



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk memperluas lapangan kerja dan berfungsi sebagai tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan dalam proses pemerataan pendapatan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM juga berkontribusi secara signifikan pada pertumbuhan ekonomi local. Pengembangan UMKM akan meningkatkan basis ekonomi dan dapat membantu mempercepat pembangunan structural yaitu meningkatkan perekonomian local dan ketahanan ekonomi nasional (Kurniawan, 2011). Berdasarkan Undang Undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM, usaha kecil dan menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dari perusahaan lain.

Dalam Undang-Undang disebutkan bahwa dalam menjalankan pemberdayaan usahanya, asas kekeluargaan adalah asas yang melandasi upaya pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasarkan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan, kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional untuk kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia. Asas demokrasi ekonomi, yang melandasi pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari perekonomian



nasional yang diselenggarakan berdasarkan prinsip kebersamaan, efisiensi serta kebersamaan yang mendorong seluruh UMKM dan usaha untuk bekerja sama untuk menciptakan dunia usaha yang adil, kondusif, dan berdaya saing. Melalui pemberdayaan UMKM secara keberlanjutan, asas keberlanjutan memastikan pembangunan terus berlanjut dapat menghasilkan perekonomian yang tanggung dan mandiri. Untuk mendorong UMKM prinsip prinsip berwawasan lingkungan digunakan asas kemandirian yang berarti pemberdayaan UMKM dilakukan dengan mempertahankan dan mengedepankan potensi, kemampuan serta kemandirian pada UMKM. Asas keseimbangan kemajuan yang berarti keseimbangan dilakukan untuk memastikan kemajuan ekonomi wilayah dengan kemajuan ekonomi nasional secara keseluruhan. Pemberdayaan UMKM merupakan bagian dari kesatuan ekonomi nasional yang termasuk dalam prinsip kesatuan ekonomi nasional (UU,2008).

Di Indonesia ada banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah dijalankan, salah satunya yang terdapat di Kabupaten Jombang tercatat sekitar 13.128 unit UMKM (Sumber: Jombangkab.go.id). Terdapat berbagai usaha yang telah dijalankan dari jenis usaha makanan, minuman, kerajinan dan lain-lain. Dari berbagai jenis Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di Jombang, seperti contoh di Kecamatan Diwek terdapat sekitar 1165 UMKM dari segala bidang yaitu pertanian, perdagangan, kerajinan, fashion & kecantikan, pendidikan, dan makanan & minuman. Dapat dilihat dari data berikut:



REKAP MAPPING USAHA MIKRO KABUPATEN JOMBANG TAHUN 2023																						
Kecamatan	Bandarkedung	Bareng	Diwek	Gudo	Jogoroto	Jombang	Kabuh	Kesambe	Kudu	Megaluh	Mojowarno	Ngoro	Ngusikan	Perak	Peterongan	Plandaan	Ploso	Sumobito	Tembelan	Wonosala	Total	
JENIS KELAMIN	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	
AKHLAKI	282	153	449	169	445	418	50	272	76	213	267	465	334	62	352	301	76	122	427	181	31	
PEREMPUAN	289	313	716	307	675	774	102	480	133	344	472	651	666	100	323	301	141	246	576	305	69	
TOTAL	571	466	1165	476	1120	1192	152	752	209	557	739	1116	1000	162	675	602	217	368	1003	486	100	
CATEGORI BIDANG	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	
AGRARIAN, PERIKAN	87	48	190	26	94	545	17	97	19	79	40	71	84	23	61	61	27	16	47	49	10	
PERDAGANGAN (CG)	326	234	736	313	689	30	96	391	141	275	456	671	610	93	388	357	127	208	563	300	65	
YOTOMOTIF (CONTOH)	22	11	31	5	27	20	4	21	5	12	22	29	14	6	18	15	10	11	26	12	0	
KERAJINAN (CONTOH)	24	18	27	23	35	107	9	30	6	15	21	80	28	8	29	7	10	7	39	13	3	
FASHION & KECANTIKAN	39	16	67	20	37	357	7	24	4	27	29	44	36	5	37	29	10	19	22	19	2	
SR, PENDIDIKAN, TI	23	43	63	40	98	57	7	95	34	40	63	120	65	8	58	61	17	29	130	53	6	
MAKANAN & MINUM	50	96	141	49	140	76	12	90	0	109	108	101	163	19	84	72	16	78	176	40	14	
TOTAL	571	466	1165	476	1120	1192	152	752	209	557	739	1116	1000	162	675	602	217	368	1003	486	100	
MODAL USAHA	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	
DI BAWAH 5 JUTA	456	365	919	359	903	937	123	654	150	435	598	879	799	109	518	517	158	290	801	372	79	
DATAS 5 JUTA	115	101	246	117	217	255	29	98	60	122	141	237	201	53	157	85	59	78	204	114	21	
TOTAL	571	466	1165	476	1120	1192	152	752	209	557	739	1116	1000	162	675	602	217	368	1003	486	100	
CATEGORI PENJUALAN	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	
PENDAPATAN KURUS	493	391	1024	424	998	1027	132	662	142	469	649	976	881	132	602	519	188	306	873	430	87	
PENDAPATAN LEBIH	78	75	141	52	122	165	20	90	67	88	90	140	119	30	73	83	29	62	130	54	13	
TOTAL	571	466	1165	476	1120	1192	152	752	209	557	739	1116	1000	162	675	602	217	368	1003	486	100	
CATEGORI OMSET	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	
DISET KURANG DARI	329	295	807	293	799	778	104	499	114	372	556	742	691	86	436	338	116	237	694	323	57	
DISET LEBIH DARI	242	171	358	183	321	414	48	253	95	185	183	374	309	76	239	264	101	131	309	163	43	
TOTAL	571	466	1165	476	1120	1192	152	752	209	557	739	1116	1000	162	675	602	217	368	1003	486	100	
INIB	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah	
Usaha Mikro Ber NIB	434	175	407	159	597	517	27	197	76	221	274	369	449	68	228	189	59	118	312	122	34	
Usaha Mikro Non NIB	137	291	758	317	523	675	125	555	133	336	465	747	551	94	447	413	168	250	691	364	66	
TOTAL	571	466	1165	476	1120	1192	152	752	209	557	739	1116	1000	162	675	602	217	368	1003	486	100	

Gambar 1 Data UMKM di Kabupaten Jombang (Sumber: Jombangkab.go.id)

Dilhat dari data yang ada pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro di Kabupaten Jombang dengan link (Jombangkab.go.id) bahwa Kecamatan Diwek merupakan Kecamatan dengan jumlah UMKM terbanyak pada sektor usaha makanan dan minuman dengan jumlah 141 UMKM. Dari banyaknya UMKM di Kecamatan Diwek tersebut salah satunya adalah usaha tape singkong Oishiii. Berdasarkan data tersebut peneliti mengambil salah satu objek UMKM di Kecamatan Diwek yaitu usaha tape singkong Oishiii untuk menjadi objek penelitian, karena di wilayah usaha tape singkong Oishiii terdapat beberapa pelaku usaha tape singkong juga terdapat sekitar 10 pelaku usaha tape singkong yang ada pada desa tersebut, dan usaha tape singkong Oishiii merupakan salah satu usaha tape singkong yang memiliki inovasi yang lebih menarik dari pada usaha tape singkong di sekitarnya.

Makanan Tape memiliki beberapa jenis sesuai dengan bahan baku yang diambil yaitu tape ketan dan tape singkong, salah satunya merupakan tape singkong Oishiii. Tape singkong merupakan salah satu makanan hasil fermentasi yang memiliki rasa



manis yang khas, sedikit asam dan sedikit mengandung alkohol dan berair. Tape singkong dikenal dengan makanan fermentasi tradisional yang terdapat dari umbi-umbian dan ragi, tape singkong sangat dikenal di masyarakat karena keterampilan membuatnya diajarkan dari generasi ke generasi. Namun kini telah berubah dalam penyajiannya.

Oishiii merupakan nama produk dari tape singkong yang menjadi objek untuk diteliti oleh peneliti. Nama Oishiii diambil dari bahasa Jepang yang mempunyai arti enak yang menggambarkan bahwa produk yang dipasarkan memiliki rasa yang enak dengan kualitas yang baik. Usaha tape singkong ini berdiri pada tahun 1996 yang berjalan hingga sekarang, usaha tersebut merupakan usaha dari turun temurun atau bisa dibilang meneruskan usaha milik orang tua. Usaha tape singkong dulu tidak ada nama *brand* dan masih dikemas menggunakan daun pisang dan seiring dengan perkembangan tape singkong dikemas menggunakan plastic hingga saat ini, agar dapat menarik konsumen dan meningkatkan penjualan pada produk tape singkong muncul adanya inovasi produk yaitu tape singkong kering dengan kemasan mika yang terinovasi dari tape bondowoso. Meskipun terinspirasi dari tape Bondowoso tape singkong Oishiii memiliki rasa yang berbeda karena bahan baku yang diperoleh dan proses produksi yang dilakukan tentu berbeda. Dengan adanya inovasi produk yaitu berupa tape singkong kering dan tape bakar yang dilakukan agar dapat menjangkau pasar dan menyesuaikan dengan selera konsumen. Pada usaha tape singkong ini juga pernah melakukan inovasi produk tapi belum bisa berkembang dikarenakan tingkat



minat pada konsumen terlalu rendah dan pemasaran yang dilakukan terbilang kurang luas, jadi produk yang dipasarkan kurang dikenal oleh konsumen yang akan dituju.

Tujuan berdirinya usaha tersebut adalah untuk mendapatkan keuntungan agar usaha yang dijalankan bisa berkelanjutan. Keuntungan berkelanjutan dapat didapat dengan memiliki daya saing meningkatkan penjualan. Dalam menghadapi persaingan, UMKM membutuhkan strategi yang dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan inovatif untuk mempertahankan dan dapat meningkatkan kemampuan bersaing. Kebutuhan dan keinginan konsumen terus berubah seiring dengan perkembangan. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan harus mengembangkan produk baru. Inovasi ini dapat membuat produk lebih sesuai dengan kebutuhan keinginan konsumen serta meningkatkan penjualan. Oleh karena itu penulis tertarik membahas lebih jauh mengenai kemampuan pengembangan inovasi produk dengan judul “STRATEGI PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK PADA USAHA TAPE SINGKONG OISHIII DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK DI KABUPATEN JOMBANG”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan inovasi produk yang dilakukan pada usaha Tape Singkong Oishiii di Kabupaten Jombang?



2. Bagaimana inovasi produk dalam upaya meningkatkan penjualan pada usaha Tape Singkong Oishiii di Kabupaten Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pengembangan inovasi produk yang dilakukan pada usaha Tape Singkong Oishiii di Kabupaten Jombang.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan inovasi produk dalam upaya meningkatkan penjualan pada usaha strategi pengembangan inovasi produk yang dilakukan pada usaha Tape Singkong Oishiii di Kabupaten Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang diharapkan dari peneliti adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan strategi pengembangan inovasi produk dalam meningkatkan penjualan tape singkong di jombang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini juga bermanfaat juga bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menjadikan sebagai acuan dari penelitiannya. Serta dapat mengembangkan penelitian ini dengan metode yang berbeda.



1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan proposal skripsi ini menggambarkan secara singkat masing-masing bab mengenai pembahasan yang ada dalam penelitian, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami gambaran pada penulisan proposal skripsi, berikut sistematika penulisan:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang dan fenomena, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang pembahasan teori terdahulu. Literature yang digunakan dapat bersumber dari buku, artikel ilmiah dan sumber-sumberlain yang relevan dengan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang metode penelitian yang didalamnya mencakup tentang desain penelitian, ruang lingkup penelitian, penetapan lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, pemilihan informan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan ini merupakan bagian paling utama pada penelitian dan menjelaskan tentang gambaran objek yang diteliti dan hasil penelitian dari strategi pengembangan inovasi produk.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis menyimpulkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta penulis juga menuliskan beberapa saran sebagai acuan pengetahuan yang ada.