

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Perkembangan bisnis yang semakin pesat, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan yang terjadi dalam dunia usaha. Hal tersebut juga mengakibatkan perubahan yang besar dalam dunia usaha, baik di sector industri maupun di sektor perdagangan barang dan jasa. Ini dapat dilihat dari timbulnya persaingan dalam hal desain produk, kualitas produk, dan pelayanan kepada konsumen untuk dapat meningkatkan pangsa pasar, baik dalam negeri maupun luar negeri. Di samping itu, perkembangan teknologi dan informasi juga berpengaruh pada proses pembuatan produk, sejak saat didesain, dikembangkan dan diproduksi, sampai dengan didistribusikan kepada konsumen. Hal ini membuat dibutuhkan suatu terobosan baru yang mampu membuat perusahaan bersaing dengan pesaingnya (Stein dan Harper, 2012).

Salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi, tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama (Larsen dan Lewis, 2007). Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Dengan adanya inovasi, maka suatu produk akan dipersepsikan sebagai produk baru oleh konsumen sehingga akan meningkatkan penjualan produk tersebut. Inovasi akan membuat perusahaan menjadi mampu bersaing dengan perusahaan lain karena mampu mengambil peluang dari ceruk atau celah pasar dan tidak bersaing secara head to head dengan pemain besar.

Perkembangan inovasi yang baik akan menjadikan strategi yang tepat dalam mempertahankan dan meningkatkan kedudukan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lain. Hal ini karena inovasi akan membawa pada keunggulan bersaing

yang dimiliki perusahaan karena menjadikan produk yang dibuat perusahaan menjadi unik dan menarik perhatian konsumen (Wijaya dan Harjanti, 2015). Inovasi merupakan perubahan dari produk lama yang sudah ada dan mengubah proses maupun produk serta pelayanan untuk membawa nilai yang baru kepada pelanggan dan meningkatkan keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian produk tersebut (Wijaya dan Mustamu, 2013).

Tingkat persaingan di pasar semakin ketat karena banyaknya kategori produk yang sama dengan merek berbeda. Seperti halnya pada produk pangan, selera masyarakat yang sering berubah, membuat para produsen makanan untuk dapat melihat dengan jeli kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Salah satu contohnya adalah dalam kategori makanan, di pasar pun banyak ditemukan beragam merek dan jenis makanan. Beragam merek produk yang ada di pasar tersebut menyebabkan adanya persaingan yang semakin ketat dan setiap produksinya berusaha tampil lebih baik dibandingkan produk pesaing (Wijaya dan Harjanti, 2015).

Inovasi yang dilakukan harus unggul dibandingkan kompetitor dan memiliki kelebihan dan dapat diterima pasar. Inovasi tidak harus menciptakan produk yang baru, tetapi inovasi dapat juga dengan memodifikasi produk yang sudah ada. Memodifikasi produk yang sudah ada dapat menghasilkan produk dengan varian rasa baru. Namun, pengembangan inovasi bukan perkara yang mudah karena banyak produk yang bermunculan dipasar mengalami kegagalan karena tidak dapat mengerti dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Makanan ringan merupakan salah satu produk yang sering di inovasi, karena bisnis makanan ringan memiliki banyak sekali kompetitor. Terkait proses inovasi makanan ringan, salah satu yang akan dijadikan target inovasi adalah makaroni goreng yaitu pada Makaroni Goreng Pejuang. Makaroni atau yang biasa disebut pasta berbentuk elbow, adalah makanan pasta khas italia yang berbentuk unik. Makanan ini sangat terkenal di Indonesia karena bentuknya yang unik. Makaroni sendiri biasanya dihidangkan dengan bahan lainnya seperti daging ayam, sayur-sayuran, sapi dan masih banyak lagi sesuai selera. Namun di Indonesia sekarang sudah banyak pelaku bisnis yang mengolah makaroni menjadi snack yang renyah

dan enak. Makaroni yang digoreng biasanya disebut makaroni goreng. Para pebisnis snack makaroni goreng seperti Macaroni Mamade, Maicih dan Ngehe menjual produk mereka dengan memberi rasa variasi pedas berlevel yang menjadi ciri khas dari produk tersebut. Sedangkan pebisnis snack makaroni goreng memberikan variasi dengan kemasan yang bisa ditutup kembali saat sudah dibuka.



**Gambar 1.1**  
**Produk Makaroni Pejuang**

Permasalahan dari Makaroni Goreng Pejuang adalah saat ini dalam persaingan di pasar makaroni, produk makaroni goreng yang ditawarkan relatif pedas. Dari faktor ini, maka masih ada kesempatan untuk membuat variasi baru dalam produk makaroni goreng. Untuk memperkuat penelitian ini, maka dilakukan penyebaran kuesioner pra survey kepada konsumen yang sudah pernah mengkonsumsi Makaroni Pejuang agar dapat memberikan tanggapan mengenai produk makaroni goreng tersebut. Berikut merupakan hasil dari kuesioner pra penelitian yang telah disebar, yaitu :

**Tabel 1.1**  
**Hasil Kuesioner Pra Survey pada Makaroni Pejuang**

	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Berapa kali Anda melakukan pembelian snack makaroni goreng dalam sebulan terakhir	2-5 kali	11	55
	> 5 kali	9	45
Total		20	100
Jika Anda ingin membeli makaroni goreng, makaroni apa yang Anda pilih	Makaroni Pejuang	4	20
	Maicih	6	30
	Mamade	3	15
	Makaroni Ngehe	7	35
Total		20	100
Bagaimana rasa makaroni pejuang	Enak	16	80
	Tidak Enak	4	20
Total		20	100
Apakah perlu ada perbaikan tampilan pada kemasan dalam makaroni pejuang	Ya	3	15
	Tidak	17	85
Total		20	100
Apakah Makaroni Pejuang memerlukan variasi lagi?	Ya	16	80
	Tidak	4	20
Total		20	100
Apa variasi yang diperlukan Makaroni Pejuang	Rasa	14	70
	Bentuk	2	10
	Kemasan	4	20
Total		20	100
Apakah perlu ada penambahan variasi rasa pada Makaroni Pejuang?	Ya	17	85
	Tidak	3	15
Total		20	100
Apakah makaroni pejuang perlu menambahkan bentuk yang baru?	Ya	8	40
	Tidak	12	60
Total		20	100

Sumber : Data primer (2018)

Berdasarkan hasil prasurvey responden yang sudah mengonsumsi makaroni goreng dari makaroni pejuang dalam penelitian ini diketahui bahwa sebagian besar responden mengonsumsi produk makaroni Pejuang sebanyak 2-5 kali per bulan yaitu sebanyak 40% yang menunjukkan pasar makaroni goreng cukup baik. Namun ketika ditanya mengenai pilihan makaroni goreng yang akan dipilih, sebagian besar responden lebih memilih untuk melakukan pembelian

Makaroni Ngehe, kemudian disusul makaroni Delon Biru dan baru Makaroni Pejuang sebagai pilihan ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa makaroni Pejuang mengalami kesulitan untuk bersaing dengan pesaingnya sehingga perlu dilakukan inovasi untuk meningkatkan daya saingnya.

Pendapat responden mengenai produk makaroni goreng yang terdapat di Makaroni Pejuang yaitu sebanyak 80% responden menyatakan makaroni goreng dari Makaroni Pejuang memiliki rasa yang enak namun 85% responden menyatakan bahwa Makaroni Pejuang perlu menambah variasi rasa pada produk makaroninya. Hal ini membuat perlunya pengembangan varian rasa produk makaroni goreng pejuang agar dapat lebih bervariasi dan menarik bagi konsumennya. 60% responden sejumlah 12 orang merasa makaroni pejuang tidak perlu menambah bentuk baru. Berdasarkan hasil jawaban / pendapat dari kuesioner pra survey secara keseluruhan, maka Makaroni Pejuang ingin melakukan inovasi dalam produk makaroni gorengnya agar dapat lebih bersaing di pasaran.

Penelitian ini akan memfokuskan pada proses inovasi rasa macaroni goreng. Dengan membuat makaroni dengan varian rasa baru, hal itu bisa menjadi ciri khas untuk Makaroni Pejuang dan diharapkan dapat menciptakan pangsa pasar yang baru bagi Makaroni Pejuang.

### **Perumusan Masalah**

Permasalahan bisnis pada Makaroni Pejuang saat ini adalah banyaknya pesaing dalam bidang usaha yang sama dan menjual produk sejenis yaitu makaroni goreng dengan rasa asin dan gurih. Hal ini membuat dibutuhkan suatu inovasi produk dari Makaroni Pejuang agar Makaroni Pejuang mampu meningkatkan keunggulan bersaingnya. Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah : Bagaimana inovasi rasa produk makaroni goreng Makaroni Pejuang?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi rasa produk makaroni goreng Makaroni Pejuang.

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan  
Sebagai pertimbangan dalam inovasi rasa produk makaroni goreng Makaroni Pejuang dalam peningkatan keunggulan bersaingnya.
2. Bagi peneliti  
Sebagai tambahan wawasan bagi peneliti dan mengetahui kesesuaian antara teori dengan kenyataan.
3. Bagi Akademis  
Sebagai referensi untuk penelitian inovasi produk yang sejenis di masa depan.

