

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha di Indonesia, akhir – akhir ini berkembang sangat pesat. Hal ini terlihat semakin banyaknya bermunculan jenis usaha dan industri di Indonesia. Hal ini mengakibatkan tingkat persaingan di dunia usaha juga semakin ketat, sehingga masing – masing jenis usaha atau industri berlomba – lomba untuk memenangkan persaingan tersebut. Untuk memenangkan persaingan di dunia usaha, masing – masing perusahaan berusaha menciptakan suatu konsep pemasaran yang mampu untuk menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain itu perusahaan juga semakin mengembangkan pengetahuannya mengenai perilaku konsumen. Hal ini disebabkan perilaku konsumen sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Industri kecil seringkali dipandang sebagai bagian yang terbelakang dari struktur ekonomi, bersifat tradisional, dan tidak punya potensi untuk menyumbang pada pertumbuhan ekonomi. Pandangan seperti ini tidak sepenuhnya benar karena beberapa pihak beranggapan bahwa kombinasi yang tepat antara industri kecil, industri menengah dan industri besar dapat melahirkan struktur ekonomi yang paling produktif.

Pada dasarnya Usaha Kecil Menengah (UKM) dihadapkan pada persaingan yang lebih ketat sehingga harus mampu menghasilkan produk atau jasa yang memiliki daya saing tinggi dalam usaha memenangkan pangsa pasar. Setiap UKM harus mampu mengimbangi perkembangan yang terjadi pada dunia bisnis

dan mampu mengatasi masalah umum yang terdapat pada UKM, yaitu konsep manajemen yang kurang baik termasuk di dalamnya mental dan budaya kerjanya, tingkat pendidikan SDM yang terkait dengan keterampilan dan keahlian, keterbatasan modal, informasi pasar yang kurang mendukung, penggunaan dan penguasaan teknologi yang relative rendah, dan kurangnya kerjasama antar UKM. Untuk itu dibutuhkan pengembangan yang tepat bagi UKM dan melakukan inovasi pada produk yang mereka produksi, melalui perbaikan kinerja yang mampu meningkatkan daya saing dan pangsa pasar, dan juga melakukan inovasi pada produknya sesuai dengan karakteristik UKM dengan segala keterbatasan.

Proses produksi adalah cara atau metode bagaimana sesungguhnya sumber-sumber yang ada (tenaga kerja, bahan baku, mesin, dan modal) digunakan atau diubah untuk memperoleh suatu hasil/produk (asuransi,2008 : 105). Proses produksi adalah suatu kegiatan dengan melibatkan tenaga manusia, bahan serta peralatan untuk menghasilkan produk yang berguna.

Produksi adalah cara atau proses perubahan bentuk dari faktor-faktor produksi yang ada menjadi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Proses produksi biasanya selalu diawali dari proses perencanaan produksi.

Menurut *Ahyari* (2009 : 60), perencanaan produksi adalah penyusunan *schedulle* operasi perusahaan serta pengendalian proses yang merupakan kegiatan yang berhubungan erat dengan persediaan barang baku sehingga sangat diperhatikan pada kegiatan-kegiatan tersebut.

Perencanaan produksi adalah perencanaan dan pengorganisasian sebelumnya mengenai tenaga kerja, bahan-bahan, mesin dan peralatan lain serta

modal yang diperlukan untuk memproduksi barang-barang pada suatu periode tertentu dimasa depan sesuai dengan yang diperkirakan dan diramalkan (Assauri, 2008 : 140)

Perencanaan produksi membutuhkan pertimbangan dan ketelitian yang terinci dalam menganalisis kebijaksanaan. Hal ini dikarenakan perencanaan ini merupakan dasar penentuan bagi manajer dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan produksi ini merupakan suatu fungsi yang menentukan batas-batas (level) dari kegiatan perusahaan dimasa yang akan datang.

Kegiatan produksi merupakan salah satu kegiatan inti yang turut menentukan sukses atau gagalnya sebuah bisnis dalam memenuhi besarnya permintaan pasar. Jika sebuah bisnis memiliki pangsa pasar yang sangat luas dengan jumlah pelanggan yang besa namun tidak mampu memenuhi besarnya permintaan pelanggan, maka perlahan-lahan bisnis tersebut akan terpuruk begitu juga sebaliknya.

Inovasi harus mampu membuat produk berbeda dimata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Jika perusahaan dapat memperhatikan desain serta membuat inovasi baru maka pelanggan akan merasa puas dalam menggunakan produk tersebut.

Peluncuran produk baru tidaklah mudah, sebab pengembangan produk baru memerlukan biaya dan produk tersebut haruslah mempunyai nilai dibanding produk lain yang sejenisnya. Oleh karena itu kemampuan berinovasi sangat diperlukan perusahaan. Kemampuan berinovasi merupakan tingkatan dimana

individu/unit pengguna mengadopsi ide baru lebih awal dari pada anggota lainnya.

Pengertian inovasi menurut UU No. 18 tahun 2002, inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan keperkasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada kedalam produk atau proses produksi.

Penerimaan suatu inovasi, biasanya seseorang melalui beberapa tahapan yang disebut proses putusan inovasi. Proses putusan inovasi merupakan proses mental yang mana seseorang atau lembaga melewati dari pengetahuan awal tentang suatu inovasi sampai membentuk sebuah sikap terhadap inovasi tersebut, membuat keputusan apakah menerima atau menolak inovasi tersebut, mengimplementasikan gagasan baru tersebut, dan mengkonfirmasi keputusan ini.

Disinilah letak semua peran faktor-faktor produksi dalam setiap perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur. Artinya setiap faktor produksi yang terdiri dari tenaga kerja, bahan baku, mesin dan modal dipandang penting dalam menunjang kegiatan produksi dan tidak dapat dipisahkan dengan faktor-faktor produksi lain.

Selain hal tersebut di atas, setiap usaha maupun bisnis juga harus selalu berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dimana keuntungan tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan bisnisnya, baik itu dari segi kualitas produk maupun kuantitasnya. Tentunya untuk

mencapai tujuan tersebut dibutuhkan kerja keras dan keseriusan serta komitmen yang tinggi agar apa yang sudah menjadi tujuan awal tercapai dengan baik.

Faktor lain mempengaruhi cepat atau lambatnya sesuatu dalam melakukan kegiatan produksi dan inovasi adalah harus efektif dan efisiensinya kegiatan operasional. Disamping itu harus ada koordinasi yang baik dengan semua pihak yang terkait dengan masalah produksi serta harus mampu berperan aktif dan saling mendukung dalam menjalankan proses produksi dan inovasi.

Jadi secara umum, masing-masing faktor-faktor tersebut memiliki hubungan keterkaitan yang sangat erat dan tidak dapat dipisahkan. Apalagi hal menyangkut masa depan dan keberlangsungan sebuah usaha seperti industri terkenal dari Kampar yaitu lepat bugi atau yang sering dikenal dengan lopek bugi.

Kabupaten Kampar merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak industri makanan tradisional di daerah ini, salah satunya adalah industri makanan tradisional dengan merk dagang usaha lopek bugi yang berada di jalan lintas Pekanbaru-Bangkinang tepatnya di Kecamatan Tambang Danau Kabupaten Kampar. Dimana usaha ini sudah mulai berkembang sudah cukup lama dalam kurun waktu 10 tahun belakangan ini dan bahkan ada beberapa yang sudah cukup besar dan berkembang dan telah memiliki cabang Pekanbaru dan bahkan sudah ada yang masuk ke supermarket-supermarket dan mall di Pekanbaru. Sehingga saat ini terlihat banyak industri makanan tradisional dengan nama usaha lopek bugi di Kecamatan Tambang Danau tersebut.

Kendati usaha ini bermerk dagang usaha makanan tradisional lopek bugi, tapi yang dijual disini bukan hanya makanan tradisional lopek bugi, tapi aneka

macam makanan tradisional kampar yang kering dan basah bisa kita temui disini
 perti yang terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1

**Jenis Makanan Tradisional Pada Usaha Lopek Bugi Di Kecamatan
 Tambang Danau Kabupaten Kampar**

Makanan kering	Makanan basah
1. Kue Sopik	1. Kue Talam
2. Keripik Nenes dan Nangka	2. Puding Jagung
3. Kerupuk Loyang	3. Roti Jala
4. Kue Pilin	4. Galopuong
5. Kue Royko	5. Onde- Onde
6. Keripik Pisang	6. Wajik
7. Keripik Tempe	7. Lempur
8. Kue Bawang	8. Panukuik
9. Keripik Sukun	9. Pergedel Tahu
10. Keripik Lado	10. Kue Putu
11. Dll	11. Dll

Sumber : data olahan tahun 2017

Makanan tradisional yang dijual didaerah ini bermacam-macam sehingga konsumen memiliki banyak pilihan jenis makanan baik makanan kering maupun makanan basah dengan harga yang terjangkau. Lokasi dimana usaha lopek bugi ini berada merupakan daerah perlintasan yang menjadi tempat persinggahan bagi

masyarakat dari berbagai daerah yang melalui daerah tersebut yang ingin membeli oleh-oleh atau hanya sekedar untuk dikonsumsi selama didalam perjalanan.

Dengan banyaknya berdiri usaha-usaha lopek bugi, tingkat persaingan semakin ketat. Untuk mampu bertahan hidup pengusaha sebagai pelaku bisnis dituntut untuk mampu bersaing dengan cara meningkatkan kualitas rasa dengan cara melakukan inovasi dan mutu kinerjanya, karena hanya mereka yang mempunyai kinerja yang baik akan tetap bertahan.

Dalam meningkatkan daya saing pengusaha, hal-hal yang dilakukan oleh pengusaha lopek bugi adalah memberikan kualitas rasa atas produk yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan harga yang kompetitif, tak hanya itu pengusaha harus bisa menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik, dengan cara ramah sopan dan bersahabat serta memperhatikan kualitas rasa atas produk yang diinginkan, dan ketetapan waktu yang telah dijanjikan karena pelayanan yang akan menjadi ikon bagi pengusaha ditengah persaingan.

Keberhasilan usaha lopek bugi ini hanyaah uaha home industri, dengan segala keterbatasan dan kendala baik itu didalam segi memproduksi maupun segi pemasaran yang dihadapi akan tetapi bisa mengurangi pengangguran dan menambah pendapatan perekonomian keluarga.

Dijalan Pekanbaru Bangkinang tepatnya di desa Pulau Raya merupakan pusat sentral usaha lopek bugi. Lokasi usaha yang berdekatan antara satu dengan yang lainnya. Sehingga dalam menarik konsumen yang atang ditentukan oleh pelayanan dan strategi-strategi persaingan tersendiri yang dilakukan oleh

pengusaha lopek bugi untuk menarik pelanggan. Dengan demikian menarik untuk diteliti lebih mendalam kiat-kiat yang ditempuh untuk mencapai keberhasilan dalam persaingan serta menganalisa kekurangan dan kendala serta peluang dan kelebihan yang bisa di manfaatkan dalam menghadapi persaingan.

Berdasarkan uraian pada permasalahan diatas maka penulia ingin mengetahui dan meneliti lebih dalam lagi dengan melakukan penelitiandengan judul : **“Analisis Inovasi Produk Pada Usaha Industri Lopek Bugi Di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar”**.

B. Perumusan Masalah

Dari uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang diatas, maka penulis mencoba merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut :

“ Bagaimanakah analisis inovasiproduk lopek bugi pada usaha industri lopek bugi di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar? “

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilaksanakan sebagai berikut :

Untuk mengetahui dan menganalisis inovasi produk lopek bugi pada industri lopek bugi di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.

2. Kegunaan Penelitian

Setelah penelitian ini dilaksanakan dan mendapat suatu gambaran yang ada sesuai dengan data dilapangan, diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna di dunia akademis ataupun dunia praktis. Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

- a. Kegunaan Teoritis, sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang sifatnya teoritis terutama tentang konsep-konsep tentang kerja organisasi dengan kenyataan empiris yang dilapangan dan guna mendapatkan gambaran tentang topic penelitian yang penulis lakukan.
- b. Kegunaan Praktis, sebagai sumbangan pikiran penulis terhadap pengusaha lopek bugi.
- c. Bagi Akademis, dari hasil penelitian ini di harapkan menambah kepustakaan dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya melakukan penelitian lanjutan terhadap permasalahan ini.