

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Manusia tentunya tidak asing dengan istilah bisnis dalam kehidupan sehari-hari. Melihat bahwa manusia di muka bumi tidak bisa lepas dari sebuah bisnis sebagai sumber kehidupan untuk memperoleh penghasilan. Dunia bisnis itu sendiri merupakan suatu kelompok yang menawarkan suatu produk untuk dijual kepada orang lain sebagai konsumen atau pembeli guna mendapatkan keuntungan. Bisnis dalam hal ini ada 2 macam yaitu berupa produk dan juga jasa.¹ Salah satu bentuk bisnis berupa menawarkan produk yaitu pada bisnis makanan bakso yang sangat populer di kalangan masyarakat.

Penciptaan inovasi baru pada produk merupakan upaya pengembangan produk untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan tingkat keuntungan yang diperoleh. Pengembangan berperan penting sebagai strategi menguasai pasar sehingga harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin dan seoptimal mungkin. Kotler mengatakan dalam jurnal WIGA pengembangan produk merupakan upaya pengembangan produk untuk menghasilkan produk baru tanpa mengurangi bentuk aslinya yang dimodifikasi dan dikembangkan sendiri oleh pelaku usaha sehingga muncul suatu produk yang berbeda dengan produk dari perusahaan pesaing.²

¹ Estu Mahanani dkk., *Pengantar Bisnis Suatu Konsep dan Strategi* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 4.

² Mohammad Ato'illah, "Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk," *Jurnal WIGA* 5, no. 1 (2015): 70.

Usaha bakso ini juga kerap kali ditemui di daerah Pacet Kab. Mojokerto. Kecamatan Pacet Kab. Mojokerto adalah daerah wisata yang banyak dikunjungi oleh masyarakat luas. Selain itu, Kecamatan Pacet juga tidak kalah dengan salah satu daerah yang paling banyak dalam dunia perkulineran salah satunya adalah bakso. Namun di daerah Pacet ini bakso yang ditawarkan kepada pembeli berbeda dengan bakso-bakso yang lainnya. Pasalnya, pelaku usaha bakso ini mampu menciptakan bakso dengan varian dan rasa yang berbeda yaitu Bakso Pecel. Tujuan pelaku usaha menciptakan produk Bakso Pecel adalah untuk menarik banyak pelanggan agar tidak kalah saing dengan usaha lainnya yang serupa.

Tujuan utama dari dunia bisnis tidak lain yaitu untuk mencapai profit yang maksimal. Profitabilitas menurut Sundjaja dalam Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang berasal dari hubungan antara pendapatan dan biaya dari penggunaan aktiva tetap maupun aktiva lancar.³ Perusahaan dapat mencapai profit yang lebih besar apabila bisnis tersebut mampu menguasai dan memperluas pangsa pasar untuk produk yang dijualnya.

Bakso Pecel merupakan bakso yang dalam penyajiannya dicampur dengan bumbu pecel dan sayur sebagai pelengkap, serta bumbu pelengkap bakso seperti pada umumnya. Dengan begitu, bakso tersebut bisa dibilang sebagai bakso khas Pacet, yang banyak digemari oleh masyarakat daerah Pacet

³ Lukman Hidayat dan Suhardi Salim, "Analisis Biaya Produksi dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 1, no. 2 (2013): 163.

dan sekitarnya. Bahkan bakso ini menjadi tempat tujuan pecinta kuliner bakso karena rasanya yang khas dengan daerah Pacet.⁴

Bakso Pecel Ony berdiri sejak tahun 2005 yang berada di tengah-tengah pemukiman warga. Jalur untuk menuju tempat bakso pecel ini melewati gang sempit pedesaan. Tempat bakso pecel Ony ini berhadapan langsung dengan view sawah dan aliran sungai kecil. Bakso pecel ini berawal dari owner yang mempunyai ide untuk menciptakan kuliner bakso dengan rasa yang berbeda. Menurutnya kuliner jenis bakso sudah umum berada di Pacet, sehingga owner mbak Ony berinisiatif untuk mengeluarkan kuliner varian baru di Pacet yaitu Bakso Pecel. Sehingga bakso pecel ini merupakan bakso yang pertama kali berada di Pacet. Sebelumnya mbak Ony telah membuka warung kecil-kecilan yang menjual jajanan anak sekolah dan bakso cilok. Kemudian menurutnya omset yang didapat tidak mampu memperbaiki ekonominya sehingga muncul ide untuk membuka warung bakso pecel. Sebelum adanya bakso pecel, owner belum melakukan pengembangan produk lain. Sehingga bakso pecel ini menjadi model pengembangan produk pertama yang dilakukan oleh owner bakso pecel Ony untuk meningkatkan profitabilitasnya. Berikut data profit sebelum adanya pengembangan bakso pecel.

Tabel 1.1

Data profit bakso biasa tahun 2015-2018

Tahun	Profit per tahun
2015	Rp 40.800.000
2016	Rp 51.840.000
2017	Rp 68.256.000
2018	Rp 75.120.000

Sumber : data dokumen bakso pecel Ony

⁴ Owner Bakso Pecel Ony, "Hasil Wawancara Mengenai Produk Bakso Pecel" 26 Maret 2024.

Data diatas menunjukkan perolehan profit sebelum bakso ony melakukan pengembangan produk. Data tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 bakso Ony mendapatkan profit sebanyak Rp 40.800.000 dan belum melakukan pengembangan produk. Pada tahun 2016 mendapatkan profit sebanyak Rp 51.840.000. Tahun 2017 mendapatkan profit sebanyak Rp 68.256.000. Dan pada tahun 2018 mendapatkan profit sebanyak Rp 75.120.000. Meskipun terus mengalami kenaikan, akan tetapi masih dirasa kurang mencukupi biaya kebutuhannya. Selain itu juga masih kurang mampu untuk bisa menghadapi persaingan bisnis kuliner di Pacet tersebut. Hal ini menyebabkan owner mengeluarkan ide produk baru yaitu bakso pecel yang bertujuan untuk meningkatkan profit yang signifikan dan dapat mengatasi persaingan pasar saat ini.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil objek penelitian pada bakso pecel Ony yang berada di daerah Pacet, dengan judul penelitian sebagai berikut: **“Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Profitabilitas Bakso Pecel Ony (Studi pada Bakso Pecel Ony Ds. Made Kec. Pacet Kab. Mojokerto)”**

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana pengembangan produk yang dilakukan oleh warung Bakso Pecel Ony?
2. Bagaimana peranan pengembangan produk dalam meningkatkan profitabilitas warung Bakso Pecel Ony?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan pengembangan produk yang dilakukan oleh warung Bakso Pecel Ony.
2. Untuk mendeskripsikan peranan pengembangan produk dalam meningkatkan profitabilitas warung Bakso Pecel Ony.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menambah wawasan bagi pembaca tentang penerapan pengembangan produk dalam meningkatkan profitabilitas.

2. Secara Praktis

a. Bagi peneliti

Sebagai implementasi dari ilmu yang didapat tentang persoalan tersebut secara langsung pada objek penelitian, serta dapat menambah informasi, pengetahuan dan pengalamn dalam dunia kerja.

b. Bagi akademik

Diharapkan dapat menambah referensi perpustakaan pada lembaga akademik dan untuk membantu memudahkan penelitian selanjutnya tentang permasalahan yang sama.

c. Bagi perusahaan

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan bagi pelaku usaha warung Bakso Pecel Ony tentang Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Profitabilitas.

d. Bagi khalayak

Diharapkan dapat menginspirasi masyarakat terutama para pebisnis mengenai pengembangan produk dalam meningkatkan profitabilitas untuk mempertahankan dan menambah minat konsumen serta pangsa pasarnya.

E. Telaah Pustaka

1. Peranan Pengembangan Produk Sanitary Dalam Meningkatkan Volume Penjualan oleh Rizky Aulia Syafitri (2019) IAIN Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan produk Sanitary UD. Sampun Mapan berkaitan erat dengan pengembangan produk dan penjualan. Hal ini dibuktikan dengan data penjualan yang meningkat secara signifikan melebihi dari taksiran harga yang ditetapkan. Dan volume penjualan (dalam Rp) terbesar terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 988.897.980 atau visible.⁵ Persamaan dari penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang pengembangan produk menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini terdapat pada fokus pembahasan, pada penelitian sebelumnya membahas mengenai peranan pengembangan produk dalam meningkatkan

⁵ Rizky Aulia Safitri, "Peranan Pengembangan Produk Sanitary Dalam Meningkatkan Volume Penjualan" (IAIN Kediri, 2019), 8.

volume penjualan, sedangkan penelitian ini tentang peranan pengembangan produk dalam meningkatkan profitabilitas.

2. Strategi Pengembangan Produk Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Perspektif Etika Bisnis Islam oleh Meyka Ayu Widyawati (2020) IAIN Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk dalam mengatasi persaingan usaha pada Mayang Collection Pandaan yaitu dengan mengembangkan produk baru maupun produk yang sudah ada dengan merubah penampilan dan kualitas yang lebih baik serta model lebih menarik. Pada usaha Mayang Collection Pandaan ini menerapkan pengembangan produk sesuai dengan Etika Bisnis Islam tetapi terdapat salah satu penyimpangan dari Etika Bisnis Islam yaitu memanfaatkan kondisi konsumen atau peluang yang ada sehingga konsumen dengan terpaksa harus membeli.⁶ Persamaan dari penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang pengembangan produk menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini terdapat pada fokus pembahasan, pada penelitian sebelumnya membahas mengenai strategi pengembangan produk dalam mengatasi persaingan usaha perspektif Etika Bisnis Islam. Sedangkan pada penelitian ini tentang peranan pengembangan produk dalam meningkatkan profitabilitas.

⁶ Meyka Ayu Widyawati, "Strategi Pengembangan Produk Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Perspektif Etika Bisnis Islam" (IAIN Kediri, 2020), 10.

3. Pengembangan Produk Melalui Diversifikasi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan oleh Puji Cahyo Astik (2017) IAIN Metro.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan produk melalui diversifikasi dalam upaya meningkatkan volume penjualan telah dilakukan oleh pemilik pabrik roti sari asri dengan strategi lebih mengutamakan dari sisi produk. Meskipun telah melakukan penganekaragaman produk, akan tetapi volume penjualan belum mampu menembus angka pada masa kejayaan yaitu 2.160.000 per tahun. Sedangkan setelah dilakukan diversifikasi volume penjualan hanya mencapai angka 1.159.200 per tahun. Sehingga berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa pengembangan produk melalui diversifikasi belum mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap volume penjualan.⁷ Persamaan dari penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang pengembangan produk menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini terdapat pada fokus pembahasan, pada penelitian sebelumnya membahas mengenai pengembangan produk melalui diversifikasi dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Sedangkan pada penelitian ini tentang peranan pengembangan produk dalam meningkatkan profitabilitas.

4. Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Produktivitas Ditinjau Dari Manajemen Syariah oleh Kiki Maya Putri (2021) IAIN Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengembangan produk

⁷ Puji Cahyo Astik, "Pengembangann Produk Melalui Diversifikasi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan" (IAIN Metro, 2017), 14.

dengan peningkatan produktivitas. Hal ini dilihat dari pengembangan produk yang dilakukan oleh Batik Lochatara dapat menambah produk-produk unggulan yang dihasilkan dengan kualitas yang baik. Keberhasilan ini dilihat dari pengukuran kinerja hasil outcome performance serta pengelolaan manajemennya berdasarkan syariat Islam.⁸ Persamaan dari penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang pengembangan produk menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini terdapat pada fokus pembahasan, pada penelitian sebelumnya membahas mengenai strategi pengembangan produk dalam meningkatkan produktivitas ditinjau dari manajemen syariah. Sedangkan pada penelitian ini tentang peranan pengembangan produk dalam meningkatkan profitabilitas.

5. Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah PT. Bank Aceh Kepada Pelaku Usaha UMKM Kota Banda Aceh di Masa Pandemi oleh Nada Nafisah (2022) UIN AR-RANIRY Banda Aceh.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi. Hal ini juga mengalami kendala yaitu naiknya angka Covid-19 dan pemberlakuan sosial distancing yang berdampak pada penutupan UMKM serta sulitnya menentukan nasabah yang dapat dipercaya dalam memanfaatkan produk pembiayaan musyarakah dengan baik.⁹ Persamaan dari penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama

⁸ Kiki Maya Putri, "Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Produktivitas Ditinjau Dari Manajemen Syariah" (IAIN Kediri, 2021), 8.

⁹ Nada Nafisah, "Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah PT. Bank Aceh Kepada Pelaku Usaha UMKM Kota Banda Aceh di Masa Pandemi" (UIN AR-RANIRY Banda Aceh, 2022), 15.

meneliti tentang pengembangan produk menggunakan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini terdapat pada fokus pembahasan, pada penelitian sebelumnya membahas mengenai strategi pengembangan produk dalam meningkatkan produktivitas ditinjau dari manajemen syariah. Sedangkan pada penelitian ini tentang peranan pengembangan produk dalam meningkatkan profitabilitas.