

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Susu kedelai adalah produk yang semakin populer di pasar konsumen, terutama di kalangan individu yang peduli dengan kesehatan dan berpola makan yang sehat. Kedelai adalah salah satu sumber protein nabati yang kaya nutrisi, rendah lemak jenuh, dan bebas laktosa, sehingga cocok bagi individu yang menghindari produk susu hewani atau memiliki alergi susu.¹ Oleh karena itu, produk susu kedelai telah menjadi pilihan yang menarik bagi konsumen yang mencari alternatif sehat. Industri susu kedelai telah menjadi bagian integral dari pasar makanan dan minuman global yang terus berkembang. Perubahan gaya hidup dan peningkatan kesadaran akan kesehatan telah mengubah preferensi konsumen, menjadikan produk susu kedelai semakin diminati. Susu kedelai adalah alternatif yang lebih sehat bagi susu hewani, dan merupakan sumber protein nabati yang kaya nutrisi dengan sedikit lemak jenuh.

Meskipun permintaan terhadap susu kedelai terus meningkat, persaingan di dalam industri ini semakin ketat. Banyak perusahaan dan produsen yang ikut berlomba-lomba memasarkan produk-produk susu kedelai mereka. Dalam konteks persaingan yang semakin sengit, pengembangan inovasi produk merupakan faktor penting dalam menjaga daya saing dan meningkatkan volume penjualan. Meskipun demikian, pasar susu kedelai juga semakin kompetitif. Banyak perusahaan dan produsen telah memasuki industri ini, dan variasi produk susu kedelai semakin bervariasi, mulai dari susu kedelai murni hingga produk dengan tambahan rasa dan nutrisi. Dalam konteks kompetisi yang semakin sengit, perusahaan-perusahaan yang memproduksi susu

¹ Trisna Trisna, M Syamsul Maarif, and Yandra Arkeman, 'Strategi Pengembangan Produk Susu Kedelai Dengan Penentuan Karakteristik Produk', *Jurnal Teknik Industri*, 3.2 (2013).

kedelai perlu terus mengembangkan strategi inovasi produk untuk tetap relevan dan meningkatkan volume penjualan mereka.

Peran inovasi produk dalam bisnis, termasuk dalam industri susu kedelai, tidak dapat diabaikan. Inovasi produk adalah proses perubahan atau pengembangan produk yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, meningkatkan daya saing, dan menciptakan peluang pertumbuhan.² Dalam konteks usaha susu kedelai, inovasi produk berperan sentral dalam beberapa aspek penting: Pertama, inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk menjawab perubahan tren pasar dan kebutuhan konsumen. Dengan perubahan preferensi konsumen yang terus berlangsung, produsen susu kedelai perlu terus menerus berinovasi untuk menciptakan produk yang relevan dan sesuai dengan permintaan pasar. Kedua, inovasi produk dapat membantu perusahaan membedakan diri dari pesaing. Di dalam pasar yang semakin padat dan kompetitif, produk yang inovatif memiliki potensi untuk menarik perhatian konsumen, membentuk citra merek yang kuat, dan memungkinkan perusahaan untuk menguasai pasar. Ketiga, inovasi produk juga berkaitan dengan peningkatan efisiensi dan kualitas. Dengan teknologi produksi yang terus berkembang, inovasi produk dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi proses produksi, mengurangi biaya, dan pada akhirnya, memperbaiki kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Terakhir, inovasi produk adalah motor pertumbuhan. Dengan menghadirkan produk baru yang menarik dan relevan, perusahaan dapat memperluas pasar mereka, mencapai segmen konsumen yang berbeda, dan memanfaatkan peluang pasar global. Ini dapat menghasilkan peningkatan volume penjualan dan pendapatan yang signifikan.

² Elya Agustina, 'Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tawungsari Di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati' (IAIN KUDUS, 2022).

Dengan demikian, inovasi produk adalah elemen kunci dalam strategi bisnis perusahaan susu kedelai. Ini tidak hanya memungkinkan perusahaan untuk memenuhi ekspektasi konsumen, tetapi juga memastikan daya saing jangka panjang dan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri yang terus berubah.

Di daerah kota Kediri pada saat ini sudah banyak kegiatan bisnis yang bermunculan dengan berbagai macam produk yang ditawarkan, baik itu berupa barang maupun jasa, yang secara tidak langsung mengakibatkan tingkat persaingan semakin tinggi di kalangan para pebisnis. Bukan hanya bisnis dalam skala besar, akan tetapi juga bisnis dalam skala kecil seperti di antaranya ada usaha rumah tangga (home industry). Salah satu di antara usaha rumahan tersebut adalah usaha kecil susu kedelai mbak Rani (sule rans). Sule rans ini merupakan susu kedelai yang menggunakan toping jelly. Pada awalnya sule rans ini merupakan susu kedelai biasa tanpa toping dengan kemasan plastik. Kemudian ditahun 2018 pemilik usaha melakukan pengembangan inovasi sedikit demi sedikit. Diawali dengan rasa yang asalnya hanya ada rasa original kemudian beliau mengembangkan kembali sampai beliau mendapat varian rasa yang cukup banyak (coklat, anggur, strawberry, melon, taro, durian dan original). Dalam sehari Sule Rans bisa produksi 2-3 kg kedelai apalagi ketika banyak pesanan bisa sampai 5 kg kedelai. Dari segi pengemasan, beliau memutuskan untuk mengubah kemasan produk nya menggunakan botol, yang awalnya menggunakan plastik, kemudian botol kotak sampai ke botol yang panjang, pemilik usaha menggunakan botol ukuran 250 ml dengan harga jual 3.500/botol. Pemilik usaha sule rans ini sangat menjaga rasa, kualitas dan juga kebersihannya. Sementara ini untuk penjualannya masih online akan tetapi dalam waktu dekat beliau akan memasarkan secara *offline* dengan membuka lapak di saat *Car Free Day*.

Adapun data tabel peningkatan usaha susu kedelai dari Sule Rans adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Volume Penjualan Susu Kedelai SULE Rans

No.	Macam-macam rasa dan harga	Volume penjualan (botol)			
		2021	2022	2023	2024
1.	Original	3.700	5.400	7.000	7.500
2.	Strawberry	5.500	7.000	8.500	9.000
3.	Coklat	7.000	7.200	7.500	8.500
4.	Anggur	-	5.000	6.000	7.000
5.	Taro	-	3.600	5.000	5.500
6.	Melon	-	-	-	3.000
7.	Durian	-	-	-	3.000

Sumber : Data Penjualan

Dari tabel diatas diketahui bahwa volume penjualan susu kedelai SULE RANS terus mengalami peningkatan setelah adanya inovasi produk mulai dari varian rasa baru, kemasan baru maupun label baru. Dengan melakukan suatu pengembangan produk dengan strategi inovasi produk maka peluang untuk meningkatkan volume penjualan tinggi, karena semakin kita berinovasi maka dapat menarik pelanggan baru maupun pelanggan lama.

Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Strategi Inovasi produk untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan latar belakang ini, pengembangan strategi inovasi produk menjadi sangat penting bagi perusahaan

susu kedelai. Ini akan memungkinkan mereka untuk tetap bersaing di pasar yang semakin ketat dan memanfaatkan peluang pertumbuhan yang ada, dengan tujuan meningkatkan volume penjualan dan memenuhi berbagai kebutuhan konsumen yang berkembang. Berdasarkan uraian tersebut peneliti akan membahas permasalahan mengenai **“Strategi Inovasi Produk Usaha Susu Kedelai Sule Rans dalam Meningkatkan Volume Penjualan”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi inovasi produk pada usaha susu kedelai Sule Rans?
2. Bagaimana strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha susu kedelai Sule Rans?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi inovasi produk pada usaha susu kedelai Sule Rans
2. Untuk mengetahui strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha susu kedelai Sule Rans

D. Kegunaan Penelitian

Skripsi ini disusun dengan maksud agar penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan khususnya bagi masyarakat umum.

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas dan mendorong inovasi di setiap perusahaan serta dapat berkontribusi dengan menjadi referensi bagi praktisi penelitian di masa depan.

2. Kegunaan Praktis

Setiap penelitian mempunyai kelebihan masing-masing, kelebihan tersebut dapat bersifat teoritis dan praktis. Bagi penelitian kualitatif, manfaat penelitian

hanya bersifat teoritis, yaitu dalam kaitannya dengan pengembangan ilmu pengetahuan, manfaat nyata dari pemecahan masalah tidak dapat dipungkiri. Ketika penelitian kualitatif memungkinkan penemuan teori, maka penelitian tersebut berguna untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengendalikan suatu fenomena. Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Bagi peneliti diharapkan dapat berguna untuk menyelesaikan tugas akhir perkuliahan, dan tidak hanya itu namun juga berguna untuk memahami bagaimana strategi untuk meningkatkan volume penjualan, terutama dilihat dari segi inovasi produk.

b. Bagi Produsen

Diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi mengenai Strategi Inovasi Produk untuk meningkatkan kualitas dan mendorong inovasi di setiap perusahaan

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga dan menambah informasi bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu ekonomi, serta dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan.

d. Bagi Publik

Kami berharap penelitian ini dapat memotivasi pembaca tentang perlunya mengembangkan perekonomian, khususnya inovasi produk. Selain itu, ilmu ekonomi akan terus menjadi jantung dari semua disiplin ilmu, baik budaya, pemerintahan, sosial, dan lainnya.

E. Telaah Pustaka

Tinjauan pustaka adalah gambaran singkat dari penelitian yang dilakukan seputar masalah penelitian. Setelah peneliti meninjau beberapa dokumen untuk perbandingan, untuk memahami pentingnya penelitian sebelumnya dan pekerjaan yang harus dilakukan. Makna dan perbandingan mungkin terkait dengan teori, metodologi dan lain-lain. Berikut ini adalah studi sebelumnya tentang peningkatan penjualan, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Katu Kensen Hender dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Tahu Dan Tempe Di Umkm Andi Mappatoba Kecamatan Malinaukota Kabupaten Malinau, 2022. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik usaha tahu dan tempe di UMKM Andi Mappatoba Kecamatan Malinau Kota Kabupaten Malinau dan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha tahu dan tempe di UMKM Andi Mappatoba Kecamatan Malinau Kota Kabupaten Malinau dan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha tahu dan tempe di UMKM Andi Mappatoba Kecamatan Malinau Kota Kabupaten Malinau. Metode penelitian menggunakan purposive sampling dengan key informen pihak internal yaitu pemilik usaha dan karyawan serta pihak eksternal yaitu 5 orang konsumen. Metode analisis penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif, Matriks IFAS dan EFAS, Diagram SWOT dan Analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan usaha tahu dan tempe sudah berjalan selama 4 tahun, dalam setahun usaha ini memperoleh pendapatan $\pm$ Rp. 800.000.000 dan hasil wawancara terhadap pihak internal UMKM Andi Mappatoba yang menjadi faktor internal kekuatan yaitu : Memiliki lahan yang luas, penggunaan teknologi dalam produksi, mempunyai tempat pembuangan limbah, produk merupakan makanan favorit semua kalangan dan

harga produk lebih murah, sedangkan faktor eksternal peluang yaitu : Permintaan tahu dan tempe, pusat perdagangan masih banyak, jarak antara UMKM dekat dengan pasar, dukungan pemerintah terhadap UMKM dan bahan baku kedelai bisa dikreasikan dalam berbagai produk. Serta ttrategi yang dapat digunakan UMKM Andi Mappatoba yaitu strategi SO dengan menambah jumlah produksi, meningkatkan kualitas produk menjadi lebih baik, melakukan penjualan di beberapa lokasi pasar serta memanfaatkan bantuan dari pihak pemerintah untuk mengusulkan atau meminta sosialisasi tentang produk-produk olahan kedelai.³ Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama dalam penggunaan variabel yakni strategi pengembangan usaha. Adapun perbedaannya adalah beda pada tempat atau lokasi penelitian.

2. Penelitian oleh Suci Dwi Cahyani, Nurul Imamah dan Susi Tri Wahyuni dengan judul Strategi Pengembangan Pengelolaan Susu Sari Kedelai di Desa Modopuro Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto, 2021. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan cara mengembangkan strategi pengelolaan susu kedelai yang mengungguli pesaing dan meningkatkan pendapatan keluarga di desa Modopuro. Industri susu kedelai berperan dalam menunjang pendapatan keluarga, mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁴ Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama dalam penggunaan variabel dan objek yakni strategi pengembangan usaha susu sari kedelai. Adapun perbedaannya adalah beda pada tempat atau lokasi penelitian.
3. Penelitian oleh Trisna, Syamsul Ma'arif, dan Yandra Akerman dengan judul Strategi Pengembangan Produk Susu Kedelai Dengan Penentuan Karakteristik Produk,

³ Katu Kensen Hender, 'Analisis Strategi Pengembangan Usaha Tahu Dan Tempe Di UMKM Andi Mappatoba Kecamatan Malinau Kota Kabupaten Malinau', 2022.

⁴ Suci Dwi Cahyani, Nurul Imamah, and Susi Tri Wahyuni, 'Strategi Pengembangan Pengelolaan Susu Sari Kedelai Di Desa Modopuro Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto', *Bharanomics*, 1.2 (2021), 114–20.

2013. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pengetahuan pengelolaan dan pengembangan dimanfaatkan oleh para responden. Adapun hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan produk karakteristik dengan Metode Kano efektif dalam meningkatkan penjualan dan meningkatkan laba.⁵ Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama dalam hal kajian yakni pengembangan inovasi untuk meningkatkan volume penjualan dan perbedaannya adalah metode penelitian yang digunakan dan subjek penelitian.

4. Penelitian oleh Supami Wahyu Setiyowati, Andri Fransiskus Gultom, Asna, dan Yoyok Seby Dwanoko dengan judul Pkm Pengembangan Produk Makanan Olahan Bahan Baku Kedelai Pada Irt Bido Jaya Kabupaten Malang Melalui Implementasi Teknologi Produksi Tepat Guna, 2022. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi pengadaan alat produksi tepat guna, meningkatkan kualitas pengemasan dan manajemen usaha. Metode pelaksanaan yaitu pembelian alat dan pendampingan, workshop pendampingan dan simulasi, serta workshop dan pendampingan. Hasil dari penelitian ini berupa evaluasi tim Unikama yang didapatkan selama melakukan program kemitraan masyarakat (PKM) dapat membantu para IRT untuk bangkit kembali pasca covid dan memajukan usaha IRT di Indonesia. Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama dalam hal objek penelitiannya yaitu tentang kedelai dan perbedaannya adalah subjek penelitian.⁶

5. Penelitian Yuni Setyowati. Strategi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Home Industry Krupuk Mugi Lestari Dusun Ngampel

⁵ Trisna Trisna, M Syamsul Maarif, and Yandra Arkeman, 'Strategi Pengembangan Produk Susu Kedelai Dengan Penentuan Karakteristik Produk', *Jurnal Teknik Industri*, 3.2 (2013).

⁶ Supami Wahyu Setiyowati and others, 'PKM Pengembangan Produk Makanan Olahan Bahan Baku Kedelai Pada Irt Bido Jaya Kabupaten Malang Melalui Implementasi Teknologi Produksi Tepat Guna', *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6.4 (2022), 1996–2001.

Desa Gampengrejo Kecamatan Papar Kabupaten Kediri), 2022. Berdasarkan hasil pengamatan di *Home Industry* Krupuk Mugi Lestari strategi inovasi produk yang digunakan berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen dan produk yang dihasilkan mempunyai standart kualitas yang terjaga dan kebersihannya terjamin, dalam inovasi dan pengembangan yang dilakukan berupa menciptakan produk baru, modifikasi produk dan diservikasi produk. Peran strategi produk berpengaruh pada peningkatan volume penjualan. Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama dalam hal kajian yakni pengembangan inovasi untuk meningkatkan volume penjualan dan perbedaannya adalah beda tempat atau lokasi penelitian.⁷

⁷ Yuni Setyowati, 'Strategi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Di Home Industry Krupuk Mugi Lestari Dusun Ngampel Desa Gampengrejo Kecamatan Papar Kabupaten Kediri)' (IAIN Kediri, 2022).