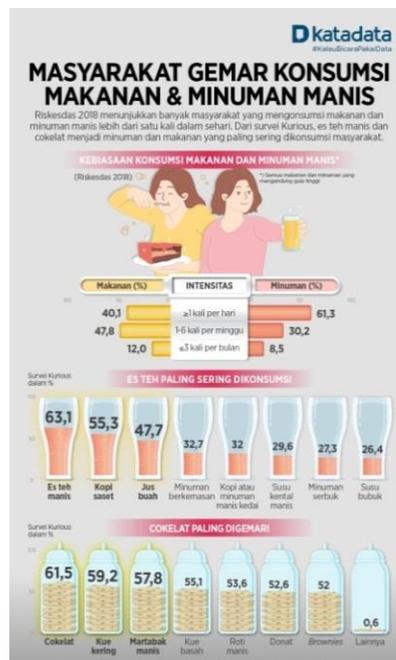


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara yang kaya akan rempah-rempah dengan membawa banyak jenis makanan. Variasi makanan dapat diolah dan dikreasikan menjadi menu-menu makanan yang beragam. Dalam data yang dikemukakan oleh Fcfibreglass bahwa bisnis kuliner di Indonesia menyumbang sebesar 34% dalam bidang perekonomian kreatif. Hal tersebut tentunya mendukung penuh para pengusaha untuk bisnis dalam bidang kuliner. Hasil survei mengatakan 40,1% masyarakat mengonsumsi makanan manis sebanyak satu kali atau lebih setiap harinya (Putri & shabrina, 2023).



Gambar 1. Data Makanan Manis

Sumber : Kementerian Kesehatan Kata Data (Putri dan Shabrina, 2023)

Salah satu makanan manis yang digandrungi masyarakat yaitu *dessert*. Saat ini *dessert* menjadi incaran masyarakat karena produknya yang unik dan menarik sering kali dijadikan sebagai konsumsi publik di sosial media. Selain itu, sosial media juga menjadi wadah referensi bagi pelaku usaha untuk melihat berbagai *dessert* yang inovatif dari berbagai belahan dunia. Restoran, toko kue, dan industri makanan olahan terus berinovasi untuk memenuhi permintaan pasar yang berkembang. Dalam hal ini, kita dapat memahami lebih dalam tentang bagaimana *dessert* beradaptasi dengan perubahan tren konsumen dan industri.

*Dessert* memiliki peran yang jelas dalam budaya dan industri makanan, masih ada tantangan dalam hal inovasi, keberlanjutan bahan, dan adaptasi terhadap preferensi konsumen yang terus berubah. Selain itu, penulis ingin mengkaji bagaimana *dessert* berperan dalam menciptakan pengalaman kuliner yang mengesankan bagi konsumen. Perilaku masyarakat yang konsumtif menjadikan prospek bisnis kuliner di Indonesia menjanjikan karena makanan dan minuman adalah salah satu kebutuhan dasar dari manusia. Berinovasi dalam produk makanan menjadi salah satu cara untuk mengembangkan dan mengimplementasikan kepada produknya.

Meskipun inovasi produk merupakan elemen krusial bagi keberhasilan perusahaan, banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam mengimplementasikan dan mengelola inovasi. Masalah seperti kurangnya pemahaman tentang kebutuhan konsumen, kekurangan sumber daya, dan ketahanan terhadap perubahan sering kali menjadi kendala dalam proses inovasi. Selain itu, pendekatan inovasi yang diterapkan bisa berbeda-beda tergantung pada jenis industri dan karakteristik perusahaan.

Adanya inovasi produk memungkinkan bahwa usaha yang dijalani akan terus mengikuti perkembangan zaman yang dimana perilaku konsumen sangat berperan penting dalam proses penjualan. Selain inovasi, diversifikasi produk juga memiliki peranan penting dalam proses pengembangan produk dan saling berkaitan satu sama lainnya dengan inovasi. Menurut Diharjo (2022:65), diversifikasi produk merupakan suatu perluasan produk dari usaha yang sudah ada. Inovasi akan digunakan secara terus menerus baik oleh para pelaku usaha kecil maupun besar. Seorang wirausahawan tentunya harus memiliki kemampuan dan pengetahuan yang luas untuk dapat memikirkan ide kreatif dan inovatif untuk mengeluarkan produk-produk yang dapat menarik perhatian konsumen.

Houvan Dessert merupakan sebuah usaha UMKM yang berfokus pada makanan manis yang menarik. Salah satu cara yang dilakukan oleh Houvan Dessert untuk menciptakan ide baru sebagai teknik untuk mengembangkan usahanya yaitu dengan berinovasi pada produknya. Inovasi menjadi peran penting dalam sebuah usaha untuk menghasilkan produk yang diinginkan konsumen sebagai nilai tambah perusahaan. Namun, sebuah inovasi tidak akan selalu diterima oleh masyarakat sehingga gagal dan sukses adalah dua aspek pendorong untuk terus melakukan yang terbaik. Oleh karena itu, inovasi harus benar-benar diolah secara matang sebelum dipasarkan kepada masyarakat. Tetapi, pada sebuah usaha tentunya berharap dalam menciptakan produk baru dapat menjadikan produk yang lebih baik dari sebelumnya. Penulis melihat produk yang dijual oleh Houvan Dessert mayoritas adalah produk viral. Dalam hal ini produk viral merupakan siklus hidup produk yang kemungkinan akan

mengalami naik turun sesuai dengan minat konsumen yang saling berkaitan dengan tingkat pendapatan di Houvan Dessert.

**Tabel 1. Data Penjualan Houvan Dessert Bandung**

**Data Penjualan Tahun 2023**  
**HOUVAN DESSERT BANDUNG**

BULAN	PRODUK TERJUAL	PENDAPATAN
FEBRUARI	110 PCS	RP.1.654.000
MARET	247 PCS	RP.3.716.000
APRIL	422 PCS	RP.6.346.500
MEI	500 PCS	RP.7.510.000
JUNI	461 PCS	RP.6.929.700
JULI	531 PCS	RP.7.975.000
AGUSTUS	499 PCS	RP.7.508.000
SEPTEMBER	384 PCS	RP.7.763.000
OKTOBER	475 PCS	RP.7.131.000
NOVEMBER	433 PCS	RP.6.500.000
DESEMBER	700 PCS	RP.10.513.000
TOTAL	4.762 PCS	RP. 71.546.200

Sumber : Houvan Dessert (2024)

Dari data penjualan produk di Houvan Dessert yang mengalami naik turun, sehingga diperlukan adanya inovasi produk yang sesuai dengan keinginan konsumen agar bisa mempertahankan bisnis bahkan meningkatkan penjualan. Pada observasi awal pada Houvan Dessert, penulis melihat strategi penjualan dengan berinovasi tempat yaitu *Pop-Up Booth* yang diadakan setiap hari Minggu oleh Houvan Dessert memungkinkan lebih intens berinteraksi dengan konsumen sehingga dapat menjadi peluang bagi Houvan Dessert untuk memasarkan dan mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen tetapi tidak menutup kemungkinan terjadi hambatan. Berikut adalah beberapa produk yang dikeluarkan oleh Houvan Dessert.



**Gambar 2. Produk Houvan Dessert**

Sumber : Peneliti (2024)

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana perusahaan mengelola proses inovasi produk dalam konteks tertentu. Diharapkan dapat diperoleh pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan inovasi, strategi yang digunakan perusahaan, serta tantangan yang dihadapi. Penelitian ini juga ingin menggali persepsi dari pihak-pihak yang terlibat langsung dalam proses inovasi, seperti *Owner*, *Head Kitchen*, *Crew Store* serta pelanggan dan konsumen. Oleh karena itu, berdasarkan pernyataan yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai inovasi produk yang dilakukan Houvan Dessert Bandung. Maka di dalam penelitian ini penulis mengambil judul Analisis Inovasi Produk Pada Houvan Dessert di Kota Bandung.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus masalah penelitian ini meliputi hal-hal yang berkenaan dengan kekhasan produk, kebaruan produk, program terencana, dan tujuan inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan Houvan Dessert sehingga mampu mengembangkan produknya.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana ciri khas produk makanan di Houvan Dessert ?
2. Bagaimana kebaruan produk makanan di Houvan Dessert ?
3. Bagaimana Houvan Dessert melakukan inovasi produk melalui program terencana ?
4. Apakah tujuan inovasi produk Houvan Dessert ?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui ciri khas produk makanan di Houvan Dessert.
2. Untuk mengetahui kebaruan produk makanan di Houvan Dessert.
3. Untuk mengetahui inovasi produk melalui program terencana di Houvan Dessert.
4. Untuk mengetahui tujuan inovasi produk Houvan Dessert.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi semua pihak, antara lain:

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai kontribusi serta sumbangan ilmiah untuk pengembangan ilmu administrasi bisnis dan memperkaya ilmu pengetahuan tentang inovasi dan kreativitas.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi para pembaca terutama terkait masalah inovasi produk.

#### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolok ukur oleh Houvan Dessert agar konsumen lebih tertarik terhadap produk mereka.

#### **2. Bagi Akademik**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan baru dalam masyarakat tentang inovasi produk untuk mengembangkan produknya dan alasan masyarakat dalam melakukan transaksi pembelian produk.

#### **3. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadikan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam Program Studi Administrasi Bisnis untuk lebih dikembangkan dengan menerapkan teori-teori yang sistematis mengenai inovasi bisnis.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika untuk penelitian dengan metode/pendekatan kualitatif sebagai berikut :

- a. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.

- b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA terdiri dari rangkuman teori, kajian/ penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran teori inovasi produk dan perilaku konsumen.
- c. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
- d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
- e. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

### 1.7 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Jalan Teuku Umar, Kec. Coblong, Kel. Lebak Gede, Kota Bandung. Kode pos 40132. Alasan penulis memilih lokasi ini karena Houvan Dessert merupakan usaha rumahan atau *home industry*. Selain itu, Houvan Dessert juga membuka *Pop Up Booth* setiap hari Minggu di Pasar Minggu Gasibu tepatnya di Jalan Surapati No.49, depan RM.Bale Gazeboo.

**Tabel 2. Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan Pelaksanaan Tahun 2024																			
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan judul penelitian																				
2.	Penyusunan Usulan Penelitian																				
3.	Seminar Usulan Penelitian																				
4.	Penyusunan Laporan Penelitian																				
5.	Pengumpulan Data																				

No	Kegiatan	Bulan Pelaksanaan Tahun 2024																			
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
6.	Analisis Data																				
7.	Penafsiran Data																				
8.	Pelaporan Hasil Penelitian																				
9.	Sidang Skripsi																				