

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang masalah

Seiring dengan perkembangan jaman saat ini bertumbuh dan bertambah banyak usaha-usaha yang telah berdiri di Kota Semarang, seiring dengan bertumbuh nya usaha maka persaingan usaha semakin ketat. Sehingga setiap pelaku usaha berlomba – lomba untuk menciptakan keunggulan dalam produk ataupun jasa yang mereka tawarkan untuk meningkatkan daya saing dalam persaingan dengan usaha lain. Pada perdagangan dewasa ini , pendidikan kewirausahaan harus diajarkan dan dikembangkan lebih lagi terhadap masyarakat supaya *mindset* mereka dapat berubah , dari yang tadinya *mindset* bekerja untuk orang lain supaya berkecukupan , dapat berubah menjadi *mindset* untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dengan berwirausaha. *Mindset* seperti ini dapat mendukung pembangan perekonomian di Indonesia supaya menjadi lebih baik dan dapat mengurangi masalah pengangguran yang ada. Supaya suatu Negara dapat menjadi maju salah satunya yaitu dengan Jumlah pengusaha yang minimal 2% dari populasi yang ada (ciputrauceo.net). Jadi supaya Indonesia maju membutuhkan minimal 2% dari jumlah penduduk di Indonesia. Untuk saat ini jumlah pengusaha Indonesia masih 1,6% dari jumlah penduduk di Indonesia (HIPMI, 2017) . Kebanyakan anak muda dewasa ini bercita-cita untuk menjadi seorang karyawan di perusahaan bonafit dengan gaji besar, atau di zona nyaman dengan menjadi PNS sehingga harus ditanamkan sejak dini untuk mempunyai *mindset* menjadi wirausaha supaya dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dan mengurangi pengangguran.

Untuk menjadi pengusaha banyak yang dapat dilakukan , salah satunya yaitu dengan menciptakan inovasi produk yang belum banyak masyarakat pikirkan , karena dengan bertambahnya jumlah penduduk di

Indonesia otomatis jumlah pengusaha tentu bertambah sehingga persaingan semakin ketat. Untuk dapat bersaing, Pengusaha dapat menambah daya saing dengan inovasi produk yang kompetitif.

Jadilah yang pertama yang berani mengambil kesempatan, jangan menyerah karena setiap usaha mempunyai keunikan sendiri – sendiri. (Jackma, Founder Alibaba)

Banyaknya usaha sukses di jaman ini dikarenakan salah satunya yaitu dengan kemampuan untuk berinovasi yang cukup tinggi, Semakin sering usaha tsb melakukan inovasi maka usaha tersebut akan meningkatkan kemampuan dalam menciptakan produk yang berkualitas yang pada nantinya dapat meningkatkan keunggulan bersaing dan dapat berdampak pada kinerja suatu usaha (Hartini, 2012)

Inovasi merupakan suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi (Stephen Robbins, 1994). Inovasi adalah suatu ide, gagasan,praktek atau objek / benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi (Suwarno 2008: 9). Sedangkan inovasi produk merupakan pengembangan dari suatu produk, meliputi perubahan desain produk ataupun teknik yang baru (Reguia, 2014).

Salah satu usaha yang dewasa ini mempunyai banyak pesaing yaitu usaha dalam bidang makanan ringan karena merupakan bidang yang cukup digemari oleh masyarakat. Makanan ringan sendiri terdapat banyak produk salah satunya yaitu keripik singkong dan keripik kentang. Disini membahas keripik singkong dan keripik kentang karena berdasarkan observasi di pasar seperti pasar tradisional dan toko ritel (contoh transmart) makan ringan yang banyak ditemukan keripik singkong dan keripik kentang dengan berbagai macam rasa yang unik.

Tabel 1.1 Hasil observasi keripik kentang dan keripik singkong dengan rasa unik

No.	Jenis Keripik	Merek	Rasa	Packaging
1.	Keripik kentang	Potabee	Telur asin	Plastik
2.	Keripik kentang	Chitato	Telur asin	Plastik
3.	Keripik kentang	Blue duck	Telur asin	Standing pouch
4.	Keripik kentang	Springlee	Telur asin	Standing pouch
5.	Keripik kentang	Ervans	Telur asin	Standing pouch
6.	Keripik kentang	Pringles	<i>Sour cream onion</i>	Kaleng
7.	Keripik singkong	Mbok subur	Nasi goreng	Plastik
9.	Keripik singkong	Karuhun	Cabe hijau	Plastik

Sumber : Data sekunder yang diolah (2018)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa keripik kentang mempunyai berbagai macam inovasi rasa khususnya rasa telur asin , namun pada jenis keripik singkong belum banyak dilakukan inovasi. Padahal untuk memproduksi keripik singkong dapat dibidang cukup mudah karena bahan yang digunakan mudah didapat. Dengan menginovasi keripik singkong yang sudah merupakan makanan ringan yang sudah umum untuk dikonsumsi , Maka dengan berinovasi keripik singkong masyarakat dapat lebih mudah untuk menerima inovasi keripik singkong.

Inovasi keripik singkong dapat dilakukan dari berbagai aspek seperti inovasi dalam pemasaran , inovasi dalam kemasan , inovasi dalam produk (seperti rasa , bentuk , dll). Inovasi dalam produk salah satunya adalah inovasi dari segi rasa dan juga kemasan.

Dari segi rasa banyak rasa yang dapat digunakan pada produk inovasi keripik singkong , salah satunya yaitu telur asin. Dewasa ini telur asin bukan hanya untuk di makan langsung atau untuk lauk , sekarang telur asin di olah lagi sebagai saus maupun bumbu masakan, contohnya yaitu udang telur asin ,

ayam telur asin , bahkan keripik kulit ikan dengan rasa telur asin. Juga rasa rasa telur asin sendiri sedang naik daun (liputan6.com). Inovasi produk keripik singkong dengan rasa telur asin ini sangat cocok dengan gaya hidup masyarakat terutama anak muda yang dominan menjelajah rasa baru. Juga setelah melakukan observasi dengan hasil tabel diatas sudah banyak makanan ringan yaitu keripik kentang dengan rasa telur asin namun untuk keripik singkong dengan rasa telur asin belum di temukan di pasaran sehingga dirasa masih ada peluang untuk berinovasi.

Tabel 1.2 Pesaing untuk keripik singkong dengan inovasi unik antara lain :

No.	Nama Brand	Rasa	Berat Bersih	Alamat	Packaging	Harga
1.	Rasa lokal	<ul style="list-style-type: none"> • Rasa sambal matah • Rasa betutu bali 	95 gram	Jalan Dewi Sri no 100B , Bali	Standing pouch aluminium foil	IDR 25.000
2.	Keripik si engkong	<ul style="list-style-type: none"> • Rasa coklat • Rasa greentea 	150 Gram	Bandung	Standing pouch paper kraft	IDR 15.000

Sumber : Data sekunder yang di olah (2018)

Dengan melihat data dari pesaing tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk brand Rasa lokal dan keripik si engkong dari segi harga tidak begitu

berbeda jauh yaitu Rp 20.000 untuk brand rasa lokal dengan berat 95 gram per bungkus , sedangkan untuk brand keripik si engkong di banderol seharga Rp 15.000 dengan berat 150 gram. Dari segi harga keripik si engkong lebih murah daripada brand rasa lokal. Dari segi packaging brand rasa lokal menggunakan standing pouch dengan bahan aluminium foil , sedangkan untuk brand keripik si engkong menggunakan packaging standing pouch dengan bahan paper kraft. Dari segi harga packaging yang digunakan untuk brand rasa lokal tergolong lebih mahal daripada brand keripik si engkong. Dari segi bahan sama – sama menggunakan keripik singkong sebagai bahan utama , bedanya terdapat di rasa. Untuk brand rasa lokal terdapat rasa lokal sambal matah yang pedas sekali dan rasa betutu khas bali sedangkan untuk brand keripik si engkong terdapat rasa coklat dan *greentea* yang di lelehkan di keripik singkong sehingga menempel di keripik tersebut. Di lihat dari harga jual tsb untuk kalangan masyarakat Indonesia hampir semua kalangan dapat dibidang tergolong mampu untuk membeli dan mengkonsumsi. Jadi melihat peluang yang ada maka produk Keripik Singkong rasa telur asin akan dikembangkan supaya dapat mencakup kalangan masyarakat dan melihat reaksi pasar.

Selain rasa telur asin yang sedang naik daun dari sisi pesaing belum ada yang menggunakan keripik singkong , sehingga terciptalah ide keripik singkong dengan rasa telur asin. Dilihat dari terbatasnya pesaing yang ada dan melihat adanya peluang dalam inovasi makanan ringan untuk rasa telur asin maka akan diteliti lebih lagi mengenai proses inovasi yang akan dilakukan , sehingga penelitian ini berjudul “ **Proses Inovasi keripik singkong dari segi rasa dan packaging** “ .

1.2. Peumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “ Bagaimana proses inovasi keripik singkong dari segi rasa dan packaging ? “

1.3. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses inovasi keripik singkong dari segi rasa dan packaging yang akan di pasarkan di masyarakat.

1.4. Manfaat penelitian

a. Bagi peneliti

Sebagai sumbangan pemikiran dalam memilih dan meneliti produk yang kelak dapat dipasarkan di masyarakat dan menjadi sebuah usaha yang dapat di kembangkan.

b. Bagi Peneliti berikutnya

Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan yang kelak bisa dijadikan sebagai referensi / acuan untuk inovasi produk yang dapat digunakan untuk penelitian berikutnya.