

---

# BAB I

---

# PENDAHULUAN

Keragaman produk yang telah ditemui dan munculnya berbagai macam perkembangan usaha yang diikuti oleh produsen, merupakan hal yang seharusnya tidak bisa dihindari oleh para pemimpin. Produsen dalam menghadapi persaingan produk yang sejenis bukan tentang bagaimana cara memperjuangkan produk, tetapi juga persaingan untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen, maka perlu adanya strategi atau teknik yang tepat untuk mempertahankan maupun meningkatkan jangka panjang perusahaan.<sup>1</sup>

Perusahaan yang bergerak dalam memproduksi barang atau jasa pada suatu perusahaan dipercaya sebagai sektor yang bisa memajukan perekonomian. Industri diyakini sebagai langkah awal perkembangan ekonomi, sehingga Indonesia turut serta dalam pembangunan perusahaan. Industri diyakini sebagai langkah awal dalam pembangunan, sehingga Indonesia dapat berpartisipasi dalam pembangunan perusahaan dalam berbisnis baik dalam sektor usaha besar maupun sektor usaha kecil. Keberhasilan perusahaan bisa dilihat dari bagaimana setiap usaha dalam membuat produk.<sup>2</sup> Hal ini membuat tantangan bagi pelaku UMKM yang harus memiliki paradigma yang baik serta mampu

---

<sup>1</sup> Hermawan, "Cerita Menarik Dibalik Suatu Produk" <https://republika.co.id/berita/koran/news-update/nolacj8/siesta-cerita-menarik-di-balik-suatu-produk>, diakses tanggal 5 Desember 2021, Pukul 16.00.

<sup>2</sup> Carunia Mulya Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), hal. 41

untuk menciptakan produk yang dapat memberikan nilai dan kualitas yang unggul di dalam pasar.

UMKM mampu mendorong pertumbuhan ekonomi yang bertujuan untuk menumbuhkan kembangkan usaha dengan menciptakan produk yang melibatkan pada kreativitas dan inovasi yang berfokus pada ide-ide produk baru untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Dalam lingkungan bisnis perubahan menuntut setiap perusahaan supaya dapat menyempurnakan produk yang ada dan melakukan pengembangan produk baru untuk menjaga kelangsungan hidup serta meningkatkan pendapatan perusahaan.<sup>3</sup>

Perkembangan usaha menuntut pelaku UMKM menerapkan standar produksi yang ditandai dengan semakin banyak munculnya perusahaan serta ditemukan teknologi canggih dalam bidang produksi. Perusahaan yang mempunyai keunggulan dalam bersaing ditandai adanya kemampuan dalam memahami perubahan pasar dengan melakukan pemasaran maupun pengembangan produk guna mempertahankan usaha dan membesarkan merek yang menjadi pusat utama serta dapat meningkatkan pangsa pasar bagi konsumsi, karena perubahan minat konsumen dapat mengakibatkan adanya siklus hidup produk yang semakin pendek.<sup>4</sup>

Peningkatan minat konsumen dalam pembelian dipengaruhi oleh adanya penerapan pada produk, karena produk merupakan bagian dari bauran pemasaran yang penting bagi kelancaran usahanya. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan suatu teknik dalam melakukan produksi maupun pengembangan yang dapat menghasilkan suatu produk dengan berbagai rancangan, sehingga

---

<sup>3</sup> Dewi Hanggraini, *Strategi Bisnis dan Manajemen Risiko dalam Pengembangan UMKM di Indonesia*, (Bogor: IPB Press, 2021), hal. 15

<sup>4</sup> Subagyo, *et. all, Akuntansi Manajemen Berbasis Desain*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2018), hal 42.

dapat menentukan arah produk yang akan dipasarkan. Teknik yang dimaksud adalah suatu cara atau strategi dalam melakukan segala pengolahan yang berhubungan dengan hasil industri, termasuk pada proses pengembangan produk karena produk menjadi salah satu permintaan bagi konsumen, sehingga dalam buku ini penulis akan membahas mengenai pengembangan produk dan minat beli konsumen serta terdapat contoh studi kasus mengenai faktor penghambat pengembangan produk, faktor pendukung pengembangan produk dan teknik atau strategi pengembangan produk dalam meningkatkan minat beli konsumen pada UMKM.