Tengah. Naja Jaya Snack juga telah mendapatkan sertifikasi Produk Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) dengan nomor P-IRT. Nomor : 206332001061917. Usaha Naja Jaya Snack per harinya mampu memproduksi sebanyak 3-4 Ball atau 1 ball nya 25Kg Tepung Terigu berarti setiap hari mampu menghabiskan Tepung Terigu sebanyak 100Kg dan itu hanya produk kue tambang, pangsit, dan kerupuk bawang saja, untuk keripik singkong gadung dan makaroni asin setiap harinya mampu menggoreng 10 sak yang mana per saknya 25Kg.

Dalam pengemasan produk kue tambang, kerupuk bawang, pangsit, makaroni asin dan keripik singkong gadung masih sederhana menggunakan plastik yang ketebalannya 0,5 untuk kue tambang sendiri nama di kemasan hanya dengan sablon plastik biasa sedangkan kerupuk bawang, pangsit, makaroni asin dan keripik singkong gadung sudah menggunakan Cap/Label

Sedangkan untuk keadaan tempat produksi Naja Jaya Snack masih sederhana, tempat produksinya dan rumah dari pemilik usaha tersebut masih menyatu, untuk proses produksinya sudah dibantu dengan mesin mesin yang sederhana tetapi untuk proses pengemasan masih manual menggunakan tenaga manusia. Produk yang dihasilkan dari usaha di pajang di Toko Naja Jaya Snack yang pasar sarasannya konsumen akhir dan para reseller serta dipasarkan ke beberapa pasar tradisional yang ada di sekitar Kabupaten Jepara, dan untuk pemasarannya tidak hanya di Jepara saja tapi sudah sampai di beberapa kota antara lain Demak, Semarang, Kudus, Solo, Sukoharjo bahkan untuk sekarang pemasarannya sampai ke daerah Pangkalan Bun Kalimantan Tengah melalui Ekspedisi Cargo.

Pada tahun 2018 Naja Jaya Snack juga membuka toko grosir snack untuk meningkatkan penjualannya dan mengembangkan usahanya, setelah adanya toko tersebut membuat penjualan dan permintaan naik signifikan, apalagi toko tersebut strategis karena dekat dengan Pasar Tradisional Welahan yang hanya berjarak - +200 m , adanya toko memudahkan konsumen dan pelanggan untuk berbelanja atau beli camilan langsung di toko yang harganya lebih mede dibandingkan di pasar pasar, dan Toko Naja Jaya Snack juga menerima Open Delivery ke pelanggan pelanggan tetapi dengan pembelian partai besar, untuk produk yang diujakan di Toko Naja Jaya Snack tidak hanya produk sendiri tapi berbagai produk olahan camilan & snack tersedia , sehingga pelanggan bisa memilih variasi camilan apa yang ingin dibeli, untuk kasirnya Toko Naja Jaya Snack sudah menggunakan

Komputer serta pembayarannya juga bisa lewat Qris sehingga ketika pelanggan lupa bawa uang tunai bisa membayar menggunakan E-wallet serta memudahkan dalam pembukuan Laporan Keuangannya.

Perusahaan Naja Jaya Snack mengalami perkembangan penjualan yang cukup signifikan setelah badai covid 19 mereda, tetapi karena keterbatasan mesin dan untuk tenaga masih manual menggunakan tenaga manusia untuk produksinya masih tetap antara 3-4 Ball saja. Berikut merupakan tabel tentang perkembangan penjualan Naja Jaya Snack.

**Tabel 1. 1 Perkembangan Penjualan pada perusahaan Naja Jaya Snack
2018-2022**

TAHUN	Total Penjualan per Tahun (Rp)	Perkembangan Penjualan (%)
2018	Rp 653.000.000,00	0,00
2019	Rp 708.000.000,00	8
2020	Rp 620.000.000,00	(12,43)
2021	Rp 563.000.000,00	(9,19)
2022	Rp 755.000.000,00	34,10

Sumber : Laporan Keuangan Naja Jaya Snack

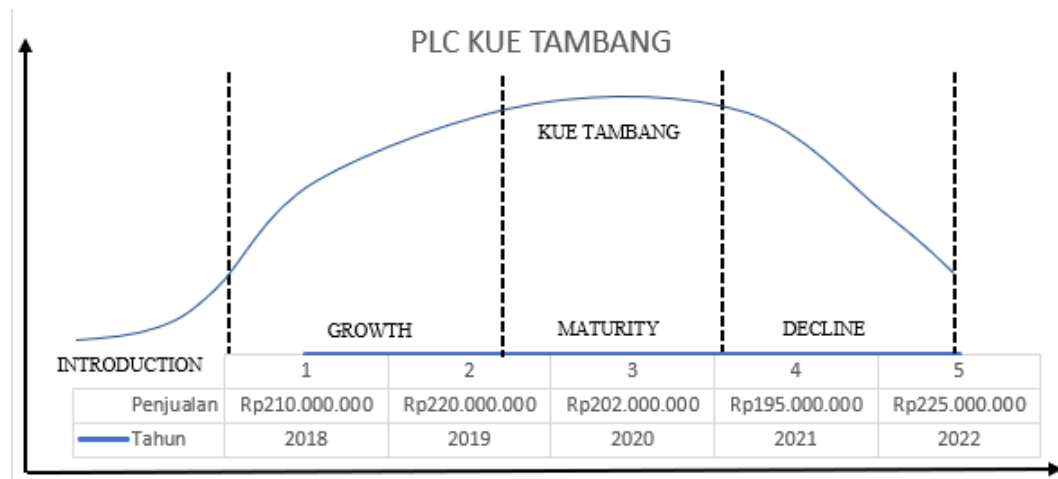
Berdasarkan **Tabel 1.1** terlihat bahwa penjualan pada Naja Jaya Snack sempat naik sebesar 8% antara tahun 2018-2019 dan ketika Covid 19 melanda Indonesia omzet penjualan mengalami penurunan yang begitu signifikan dikarenakan banyaknya pasar tradisional yang di tutup dan buka pada waktu jam jam tertentu saja yang sangat berimbas kepada tingkat penjualan pada perusahaan Naja Jaya Snack pada tahun 2020-2021. Dan setelah pandemi Covid 19 berakhir di tahun 2022 dan dibukanya pasar pasar tradisional dan akses transportasi di beberapa wilayah membuat penjualan pada Naja Jaya Snack meningkat.

Tabel 1. 2 Daftar Harga Produk Naja Jaya Snack dan Pesaing

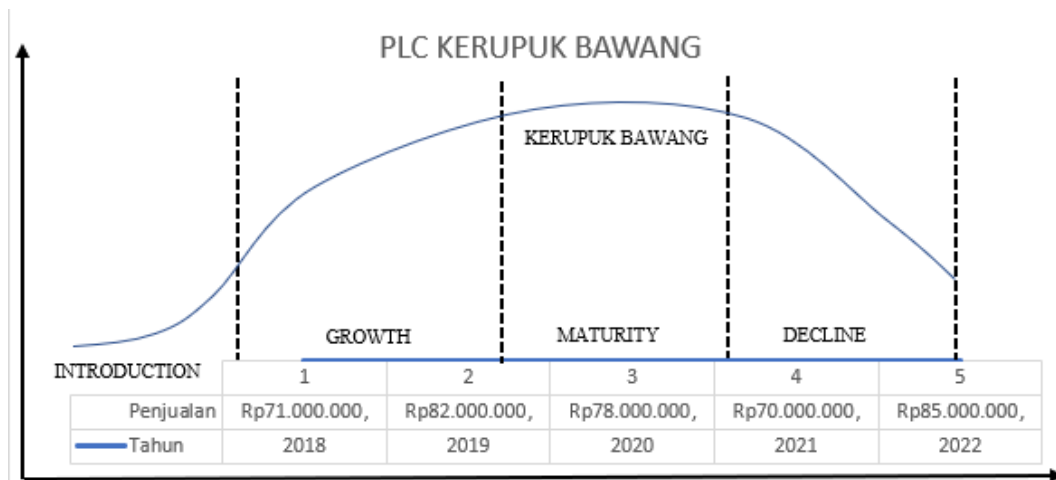
No	Nama Produk	Harga Produk Naja Jaya		Harga Pesaing Rahma Jaya	
		Harga Grosir/Kg	Harga Ecer/Kg	Harga Grosir/Kg	Harga Ecer/Kg
1	Kue Tambang	Rp22.000	Rp27.000	Rp20.000	Rp25.000
2	Kerupuk Bawang	Rp20.000	Rp25.000	Rp19.000	Rp23.000
3	Keripik Singkong Gadung	Rp24.000	Rp28.000	Rp23.000	Rp28.000
4	Makaroni Asin	Rp22.000	Rp29.000	Rp21.000	Rp23.000

Sumber : Data Pemilik dan survei pesaing

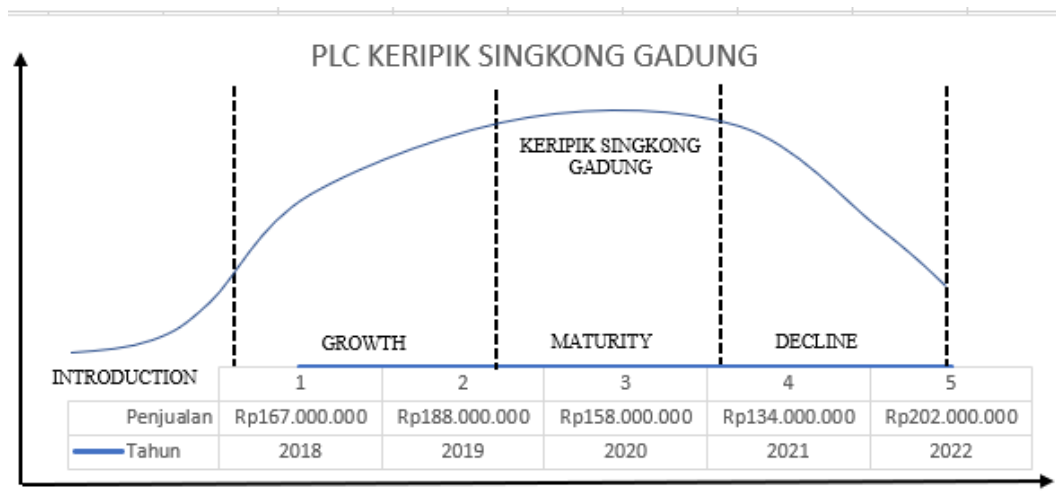
Berdasarkan **Tabel 1.2** Produk Naja Jaya Snack terutama di varian Kue Tambang yang paling diminati meskipun harganya tergolong mahal dibandingkan dengan pesaing yang harganya lebih murah tetapi banyak konsumen tetap memilih Kue Tambang dari Naja Jaya Snack. Dikarenakan bahan baku Tepung Terigu yang digunakan lebih berkualitas yaitu menggunakan merk Tali Emas yang mempunyai tekstur renyah serta tidak menggunakan pemanis buatan.



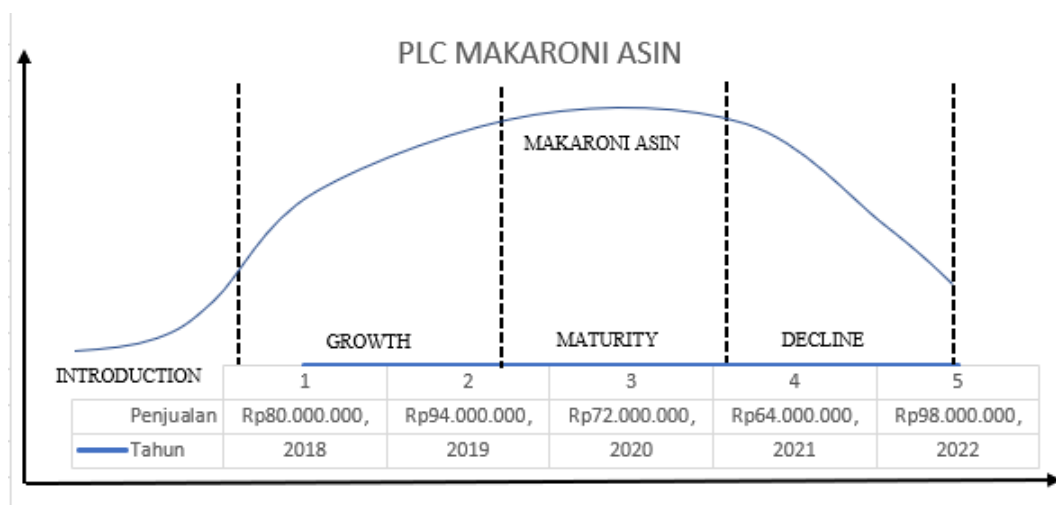
Gambar 1. 1 Product Life Cycle Kue Tambang



Gambar 1. 4 Product Life Cycle Kerupuk Bawang



Gambar 1. 3 Product Life Cycle Keripik Singkong Gadung



Gambar 1. 2 Product Life Cycle Makaroni Asin

Berdasarkan Grafik *Product Life Cycle (PLC)* di atas menunjukkan bahwa pada produk Naja Jaya Snack berada di fase *Maturity* (mapan). Artinya pada tahap ini konsumen telah sampai pada titik kepuasan maksimum. Konsumen selalu ingin kebaruan. Ketika pesaing menawarkan produk yang lebih baru, baik dari segi variasi rasa, kemasan, kualitas dan lain sebagainya. Konsumen cenderung akan beralih untuk mengkonsumsi produk tersebut, karena produk yang ditawarkan oleh Naja Jaya Snack sudah ada sejak sepuluh tahun yang lalu. Maka jika dibiarkan lambat laun produk Naja Jaya Snack akan berada di fase *Decline* (Penurunan), upaya untuk mengatasi penurunan tersebut adalah dengan melakukan pengembangan produk, dengan menambahkan variasi rasa kemudian kemasan yang berbeda. Adapun produk yang ingin dikembangkan yaitu menginovasikan produk yang sudah ada dengan merubah varian rasa dan bentuk diantaranya : Kue Tambang Mini, Kue Tambang Red Velvet, Kue Tambang Pandan, Kue Tambang Matcha, Keripik Singkong Gadung Presto, Keripik Singkong Gadung Pedas, Keripik Singkong Gadung Manis, Kerupuk Bawang Wortel, Kerupuk Bawang Seledri, Kerupuk Bawang Wortel, Makaroni Pedas, Makaroni Rujak, Makaroni Daun Jeruk serta dengan kemasan *Packaging Standing Pouch*.

Fenomena perubahan kebutuhan dan gaya hidup yang disebabkan perkembangan zaman ini memacu Naja Jaya Snack selaku produsen untuk terus berinovasi karena bertujuan untuk tetap berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba Naja Jaya Snack. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha dan membina pelanggan, serta

untuk menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran melakukan strategi yang baik untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada, sehingga posisi atau kedudukan Naja Jaya Snack di pasar dapat dipertahankan sekaligus ditingkatkan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhanty & Oktafia, 2021) yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Dalam Upaya Meningkatkan Kapasitas UMKM Pada BPRS UMMU di Bangil Pasuruan” dalam penelitian tersebut dikatakan bahwa pengembangan produk merupakan usaha yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan kualitas produknya dan daya saing untuk kepuasan para pelanggan atau konsumennya.

Pengembangan produk dan inovasi merupakan sebuah hal penting yang dibutuhkan. Naja Jaya Snack dalam menjalankan bisnis pasti ada pesaing dari luar. Maka dari itu proses ini penting agar Naja Jaya Snack mempunyai produk yang berbeda dengan pesaing dan memiliki keunggulan yang menonjol jika produk yang dibuat dari awal berdiri sampai sekarang *monoton* akan menjadi masalah besar bagi Naja Jaya Snack, dimana akan banyak konsumen yang beralih ke pesaing yang memiliki produk sejenis tetapi lebih unggul, sehingga menimbulkan penurunan penjualan, secara otomatis maka keuangan Naja Jaya Snack juga akan menurun.

Menurut Siagian (2007) **“Pengembangan produk adalah suatu usaha perusahaan meluncurkan produk baru yang ditunjukkan untuk pasar baru atau pasar yang telah dilayani sebelumnya. pengembangan produk dapat berupa penambahan, pengurangan dan perubahan barang atau layanan dari**

sebuah produk". Dalam pengembangan produk satu hal yang harus dipertimbangkan atau diperhatikan oleh perusahaan ketika mengembangkan produk apakah produk baru hasil pengembangan tersebut memenuhi keinginan atau harapan konsumen atau tidak. Melalui pengembangan produk Naja Jaya Snack berusaha meningkatkan volume penjualan. Naja Jaya Snack juga berupaya memenuhi minat dan kebutuhan konsumen melalui keanekaragaman produk, yaitu dengan menginovasikan produk yang sudah ada yang menyesuaikan daya minat dan keinginan konsumen yang nantinya bisa diterima baik oleh konsumen.

Dilihat dari uraian di atas mengenai pengembangan produk Naja Jaya Snack yang menerapkan strategi pengembangan produk dan inovasi, maka penulis tertarik mengangkat masalah tersebut dengan diajukan sebagai penelitian yang berjudul **"Analisis Strategi Pengembangan Produk UMKM Naja Jaya Snack Dalam Meningkatkan Volume Penjualan"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengembangan produk pada usaha Naja Jaya Snack
2. Bagaimana kondisi kekuatan, Kelemahan , Peluang dan Ancaman yang dihadapi Naja Jaya Snack dalam melakukan pengembangan produk
3. Bagaimana strategi pengembangan produk yang harus dilakukan.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian untuk menganalisis dan menggambarkan secara keseluruhan pengembangan Produk pada Naja Jaya Snack.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengembangan produk pada usaha Naja Jaya Snack.
2. Kondisi kekuatan, Kelemahan , Peluang dan Ancaman Usaha Naja Jaya Snack.
3. Kebijakan strategi Pengembangan Produk yang harus dilakukan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

- a. Bagi peneliti lain sebagai bahan perbandingan dan tambahan informasi, referensi dan sumbangan yang digunakan dalam penelitian sejenis agar lebih berkembang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan dibidang Manajemen Bisnis Khususnya dan sebagai saran untuk pengetahuan terutama bagi yang ingin mengetahui mengenai masalah yang diteliti.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat serta masukan untuk usaha Naja Jaya Snack dalam pengembangan produk yang dilakukan dapat berkembang lebih pesat dan lebih besar lagi.