

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller “pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan”. (1) Menurut Henry Simamora, “pengembangan produk adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengkonversikannya kedalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial”. Pencarian produk baru didasarkan pada asumsi bahwa para pelanggan menginginkan unsur-unsur baru dan pengenalan produk baru akan membantu mencapai tujuan perusahaan. (2) Pengembangan produk ini sendiri bukanlah hal yang mudah, karena dalam pengembangan produk itu sendiri terdapat banyak hambatan baik itu dari dalam perusahaan ataupun dari luar perusahaan. Tidak sedikit perusahaan yang mengalami kegagalan dalam mengembangkan produknya yang disebabkan karena perusahaan tersebut tidak dapat memecahkan hambatan-hambatan itu.

Perkembangan perekonomian sangat pesat seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, perusahaan dituntut untuk lebih meningkatkan hasil produksinya dengan tidak meninggalkan mutu hasil produksinya. Semakin meningkatnya persaingan untuk memperebutkan pasar yang ada menyebabkan perusahaan harus menetapkan strategi yang tepat dalam pemasaran produk usahanya. Jika perusahaan tersebut tidak mampu untuk bertahan dalam persaingan, maka dapat dipastikan akan mengakibatkan perusahaan tersebut mengalami kerugian dalam *market share*nya. Untuk tetap menjaga *market share*nya, beberapa perusahaan menerapkan berbagai strategi yang direncanakan dan diarahkan untuk membangun keunggulan bersaing sehingga bisa memenangkan persaingan. Semua strategi yang dibuat diharapkan mampu meningkatkan kinerja pemasaran. Semua strategi yang dibuat diharapkan mampu meningkatkan kinerja pemasaran. Strategi

perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja, baik kinerja keuangan maupun pemasaran.

Konsumen akan membuat keputusan untuk membeli suatu produk apabila produk tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan produk lainnya. Untuk membuat produk yang memiliki nilai jual dan daya saing yang tinggi, dalam proses inovasinya perusahaan harus dapat menemukan strategi bisnis yang tepat. Perusahaan perlu memanfaatkan sumber dayanya dengan optimal dan melakukan kegiatan pengembangan produk untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Pengembangan dan desain (rancangan) produk yang baik mutunya merupakan kunci kesuksesan di dunia bisnis. Dengan demikian perusahaan harus berusaha membuat produk yang unggul, adapun produk unggulan perusahaan berupa produk yang lebih berkualitas, harga yang lebih murah, pembuatan produk yang lebih cepat, dan pelayanan yang baik dan memuaskan, sehingga konsumen lebih puas terhadap produk atau pelayanan yang diterima.

Strategi-strategi yang efektif dapat terlihat dalam tempat- tempat yang paling berkembang melalui sarana dengan menyusun suatu strategi (Usi, 2012). Strategi-strategi yang efektif dapat melihat dalam tempat-tempat yang paling berkembang melalui sarana yang paling tidak diduga untuk mencapai tujuan pemasaran. Tujuan pemasaran mendukung pelanggan jangka panjang melalui kepuasan pelanggan pendekatan ini menuntut pemasar untuk mempunyai pemahaman yang lebih besar terhadap berbagai teknologi, perspektus dan bergaining keterbatasan bidang-bidang fungsional yang lain. Pemasaran ini melakukan negosiasi secara efektif untuk mengimplementasikan strategi-strateginya. Kinerja pemasaran merupakan tanggung jawab bidang pemasaran tersebut adalah mengkomunikasikan focus perhatian jangka panjang (Usi, 2012).

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu sektor usaha yang dapat tumbuh dan berkontribusi terhadap perekonomian nasional. UMKM adalah tempat yang bagus untuk memulai menciptakan lapangan kerja. UMKM juga merupakan perusahaan padat karya yang tidak

memerlukan persyaratan tertentu, seperti tingkat pendidikan atau keterampilan pekerja (skill) tertentu, memiliki penggunaan modal usaha yang rendah, dan menggunakan teknologi yang belum sempurna. UMKM terus memainkan peran vital dalam mendorong perekonomian Indonesia, baik dari segi penciptaan lapangan kerja maupun pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

UMKM adalah kata ekonomi yang mengacu pada usaha ekonomi produktif yang dikuasai oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi standar yang ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Perorangan, rumah tangga, dan perusahaan kecil disebut UMKM. Pengertian UMKM menurut Rujito adalah usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi penciptaan lapangan kerja maupun dari segi pusat bisnisnya. Usaha kecil dan menengah (UKM) berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional karena selain berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, juga mempengaruhi bagaimana hasil distribusi dari pembangunan. Sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi yang melanda negara kita, dengan banyak perusahaan besar yang gulung tikar bahkan berhenti beroperasi.

Karena mayoritas penduduk berpendidikan rendah dan bekerja baik di sektor tradisional maupun modern, UKM selalu dianggap sebagai usaha kecil yang memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Dan itu bisa memakan banyak pekerjaan. Usaha kecil memainkan peran penting dalam semua rencana pembangunan, yang diawasi oleh dua kementerian: Kementerian Perindustrian dan Perdagangan dan Kementerian Koperasi dan UKM (Setiawan, 2007).

Potensi desa merupakan segala sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang terdapat serta tersimpan di desa. Dimana semua sumber daya tersebut dapat dimanfaatkan bagi kelangsungan dan perkembangan desa. Pada dasarnya masyarakat yang tinggal di desa saat ini masih mengandalkan hasil yang berasal dari alam, kebanyakan dari mereka bekerja di sektor pertanian dan pekerjaan seadanya seperti buruh tani dan buruh bangunan. Pada dasarnya

masyarakat yang tinggal di desa saat ini masih mengandalkan hasil yang berasal dari alam kebanyakan dari mereka bekerja di sektor pertanian dan pekerjaan seadanya seperti buruh tani dan buruh bangunan.

Desa Ngroto adalah sebuah desa yang berada di Kecamatan Cepu, Kabupaten Blora. Desa tersebut memiliki Sumber Daya Alam serta Sumber Daya Manusia yang dapat diandalkan. Di desa tersebut terdapat sebuah organisasi yaitu Kelompok Wanita Tani (KWT). Kelompok Wanita Tani ini sudah berdiri sejak lama, kelompok wanita tani ini terdiri dari 25 orang yang beranggotakan ibu rumah tangga dan di Ketuai oleh Ibu Lina Daniati. Kelompok ini melakukan pertemuan setiap 1 bulan sekali untuk membahas pengembangan produk. Kelompok Wanita Tani ini memanfaatkan Sumber Daya Alam yang ada di sekitar yaitu waluh dengan membuat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Setiap anggota mengelola usaha tersebut secara individu, namun tetap ada persetujuan dari kelompok. Pada awalnya Kelompok Wanita Tani hanya memproduksi eggroll waluh dengan rasa original saja, namun semakin lama semakin meningkat menjadi aneka macam rasa seperti rasa duren, nanas, nangka, dsb. Dengan adanya ide kreatif dari Kelompok Wanita Tani diharapkan dapat memperdayakan Ibu rumah tangga yang tidak memiliki pekerjaan agar dapat memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan Desa Ngroto yang kaya akan sumber daya tumbuhan alam yang dapat dijadikan bahan dalam pembuatan eggroll waluh.

Eggroll Waluh sendiri umumnya masih jarang diketahui oleh masyarakat awam. Biasanya eggroll terbuat dari telur saja, namun kelompok wanita tani ini ingin membuat inovasi yang berbeda dari waluh yaitu dengan membuatnya menjadi eggroll. Dengan bahan yang mudah didapat dan juga harganya yang sangat terjangkau, tentunya produksi ini menjadi potensi besar bagi anggota Kelompok Wanita Tani, masyarakat dan juga petani yang ada di Desa Ngroto. Dan kini produk Eggroll Waluh Ngudi Roso dikenal banyak orang bahkan sampai luar kota. Harga produk Eggroll Waluh Ngudi Roso sendiri relatif murah yaitu dengan harga Rp.16.000 per pack.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengembangan produk eggroll waluh ngudi roso?
2. Bagaimana pengembangan produksi eggroll waluh melalui peran Kelompok Wanita Tani Desa Ngroto?
3. Bagaimana pengembangan produk eggroll waluh ngudi roso melalui pemanfaatan Sumber Daya Alam Desa Ngroto?

## **C. Tujuan Penelitian**

Di bawah ini merupakan beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan penelitian ini :

1. Untuk mendeskripsikan pengembangan produksi eggroll waluh ngudi roso
2. Untuk mendeskripsikan pengembangan produksi eggroll waluh ngudi roso melalui peran organisasi Kelompok Wanita Tani Desa Ngroto.
3. Untuk mendeskripsikan pengembangan produk eggroll waluh ngudi roso melalui pemanfaatan Sumber Daya Alam Desa Ngroto

## **D. Manfaat Penelitian**

Dalam hal ini dapat memberikan manfaat pada hasil penelitian ini, yaitu:

1. **Bagi peneliti** , Hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengalaman maupun pengetahuan penulis untuk mengembangkan kemampuan individu pada dunia bisnis maupun pendidikan
2. **Bagi pelaku usaha**, Hasil penelitian ini diharapkan dapat **bermanfaat** bagi pemilik usaha UMKM sehingga penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat mengenai pengembangan usaha bisnis serta ikut berkontribusi membantu kinerja usaha UMKM .