

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Di era globalisasi, persaingan dalam dunia pemasaran semakin kuat. Peningkatan kebutuhan serta keinginan pelanggan memicu munculnya berbagai produk dan layanan. Akibatnya, produsen harus menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Mereka meluncurkan produk dengan tujuan menarik perhatian konsumen, sehingga produk tersebut perlu memiliki daya tarik khusus agar dapat menarik minat dan mendorong keputusan pembelian. Produsen perlu cermat dalam mengidentifikasi peluang, karena persaingan yang ketat dapat mengakibatkan produk mereka kurang laku di pasar. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis tren penjualan, waktu peluncuran, tingkat pertumbuhan, jumlah pesaing, metode penetapan harga, dan data mengenai pesaing.

Indonesia adalah negara yang terdiri dari ribuan pulau dan memiliki keragaman suku serta budaya. Kekayaan budayanya mencakup berbagai aspek seperti seni, arsitektur, dan norma lokal lainnya. Salah satu elemen budaya yang signifikan adalah keterampilan dalam mengolah makanan untuk menciptakan hidangan yang lezat. Makanan khas suatu negara dapat membentuk identitas internasionalnya, menarik perhatian wisatawan, dan memberikan keuntungan bagi bisnis. Untuk mempertahankan reputasi kuliner Indonesia dalam negeri maupun di negara-negara tetangga, masyarakat perlu menerapkan strategi inovatif dalam pelayanan, kualitas makanan, tempat makan, kebersihan,

pemasaran, inovasi, dan suasana makan yang menarik. Dengan pertumbuhan populasi dan perubahan gaya hidup di berbagai daerah, industri kuliner diperkirakan akan berkembang pesat.

Di Kabupaten Ponorogo terdapat usaha kuliner unik yang sudah lama berdiri sejak tahun 2022, sehingga menjadi salah satu usaha yang dikenal di daerah Ponorogo. Usaha kuliner ini adalah Raja Singkong Keju yang sudah lumayan lama berdiri. Sejarah berdirinya Raja Singkong Keju sangat panjang. Bisnis Raja Singkong Keju ini merupakan terobosan dari seorang pemuda yang berasal dari Desa Pandak yang bernama Mas Angga. Ide kuliner ini muncul karena Mas Angga pada tahun 2020-2021 bekerja di Jawa Tengah lebih tepatnya di Kabupaten Yogyakarta. Mas Angga menjadi seorang karyawan di olahan singkong yang biasa disebut raja singkong. Pada saat itu hanya ada olahan singkong seperti singkong jemblem, Gethuk Crispy, stik singkong, Ubi Coklat, UBi Keju. Selama Satu tahun berkerja menjadi seorang karyawan Mas Angga mulai mempunyai ide dengan temannya satu perjuangan juga menjadi seorang karyawan di tempat raja singkong tersebut. Mulai timbul ide untuk berhenti bekerja dan memulai usahanya sendiri tanpa melipakan tempat yang mana telah mengajari banyak ilmu tentang olahan singkong tersebut. Tepatnya pada tahun 2021 akhir di bulan September Mas Angga memulai usahanya di Yogyakarta yang di bagi menjadi dua tim yaitu tim satu Mas Angga menjadi bagian marketing dan temannya yang asli orang Jawa Tengah mejadi tim produksi. Selang beberapa bulan usaha tersebut mulai berjalan dengan baik dengan adanya sebuah Strategi Diferensiasi, promosi serta inovasi yang dilakukannya. Sebuah Inovasi yang dilakukan oleh Mas Angga dan temannya

ini berupa inovasi dengan memberikan berbagai citarasa seperti: Singkong keju, singkong ekonomis dan singkong premium. Diferensiasi yang dilakukan untuk menjadikan usahanya memenangkan pasaran Mas Angga memberikan berbagai menu lainya sekitar ada 10 olahan singkong yaitu seperti: Singkong Ekonomis, Singkong Premium, Gethuk Crispy, Jemblem Unyu-Unyu, Stik Singkong, Ubi Original, Ubi Coklat, Ubi Tiramisu, Ubi Keju, dan Timus Coklat Mini. Untuk menarik pelanggan, iklan meminta pelanggan untuk memakan singkong keju olahannya sepuasnya sebelum menjualnya.

Dengan metode ini, Mas Angga percaya bahwa rasa produk yang ditawarkannya akan memuaskan konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang. Pada tahun 2022, Mas Angga memilih untuk kembali ke kota asalnya, Ponorogo, yang terkenal dengan Reognya, untuk memperkenalkan produknya di sana. Usahanya dimulai di Jalan Suromenggolo dengan sebuah gerobak kecil di pinggir jalan. Meskipun sederhana, usaha ini cepat berkembang dan berhasil menarik banyak pelanggan. Saat ini, produk tersebut mulai dikenal secara luas di kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

Mas Angga memulai penjualan di Jalan Suromenggolo dari jam 09:00 – habis pada setiap harinya. Seiring berjalannya waktu usaha ini berkembang pesat mulai banyak orang yang mengenalnya. Bahkan pada awal berdirinya Mas Angga mendapat keuntungan yang begitu banyak dari olahan produk yang dia miliki, lalu banyak orang yang tertarik ingin juga berjualan seperti Mas Angga. Selaku pemilik usaha pada Pertengahan tahun 2022 dengan temannya tim produksi yang berasal dari Jawa Tengah mulai membuat suatu komunitas

yang diberi nama Raja Singkong Keju. Banyak respon dari para pengusaha kecil yang kebanyakan dari kalangan anak muda ingin bergabung dengan komunitas tersebut. Lalu pada awal tahun 2023 berdirilah sebuah komunitas Raja singkong Keju asli yang didirikan pertama kali oleh Mas Angga dan temannya. Pada tahun 2023 Mas Angga selaku tim marketing mendapat banyak pesanan dari pengusaha yang telah bergabung dengan komunitas yang didirikan Mas Angga dan temnanya dan muali banyak anggota yang ada di komunitas tersebut lalu Mas Angga berhenti berjualan dan mencari kariyawan untuk menjaga outlet yang dibuka pertama kali olehnya. Karena Mas Angga menjadi owner Raja Singkong Keju se-Kresidenan Madiun. Sekarang Mas Angga hanya Mengatur suplai barang yang akan di butuhkan untuk di pasarkan di Karesidenan Madiun serta membuat harga yang sama pada setiap outlet yang didirikan oleh anggota komunitasnya, jadi jika ada penjual raja singkong keju yang menjual dengan harga berbeda lebih murah maupun lebih mahal itu bukan milik komunitas Mas Angga karena produk miliknya asli singkong keju bukan keju yang ditabur di atas singkong. Singkong ini di produksi langsung di Jawa Tengah oleh temanya Mas Angga sehinga menghasilkan cita rasa yang khas dari singkong tersebut dan pada setiap outlet yang ada di kareseidenan madiun harganya pastis ama.

Raja Singkong Keju ini merupakan olahan kuliner yang berbahan baku Singkong dengan tambahan berbagai macam bumbu seperti: Gula, Garam, Keju, Bawang dan Bumbu Rahasia yang membuat cita rasa khas dari olahan singkongnya. Proses pengolahan Raja Singkong Keju yang berada di Jawa Tengah yaitu: Pertama melakukan pemilihan singkong yang berkualitas

memisahkan singkong mana yang sempurna dan singkong yang kurang baik untuk di produksi, lalu mencuci, mengupas untuk memisahkan dari kulitnya dan merendam singkong tersebut dengan bumbu garam dan bumbu rahasianya selama semalam untuk memfermentasi agar menghasilkan cita rasa yang berkualitas, setelah selesai masa perendaman itu lanjut dengan cara di kukus dengan menambahkan bahan baku lainnya seperti: Gula, Garam, Keju, Bawang dan Bumbu rahasianya, jika telah selesai masa pengukusan lalu memisahkan singkong yang besar dan kecil. Bagian singkong yang berukuran besar dimasukkan di kedalam kemasan Singkong Premium dan yang kecil di masukkan dalam Singkong Ekonomis. Dua kemasan singkong tersebut lah bahan yang digunakan untuk membuat berbagai macam rasa pada saat penjualan seperti rasa: Tiramisi, Stobery, Original, Keju, Balado. Dan ada juga olahan setengah jadi seperti jembel dan potongan kecil-kecil yang digunakan untuk bahan pembuatan Stik Singkong. Dan bahan ini bisa disimpan di freezer mampu bertahan selama 6 bulan lamanya sebelum diolah langsung untuk pendistribusian ke tangan konsumen. Dengan cara menyimpan terlebih dahulu di freezer ini bertujuan agar menghasilkan produknya akan mengembang saat waktu digoreng nantinya. Banyak juga café-café yang ingin berbagung tetapi Mas Angga selaku Ownernya tidak mau karena hanya berfokus pada UMKM saja. Dengan tujuan awal Mas Angga ingin meningkatkan daya jual dari bahan yang biasanya orang ponorogo hanya digunakan untuk bahan baku pembuatan Nasi Tiwul, Kripik Singkong, Gaplek, dan Tepung dengan adanya olahan ini menaruh harapan besar agar olahnya

mampu di akui di mata konsumen dari semua kalangan mampu bersaing juga dipasar tingkat internasional.

Dalam strategi kompetitif, Melydrum yang dikutip oleh Sudaryono (2016;41) menggambarkan pemasaran sebagai proses bisnis yang bertujuan untuk menyelaraskan sumber daya manusia, keuangan, dan fisik organisasi dengan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Sebaliknya, American Marketing Association (AMA) menurut Kotler dan Keller (2016;29) mendefinisikan pemasaran sebagai fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan, serta mengelola hubungan dengan cara yang menguntungkan bagi organisasi dan pemangku kepentingannya. Kotler dan Armstrong (2017;29) menggambarkan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial. Berdasarkan definisi-definisi ini, pemasaran dapat dipahami sebagai proses menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dan mencapai tujuan organisasi.

Melalui wawancara dan observasi di Raja Singkong Keju, penulis menemukan informasi tentang diferensiasi produk. Biasanya, sebuah outlet atau pedagang kaki lima memiliki ciri khas atau keunikan yang membuatnya lebih menonjol dibandingkan dengan pedagang kaki lima lain yang menjual produk berbahan dasar singkong. Raja Singkong Keju menonjol dengan cara mengolah singkong yang berbeda dari biasanya, menambahkan variasi rasa seperti susu, coklat, keju, dan oreo, serta penyajian dan kemasan yang membedakannya dari produk lainnya.

Penulis berpendapat bahwa strategi diferensiasi, promosi dan inovasi produk adalah faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan. Dengan mempertimbangkan latar belakang dan masalah yang dibahas, penelitian ini diberi judul "**Pengaruh Strategi Diferensiasi, Promosi dan Inovasi Produk dalam Peningkatan Penjualan di Raja Singkong Keju Ponorogo.**"

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis dapat menyusun masalah berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Strategi Diferensiasi dalam Peningkatan Penjualan Raja Singkong Keju Ponorogo ?
2. Bagaimana Pengaruh Promosi dalam Peningkatan Penjualan Raja Singkong Keju Ponorogo ?
3. Bagaimana Pengaruh Inovasi Produk dalam Peningkatan Penjualan Raja Singkong Keju Ponorogo ?
4. Bagaimana Pengaruh Strategi Diferensiasi, Promosi dan Inovasi Produk dalam Peningkatan Penjualan Raja Singkong Keju Ponorogo ?

3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

untuk mengidentifikasi dan mempelajari bagaimana strategi diferensiasi, promosi, dan inovasi produk berperan dalam meningkatkan penjualan Raja Singkong Keju Ponorogo.

2. Manfaat

a. Bagi Raja Singkong Keju Ponorogo

Penelitian ini dimaksudkan untuk membantu dalam pengembangan upaya dan proses pengambilan keputusan dalam bidang manajemen pemasaran. Khususnya, dengan mengaitkan strategi pemasaran seperti Strategi Diferensiasi, Promosi, dan Inovasi dalam Meningkatkan Penjualan Raja Singkong Keju Ponorogo, hasilnya akan membantu mencapai tujuan yang telah ditetapkan sejak awal.

b. Bagi Fakultas dan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjadi referensi dan sumber informasi bagi mereka yang ingin memahami bagaimana strategi diferensiasi, promosi, dan inovasi produk mempengaruhi peningkatan penjualan di Raja Singkong Keju Ponorogo. Selain itu, penelitian ini juga merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan dapat digunakan untuk memperdalam pengetahuan dengan menerapkan konsep-konsep yang telah dipelajari selama perkuliahan.