





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi perlahan-lahan telah mengubah gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat Indonesia. Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat ini melatarbelakangi produsen makanan untuk menggunakan berbagai strategi agar usahanya tetap terus bertahan di tengah persaingan pada semua jenis kuliner, salah satunya bakso. Pelaku usaha bakso bukan hanya bertindak sebagai penjual, akan tetapi juga bertindak dalam proses produksi atau pengadaan barang dagangan. Bakso sendiri termasuk usaha kuliner yang sangat digemari dalam kalangan masyarakat baik dewasa ataupun anak-anak.

Strategi merupakan hal yang harus ada untuk mencapai tujuan dalam perusahaan. Menurut Swastha strategi merupakan kumpulan rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan.<sup>1</sup>

Suatu perusahaan mampu mencuri perhatian konsumen apabila perusahaan memiliki produk yang unik, menarik dan berbeda dari perusahaan yang lain, sehingga hal ini mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produknya. Dengan adanya berbagai macam produk yang telah dikembangkan, perusahaan dapat memberikan berbagai pilihan variasi

---

<sup>1</sup>Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2012), hal. 18.

produk baru untuk menarik konsumen baru, hal ini secara otomatis juga akan membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualannya.<sup>2</sup>

Strategi juga merupakan kumpulan rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang terealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses perumusan yang di ikuti oleh pelaksanaan.<sup>3</sup>

Bakso Pitung adalah salah satu usaha atau bisnis kuliner bakso yang terletak di Jl. Gajah Magersari No.36, Gajah Timur, Magersari, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo. Bakso Pitung berdiri sejak tahun 1993 dengan menjual menu bakso khas Malang. Bakso Pitung buka dari pukul 11.30 hingga habis, bakso ini tidak pernah sepi dari pengunjung, dalam waktu 4 jam bakso ini ludes diserbu pengunjung. Ada banyak varian bakso mulai dari bakso daging halus, daging kasar, urat, mercon, udang, jagung, jamur, telur dan keju. Dilengkapi dengan goreng pedas, goreng puyuh, goreng keripik, tahu pedas, tahu goreng, tahu putih, dan siomay. Bakso Pitung memiliki menu spesial bakso nano-nano yang memiliki ukuran jumbo yang diisi dengan semua varian yang ada di menu bakso Pitung. Semua menu di bakso Pitung disajikan dengan ukuran sebesar bola tennis dan tentunya memiliki harga yang cukup terjangkau.

Dunia usaha pasti akan mengalami perkembangan, perubahan sendiri adalah suatu hal yang pasti dan tak terkelakan lagi, sehingga tidak mudah bagi perusahaan ataupun pelaku usaha kecil menengah untuk menginovasi produk

---

<sup>2</sup>Lina Karlinda S, Sri Nuringwahyu, Ratna Nikin H, *Strategi Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Penjualan: Studi Pada CV. Kajeye Food, Blimbing-Malang*, (Jurnal Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang), hal. 39

<sup>3</sup>Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Book, 2008), hal. 27

yang sama dengan perubahan lingkungan, maka inovasi dalam mengembangkan suatu perusahaan sangat diperlukan untuk menjaga eksistensi perusahaan ataupun melaksanakan visi dan tujuan dari perusahaan.

Dewasa ini istilah inovasi banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, misalnya konten kuliner yang dibuat oleh konten kreator yang ditayangkan lewat youtube sehingga jika dalam perjalanan jauh bisa menjadi hiburan tanpa repot membawa televisi. Produk yang hadir ditengah-tengah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan merupakan hasil inovasi yang dilakukan secara terus menerus. Inovasi sering diperdebatkan sebagai mesin pertumbuhan ekonomi. Munculnya berbagai inovasi ditengah-tengah masyarakat menyebabkan adanya pergeseran kebutuhan masyarakat. Pada akhirnya tingkat konsumsi juga akan semakin meningkat seiring ditemukannya produk-produk atau jasa yang baru. Beberapa ahli ekonomi mengamati bahwa percepatan pertumbuhan ekonomi merupakan hasil kemajuan teknologi, namun sedikit diarahkan pada pemahaman bagaimana perubahan teknologi berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi.

Perusahaan yang ingin terus berkembang akan melakukan banyak inovasi untuk menghadapi persaingan yang semakin kuat. Keberhasilan tujuan bisnis juga dapat ditunjukkan oleh berhasil atau tidaknya inovasi yang sedang dilakukan. Inovasi meliputi sebuah proses yang mencakup pemahaman yang beragam. Tentunya yang harus digaris bawahi adalah inovasi tidak hanya berarti penemuan. Inovasi dapat dipahami secara luas sebagai sebagai sebuah sudut pandang. Sedangkan penemuan adalah terbatas pada pembaharuan atau keunikan sebuah rupa, bentuk, formula, maupun fungsi atau tujuan dari sebuah

sesuatu. Dapat dikatakan bahwasanya penemuan adalah sebuah bagian atau cakupan dari adanya inovasi, namun inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan rupa atau bentuk yang baru, namun lebih dari itu inovasi merupakan sebuah proses berupa ide, gagasan, saat proses melakukan penemuan yang kemudian dapat dimersialkan. Bentuk lanjut dari sebuah penemuan yang dikomersialkan dapat disebut juga sebagai inovasi. Inovasi bagi usaha bisnis umumnya adalah untuk mencapai tujuan perusahaan berupa profit atau laba. Namun inovasi yang dijalankan tidak melulu akan berhasil namun juga dapat mengalami kegagalan saat prosesnya sehingga dapat merugikan perusahaan. Namun inovasi akan tetap dilakukan apabila mengalami kegagalan dengan sebuah ide maupun penemuan baru lagi untuk menutupi kegagalan tersebut menjadi sebuah keberhasilan yang dapat diciptakan oleh perusahaan.

Dalam perencanaannya Usaha bakso Pitung merancang strategi bersaing sehingga diperlukan analisis terhadap pesaing. Usaha bakso Pitung harus selalu membandingkan nilai dan kepuasan pelanggan dengan nilai yang diberikan baik dari produk, harga, tempat dan promosi usaha bakso Pitung terhadap pesaing dekatnya. Usaha bakso Pitung merupakan usaha bakso yang terkenal di daerahnya, namun tidak dapat dimungkiri di daerah tersebut banyak juga usaha yang serupa yang membuat iklim persaingan usaha tersebut sangat ketat di daerah itu.

Tabel 1.1

## Perbandingan strategi pada usaha sekitar Bakso Cak Pitung

No	Nama Usaha	Produk	Lokasi	Strategi
1.	Bakso Cak Pitung	Bakso Nano-Nano, Bakso Telur, Bakso Udang, Bakso Jamur, Bakso Jagung, Bakso Keju, Bakso Mercon, Bakso Kasar, Bakso Halus, Goreng Pedas, Goreng Puyuh, Goreng Keripik, Tahu Pedas, Tahu Goreng, Tahu Putih, Siomay.	Jl. Gajah Magersari No.36 Sidoarjo	Melakukan inovasi pada varian menu (Tidak membuka cabang sebab untuk mempertahankan mutu dan kualitas)
2.	Warung mburi pos spesial bakso Solo	Bakso Solo, Tahu Bakso, Goreng Keripik, Es Teler	Jl. Teuku Umar II/3 Sidoarjo	Menambah cabang dengan membuka kios

				gerobak untuk keliling
3.	Bakso Solo cak Yanto	Bakso Solo, Tahu Bakso, Siomay, Goreng Keripik, Es Jeruk	Jl. Gajah Magersari No.70 Sidoarjo	Menambah cabang dengan membuka gerobak untuk keliling

*Sumber : Observasi dengan Pak Yuda, 15 Juni 2020 di Bakso Cak Pitung, Warung mburi pos, dan Bakso Solo Cak Yanto.<sup>4</sup>*

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pada setiap usaha pedagang bakso mempunyai produk dan cara atau strategi yang berbeda-beda. Bakso Warung *Mburi Pos* dalam strategi persaingannya sengaja membuka gerai cabang lain untuk dipasarkan baik menggunakan gerobak maupun kios atau lebih mengedepankan dalam hal pemasarannya. Bakso Solo Cak Yanto hanya melakukan gerobak saja atau sama dengan Bakso *Mburi Pos* yaitu lebih memperhatikan pemasarannya, sedangkan Bakso Cak Pitung meskipun tidak melakukan pemasaran melalui cabang dan gerobak namun melakukan inovasi produk dalam menghadapi persaingan dagang, hal ini dikarenakan untuk menjaga mutu dan kualitas produknya Bakso Cak Pitung sengaja tidak membuka cabang agar menjaga loyalitas pelanggan. Hal tersebut dibuktikan citra Bakso Cak Pitung yang terkenal legendaris tentang kualitas rasa dan inovasi produknya dengan terbukti selama beberapa tahun terakhir selalu melakukan inovasi produk sebagaimana tabel berikut:

---

<sup>4</sup> *Sumber : Observasi dengan Pak Yuda, 15 Juni 2020 di Bakso Cak Pitung, Warung Mburi Pos, dan Bakso Solo Cak Yanto.*

**Tabel 1.2**  
**Menu dan harga produk Bakso Cak Pitung**

No.	Menu	Harga
1.	Bakso Nano-Nano	Rp. 35.000,-
2.	Bakso Telur	Rp. 8.000,-
3.	Bakso Udang	Rp. 7.000,-
4.	Bakso Jamur	Rp. 7.000,-
5.	Bakso Jagung	Rp. 7.000,-
6.	Bakso Keju	Rp. 7.000,-
7.	Bakso Mercon	Rp. 5.000,-
8.	Bakso Kasar	Rp. 5.000,-
9.	Bakso Halus	Rp. 5.000,-
10.	Bakso Tetelan	Rp. 20.000,-
11.	Goreng Pedas	Rp. 2.000,-
12.	Goreng Puyuh	Rp. 2.000,-
13.	Goreng Keripik	Rp. 1.000,-
14.	Tahu Pedas	Rp. 2.000,-
15.	Tahu Goreng	Rp. 1.000,-
16.	Tahu Putih	Rp. 1.000,-
17.	Siomay	Rp. 1.000,-

*Sumber : Wawancara dengan pak Yuda, 16 Juni 2020 di warung Bakso Cak Pitung*

*Sidoarjo*<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> *Sumber : Wawancara dengan pak Yuda, 16 Juni 2020 di warung Bakso Cak Pitung Sidoarjo*

Tabel 1.2 memaparkan data dari tahun ke tahun Bakso Cak Pitung melakukan pengembangan produk dengan cukup konsisten dan inovatif menyesuaikan dengan kondisi pangsa pasar. Selain itu, di setiap pedagang bakso memiliki produk atau menu yang hampir sama dengan Bakso Cak Pitung tetapi Bakso Cak Pitung memiliki variasi produk lebih banyak. Selain produk di atas Bakso Cak Pitung juga menjual produk minuman olahan mereka seperti es cincau, Bakso Cak Pitung telah berdiri sejak 1993 dan mulai dikenal masyarakat tahun 2010.

Sesuai pada tabel 1.1 konsep bisnis pada Bakso Cak Pitung adalah lebih menekankan pada inovasi dan pengembangan produk mereka. Untuk menjaga mutu dan kualitas produknya Bakso Cak Pitung sengaja tidak membuka cabang agar menjaga loyalitas pelanggan. Hal tersebut dibuktikan citra Bakso Cak Pitung yang terkenal legendaris dan selain menghadapi persaingan namun juga meningkatkan penjualan sebagaimana tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.3**

**Data penjualan Bakso Cak Pitung**

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b>Pendapatan</b>
1	2016	Rp. 306.445.000,-
2	2017	Rp. 411.500.000,-
3	2018	Rp. 529.000.000,-
4	2019	Rp. 627.200.000,-
5	2020	Rp. 751.000.000

*Sumber : Wawancara dengan pak Yuda, 21 Maret 2021 di warung Bakso Cak Pitung Sidoarjo*<sup>6</sup>

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa strategi yang digunakan yaitu inovasi produk yang dilakukan sangat berguna dalam meningkatkan pendapatan usaha dibuktikan dengan data omzet penjualan yang selalu meningkat semenjak beberapa tahun terakhir.

Bakso Cak Pitung memiliki keistimewaan dalam bidang produksi, setiap tahunnya Bakso Cak Pitung menciptakan inovasi pada produknya sehingga membuat pelanggan semakin tertarik untuk mencoba varian terbaru dari produk mereka. Inovasi produk tersebut tidak membuat kesan pelanggan hanya mampir tetapi juga untuk membuat pelanggan datang kembali dengan kerinduan ingin memakan Bakso Cak Pitung lagi.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan melakukan analisis strategi inovasi pada usaha bakso dalam meningkatkan volume penjualan. Selanjutnya dirumuskan menjadi **“Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan” (Studi Kasus Bakso Cak Pitung Sidoarjo)**”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi inovasi produk bakso Cak Pitung Sidoarjo ?
2. Bagaimana strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada bakso Cak Pitung Sidoarjo ?

## **C. Tujuan Penelitian**

---

<sup>6</sup> *Sumber : Wawancara dengan pak Yuda, 21 Maret 2021 di warung Bakso Cak Pitung Sidoarjo*

1. Untuk mengetahui strategi inovasi yang digunakan pada bakso Cak Pitung Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui kegunaan strategi inovasi dalam meningkatkan volume penjualan pada bakso Cak Pitung Sidoarjo.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang persaingan dan penjualan serta juga dapat digunakan sebagai sumber informasi atau menambah wawasan di bidang peningkatan perekonomian.

2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini dimaksudkan agar dapat menambah kemampuan intelektual dalam melakukan penelitian dan dapat memperoleh pengalaman praktis dalam penulisan karya ilmiah serta memberikan wawasan dan menambah pengetahuan tentang persaingan dan pemasaran.

- b. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi bahan referensi bagi penelitian berikutnya.

- c. Bagi Usaha yang Diteliti

Penelitian ini dimaksudkan dapat digunakan sebagai masukan dan juga menjadi suatu pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan produksi pada bidang usaha khususnya kuliner.

## E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan kajian dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian seorang peneliti. Telaah pustaka dilakukan untuk mengetahui perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan. Berikut telaah pustaka yang digunakan penulis:

1. Skripsi Syarifatul Laili (Universitas Jember) dengan judul “*Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan pada Pusat Oleh-Oleh Sri Rejeki Banyuwangi*”

Penelitian ini menyatakan bahwa inovasi yang diterapkan oleh perusahaan Pusat Oleh-Oleh Sri Rejeki merupakan salah satu sarana untuk mencapai tujuan perusahaan. Inovasi yang digunakan yaitu berupa ide-ide dalam mengembangkan produk guna memproduksi kekhasan produk dan mempertahankan kegiatan usaha yang berkesinambungan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas mengenai strategi inovasi produk pada bidang kuliner, sedangkan penelitian ini pada industri kuliner manufaktur yaitu pusat oleh-oleh di daerah Banyuwangi sedangkan penelitian peneliti pada jenis kuliner siap saji yaitu warung bakso di Sidoarjo, Jawa Timur.

2. Skripsi Afifah Sari (IAIN Purwokerto) dengan judul “*Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Studi Kasus: Mie Ayam Hot Plate Ajibarang*”

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi bersaing dalam meningkatkan omset penjualan yang digunakan memberikan dampak positif

bagi perusahaan, sehingga perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya hingga saat ini dan mampu bersaing di dunia usaha kuliner.<sup>7</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama jenis penelitian kualitatif mengenai peningkatan omset penjualan dengan objek bidang kuliner. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian ini meneliti produk kuliner pada Mie Ayam Hot Plate yang menggunakan strategi bersaing sedangkan penulis pada produk Bakso yang menggunakan strategi inovasi produk.

3. Skripsi Widhianto Kurniawan (Univertas Muhammadiyah Surakarta) dengan judul *“Peranan Strategi Pemasaran Dalma Upaya Peningkatan Penjualan Produk Minuman Beras Kencur Pada Perusahaan Jamu “Rasa Echo” di Kecamatan Jebres, Surakarta”*

Penelitian ini menggunakan analisa SWOT dalam bidang pemasaran sebagai upaya peningkatan penjualan produknya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama mebahas mengenai upaya untuk meningkatkan penjualan sedangkan perbedaannya, penelitian ini menggunakan strategi pemasaran yaitu analisis SWOT pada perusahaan minuman jamu di Surakarta namun penelitian peneliti menggunakan strategi inovasi produk yaitu upaya pengembangan produk ntuk meningkatkan volume penjualan di warung Bakso Cak Pitung Sidoarjo.

---

<sup>7</sup> Afifah Sari, *“Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Studi Kasus: Mie Ayam Hot Plate Ajibarang”*, (Skripsi S1 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, 2019)

4. Skripsi Anika Diah Hayu Pinasti Putri (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar) dengan judul “*Peranan Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Toko “Roti Ridho” Blitar)*”

Penelitian ini menyimpulkan bahwa inovasi produk dan promosi memiliki pengaruh terhadap volume penjualan, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik inovasi produk dan promosi yang dilakukan maka akan semakin tinggi minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Semakin tinggi minat beli konsumen akan berpengaruh pada semakin tinggi pula volume penjualan sesuai keinginan perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas mengenai inovasi produk untuk meningkatkan volume penjualan, sedangkan perbedaannya dengan penelitian peneliti adalah apabila penelitian ini membahas peranan inovasi dan promosi yang terlibat, namun penelitian peneliti lebih menekankan pada bagaimana strategi inovasi yang digunakan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

5. Skripsi Farah Habibah (IAIN Kediri) dengan judul “*Peranan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UD. Merah Delima Bakery Jln. Penanggungan Bandar Lor Kota Kediri)*”

Penelitian ini menyimpulkan bahwa adanya inovasi produk sangat berperan dalam kenaikan penjualan pada usaha tersebut, karena dengan menampilkan inovasi produk yang menarik membuat konsumen ingin mencoba varian produk terbaru, sehingga bisa meningkatkan penjualan produk. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas mengenai inovasi produk untuk meningkatkan volume

penjualan, sedangkan perbedaannya dengan penelitian peneliti adalah apabila penelitian ini lebih membahas pada peran inovasi yang terlibat namun penelitian peneliti lebih menekankan pada bagaimana strategi inovasi yang digunakan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

Penelitian ini menyatakan bahwa inovasi yang diterapkan oleh perusahaan Pusat Oleh-Oleh Sri Rejeki merupakan salah satu sarana untuk mencapai tujuan perusahaan. Inovasi yang digunakan yaitu berupa ide-ide dalam mengembangkan produk guna memproduksi kekhasan produk dan mempertahankan kegiatan usaha yang berkesinambungan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas mengenai strategi inovasi produk pada bidang kuliner, sedangkan penelitian ini pada industri kuliner manufaktur yaitu pusat oleh-oleh di daerah Banyuwangi sedangkan penelitian peneliti pada jenis kuliner siap saji yaitu warung bakso di Sidoarjo, Jawa Timur.

