

BAB V

PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan disajikan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian, sehingga pada uraian data-data diperoleh ketika peneliti melakukan pengamatan wawancara terkait strategi kewirausahaan dan inovasi produk dalam meningkatkan penjualan kue geti UD. Primadona di Desa Jabalsari, kemudian peneliti melakukan wawancara dengan narasumber/informan serta dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini. Berikut uraian tujuan yang akan dikemukakan dalam penelitian ini.

A. Strategi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Penjualan Kue Geti UD.

Primadona

Kewirausahaan suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan memerlukan adanya pengembangan usaha, yang dimana dapat membantu untuk mendapatkan ide dalam pembuatan barang-barang yang akan dijadikan produk yang akan dijual. Bahkan peran itu sangat penting karena dapat mengatur perilaku seseorang sehingga seseorang dapat menyesuaikan perilakunya sendiri dengan perilaku orang-orang sekelompoknya. Kemampuan kepemimpinan merancang dan mengorganisir strategi serta mewujudkan tujuan organisasi serta mengontrol seluruh kegiatan organisasi dibutuhkan dalam meningkatkan kualitas dari hasil kinerja. Karena kegiatan terkait kewirausahaan biasanya dikaitkan dengan menghasilkan suatu produk

atau jasa yang baru ataupun berbeda, lebih spesifik, dengan memanfaatkan sumberdaya dan memperluas pasar.

Orientasi kewirausahaan sendiri sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama. Dimanapun juga menjadi suatu nilai perusahaan yang nantinya menentukan arah gerak atau bisa dikatakan sebagai strategi pemasaran yang bisa melalui pencarian ide peluang serta keberanian mengambil resiko. Menurut Never dan Slater, pengertian orientasi kewirausahaan mencerminkan sejauh mana organisasi mampu mengidentifikasi dan mengeksploitasi kesempatan yang belum dimanfaatkan.¹

Sesuai dengan hasil penelitian ini diketahui bahwa penerapan strategi kewirausahaan dengan berorientasi yang dilakukan oleh Kue Geti UD. Primadona dalam meningkatkan penjualannya. Yaitu dengan keberaniannya perusahaan mengambil terobosan-terobosan bisnis untuk mencari peluang pertama kali dipasarkan ke Surabaya dan di berbagai supermarket maupun toko-toko besar (*market place*). UD. Primadona juga selalu mencoba untuk melakukan hal-hal baru untuk meningkatkan efisiensi produk melalui pembuatan enting-enting kacang dan kue geti untuk dijadikannya suatu produk. Dan mampu bertindak cepat lebih cepat dari pesaing untuk yang pertama menciptakan produk kue geti di Desa Jabalsari Tulungagung. Bahwasannya peran orientasi kewirausahaan dalam UD. Primadona ini sangat dipentingkan dalam menjalankan usaha. Seperti yang dijelaskan Wiklund dan Shepherd

¹ Etty Indriani, Agus Utomo & Irwan Christanto Edy, *Model Strategi Penguatan Daya Saing Industri Kreatif Pariwisata Bernilai Kearifan Lokal*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 28.

bahwa orientasi kewirausahaan berhubungan erat dengan kinerja UKM. Perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi akan memiliki kemampuan menemukan atau memanfaatkan peluang ditengah tantangan bisnis yang penuh persaingan.²

Terdapat keterkaitan antara hasil penelitian dari Ayuni, Gorda, Budiasni, Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dukungan sosial merupakan faktor eksternal yang dibutuhkan oleh wirausaha untuk mengembangkan usahannya dan secara maksimal dapat terlihat dari jumlah pengrajin saab mengalami fluktuasi.³

Orientasi kewirausahaan sebagai faktor-faktor yang mendukung strategi perusahaan agar mampu berkompetisi di pasar.⁴ Ataupun berdasarkan diatas maka, masing-masing aspek orientasi kewirausahaan dapat diartikan sebagai berikut:

1. *Passion* (Gairah)

Seseorang yang berorientasi kewirausahaan dapat dilihat sebagai orang yang memiliki *passion* dalam kegiatan yang dijalannya, karena orientasi memiliki dua maksud yaitu berkomitmen atas sikap yang akan dilakukan dan kecenderungan terhadap suatu pandangan, yang dapat pula diartikan sebagai *passion*. Dengan demikian orientasi juga dapat di kemukakan sebagai *passion* yang dimiliki atas kecenderungan yang cukup kuat berasal dari rasa suka terhadap suatu kegiatan tertentu seperti hobi

² Calvin Sine, *Membangun Orientasi Kewirausahaan...*, hlm.2.

³ Ni Made Sri Ayuni, dkk, *Orientasi Kewirausahaan...*, hlm. 1.

⁴Yuridistya Primadhila, Eka Avianti Ayuningtyas, Anggraita Primatami, *Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis...*, hlm. 4.

ataupun kebiasaan sehari-hari. Adanya *passion* juga mengindikasikan rasa cintanya yang mendorong seseorang untuk mengorbankan energi dan waktu untuk melakukan kegiatan yang dijalannya. Indikasi rasa suka, cinta dan pengorbanan maka *passion* dapat mendorong meningkatnya kinerja bisnis dikarenakan semangat yang besar didalam menjalankan bisnisnya mendorong seseorang bertindak positif serta berani mengambil resiko di dalam berinovasi di dalam persaingan yang ketat.

2. *Risk-Taking* (keberanian mengambil resiko)

Keberanian untuk bertindak hakikatnya wirausaha. Keberanian seseorang dalam wirausaha senantiasa dihadap oleh resiko yang merupakan wujud keberanian menembus ketidakpastiaan usaha. Karena itu, wirausaha membutuhkan perhitungan yang cermat, hati-hati dan bersifat antisipatif terhadap segala kemungkinan timbulnya resiko. Dapat dipahami bahwa berani mengambil resiko mendorong seseorang untuk mengorbankan sumberdaya yang dimiliki untuk melakukan sesuatu yang mungkin akan mengalami kegagalan, dan juga munculnya tindakan antisipatif terhadap kemungkinan munculnya masalah yaitu dengan melakukan eksplorasi terhadap kemungkinan-kemungkinan yang ada. Dan dengan adanya keberanian untuk mengorbankan sumberdaya dan eksplorasi maka dianggap dapat mempengaruhi kinerja di dalam bisnis.

3. *Proactive*

Semakin besar kepribadian proaktif yang dimiliki oleh seseorang maka semakin besar peluang untuk menghasilkan kreativitas kerja. Kreativitas

kerja mensyaratkan hadirnya ide-ide baru yang berguna dan sesuai dengan kebutuhan organisasi keproaktifan memiliki indikator dalam bentuk antisipasi dalam persaingan pasar untuk dapat tetap unggul, dan memiliki visi yang berorientasi ke masa depan. Dengan memiliki sikap serta tindakan antisipatif agar dapat unggul, memiliki keinginan kuat untuk mengusulkan perubahan dan visi yang jelas maka dapat dianggap bahwa keproaktifan dapat mendorong kinerja menjadi baik.

4. *Innovation*

Inovasi merupakan hasil dari suatu kreatifitas yang berhasil diwujudkan di dalam bentuk, atau rupa yang dapat dilihat, didengar, atau dirasakan manfaatnya oleh seseorang. Inovasi seringkali berupa produk, namun wujud inovasi dapat lebih luas daripada hanya suatu inovasi produk yaitu inovasi, system, inovasi manajemen dan lain-lain. Demi mewujudkan inovasi yang dapat dikenal dan diminati oleh konsumen atau calon pelanggan, inovasi melalui banyak proses hingga nanti dapat diwujudkan. Inovasi dapat disempurnakan melalui kegiatan penelitian dan percobaan berulang kali yang sering kali disebut sebagai kegiatan *trial and error*.

UD. Primadona mulai berdiri pada Tahun 1980 an yakni mulai aktif lagi memproduksi kue geti dengan meneruskan usaha milik neneknya. Pemilik perusahaan selalu menekuni usaha yang sudah didirikan sampai saat ini. Untuk perkembangan usaha UD. Primadona Tahun ke Tahun berkembang. Namun, untuk Tahun ini dengan adanya wabah virus Covid-19 30% mengalami penurunan jumlah produksi. Dan perusahaan memberikan inovasi produk

melalui olahan wijen, gula, vanili ataupun kacang menjadi satu makanan yang renyah, enak dan gurih serta menciptakan cita rasa yang berbeda dari yang lain.

B. Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan Kue Geti UD.

Primadona

Untuk mengetahui kebutuhan pasar, suatu organisasi harus melibatkan kegiatan-kegiatan yang baru atau yang berbeda dari biasanya, guna memberikan respon terhadap perubahan kondisi pasar dan kegiatan yang lainnya, hal tersebut biasa dikatakan sebagai perilaku yang inovatif. Sehingga inovasi produk merupakan suatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing.

Dapat dilihat dari hasil penelitian Inovasi produk yang dilakukan/diterapkan kue geti UD. Primadona meliputi, seperti ini:

1. Pengembangan Produk

Yang dilakukan kue geti UD. Primadona dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan pengembangan produk yang sudah ada di UD. Primadona yang awalnya turun temurun dari nenek Ibu Suparmi lalu, beliau melanjutkan dengan memproduksi enting-enting dengan seiring berkembangnya waktu UD. Primadona memberikan produk-produk unggulan dengan berbagai macam produk atau variasi kemasan produk. Serta kemampuan perusahaan menciptakan produk mampu dianggap baru namun sudah dikenal pasar yaitu mengenalkan produk kue geti dalam

kemasan sendiri, yang dulu enting-enting disebut kue geti juga. Dan perubahan pada kemasan label produk agar tampilan tradisional tetap terlihat modern.

Berdasarkan pada teori kegiatan pengembangan produk yaitu merencanakan dan melakukan secara sadar dengan memperbaiki produk yang ada ataupun menambah banyak variasi produk yang akan dipasarkan. Pengembangan produk ini perlu dilakukan secara terus menerus apa yang dihasilkan dan perlu diadakan sampai pada keputusan untuk menghilangkan suatu produk tertentu.⁵ Namun UD. Primadona mengambil keputusan mengenai penghilangan logo halal di label produk. Jadi, perusahaan berani mengambil resikonya. Lain hal perusahaan sudah mendapatkan sertifikat halal dari MUI.

2. Memberikan berbagai macam Produk

Dalam meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan memberikan berbagai macam produk yang terbuat dari olahan wijen dan kacang (Enting-Enting) dan olahan wijen, gula dan vanili (Kue Geti). Agar dengan adanya berbagai macam olahan produk yang ada di UD. Primadona juga memberikan berbagai jenis kemasan sesuai dengan permintaan dan keinginan konsumen atau pelanggan mulai dari kemasan box, refil maupun toples. Dan tidak lupa juga perusahaan memiliki ciri khas tersendiri yaitu renyah, enak dan gurih tidak terlalu manis pas untuk dikonsumsi.

Pelaku bisnis pemasar harus menciptakan produk yang tepat sesuai

⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persad, 2015), hlm. 200.

kebutuhan konsumen. Hal tersebut mampu membuat langkah untuk memperluas produk dengan melakukan perluasan dan meningkatkan kedalaman lini produk tersebut.⁶

3. Menjaga Kualitas Produk

UD. Primadona dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan menjaga kualitas produk dan pemilihan bahan bakunya baik secara selektif, maka konsumen akan merasa puas dan tidak merasa kecewa, yang nantinya konsumen juga memberikan kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan.

Seperti teori yang diungkapkan Sofjan Assauri ialah bahwa dalam melakukan strategi produk, kualitas produk merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan terutama dalam perusahaan, tersadarkan bahwa kualitas produk yang berkaitan erat dengan kepuasan konsumen yang memiliki tujuan dari suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Dalam perusahaan harus memiliki tingkat kualitas agar membantu atau menunjang usaha untuk terus meningkatkan dan mempertahankan posisi produk pada pangsa pasarnya atau tepat sarannya.⁷

Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jonathan dengan penelitian “*Analisis Tahapan Inovasi Produk Pada PT. Karyayudha Tiartama*”. Yang mana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh PT Karyayudha Tiaratama sebagian besar ialah pengembangan dari produk yang sudah ada. Cara

⁶ Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 12.

⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran...*, hlm. 211.

seperti itulah agar perusahaan dapat bersaing seiring perubahan dan perkembangan keinginan pasar.⁸

Bahwa inovasi produk yang harus dilakukan dalam mengembangkan produk dapat dilakukan dengan cara penentuan logo atau motto, penciptaan merek, menciptakan kemasan, dan pada keputusan label. Dalam penentuan logo atau motto harus dirancang secara baik dan benar dengan mempertimbangkan beberapa pertimbangan yaitu harus benar-benar memiliki arti positif, harus menarik perhatian, dan harus mudah diingat. Kemudian merek suatu tanda pengenal, tanda bagi untuk mengenal barang yang akan ditawarkan. Agar merek mudah dikenal oleh masyarakat harus mempertimbangkan beberapa faktor meliputi mudah diingat, terkesan, dan menarik perhatian masyarakat. Kemasan sebagai bungkus pembungkus suatu produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan. Untuk menciptakan kemasan ini harus benar-benar diperhatikan kualitas pada kemasan, bentuk ataupun ukuran, dan warnanya pada kemasan harus menarik. Sedangkan, label sebagai suatu yang diletakkan atau dilekatkan pada produk yang nampak dan merupakan bagian yang menonjol dari kemasan.

Berdasarkan hasil penelitian merek sudah jelas yaitu kue geti dan enting-enting kacang (Luky's), dalam penentuan merek ini dilakukan agar memudahkan konsumen mengingat produk, serta terdapat logo atau motto, dan menciptakan kemasan maupun pada label sudah diberikan keseluruhan

⁸ Anthony Leonardo Jonathan, Analisis Tahapan Inovasi Produk Pada PT Karyayudha Tiaratama, *Agora* Vol. 6 No. 2, (2018).

pada perusahaan UD. Primadona

Dan adapun Inovasi yang diberikan di dalam produk kue geti UD. Primadona dibandingkan dengan produk makanan yang serupa (*same*), antara lain:

a. Memberikan cita rasa khas yang enak dan lezat

Soal rasa, geti tidak kalah dengan jenis camilan lainnya. Rasa geti yang tidak terlalu manis dan wijen nya gurih. Kata “rasa” menjadi sebuah motivasi konsumen dalam memilih produk. Atau lain hal nya suatu cara pemilihan makanan dengan membedakan dari rasa makanan tersebut mungkin dari penampakan bau, rasa, ataupun tekstur. Soal rasa/ciri khas rasa yang diberikan di produksi kue geti/enting-enting ini perpaduan antara wijen, gula, dan vanili benar-benar di takar sesuai pembuatan. Dan mempunyai ciri yaitu renyah, enak dan gurih. Penyajian rasa enak nya tidak terlalu manis dan wijen nya gurih. Dan salah satu konsumen menyatakan bahwa kue geti UD. Primadona gurih dan tidak keras dibandingkan produk sejenis tetapi beda produksi.

b. Terbuat dari bahan-bahan alami yang menyehatkan, tanpa penyedap/bahan pengawet.

Selektif dalam memilih bahan baku dan menjamin kualitas produk sesuai dengan konsep, dimana produk yang dikonsumsi tidak hanya memiliki kualitas yang baik. Tetapi halal dari segi dzatnya dan baik dari segi bahan-bahan yang digunakan sehingga dapat memberikan manfaat. Terjaganya kualitas dan kandungan nutrisi yang ada pada produk akan

menjadi keunggulan kompetitif atas pesaing. Ketika memproduksi makanan terlebih dahulu mengutamakan kesehatan orang lain/konsumen. Maka dari itu bahan baku yang akan dijadikan suatu olahan harus mempunyai gizi yang baik dan menyehatkan.

Berdasarkan temuan peneliti produksi yang dilakukan perusahaan UD. Primadona tidak menggunakan bahan pengawet ataupun tidak menggunakan zat pewarna. Hanya menggunakan warna dari gula pun cukup untuk membuat geti. Wijen dan kacang kan merupakan biji-bijian jadi dijamin sehat dan halal. Demikian yang disampaikan diatas untuk pembuatan produk kue geti/enting-enting dari bahan-bahan alami dan menyehatkan, tanpa penyedap/bahan pengawet. Dan tanggapan dari kosumen benar-benar mempercayai kualitas bahan baku yang dipakai Insya Allah 100% Halal.

c. Harga terjangkau

Sudah pasti harga menjadi suatu patokan dimana harga merupakan keputusan yang terakhir untuk orang membelinya. Berdasarkan harga produk yang diberikan oleh UD. Primadona dibilang cukup terjangkau. Tidak murah dan tidak pula mahal (standar) harga. Harga yang diberikan umum dengan melihat kondisi bahan bakunya. Mulai dari Rp. 7.000-Rp. 12.000 sudah mendapatkan kue geti/enting-enting. Dan ada juga kemasan toples dibandrol dengan harga Rp. 25.000 sudah mendapatkan toples ukuran besar. Sangat terjangkau harganya untuk produk lucky's (UD. Primadona).

Karena terdapat 3 jenis kemasan box berwarna hijau/kuning, kecil, refil ataupun toples. Yang paling banyak dipasarkan yaitu kemasan kecil yang dijual dengan harga Rp. 7.000,-. Bahwa kemasan ini menyesuaikan dengan tingkat harga yang memungkinkan untuk dicapai oleh semua kalangan konsumen. hal ini UD. Primadona melakukan segmentasi pasar sosio ekonomi atau demografis. Sesuai pada teori segmentasi demografis mengelompokkan konsumen berdasarkan variabel demografis yaitu salah satunya kelas sosial. Dengan dasar ini diperoleh segmen pasar yang berupa segmen pasar masyarakat berstatus rendah, biasa, dan tinggi.⁹ Sehingga tujuan UD. Primadona membuat beberapa kemasan produk dengan tingkat harga yang berbeda pula menyesuaikan daya beli konsumen yang berasal dari kelas sosial yang berbeda-beda. Pada dasarnya penentuan harga menjadi sangat penting karena mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya suatu produk yang ditawarkan. Langkah-langkah yang digunakan dalam penentuan harga yang tepat pada suatu produk ialah menentukan tujuan penetapan harga, memperkirakan biaya, menganalisa biaya, harga dan penawaran pesaing, dan memilih metode penetapan harga.

Dan berdasarkan hasil penelitian UD. Primadona dalam menetapkan harga melihat terlebih dahulu kualitas bahan bakunya dan menyajikan harga yang kompetitif dengan tidak terpengaruh terhadap harga produk

⁹ Warren J. Keegan, *Manajemen Pemasaran Global Edisi Keenam*, Terj. Alexander Sindoro dan Tanty Syahlina Tarigan, (Jakarta: PT Indeks, 2008), hlm. 84.

pesaing tersebut lebih tinggi atau rendah. Dan UD. Primadona berkeyakinan bahwa selera setiap konsumen berbeda UD. Primadona menentukan harga produk mulai dari Rp. 7000 – Rp. 25.000. Disamping itu perusahaan berani mengambil harga murah. Produk yang dihasilkan kualitasnya baik namun, dengan harga yang ditawarkan lebih murah maka produk yang dihasilkan pun tetap berkualitas tinggi. Hal ini senada dengan teori yang diungkapkan oleh Kasmir dalam menetapkan harga dengan pertimbangan suatu produk yang ditawarkan memiliki kualitas tinggi.¹⁰

¹⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm 174.