

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rinda Jayanti  
NIM : 083144017  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul "*Analisis Proses Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Produk Bestcow Farm Di Ajung Kabupaten Jember*" adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 18 Oktober 2018

Saya yang menyatakan



**Rinda Jayanti**  
NIM. 083144017



**ANALISIS PROSES PENGEMBANGAN PRODUK DALAM  
MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK  
BESTCOW FARM DI AJUNG KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

**Rinda Jayanti**  
**NIM. 083144017**

**Disetujui Pembimbing**



**Ahmadiono, M.E.I**  
**NIP. 19760401 200312 1 005**

**ANALISIS PROSES PENGEMBANGAN PRODUK DALAM  
MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK  
BESTCOW DI AJUNG KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**



Oleh:

**Rinda Jayanti**  
**NIM. 083144017**

Dosen Pembimbing

**Ahmadiono, M.E.I**  
**NIP. 19760401 200312 1 005**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
OKTOBER 2018**

## ABSTRAK

**Rinda Jayanti, Ahmadiono, 2018:** *Analisis Proses Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Produk Bestcow Farm Di Ajung Kabupaten Jember*”.

Penelitian ini dilatarbelakangi Produk Bestcow Farm merupakan produk susu berupa susu murni, susu pasteur, yoghurt dan juga produk jasa berupa wisata edukasi bagi semua kalangan masyarakat. Susu Bestcow Farm memiliki mutu dan kualitas produk cukup baik dibanding dengan peternakan sapi perah lainnya karena pada peternakan sapi perah Bestcow Farm terdapat uji kualitas susu yang dihasilkan dari beberapa peternak sebelum disetorkan. Adapun uji kualitasnya itu antara lain dari berat jenis untuk mengetahui kadar air yang terkandung dalam susu dan di Bestcow Farm menggunakan alkohol untuk mengetahui susu rusak atau tidak. terus ada MBRT (*Methylen Blue Reduction Time*) untuk mengetahui jumlah bakteri, bakterinya banyak atau tidak. Kemudian suhu, karena suhu akan menentukan kecepatan pertumbuhan bakteri di susu.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana Proses Pengembangan Produk pada produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember? 2) Apakah Proses Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember?

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mendeskripsikan Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember. 2) Untuk mengetahui Proses Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive*. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun analisis data dalam skripsi ini melalui tiga langkah yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian bahwa 1) Dari hal tersebut dapat diketahui jika pihak pengelola Bestcow Farm telah menggunakan proses pengembangan produk sesuai dengan teori pemasaran sehingga keberhasilan proses pengembangan produk dapat meningkatkan strategi bersaing Bestcow Farm. 2) Di Bestcow Farm pihak pengelola menggunakan strategi bersaing yang sesuai dengan teori mulai dari biaya rendah, diferensiasi, serta fokus yang semakin meningkatkan strategi bersaing Bestcow Farm Jember.

**Kata kunci :** Proses Pengembangan produk, Keunggulan Bersaing

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Definisi Istilah .....	9
F. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Terdahulu .....	12
B. Kajian Teori .....	27
1. Pengembangan Produk .....	27
2. Keunggulan Bersaing .....	37

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B. Lokasi Penelitian .....	47
C. Subjek Penelitian.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Analisis Data.....	51
F. Keabsahan Data.....	52
G. Tahap Penelitian.....	53

### **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

A. Gambaran Objek Penelitian .....	55
B. Penyajian dan Analisis Data .....	68
C. Pembahasan Temuan .....	88

### **BAB V PENUTUP**

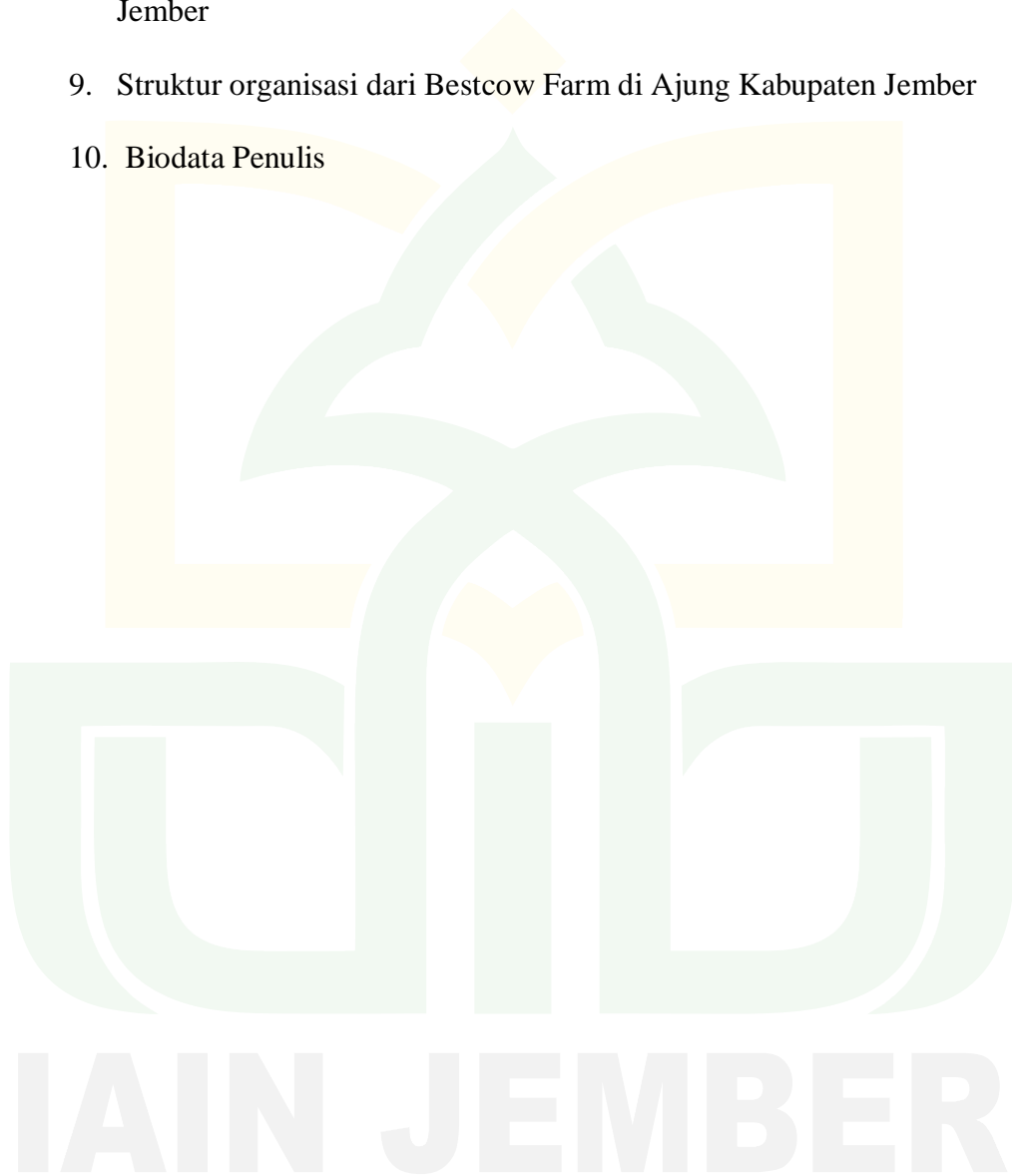
A. Kesimpulan .....	97
B. Saran-Saran .....	98

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
-----------------------------	------------

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

1. Matrik Penelitian
2. Pedoman Penelitian
3. Jurnal Kegiatan Penelitian
4. Foto Dokumentasi
5. Pernyataan Keaslian Tulisan
6. Surat Penelitian Dari IAIN Jember

7. Surat keterangan izin penelitian dari Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember
8. Surat keterangan selesai penelitian dari Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember
9. Struktur organisasi dari Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember
10. Biodata Penulis





## DAFTAR TABEL

No.Uraian

2.1	Penelitian Terduhulu .....	24
4.1	Hari dan Jam Kerja .....	62



## DAFTAR GAMBAR

No.Uraian

3.1	Skema Al-Wadi'ah Yad Dhamah.....	32
3.2	Skema Al-Wadi'ah Yad Al-Amanah.....	33
3.3	Struktur Organisasi BRISyariah Kantor Cabang Jember .....	47



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Ilmu pengetahuan dan perkembangan zaman mengubah perspektif masyarakat terhadap kebutuhan hidupnya. Perspektif masyarakat yang berubah mengacu pada perubahan kebutuhan hidup masyarakat yang lebih dinamis, efektif dan efisien dimana pola-pola yang baru menggantikan pola-pola yang lama. Perubahan ini menuntut adanya produk-produk yang dinamis dan lebih praktis sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan memberi kemudahan serta mengikuti trend yang sedang menguasai dunia saat ini. Hal ini menjadi salah satu perhatian penting bagi produsen untuk menciptakan produk yang sesuai dengan minat dan kebutuhan konsumen. Sebab kebanyakan organisasi bisnis yang berhasil mencapai tujuannya karena mereka selalu berusaha untuk memberikan produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan pelanggan.

Salah satu cara yang dilakukan produsen untuk mengikuti perubahan pada konsumen adalah dengan melakukan kegiatan pengembangan produk. Pengembangan produk (*product development*) pada dasarnya adalah upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk baru, memperbaiki atau memodifikasi produk lama agar dapat memenuhi tuntutan pasar dan selera pelanggan. *Toffler* memprediksikan bahwa akan terjadi peningkatan macam produk untuk barang jenis tertentu. Dari hari ke hari diprediksikan jenis produk akan meningkat, konsumen akan banyak pilihan dan akan cepat

bosan dengan produk karena banyaknya bermunculan produk-produk baru. oleh karena itu diperlukan kejelian dan kejeniusan dalam memenuhi keinginan pelanggan dengan melakukan pengembangan produk.<sup>1</sup>

Fenomena perubahan kebutuhan yang disebabkan perkembangan zaman ini memacu perusahaan selaku produsen untuk terus berinovasi. Perusahaan berupaya menawarkan produknya agar konsumen tertarik dan melakukan pembelian. Dengan demikian perusahaan harus bersaing dengan menguasai teknologi, minat konsumen dan persaingan pasar untuk mempersiapkan diri menciptakan inovasi produk baru. Inovasi terpenting yang dapat dilakukan perusahaan adalah pembaharuan yang menyangkut produk itu sendiri, karena produk menjadi alasan utama seseorang untuk memilih dan membelinya. Untuk menciptakan produk yang memiliki nilai jual dan daya saing tinggi, dalam proses inovasinya perusahaan harus dapat menciptakan strategi bisnis yang tepat. Oleh karena itu, perusahaan perlu memanfaatkan sumber dayanya dengan optimal dan melakukan kegiatan pengembangan dan desain (rancangan) produk yang baik mutunya merupakan kunci kesuksesan di dunia bisnis.

Pengembangan produk merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk menambah manfaat, ciri, desain dan layanan pada barang dan jasa. Upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk-produk baru, serta memperbaiki atau memodifikasi produk-produk lamanya dengan tujuan agar dapat memenuhi tuntutan pasar dan selera konsumen. Dalam hal

---

<sup>1</sup> Zamit Yamit, *Manajemen Produksi dan Operasi* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 34.

ini perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar dan harus melihat perubahan apa yang harus dilakukan terhadap produknya. Hal ini bisa meliputi bentuknya, kualitasnya, jenisnya, atau *type* baru dari padanya, sehingga dapat memberikan kepuasan yang lebih besar bagi konsumennya.<sup>2</sup>

Pada salah satu ataupun beberapa produk yang sedang dipasarkan itu berada pada tahap kedewasaan, maka pengusaha haruslah mulai memanfaatkan keuntungan yang diperolehnya dari produk yang berada pada tahap tersebut untuk mengembangkan ide penciptaan produk baru atau *New Product Development*. Produk baru inilah yang diharapkan nantinya akan dapat menggantikan produk lama yang sedang jaya. Penciptaan produk baru ini sebenarnya meliputi 3 hal yaitu:<sup>3</sup> (1) produk yang sama sekali baru (2) perubahan desain (*redesign*) dan (3) pembungkusan (*packaging*).

Pengembangan produk berhubungan erat dengan peningkatan keunggulan bersaing. Keunggulan komparatif atau “*Comparative Advantage*” merupakan kelebihan yang dimiliki oleh suatu perusahaan suatu negara dibandingkan dengan perusahaan atau negara lain, yang mana kelebihan tersebut diperolehnya dari pemilihan sumber daya tertentu yang tidak terdapat di perusahaan atau negara lain.<sup>4</sup>

Keunggulan produk yang dipasarkan merupakan senjata yang sangat bagus dalam memenangkan persaingan apabila memiliki mutu yang tinggi, sebaliknya produk yang mutunya rendah akan sukar untuk memperoleh citra

---

<sup>2</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1998), 143.

<sup>3</sup> Fajar Laksana, *Manajemen pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 212.

<sup>4</sup> *Ibid.*, 212.

dari para konsumen. Oleh karena itu pertama-pertama produk yang dihasilkan harus diusahakan agar tetap bermutu baik. Dalam hal ini terdapat ungkapan “*Quality First*” atau kualitas adalah yang utama dan dapat mengatasi segala-galanya. Di samping dengan mutu produk yang bagus, pengusaha masih dapat mengembangkan keunggulan komparatifnya dalam bidang produk ini dengan mengadakan diversifikasi produknya. Pengembangan yang lebih lanjut terhadap keunggulan komparatif di bidang produk dapat dilakukan dengan cara menghasilkan dan memasarkan produk-produk yang bersifat eksklusif. Produk yang eksklusif akan membuat kebanggaan bagi para pemakainya dan konsumen yang merasa bangga akan memiliki *image* yang bagus terhadap perusahaan atau memiliki *costumer*.<sup>5</sup>

Pengembangan produk dibutuhkan oleh setiap perusahaan salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di bidang pangan. produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bergerak di bidang pangan biasanya tidak begitu tahan lama atau mudah kadaluarsa sehingga membutuhkan teknik lebih baik agar disukai oleh konsumen dan sesuai dengan kebutuhan konsumen agar produk mudah di pasarkan dan perusahaan memperoleh keuntungan sesuai yang diharapkan. Kabupaten Jember merupakan daerah agraris, yang menyediakan berbagai jenis tumbuhan untuk kebutuhan pakan ternak, baik sapi maupun kambing (perah dan kereman). Hampir setiap kecamatan, saat ini berdiri peternakan yang dikembangkan dan dikelola masyarakat. Baik peternakan untuk penggemukan maupun untuk diambil

---

<sup>5</sup> Ibid,139.

susunya (pemerahan). Peternakaan sapi perah Bestcow Farm yang memproduksi susu murni perah dan bertempat di Jalan Raung, Dusun Klanceng Ajung Jember merupakan salah satu peternakan sapi perah yang memproduksi susu murni tanpa pengawet.

Bestcow Farm memiliki produk utama yaitu susu murni tanpa pengawet yang diminati oleh konsumen terbukti dengan penjualan yang semakin meningkat akan tetapi seiring dengan perkembangan selera konsumen maka Bestcow Farm juga melakukan pengembangan produk agar selalu diminati oleh konsumen. Mutu dan kualitas produk dari usaha susu sapi perah pada Bestcow Farm cukup baik dibandingkan dengan peternak susu sapi perah lainnya karena di usaha susu sapi perah Bestcow Farm terdapat uji kualitas susunya yang dihasilkan dari beberapa peternak sebelum disetorkan. Untuk menentukan kualitas dan mutu susu terdapat alat uji kualitas uji Berat Jenis(BJ) yang sekaligus menentukan harga produk susu per liternya.<sup>6</sup>

Pengembangan produk pada peternakan susu Bestcow Farm guna meningkatkan keunggulan bersaing dengan produsen susu lainnya cukup berhasil. Upaya yang dilakukan Bestcow Farm dalam meningkatkan keunggulan bersaing yaitu dengan meningkatkan kualitas produk dan memiliki pelanggan, memprioritaskan pelanggan dengan pelayanan prima dan memegang kepercayaan masyarakat. Sehingga, banyak produsen susu lain yang mulai mengikuti jejak Bestcow Farm dalam peningkatan

---

<sup>6</sup> Nyoman Aribowo, *wawancara*, Jember, 19 Pebruari 2018.

produknya. Hal tersebut menjadi kelebihan tersendiri bagi Bestcow Farm, sebab Bestcow Farm menjadi pioner pengembangan produk susu yang unggul dari peternak sapi perah di Kabupaten Jember.

Kemudian pada tahun 2016, Bestcow Farm menambah usaha dalam bidang jasa yakni wisata edukasi.<sup>7</sup> Wisata edukasi ini menyediakan sarana belajar dan berwisata bagi semua kalangan, baik anak-anak maupun orang dewasa. Para pengunjung bisa berwisata sambil belajar mengenai sapi perah hingga belajar pemerahan susu. Wisata edukasi ini merupakan satu-satunya wisata edukasi yang berada di daerah Jember yang menyediakan sarana belajar tentang sapi perah.

Jadi pada pengembangan produk sapi perah ini tidak hanya dijual mentahnya saja tapi si pemilik berinovasi mengembangkan produknya dengan banyak variasi dan ini sesuai permintaan konsumen atau pelanggan yang semakin meningkat. Begitu juga dalam keunggulan bersaing pada Bestcow Farm ini meningkatkan kualitas produk dan memiliki pelanggan, memprioritaskan dengan pelayanan prima dan memegang kepercayaan masyarakat.

Alasan peneliti tertarik untuk meneliti di Bestcow Farm karena di Peternakan sapi perah Bestcow Farm Jember memiliki produk susu yang kualitasnya lebih unggul dibanding dengan produk susu dari produsen lain yang berada di daerah Jember. Usaha yang dilakukan yaitu oleh Bestcow Farm yaitu usaha dari hulu ke hilir dimana Bestcow Farm memiliki

---

<sup>7</sup> Nyoman Aribowo, *wawancara*, Jember, 19 Februari 2018.



peternakan sapi perah yang nantinya hasil produksi susu dari peternak sapi perah diolah untuk kemudian dijadikan susu pasteurisasi dengan variasi rasa dan yoghurt, namun tidak hanya itu peternakan sapi Bestcow Farm itu dijadikan wisata edukasi bagi masyarakat. Sehingga hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai perkembangan produk yang dilakukan oleh Bestcow Farm untuk meningkatkan keunggulan bersaingnya dengan peternakan sapi perah lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ”**Analisis Proses Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Produk Bestcow Farm Di Ajung Kabupaten Jember**”.

## **B. Fokus Penelitian**

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian.<sup>8</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, dapat ditemukan fokus penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Proses Pengembangan Produk pada produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember?
2. Apakah Proses Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember?

---

<sup>8</sup> Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 44.

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah.<sup>9</sup>

Adapun tujuan-tujuan yang dimaksud adalah:

1. Untuk mendeskripsikan Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui Proses Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.<sup>10</sup>

#### 1. Manfaat Teoritis

Pada tatanan teori, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa terkonfirmasinya teori yang menyebutkan bahwa proses pengembangan produk dapat berimplikasi pada daya saing.

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan informasi keilmuan ekonomi kepada pembaca mengenai bahasan

<sup>9</sup> Ibid., 45.

<sup>10</sup> Ibid., 45.

tentang proses pengembangan produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember.

- b. Bagi almamater IAIN Jember, penelitian ini dapat menambah koleksi dan kepustakaan khususnya di bagian skripsi IAIN Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam prodi Ekonomi Syariah, dan dapat dijadikan referensi atau acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
- c. Bagi pihak pengusaha Bestcow Farm, diharapkan dapat menjadi salah satu bahan informasi dan sebagai salah satu langkah untuk Proses Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing.
- d. Bagi mahasiswa, penulisan ini dapat menjadi bahan referensi pembaca dan peneliti lainnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan diharapkan dapat menjadi bahan penambah wawasan dalam dunia bisnis.

#### **E. Definisi Istilah**

Definisi istilah yaitu berisi tentang istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti.

Adapun penelitian yang berjudul Analisis Proses Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember”. Akan dijelaskan makna dari masing-masing kata yang terdapat dalam judul penelitian tersebut.

## 1. Proses Pengembangan produk

Proses Pengembangan Produk adalah tahapan pertama dalam pengembangan produk adalah mencari ide yang dapat diperoleh dari berbagai sumber baik yang berasal dari dalam perusahaan maupun yang berasal dari orang luar yang sama sekali tidak terlibat dengan perusahaan. Ide yang masuk akan disaring dan di putuskan untuk memilih ide yang paling *Maketable*.<sup>11</sup>

## 2. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah Keunggulan komparatif atau “*Comparative Advantage*” merupakan kelebihan yang dimiliki oleh suatu perusahaan suatu negara dibandingkan dengan perusahaan atau negara lain, yang mana kelebihan tersebut diperolehnya dari pemilihan sumber daya tertentu yang tidak terdapat di perusahaan atau negara lain.<sup>12</sup>

## F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam dalam mempelajari materi ini, penting adanya sebuah sistematika pembahasan.

Adapun sistematika ini dirancang menjadi lima bab sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN**, Menguraikan tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, serta sistematika pembahasan.

**BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN**, membahas mengenai penelitian terdahulu, kajian teori.

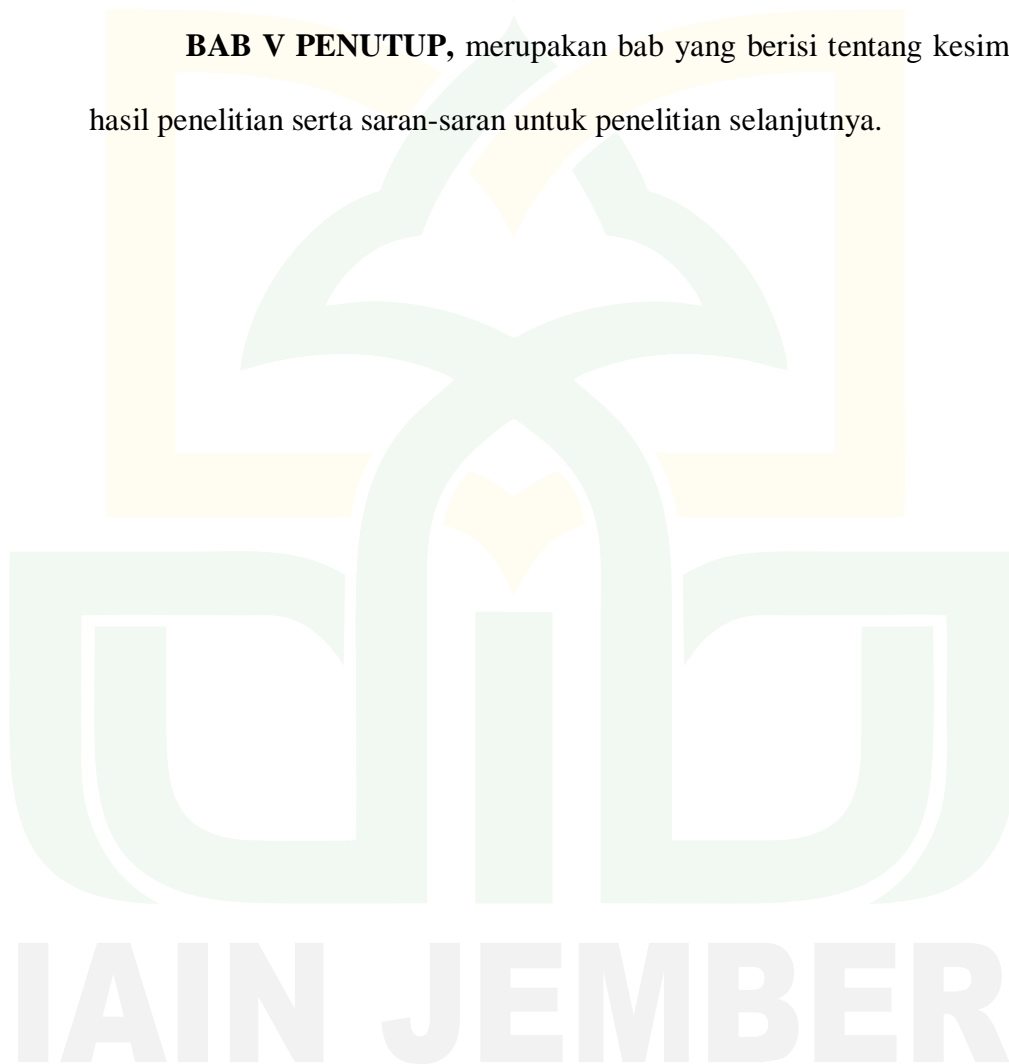
<sup>11</sup> Zulian Yamit, *Manajemen dan Operasi* (Yogyakarta: Ekonisa , 2003), 39.

<sup>12</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 212.

**BAB III METODE PENELITIAN,** memaparkan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data,tahap-tahap penelitian.

**BAB IV PENYAJIAN DATA DAN HASIL,** menguraikan dan memaparkan tentang hasil penelitian.

**BAB V PENUTUP,** merupakan bab yang berisi tentang kesimpulan hasil penelitian serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Kajian Kepustakaan

##### 1. Penelitian Terdahulu

Penelitian pada bagian ini mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, penelitian terdahulu menyajikan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh calon peneliti. Relevan yang calon peneliti maksud bukan berarti sama dengan yang akan diteliti, tetapi masih dalam lingkup yang sama. Kemudian peneliti membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah dipublikasikan atau belum dipublikasikan.

Beberapa kajian terdahulu yang ditemukan oleh peneliti sebagai berikut :

- a. Yuliatul Hasanah, 2017. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember **“Strategi Pengembangan dan Diversifikasi Produk Kakao di Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia Jember”**.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana Strategi Pengembangan Produk Kakao di Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao Indonesia Jember? (2) Bagaimana Strategi Diversifikasi Produk Kakao di Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia Jember?

Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan Strategi Pengembangan Produk Kakao Di Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao

Indonesia Jember. Untuk mendeskripsikan Strategi Diversifikasi Produk Kakao di Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia Jember. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya tindakan, perilaku, persepsi dan lain-lain secara holistic dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Sedangkan dikatakan deskriptif karena data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sumber data primer meliputi: wawancara, observasi, dokumentasi, dan *Library Reserch*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Pengembangan Produk Coklat di Pusat Penelitian Kopi dan Kakao (Puslitkoka) Indonesia Desa Renteng Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember diwujudkan dengan melengkapi produknya dengan beberapa atribut produk berikut: (a) Merek, yaitu merek produk Puslitkoka memenuhi syarat merek yaitu simpel, mudah diingat, mudah dieja dan memberikan kesan positif bagi konsumen, karena merek Vicco mencerminkan nama tempat produksi aneka produk yang berbahan dasar buah kakao. (b) kemasan, yaitu strategi pemilihan kemasan bisa dibilang menarik, kemasan bentuk, warna dan ukuran

semunya menyesuaikan dengan target pasarnya yaitu dari anak-anak kecil hingga lansia. Pemilihan kemasan di Puslitkoka juga ekonomis dan praktis. Hal ini sesuai dengan syarat kemasan yaitu ekonomis dan praktis tidak memerlukan wadah yang besar untuk menampungnya. (c) label, yaitu pemilihan label sangatlah baik, pemilihan label yang berupa slogan menjunjung tinggi moral “*Dari Petani untuk Petani*” yang artinya buah kakao dari petani dan hasil produksinya dijual kepada petani (istilah lain dari masyarakat), serta lebih menegaskan lagi jenis coklat yang tertera pada kemasan/isi kemasan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa label juga menjelaskan beberapa hal mengenai produk, yaitu siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, apa jenisnya, bagaimanapun harus digunakan, bagaimana cara menggunakan dengan aman.

2. Pengembangan Pasar Melalui Diversifikasi Produk Coklat di Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao (Puslitkoka) Indonesia Desa Renteng Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember. Berdasarkan jenisnya Puslitkoka menciptakan produk yang baru untuk menarik para pelanggannya agar tidak jenuh dengan produk yang sudah ada dan tidak mengalami perubahan.

Perbedaan dalam penelitian ini meneliti lebih fokus pada Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing sedangkan skripsi Yuliatul Hasanah lebih fokus pada Strategi



Pengembangan dan Diversifikasi Produk Kakao di Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia Jember. Selain itu perbedaan terletak pada objek penelitian, dimana peneliti terdahulu objek penelitiannya adalah kopi dan kakao sedangkan objek yang diteliti oleh penulis adalah produk dari peternakan sapi perah Bestcow.

Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengembangan produk. Selain itu persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode pendekatan kualitatif.<sup>1</sup>

- b. Noer Aji Febriyanto, 2015. Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang **“Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal”**.

Fokus penelitian ini adalah Bagaimana pengembangan produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan pada konveksi busana muslim clothing kendal. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yakni pengamatan langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dimana peneliti dapat

<sup>1</sup> Yuliatul Hasanah, “Strategi Pengembangan dan Diversifikasi Produk Kakao di Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia Jember” (Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember) tahun 2017.

menentukan hanya beberapa variabel saja dari objek yang diteliti kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder diperoleh berdasarkan catatan penjualan dan bukti tertulis yang didokumentasikan. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis datanya menggunakan regresi linier sederhana, analisis deskriptif variabel penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesa, sedangkan pengolahan datanya menggunakan SPSS 16.00 for windows.

Dari hasil pengolahan data diperoleh regresi linier sederhana  $Y = 34,150 + 28,112X$ . Besarnya pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan adalah 28,112%. berdasarkan hasil uji t diperoleh t sebesar 5,345 dengan nilai signifikansi 1, dimana nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, dibuktikan pada data penjualan yang terjadi pada tahun 2013-2014 dengan mengalami penurunan penjualan.

Adapun perbedaan dalam penelitian ini meneliti Volume Penjualan dan Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Selain itu perbedaan terletak pada metode penelitian, dimana penelitian terdahulu menggunakan

metode kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.

Adapun Persamaan dalam penelitian ini sama-sama meneliti pengembangan produk, hanya saja lebih fokus pada Keunggulan bersaing.<sup>2</sup>

- c. Arif Hidayat, 2011. Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta **“Strategi Pengembangan Produk BMT AL-Fath Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing”**.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi pengembangan BMT AL-FATH dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada produk yang dipasarkan? (2) Bagaimana pola pengembangan strategi BMT AL-FATH? (3) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi strategi pengembangan?

Tujuan penelitian ini adalah: (1) mendeskripsikan strategi pengembangan BMT AL-FATH dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada produk yang dipasarkan. (2) mengetahui pola pengembangan strategi BMT AL-FATH. (3) mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi strategi pengembangan.

Lokasi penelitian yaitu pada koperasi BMT AL-FATH dengan alamat JL. Aria Putra No. 1 Kedaung- Pamulang. Sumber data: (a) Primer, yaitu data diperoleh secara langsung dari

<sup>2</sup> Noer Aji Febriyanto, “Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal” (Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang) tahun 2015.

responden melalui wawancara dengan pihak yang menjadi objek penelitian dalam hal ini adalah BMT AL-FATH yaitu dengan Manager Tamwil Bapak saimin. (b) Sekunder yaitu sumber data pendukung yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan.

Teknik Pengambilan data: (a) Studi Lapangan, dalam hal ini untuk mendapatkan data-data dan informasi yang berupa tanya jawab dengan pihak Koperasi BMT AL-FATH sebagai sumber data. yaitu wawancara dengan Bapak saimin, S.Pd Manager Tamwil. Cara pencatatan hasilnya dengan mencatat langsung hasil wawancara. (b) Studi Kepustakaan, studi kepustakaan (*Library Research*), yaitu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan menganalisis data-data. Penulis mengadakan penelitian terhadap beberapa literatur yang ada kaitannya dengan penulisan skripsi ini, literatur ini berupa skripsi terdahulu, buku, majalah, artikel, brosur, internet dan lain sebagainya. Langkah dalam melaksanakan studi kepustakaan ini adalah dengan cara membaca, mengutip, untuk menganalisa dan merumuskan hal-hal yang dianggap perlu dalam memenuhi data dalam penelitian ini.

Metode dan analisis data, setelah data diperoleh, maka penulis mengolah data tersebut dengan metode analisis deskriptif. Yaitu menjelaskan dan memaparkan tentang suatu, dalam hal ini penulis menjelaskan dan memaparkan tentang pengembangan produk dan keunggulan bersaing. Dan metode analisis yaitu suatu

metode dimana penulis berdasarkan data-data yang ada menganalisa hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi, dalam hal ini penulis menganalisa tentang Strategi Pengembangan Produk BMT AL-FATH dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) salah satu cara yang dilakukan BMT AL-FATH dalam pengembangan produk-produk yang dimilikinya adalah dengan cara mengembangkan produk-produk yang sudah ada, seperti pada produk titipan, BMT AL-FATH tidak hanya menerima titipan saja, akan tetapi BMT AL-FATH membagi dalam beberapa kelompok produk berbentuk simpanan yaitu: simpanan amanah, simpanan wadiah, simpanan pendidikan, simpanan nikah, simpanan idul fitri, simpanan Qurban/Aqiqoh dll. Bukan hanya di produk simpanan saja BMT AL-FATH mengembangkan produknya tetapi juga dibidang penyaluran dana seperti pembiayaan.

Semua itu juga dilakukan BMT AL-FATH untuk mempermudah mitra BMT dalam melakukan transaksi baik dalam bentuk simpanan maupun pembiayaan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan tujuan, selain itu pengembangan produk-produk tersebut juga ditujukan untuk meningkatkan keunggulan bersaing BMT AL-FATH, tanpa adanya pengembangan produk BMT AL-FATH akan kalah dengan lembaga keuangan lainnya.

Adapun perbedaan dalam penelitian ini meneliti terletak pada objeknya, yaitu produk dari BMT AL-FATH sedangkan pada penelitian penulis ini pada usaha peternakan.

Adapun persamaan dalam penelitian ini sama-sama meneliti Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing dan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah kualitatif.<sup>3</sup>

- d. Lydia Apriliani, 2015. Universitas Diponegoro Semarang **“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Market Share (Studi Kasus pada smartphone Iphone Di Semarang)”**.

Penelitian bertujuan untuk menganalisis Market share terhadap keunggulan bersaing Smartphone iPhone pada agen penjualan handphone di Semarang. Penelitian ini berangkat dari masalah penelitian yaitu :“Bagaimana cara meningkatkan Market share pada produk Apple?” Telaah pustaka yang dilakukan telah menuntun peneliti dalam menghasilkan sebuah model penelitian penelitian yang dibentuk oleh hubungan empat 4 variabel yaitu: kualitas produk, inovasi produk, harga, keunggulan bersaing dan satu (1) indikator yaitu Market share.

Metode penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden pada agen

<sup>3</sup> Arif Hidayat, “Strategi Pengembangan Produk BMT Al-Fath Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing”, (Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta) tahun 2011.

penjual handphone di Semarang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan analisis kualitatif menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Analisis ini meliputi: uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada persamaan pertama kualitas produk, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Untuk persamaan kedua keunggulan bersaing serta harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Market share. Variabel inovasi produk merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi keunggulan bersaing sebesar 0,572 dan faktor terkecil mempengaruhi Market share adalah harga sebesar 0.216. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa semua variabel independen memang layak untuk menguji variabel dependen. Angka Adjusted R Square pada persamaan pertama 0.568, sedangkan pada persamaan kedua sebesar 0.091. Hal ini menunjukkan bahwa 56.8% keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan inovasi produk. Sedangkan pada persamaan kedua menunjukkan bahwa 9.1% Market share dapat dijelaskan oleh variabel keunggulan bersaing dan harga. Sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya di luar penelitian.

Adapun perbedaan dalam penelitian ini meneliti lebih fokus pada Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing dan cara Meningkatkan *Market Share* (Studi Kasus pada smartphone Iphone Di Semarang)”. Adapun persamaan dalam penelitian ini sama-sama meneliti menggunakan metode teknik purposive sampling dan lebih fokus pada keunggulan bersaing.<sup>4</sup>

- e. Rika Rachman Amin Faisal, 2015. Universitas Jember (UNEJ)  
**“Pengembangan Sumber Daya Manusia untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Batik Sumberjambe di UD Bintang Timur Jember.**

Fokus penelitian “Bagaimanakah Pengembangan Sumber Daya Manusia untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Batik Sumberjambe di UD Bintang Timur Jember?”.

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Dengan melakukan wawancara terhadap informan yang ditentukan menggunakan purposif. Data-data yang diperoleh peneliti kemudian diolah dan dianalisis sebagai hasil dari penelitian. Peneliti menggunakan analisis data model interaktif berdasarkan Miles dan Huberman, dengan 3 tahapan yaitu reduksi data, model data, serta penarikan/verifikasi kesimpulan.

Hasil yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa adanya kegiatan pengembangan sumber daya manusia di UD. Bintang

<sup>4</sup> Lydia Apriliani, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Market Share (Studi Kasus pada smartphone Iphone Di Semarang)”, (Skripsi Universitas Diponegoro (UNDIP) Semarang) tahun 2015.



Timur yang dibuktikan dengan data keikutsertaan karyawan maupun pemilik usaha dalam pelatihan-pelatihan terkait batik. Capaian yang dihasilkan dari mengikuti pelatihan adalah beberapa inovasi, diantaranya pemasaran melalui *online* mulai dirintis untuk lebih membuka peluang pasar. Pelatihan batik khas Jember rutin diikuti oleh karyawan untuk terus dapat berinovasi baik dari segi motif juga bentuk dari batik yang diproduksi, untuk mengikuti tren yang berkembang seperti pada pelatihan. Seperti pada pewarnaan alami yang telah dilaksanakan, yaitu untuk mengembangkan produk dengan pemanfaatan pewarna dari tumbuh-tumbuhan. Melalui pelatihan untuk cinderamata pariwisata, produk batik H. Mawardi berinovasi pada kemasan produk untuk barang-barang yang digunakan sebagai cinderamata baik konsumen batik lokal maupun turis asing. Hasil dari mengikuti pelatihan serta *reseach and development* yang dilakukan oleh perusahaan H. Mawardi menghasilkan produk-produk baru seperti mukenah batik khas Jember serta menghasilkan produk batik pakaian jadi. Inovasi terus dilakukan UD. Bintang Timur sehingga target untuk dapat terus eksis dalam persaingan pasar dapat dicapai, namun target untuk memenuhi penjualan internasional hanya dapat dilakukan pada penjualan cinderamata bagi turis asing yang datang ke Jember dan bukan pada sektor ekspor batik.

Adapun perbedaan dalam penelitian ini meneliti Pengembangan Sumber Daya Manusia untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Batik.

Adapun persamaan dalam penelitian ini peneliti sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.<sup>5</sup>

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Tahun	Perbedaan	Persamaan
1	Yuliatul Hasanah	Strategi Pengembangan dan Diversifikasi Produk Kakao di Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia Jember	2017	Dalam penelitian ini meneliti lebih fokus pada Strategi Pengembangan produk dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing sedangkan skripsi Yuliatul Hasanah lebih fokus pada strategi Pengembangan dan Diversifikasi Produk Kakao di Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia Jember. Selain itu perbedaan terletak pada objek penelitian, dimana peneliti terdahulu objek	Dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengembangan produk. Selain itu persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode pendekatan kualitatif.

<sup>5</sup> Rika Rachman Amin Faisal, "Pengembangan Sumber Daya Manusia untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Batik Sumberjambe di UD Bintang Timur Jember", (Skripsi Universitas Jember (UNEJ)) tahun 2015.

				penelitiannya adalah kopi dan kakao sedangkan objek yang diteliti oleh penulis adalah produk dari peternakan sapi perah bestcow”.	
2	Noer Aji Febriyanto	Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal	2015	Dalam penelitian ini fokus masalah pada Volume Penjualan dan Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan ( <i>field research</i> ). Selain itu perbedaan terletak pada metode penelitian, dimana penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.	Dalam penelitian ini sama-sama meneliti pengembangan produk, hanya saja lebih fokus pada Keunggulan bersaing
3	Arif Hidayat	Strategi Pengembangan Produk BMT Al-Fath Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing	2011	Dalam penelitian ini meneliti terletak pada objeknya, yaitu produk dari BMT AL-FATH	Dalam penelitian ini sama-sama meneliti Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan

				sedangkan pada penelitian penulis pada usaha peternakan.	Bersaing dan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah kualitatif..
4	Lydia Apriliani	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Market Share (Studi Kasus pada smartpho ne Iphone Di Semarang)	2015	Dalam penelitian ini meneliti lebih fokus pada Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing dan cara Meningkatkan <i>Market Share</i> (Studi Kasus pada smartphone Iphone Di Semarang)”.	Dalam penelitian ini sama-sama meneliti menggunakan metode teknik purposive sampling dan lebih fokus pada keunggulan bersaing.
5	Rika Rachman Amin Faisal	Pengembangan Sumber Daya Manusia untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Batik Sumberjambe di UD Bintang Timur Jember	2015	Dalam penelitian ini meneliti Pengembangan Sumber Daya Manusia untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Batik.	Dalam penelitian ini peneliti sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.

(sumber data: diolah dari penelitian terdahulu)

## 2. Kajian Teori

### a. Pengembangan Produk

#### 1) Pengertian Pengembangan Produk

Pengembangan Produk adalah strategi perusahaan dengan meningkatkan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau mengembangkan produk atau jasa baru. Perusahaan perlu menggunakan strategi ini ketika produk-produknya telah mengalami fase kejenuhan yang dapat diakibatkan oleh banyaknya produk-produk baru yang muncul di pasar. Produk-produk baru mungkin menawarkan nilai lebih tinggi dari yang selama ini ditawarkan perusahaan, misalnya memiliki mutu yang lebih baik atau memiliki harga yang lebih rendah. Untuk dapat menerapkan strategi ini, perusahaan tentu perlu mengembangkan kemampuan litbang-nya.<sup>6</sup>

Pengembangan produk biasanya ditunjukkan pada upaya menarik minat para pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut karena mereka merasa puas terhadap produk yang selama ini sudah diluncurkan, dipromosikan, dan dijual oleh perusahaan. Karena yang menjadi sasaran adalah para pelanggan lama, strategi pengembangan produk biasanya mencakup tiga jenis kegiatan, yaitu: (1) mengembangkan dan

---

<sup>6</sup> Musa Hubeis dan Mukhamad Najib, *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), 78.

meluncurkan produk baru, (2) mengembangkan variasi mutu produk lama, dan (3) mengembangkan model dan bentuk-bentuk tambahan lama itu.<sup>7</sup>

Kebanyakan organisasi bisnis yang berhasil mencapai tujuannya karena mereka selalu berusaha untuk memberikan produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan pelanggan. Pengembangan produk (*product development*) pada dasarnya adalah upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk baru, memperbaiki atau memodifikasi produk lama agar dapat memenuhi tuntutan pasar dan selera pelanggan. *Toffler* memprediksi bahwa akan terjadi peningkatan macam produk untuk barang jenis tertentu. Dari hari ke hari diprediksikan jenis produk akan meningkat, konsumen akan banyak pilihan dan akan cepat bosan pada dengan produk karena banyaknya bermunculan produk-produk baru. Oleh karena itu diperlukan kejelian dan kejeniusan dalam memenuhi keinginan pelanggan dengan melakukan pengembangan produk.<sup>8</sup>

Konsep produk 'baru' dapat ditelaah dari dua perspektif, yakni (1) baru bagi pasar (*new to mrket*) yang mengandung arti belum ada perusahaan yang memproduksi atau memasarkan produk tersebut sebelumnya dan/atau (2) baru bagi perusahaan

---

<sup>7</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000), 146.

<sup>8</sup> Yamit, Zulian, *Manajemen Produksi dan Operasi* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 34.

bersangkutan (*new to the firm*), artinya perusahaan-perusahaan lain sudah memasarkan produk tersebut tetapi perusahaan bersangkutan belum memasarkannya.<sup>9</sup>

## 2) Proses pengembangan produk baru

Sebagian besar perusahaan memiliki sistem dan proses formal untuk mengelola program pengembangan produk baru. Secara umum, proses –proses tersebut memiliki kesamaan dalam hal 8 tahap pokok yang terdiri atas: (a) Pemunculan Ide (*idea generation*); (b) penyaringan ide (*screening*), (c) Pengembangan Produk dan Pengujian Konsep; (d) Pengembangan Strategi Pemasaran; (e) Analisis Bisnis; dan (f) Pengembangan Produk; (g) Marketing Testing (h) komersialisasi.

### a) Pemunculan ide

Inovasi produk datang dari memahami konsumen dan mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan konsumen secara sungguh-sungguh. Proses pengembangan produk baru berawal dari pencarian ide. Ide produk baru bisa berasal dari sejumlah sumber, diantaranya dari para konsumen, (*customers*), para pesaing (*competitors*), para pemasok

<sup>9</sup> Fandy Tjiptono, dkk, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 395.

(*suppliers*), bagian pemasaran (*marketing*), bagian penelitian dan pengembangan (*research and development*).<sup>10</sup>

#### b) Penyaringan Ide

Tahap penyaringan ide terdiri atas sejumlah aktivitas yang dirancang untuk mengevaluasi konsep produk baru. Konsekuensinya, akan ada banyak konsep baru yang dieliminasi dalam tahap ini. Setidaknya, informasi yang diperoleh dalam tahap penyaringan bisa membantu pihak manajemen untuk: (a) memproyeksikan tingkat permintaan potensial, (b) mengidentifikasi peluang keberhasilan produk, dan (c) memperkirakan tingkat kanibalisasi. Kegiatan-kegiatan penyaringan dapat meliputi studi potensi pasar (*Market potensial studies*), pengujian konsep (*concept test*), dan model skoring (*scoring model*).<sup>11</sup>

Tujuan penyaringan ide adalah untuk mengurangi ide yang ada agar benar-benar dapat diwujudkan, sesuai dengan kebijakan dan strategi perusahaan. Keputusan untuk menerima atau menolak ide yang diragukan harus diambil sedini mungkin untuk mencegah pemborosan waktu dan dana.<sup>12</sup>

<sup>10</sup> Muhandi, *Strategi Operasi: untuk Keunggulan Bersaing* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 83.

<sup>11</sup> T. Hani Handoko, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Pertama* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2014), 39.

<sup>12</sup> Zulian Yamit, *Manajemen Produksi dan Operasi* (Yogyakarta: Ekonisa, 2003), 40.



### c) Pengembangan dan Pengujian Konsep

Dalam tahap pengembangan dan uji konsep ini, ide atau gagasan yang telah disetujui kemudian dikembangkan menjadi konsep produk. Pertama dirumuskan gagasan produk, yaitu gagasan tentang sebuah produk yang menurut perkiraan sementara dapat dibuat dan dipasarkan. Dari gagasan ini kemudian dikembangkan konsep produk, yaitu pemikiran yang lebih matang yang dirumuskan dalam rumusan pemasaran. Konsep produk tersebut kemudian diuji atau diperlihatkan kepada konsumen, sambil diadakan survey pendapat konsumen terhadap produk baru tersebut, kemungkinan-kemungkinan konsumen akan membeli dan menyenangkannya. Ide-ide menarik harus disempurnakan menjadi konsep produk yang dapat diuji.

### d) Pengembangan Strategi Pemasaran

Dalam hal ini perusahaan mulai merencanakan strategi pemasaran produk baru dengan memilih segmentasi pasar tertentu, beserta teknik promosi yang digunakan.<sup>13</sup>

### e) Analisis Bisnis

Dalam tahap ini diadakan evaluasi terhadap keseluruhan rencana pengembangan. Tujuan analisis bisnis adalah mendapatkan gambaran sekomprensif mungkin

---

<sup>13</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: ALFABETA, CV, 2016), 142.

tentang dampak finansial yang bisa diperoleh dari memperkenalkan sebuah produk baru. Sejumlah ukuran (seperti biaya, laba, *Return On Investment*, arus kas) dilakukan dengan memperkirakan jumlah penjualan dibandingkan dengan dengan pembelian bahan baku, biaya produksi dan perkiraan laba.<sup>14</sup>

f) Pengembangan Produk

Apabila konsep produk telah lulus dari pengujian bisnis, selanjutnya diteruskan ke bagian penelitian dan pengembangan untuk dikembangkan menjadi suatu produk fisik. Pada tahap inilah akan membutuhkan modal yang besar untuk membuat produk secara riil. Pada tahap ini juga akan terjawab apakah gagasan produk yang terpilih dapat dikembangkan menjadi produk yang layak secara komersial dan secara teknis. Andaikata ternyata tidak layak secara komersial maupun secara teknis maka lenyaplah biaya-biaya yang dikeluarkan selama ini yang akan tertinggal hanyalah satu atau beberapa informasi yang bermanfaat yang diperoleh dari langkah-langkah tersebut. Apabila sudah berhasil maka selanjutnya dibuatlah beberapa produk yang memenuhi selera konsumen.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Ibid., 142.

<sup>15</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 1994), 219.

#### g) Market Testing

adalah tahap yang memadukan program pengembangan produk dengan program pemasaran. Tujuannya adalah untuk menguji produk dalam situasi pasar yang sebenarnya serta untuk menguji semua program pemasaran produk tersebut, seperti strategi *positioning*-nya, periklanan, distribusi, kebijakan harga dan pengemasan. Hasil pengujian pasar akan membantu manajemen dalam dua hal, yaitu: pertama, diharapkan hasil pengujian akan memberikan bukti yang dapat dipercaya atas penjualan dan potensi labaproduk baru yang diperkenalkan. Kedua, memberikan informasi untuk pengambilan keputusan.<sup>16</sup>

Tujuan tahap ini adalah untuk: (a) memberikan penilaian lebih rinci mengenai peluang sukses produk baru, (b) mengidentifikasi penyesuaian-penyesuaian akhir yang dibutuhkan untuk produk, dan (c) menetapkan elemen-elemen penting dalam program pemasaran yang akan digunakan untuk memperkenalkan produk di pasar.<sup>17</sup>

#### h) Komersialisasi

Setelah perencanaan matang, dilaksanakan, dan diuji, maka akhirnya dibuat produksi besar-besaran yang membutuhkan modal investasi cukup besar. Mulailah

---

<sup>16</sup> Ibid., 42.

<sup>17</sup> Fandy Tjiptono, dkk, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), 417.

dikenalkan produk baru di pasar, yang akan menjalani proses kehidupan sebagai suatu produk baru, sampai kepada tahap proses konsumsi oleh pihak konsumen, dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumen, dan mendatangkan keuntungan bagi produsen.

### 3) Tujuan Pengembangan Produk

Pengembangan Produk baru dilakukan perusahaan untuk berbagai tujuan. Ada empat tujuan pengembangan produk baru, yaitu: (1) Mengurangi waktu pengembangan (*reducing deveploment time*), (2) memaksimalkan kesesuaian dengan kebutuhan konsumen (*maximizing the fit with customer needs*), (3) memaksimalkan kualitas produk (*maximizing product quality*), dan (4) memaksimalkan kemampuan produksi dan efisiensi (*maximizing manufacturability and efficiency*).

a) Mengurangi waktu perkembangan. Waktu pengembangan produk dimulai dengan konsepsi awal dan diakhiri dengan memperkenalkan produk tersebut ke pasar. Mengurangi waktu pengembangan produk menjadi salah satu prioritas persaingan kunci (*key competitive priority*) bagi strategi operasi, sebab hal ini akan menawarkan tiga keunggulan besaing. Pertama, produk baru yang dikembangkan secara relatif akan lebih cepat dipasarkan atau ditawarkan ke pasar dibandingkan produk pesaingnya, sehingga perusahaan

dapat menentukan harga yang lebih baik dan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Sebaliknya, perusahaan yang lambat memperkenalkan produk barunya akan kehilangan kesempatan, atau mengurangi kesempatannya untuk memperoleh keunggulan yang sesungguhnya mereka bisa dapatkan lebih awal. Kedua, yakni keunggulan lainnya dari pengurangan waktu pengembangan produk adalah perusahaan dapat memodifikasi atau meng-*upgrade* produk mereka secara lebih cepat, sehingga akan mampu melayani kebutuhan konsumen dengan produknya yang *up to date*, menciptakan loyalitas merek (*brand loyalty*), dan berada satu langkah lebih maju dari pada pesaing yang lebih lambat. Keunggulan yang ketiga, bahwa perusahaan akan lebih mudah untuk melakukan uji pasar terhadap produk barunya, dan menempatkan kembali produknya jika produk tersebut tidak memenuhi kebutuhan konsumen, dengan suatu produk baru yang lebih baik.

- b) Memaksimalkan kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen. Banyak produk baru yang gagal tatkala produknya ditawarkan ke pasar, sebab produk tersebut tidak didesain sesuai dengan kebutuhan pasar atau konsumennya. Proses mendesain produk memerlukan sejumlah aktivitas-aktivitas teknis di dalam suatu proses pengembangan

produk yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan visi suatu bisnis.

c) Memaksimumkan kualitas produk. pengembangan produk baru ditujukan pula untuk menghasilkan kualitas produk yang lebih baik atau terbaik. Mengurangi waktu pengembangan produk merupakan sesuatu yang penting, tetapi walaupun demikian kualitas produk juga menjadi sesuatu yang tidak kalah pentingnya. Karena itu, yang dituntut oleh pasar adalah bagaimana perusahaan harus mampu mengembangkan produknya dalam waktu yang lebih cepat (dalam arti tepat) dan juga produknya memiliki kualitas yang superior.

d) Memaksimumkan kemampuan produksi dan efisiensi. Pengembangan produk baru juga bertujuan untuk memaksimumkan kemampuan perusahaan dalam memproduksi, dan dengan biaya yang seekonomis mungkin dalam arti efisiensi. Dengan kata lain, efektivitas dan efisiensi menjadi tujuan yang penting dalam pengembangan produk baru. Produk yang dibuat tersebut haruslah yang *marketable* dan *profitable*, dengan memanfaatkan secara optimum kemampuan perusahaan dalam memproduksi dan

pencapaian efisiensi yang merupakan tujuan kunci bagi usaha pengembangan produk.<sup>18</sup>

## **b. Keunggulan bersaing**

### 1) Pengertian Keunggulan bersaing

Keunggulan bersaing adalah Keunggulan komparatif atau “*Comparative Advantage*” merupakan kelebihan yang dimiliki oleh suatu perusahaan suatu negara dibandingkan dengan perusahaan atau negara lain, yang mana kelebihan tersebut diperolehnya dari pemilihan sumber daya tertentu yang tidak terdapat di perusahaan atau negara lain.<sup>19</sup>

Setiap usaha apapun yang berada dalam lingkungan persaingan selalu mengharapkan keunggulan relatif dibandingkan pesaingnya. Keunggulan relatif yang dimaksud merupakan bentuk keputusan manajemen untuk memiliki nilai lebih pada satu atribut ataupun beberapa atribut, dibandingkan pesaing yang bisa dijadikan acuan preferensi konsumen. Ada dua hal penting untuk membangun keunggulan relatif tersebut, yakni pada keunggulan produk inti dan pada kemampuan membangun kinerja total.

Keunggulan produk inti adalah keunggulan yang disebabkan oleh manfaat utama dari produk, barang, dan jasa yang ditawarkan. Adapun pengertian kedua menekankan pada

---

<sup>18</sup> Muhandi, *Strategi operasi: untuk Keunggulan Bersaing* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 79.

<sup>19</sup> Fajar Laksana, *Manajemen pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 211-212.

keunggulan dalam pencapaian kinerja secara keseluruhan, baik dari segi pemasaran, layanan pasca jual, strategi harga, dan sejenisnya. Perusahaan yang terus memperhatikan perkembangan kinerja secara total dan berusaha meningkatkannya memiliki peluang untuk meraih keunggulan dalam jangka panjang.

Keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki unit usaha. Modal intelektual, khususnya kreativitas merupakan sebuah keunggulan bersaing. Dalam konteks itu, keahlian unik perusahaan menempatkan pegawai sebagai bagian penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Michael E. Porter memberikan kontribusi besar untuk perencanaan dan manajemen strategik. Dia berpendapat, bahwa perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif. Studi yang dilakukan Michael E. Porter selanjutnya menetapkan strategi genetik yang diklasifikasikan dalam tiga kategori, yaitu a) *Cost Leadership*, b) Diferensiasi, c) Fokus (Terdiri atas *Cost Focus* dan *Diferensiasi Focus*).<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Rio F. Wilantara dan Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM* (Bandung: PT Refika Aditama, 2016), 274-275.



a) Keunggulan biaya (*Overall Cost Leadership*)

Kepemimpinan biaya keseluruhan, di sini perusahaan bekerja keras untuk mencapai biaya produksi dan distribusi terendah. Biaya rendah memungkinkan perusahaan menetapkan harga yang lebih rendah daripada pesaingnya dan memenangkan pangsa pasar yang besar.<sup>21</sup> Strategi Biaya Rendah menekankan pada upaya memproduksi produk standar dengan biaya per unit yang sangat rendah. Produk ini biasanya ditujukan kepada konsumen yang relatif mudah terpengaruh oleh pergeseran harga atau menggunakan harga sebagai faktor penentu keputusan. Dari sisi perilaku pelanggan, strategi jenis ini amat sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang termasuk dalam kategori perilaku. Ketika konsumen tidak terlalu peduli terhadap perbedaan merek, relatif tidak membutuhkan perbedaan produk, atau jika terdapat sejumlah besar konsumen memiliki kekuatan tawar-menawar yang signifikan.

b) Diferensiasi (*Differentiation*)

Diferensiasi atau strategi pembedaan produk, di sini perusahaan berkonsentrasi untuk menciptakan lini produk dan program pemasaran yang sangat terdiferensiasi

---

<sup>21</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2002), 278.

sehingga perusahaan dapat menyamai pemimpin kelas dalam industri. Sebagian besar pelanggan lebih suka memiliki produk merek ini jika harganya tidak terlalu tinggi. Strategi ini mendorong perusahaan untuk sanggup menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi sasarannya. Keunikan produk yang dikedepankan ini mungkin suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya.<sup>22</sup> Cara pembedaan produk bervariasi dari pasar ke pasar, tetapi berkaitan dengan sifat dan atribusi fisik suatu produk atau pengalaman kepuasan yang didapat oleh konsumen dari produk tersebut. Berbagai kemudahan pemeliharaan, fitur tambahan, fleksibilitas, kenyamanan, dan berbagai hal lainnya yang sulit ditiru lawan merupakan sedikit contoh dari diferensiasi. Strategi jenis ini bisa ditujukan kepada para konsumen potensial yang relatif tidak mengutamakan harga dalam pengambilan keputusannya.

c) Fokus (*focus*)

Fokus, di sini perusahaan memfokuskan usahanya untuk melayani beberapa segmen pasar dengan baik dan tidak mengejar seluruh pasar. Strategi Fokus (*Focus*) digunakan untuk membangun keunggulan bersaing dalam

---

<sup>22</sup> Musa Hubeis dan Mukhamad Najib, *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), 85.

suatu segmen pasar yang lebih sempit. Strategi jenis ini ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya kecil dan dalam pengambilan keputusannya untuk membeli, relatif tidak dipengaruhi oleh harga. Strategi fokus memiliki dua varian, yaitu fokus biaya dan fokus diferensiasi. Untuk fokus biaya, perusahaan mengusahakan keunggulan bersaing dalam segmen sasarannya. Sebaliknya, untuk fokus diferensiasi, perusahaan mengusahakan diferensiasi dalam segmen sasaran. Strategi ini biasa digunakan oleh pemasok “*niche market*” (segmen khusus/khas dalam suatu pasar tertentu; disebut pula sebagai ceruk pasar) untuk memenuhi kebutuhan suatu produk, khususnya barang dan jasa.

## 2) Faktor Persaingan

Telah tergambar di muka bahwa salah satu kenyataan hidup dalam bisnis ialah terjadinya persaingan yang ada kalanya makin tajam terjadi apabila:

- a) Makin banyak perusahaan yang menghasilkan dan memasarkan produk yang serupa atau sejenis
- b) Makin banyak perusahaan yang mampu menawarkan produk substitusi kepada para konsumen dengan manfaat yang relatif sama

- c) Makin langkanya bahan mentah atau bahan baku untuk diproses lebih lanjut
- d) Masuknya produk yang sedang “trendy” ke pasaran
- e) Terjadi pergeseran dalam perilaku konsumen dalam memilih dan membeli produk tertentu
- f) Terjadi peningkatan kemampuan ekonomi para pelanggan atau pemakai produk sehingga orientasi mereka bergeser dari harga ke mutu dan pelayanan, termasuk pelayanan purna jual

Kesemuanya itu menuntut kemampuan yang lebih tinggi dari para perumus kebijaksanaan strategik dalam perusahaan agar dengan demikian strategi yang dirumuskannya memungkinkan organisasi meraih keuntungan, mempertahankan eksistensi dan menempuh jalur pertumbuhan dan perkembangan. Secara ideal, apa yang seharusnya terjadi ialah persaingan yang sehat. Akan tetapi pengalaman banyak orang menunjukkan bahwa tidak semua usahawan yang menghadapi persaingan dengan berpegang teguh pada norma-norma moral dan etika. Ada saja usahawan yang mau terlibat dalam persaingan yang tidak sehat yang dilakukannya melalui upaya seperti:

- (a) Manipulasi harga
- (b) Manipulasi mutu

- (c) Dalam kampanye pemasaran memberikan janji-janji yang muluk-muluk
- (d) Alpa dalam pemberian pelayanan
- (e) Menggunakan teknik-teknik promosi yang lebih-lebihkan manfaat produk yang dihasilkan dan dipasarkannya.

Berbagai tindakan yang bersifat manipulatif seperti itu mungkin saja memberikan keuntungan yang besar pada satu ketika tertentu, tetapi tidak untuk jangka panjang. Oleh karena itu sikap yang tepat untuk ditampilkan ialah merumuskan strategi perusahaan sedemikian rupa sehingga norma-norma moral dan etika tetap dipegang teguh. Bertindak demikian memang mungkin tidak menghasilkan keuntungan besar untuk jangka pendek, akan tetapi dapat dikatakan merupakan jaminan untuk kesenambungan kehidupan perusahaan yang bersangkutan.<sup>23</sup> Seperti pada Al-Qur'an pada surat Al-baqarah ayat 148

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيْهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ  
بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya : *“Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepada-Nya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semua.*

<sup>23</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), 88.

*Sungguh, Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.*  
(Q.S Al- Baqarah : 148)

### 3) Dampak mutu/ kualitas produk dalam besaing

Produk merupakan salah satu dari faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, di samping harga dan jangkauan distribusinya. Oleh karena itu setiap perusahaan berupaya untuk mengembangkan produknya, agar dapat mampu bersaing dengan produk-produk saingan pasar. Unsur yang terpenting dalam produk adalah mutu/kualitas. Sering terdapat perbedaan penafsiran tentang apa yang dimaksudkan dengan kualitas. Dari segi pandangan si produsen, mutu/kualitas sering diartikan sebagai komposisi teknis yang didasarkan pada spesifikasi teknis dari suatu produk. Sedangkan dari segi pandangan si konsumen, kualitas yang dimaksudkan sebagai tingkat kemampuan produk untuk memenuhi apa yang diharapkan si konsumen terhadap suatu produk yang dimilikinya. Apa yang di harapkan si konsumen dapat berupa daya tahan atau umur dari suatu produk dalam menghadapi perkembangan situasi yang terdapat (seperti teknologi) dan lain sebagainya.

Oleh karena itu dari sisi pandangan si konsumen, kualitas produk sangat terkait dengan kepuasan konsumen. Dengan terdapatnya kepuasan dari suatu produk oleh konsumen, maka semakin baiklah posisi produk itu dalam

persaingan karena semakin banyak dicari dan diminat produk tersebut oleh konsumen.

Pandangan di atas sesuai dengan pemahaman tentang produk. Produk adalah suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara memuaskan. Produk inilah yang merupakan pusat perhatian atau fokus untuk setiap bisnis. Dari segi bisnis, produk-produk adalah apa yang dihasilkan dan di pasarkan perusahaan. Untuk para konsumen atau pelanggan, produk adalah cerminan dari perusahaan yang menghasilkannya, sehingga kita mengenal barang-barang Sanyo berbeda dengan barang-barang atau produk Nasionl. Bila dibandingkan keduanya, maka ada yang satu lebih unggul daripada yang lain. Sehingga para pesaing, produk adalah target yang harus dimenangkan dalam persaingan di pasar.<sup>24</sup>

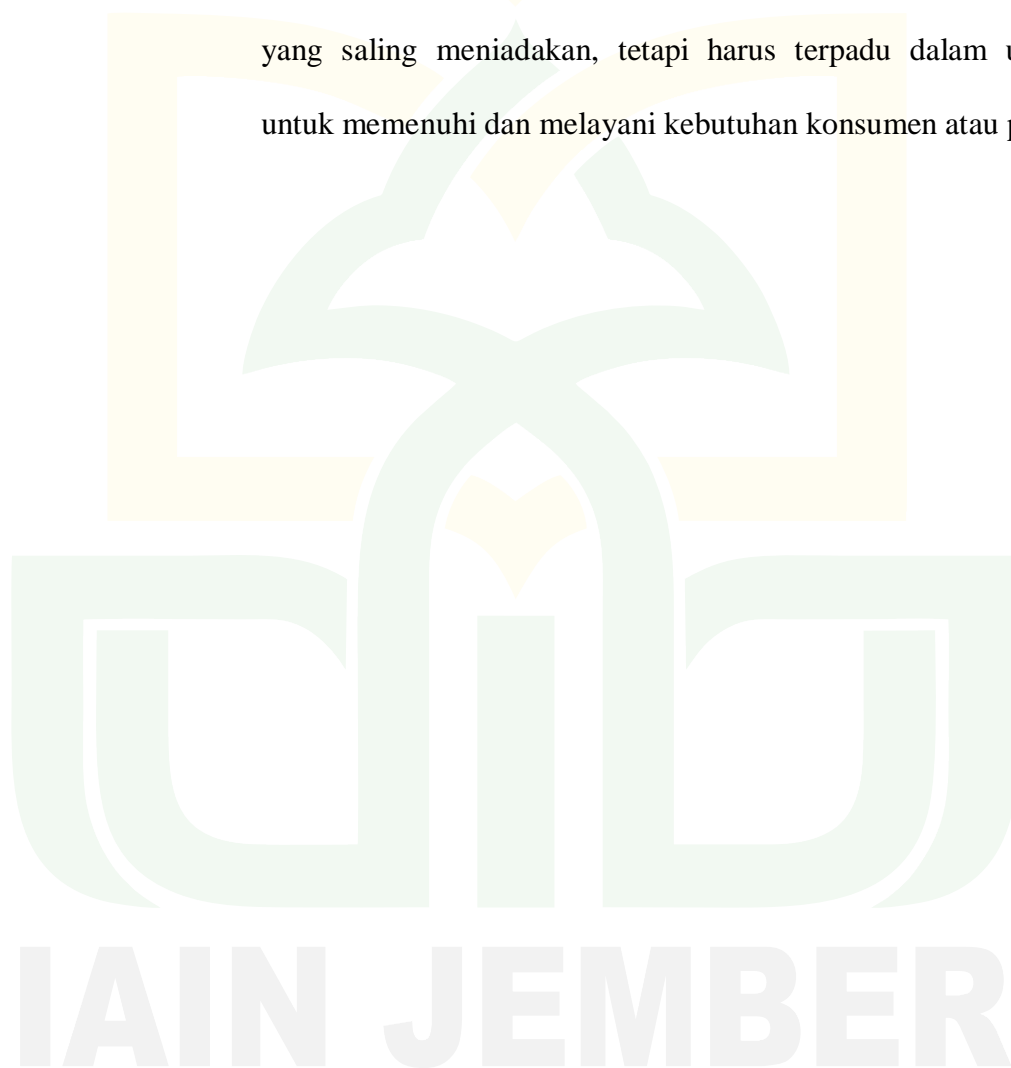
#### 4) Kualitas Dari Perspektif Produsen Dan Konsumen

Keyakinan untuk memenangkan persaingan pasar akan sangat ditentukan oleh kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Arti kualitas dapat dilihat dari dua sudut pandangan yang harus dipenuhi, yaitu perspektif produsen dan konsumen. Dari perspektif produsen, kualitas berarti kesesuaian produk dengan spesifikasinya dan biaya (efisiensi). Ini artinya melihat kualitas dari perspektif produsen merupakan sudut

---

<sup>24</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi* (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, 1999), 257.

pandang fungsi *operations*. Sedangkan dari perspektif konsumen, kualitas berarti memenuhi karakteristik kualitas yang diinginkan konsumen dan harga yang sesuai dengan kualitas produknya, ini artinya kualitas dilihat dari sudut pandangan *marketing*. Kedua perspektif tersebut bukan sesuatu yang saling meniadakan, tetapi harus terpadu dalam upaya untuk memenuhi dan melayani kebutuhan konsumen atau pasar.





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu langkah kerja untuk mendeskripsikan suatu objek, fenomena, atau *setting* sosial dalam suatu tulisan yang bersifat naratif, artinya data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar dari pada angka-angka. Mendeskripsikan suatu berarti menggambarkan apa, mengapa, dan bagaimana suatu kejadian terjadi.<sup>1</sup>

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan adalah metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Bahwa peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang fenomena.<sup>2</sup> Fenomena yang terjadi di lapangan, mengenai Proses pengembangan produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian menunjukkan dimana peneliti hendak melakukan penelitian tersebut. Dalam suatu penelitian ilmiah ini akan berhadapan dengan lokasi penelitian. Lokasi penelitian yang dipilih adalah Peternakan sapi perah Bestcow Farm di Jl. Raung Dusun Kelanceng, Desa Ajung Kabupaten Jember. Alasan memilih lokasi ini karena di Peternakan sapi perah Bestcow Farm Jember memiliki produk susu yang kualitasnya lebih unggul dibanding

---

<sup>1</sup> Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 28.

<sup>2</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 26.

dengan produk susu dari produsen lain yang berada di daerah Jember. Usaha yang dimiliki Bestcow Farm yaitu dari hulu ke hilir dimana Bestcow Farm memiliki peternakan sapi perah yang nanti hasil produksi susu sapi perah diolah untuk kemudian dijadikan susu pasteurisasi dengan berbagai varian rasa, dan yoghurt, namun tidak hanya itu peternakan sapi perah dijadikan wisata edukasi juga bagi masyarakat.

### C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian merupakan sumber informasi untuk mencari data dan masukan-masukan dalam mengungkapkan masalah penelitian atau lebih dikenal dengan istilah informan yaitu orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penulisan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive* yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut dianggap paling tahu apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan menjelajah situasi sosial yang diteliti.<sup>3</sup> peneliti membutuhkan informasi yang akurat dari orang yang memang faham dengan produk Bestcow Farm dan keunggulan produk Bestcow. Informan tersebut yaitu Nyoman Aribowo, Ina Nopitawati, dan Ahmad Syahmilbar, Zidan Hidayat, dan Rista Gusvina.

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2007), 219.

## D. Teknik pengumpulan data

### 1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan suatu obyek dengan sistematis fenomena yang diselidiki. Observasi dapat dilakukan sesaat ataupun mungkin dapat diulang.<sup>4</sup> Teknik observasi yang akan dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan. Observasi non partisipan adalah peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen. Dalam hal ini peneliti akan mengobservasi data berupa:

- a. Kegiatan packing susu murni, proses produksi susu pasteurisasi, yoghurt, dan kegiatan wisata edukasi.
- b. Menguji kualitas susu murni dengan alkohol.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah sesuatu proses tanya jawab lisan, dalam mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik, yang satu dapat melihat muka yang lain dan mendengar telinga sendiri dari suaranya.<sup>5</sup> Dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara dengan Bapak Nyoman Aribowo *Owner Bestcow Farm*, bagian produksi dan para pelaku yang memahami Proses Pengembangan Produk, Adapun data yang diperoleh dari hasil wawancara sebagai berikut:

---

<sup>4</sup> Skandarrumidi, *Metodelogi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012),69.

<sup>5</sup> *Ibid.*, 88.

1. Untuk mengetahui Proses Pengembangan Produk.
2. Untuk Mengetahui Proses Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Produk Bestcow Farm.
3. Data produksi jumlah susu yang dihasilkan dan kualitas susu Bestcow Farm.
4. Data penjualan produk susu Bestcow Farm.
5. Pemasaran dan promosi yang dilakukan Bestcow Farm.

Jenis wawancara yang digunakan yaitu wawancara semi struktur yang sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.<sup>6</sup>

### 3. Dokumentasi

Menurut Irawan, dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang ditujukan kepada subyek penelitian.<sup>7</sup> Dokumentasi bisa berbentuk tulisan dan gambar. Dengan demikian yang dimaksud metode dokumentasi adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan.

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 233.

<sup>7</sup> Skandarrumidi, *Metodelogi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, 100.

Dalam penelitian ini, dokumen-dokumen yang diperlukan oleh peneliti adalah laporan hasil produksi dan penjualan, data uji kualitas susu yang dihasilkan dari beberapa peternak sebelum disetorkan. Struktur organisasi Bestcow Farm, brosur Bestcow Farm, foto-foto kegiatan produksi yang dilakukan oleh karyawan dan foto-foto kegiatan edukasi, dan foto gedung.

#### **E. Analisis data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>8</sup>

Analisis data menurut teknisnya mencakup tiga kegiatan sebagai berikut:

##### **1. Reduksi data**

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci, untuk itu perlu segera dilakukan analisis data. Data yang sudah direduksi akan lebih memudahkan peneliti mengumpulkan data berikutnya.

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 335.

## 2. Penyajian data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca menarik kesimpulan. Oleh karena itu, sajian harus tertata dengan baik.

## 3. Menarik kesimpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.<sup>9</sup> Makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekokohan dan kecocokannya yakni yang merupakan validitasnya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yang mana peneliti berusaha untuk menggambarkan tentang pengembangan produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada produk Bestcow Farm. Maka dari itu, data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi akan digambarkan dalam bentuk kata-kata atau kalimat, bukan dalam bentuk angka-angka statistik atau presentase seperti penelitian kuantitatif.

## F. Keabsahan data

Keabsahan data dalam penelitian ini adalah keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu atau sumber lain namanya adalah triangulasi. Di luar

---

<sup>9</sup> Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Rindu Cipta, 2008), 210.

itu diperlukan pengecekan sesuatu yang lain, sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>10</sup>

Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi Sumber artinya menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui narasumber yang berbeda sampai ditemukan pandangan yang sama dari masing-masing narasumber.<sup>11</sup>

## **G. Tahap-tahap penelitian**

### **a. Tahap Pra Lapangan**

- 1) Menyusun rancangan
- 2) Memilih lapangan
- 3) Mengurus perijinan
- 4) Menjajaki menilai lapangan
- 5) Memilih dan memanfaatkan informan
- 6) Menyiapkan perlengkapan penelitian

### **b. Tahap Pekerjaan Lapangan**

- 1) Memahami latar penelitian dan persiapan diri
  - a) Pembatasan latar dan peneliti
  - b) Penampilan
  - c) Pengenalan hubungan peneliti dilapangan
  - d) Jumlah waktu studi
- 2) Memasuki lapangan
  - a) Keakraban hubungan
  - b) Mempelajari bahasa
  - c) Peranan peneliti

<sup>10</sup> Amos Neolaka, *Metode Penelitian Dan Statistik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014),179.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 274.

3) Berperan serta sambil mengumpulkan data

- a) Mencatat data
- b) Analisis lapangan





## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

Lokasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah Usaha Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember. Untuk lebih mengetahui tentang masalah objek dan gambaran maka akan dikemukakan secara sistematis tentang objek penelitian sebagai berikut:

##### **1. Sejarah Berdirinya Bisnis Usaha Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember**

Susu sebagai salah satu produk peternakan sumber protein hewani yang semakin dibutuhkan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Produksi susu murni dalam negeri baru mampu memenuhi 25% kebutuhan susu nasional dan 75% lainnya masih impor. Sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan susu tersebut dilakukan peningkatan populasi, produksi dan produktifitas sapi perah.

Peternakan sapi perah Bestcow Farm berupaya menjadi salah satu bagian dari alternatif solusi (*part of solution*) kebutuhan susu nasional dan sekaligus melalui kegiatan produksi susu mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat pedesaan dengan pemberdayaan masyarakat pedesaan. Peternakan sapi perah Bestcow Farm menjadi pioner pengembangan peternakan sapi perah di daerah Jember. Harapan utama dari sang pemilik Bestcow Farm yaitu Pak Nyoman Aribowo, bahwa di daerah

Jember dapat dikembangkan peternakan sapi perah untuk menambah pertumbuhan ekonomi di daerah Jember, dan sekaligus memenuhi kebutuhan susu bagi masyarakat Jember.

Pemberian nama Bestcow Farm sendiri itu karena perusahaan sangat Percaya diri kenapa dinamakan Bestow Farm. Istilah Bestcow yaitu susu sapi betina terbaik, jadi koperasi ini mulai dari ketua bendahara sama sekretarisnya dari dinas peternakan, termasuk pak nyoman juga dari konsultan di BI, lulusan dari Universitas Brawijaya peternakan, dan hasil susu perah Bestcow sudah diterima di perusahaan Nestle jadi dari alasan itulah mereka percaya diri, kenapa perusahaan memberi nama Bestcow dan pemiliknya juga dari dinas peternakan PNS dan pak Nyoman Aribowo ahli dibidang peternakan sapi. Bestcow ini nama produknya sedangkan Bestcow Farm nama peternakan.<sup>48</sup>

Peternakan sapi perah Bestcow Farm berdiri pada tahun 2011. Peternakan sapi perah Bestcow Farm merupakan salah satu anggota kelompok ternak sapi perah “Makmur Sejahtera”. Pada mulanya, Bestcow Farm ini didirikan untuk memenuhi kuota susu dari koperasi galur murni, karena sang pemilik yakni Bapak Nyoman Aribowo S.Pt merupakan anggota Koperasi Galur Murni.

Pada mulanya Pak Nyoman mengajukan bantuan dana ke Koperasi untuk membeli sapi dan mendirikan kandang. Dia melihat peluang besar di daerah Jember untuk mengembangkan peternakan sapi perah. Melihat

---

<sup>48</sup> Dardanela Putri, *Wawancara*, Jember, 06 Juni 2018.

kondisi geografis daerah Jember, dan hasil pertanian yang melimpah, maka sangat potensial untuk mengembangkan peternakan sapi perah. Hal tersebut dikarenakan, faktor utama keberhasilan berternak sapi perah yaitu dari segi terpenuhinya pakan yang cukup. Maka dengan melihat hasil pertanian yang melimpah di daerah Jember ini, kebutuhan pakan ternak sapi perah akan tercukupi dengan baik dan sangat potensial untuk dikembangkan.

Pada tahun 2014, sang pemilik menambah inovasi produk, yaitu susu pasteur dan yoghurt. Produk ini dikemas dalam botol berukuran 350ml, untuk susupasteur dan yoghurt. Pada mulanya, harga jual susu pasteur dan yoghurt adalah Rp. 7000. Kemudian pada tahun 2017 harga jual susu pasteur dan yoghurt ini diturunkan menjadi Rp. 5000 dengan kemasan botol berukuran 250ml, dan kemasan botol berukuran 170ml untuk yoghurt.

Kemudian pada tahun 2016, Bestcow Farm menambah usaha dalam bidang jasa yakni wisata edukasi. Wisata edukasi ini menyediakan sarana belajar dan berwisata bagi semua kalangan, baik anak-anak maupun orang dewasa.

## **2. Visi & Misi Perusahaan**

### **a. Visi**

Berkontribusi dalam peningkatan gizi masyarakat serta menjadi pusat kajian dan pengembangan masyarakat dalam bidang peternakan sapi perah.

### **b. Misi**

- 1) Meningkatkan gizi masyarakat yang terjangkau melalui kegiatan produksi susu.
- 2) Melakukan pembinaan kepada peternak dan tenaga penjualan.
- 3) Menyediakan sarana edukasi untuk berbagai kalangan masyarakat.

### 3. Struktur Organisasi

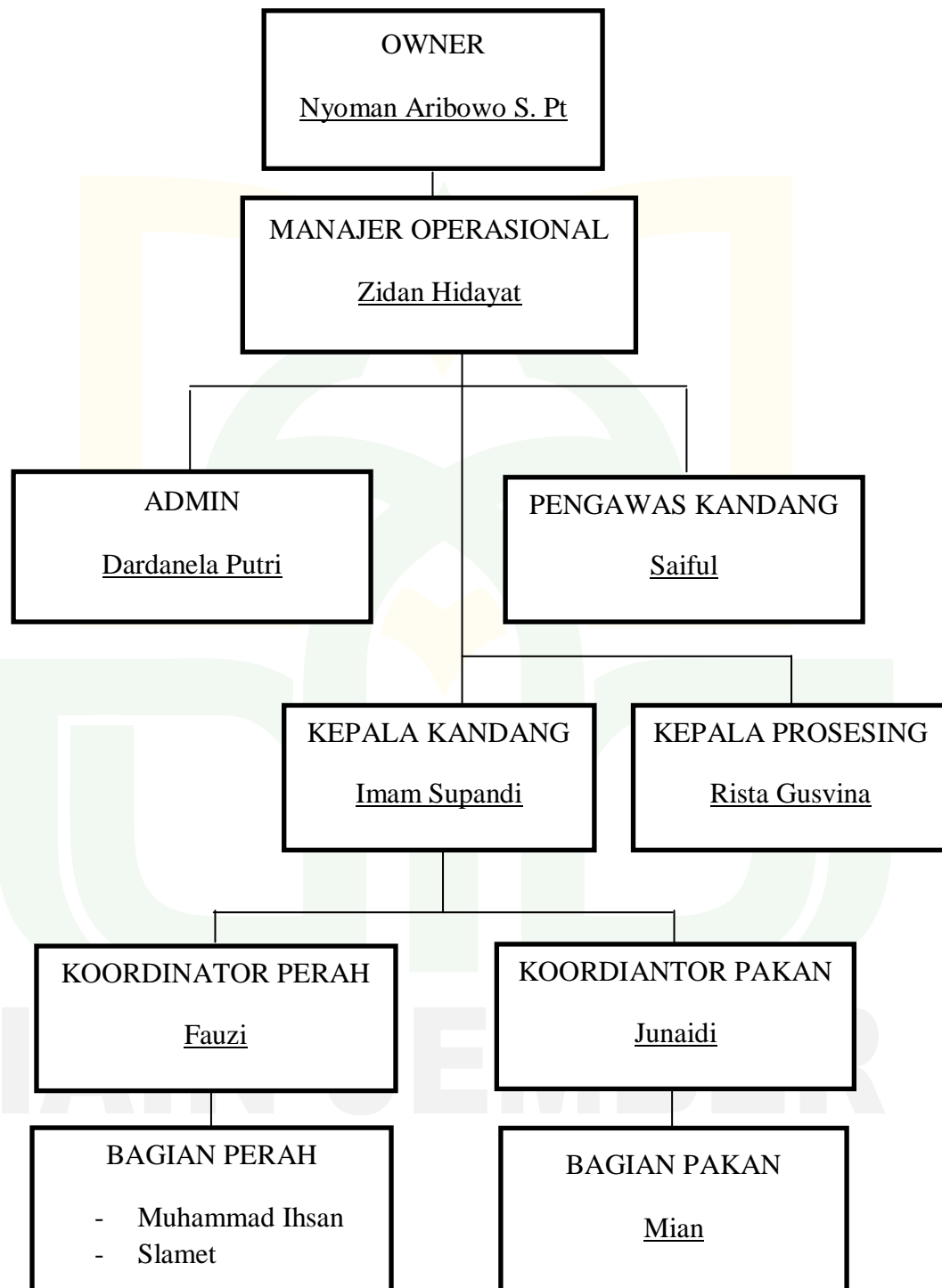
Struktur organisasi Bisnis Usaha Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember merupakan tempat kegiatan manajemen dan operasional dijalankan. Setiap organisasi memiliki suatu pola struktur organisasi yang disesuaikan dengan keadaan perusahaan, besar kecilnya perusahaan dan kompleknya tugas-tugas.

Untuk menyusun organisasi betapapun kecilnya terlebih dahulu perlu disusun rencana kerjanya, karena organisasi pada umumnya diartikan sebagai wadah serta proses kerjasama sejumlah manusia, yang terlibat dalam hubungan formal dalam rangkaian hirarki untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.



Gambar 4.1

## Struktur Organisasi Bestcow Farm



(Sumber data: diolah dari dokumentasi Usaha Bisnis Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember 2018)

#### 4. Job Description:

- a. Owner yaitu sebagai pemilik, pengarah, penanggung jawab serta penentu kebijakan atas semua kegiatan pada Bestcow Farm.
- b. Manajer yaitu bertanggung jawab atas segala kegiatan operasional Bestcow Farm.
- c. Administrasi yaitu:
  - Mencatat data sapi (meliputi status sapi, jumlah susu yang dihasilkan per harinya).
  - Mencatat jumlah pemberian pakan setiap harinya.
  - Mencatat laporan pengeluaran biaya operasional perawatan sapi perah dan biaya operasional produksi susu olahan.
  - Merekap hasil pemasukan dari wisata edukasi.
- d. Pengawas Kandang :
  - Bertanggung jawab dalam mengawasi kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan kandang, agar berjalan sesuai dengan SOP.
- e. Kepala Processing :
  - Mengolah dan mengemas susu.
  - Merekap dan melaporkan jumlah produksi dan pengolahan susu.
  - Merekap hasil penjualan susu dan yoghurt.

f. Kepala Kandang :

- Bertanggung jawab kepada pengawas kandang, administrasi, dan manajer.
- Bertanggung jawab atas teknis pelaksanaan kegiatan kandang.
- Bertanggung jawab atas penyediaan pakan ternak.
- Mengontrol kebersihan kandang dan kebersihan ternak.

g. Koordinator Pakan :

- Mengkoordinir pemberian pakan pada ternak.
- Mengolah pakan, dan memberi pakan ternak.

h. Bagian Pakan :

- Mengolah pakan, dan memberi pakan ternak.
- Menjaga Kebersihan Kandang.

i. Koordinator Perah :

- Mengkoordinir kebersihan kandang dan sapi perah, mengkoordinir pemerahan susu.

j. Bagian Perah :

- Membersihkan kandang dan memandikan sapi perah.
- Memerah susu.

### 5. Motto Usaha Bestcow Farm

Bestcow Farm mempunyai motto yang berbunyi **“Sehat dan Pintar dengan Susu.”**

### 6. Tujuan Usaha Bestcow Farm

Tujuan Utama Usaha Bestcow Farm ini untuk menghasilkan pendapatan.

## 7. Letak Geografis Usaha Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember

Penelitian ini dilakukan di Bestcow Farm Ajung Kabupaten Jember yang beralamatkan :<sup>49</sup>

Jl. Raung, Dusun Klanceng, Ajung, Jember

Web: [Web.stragram.com/bestcowjember](http://Web.stragram.com/bestcowjember)

Telp : 085105700900

## 8. Kegiatan Produksi

### a. Hari dan Jam Kerja

Kegiatan proses produksi yang dilakukan oleh karyawan Bestcow Farm yang ada di Desa Ajung terdapat pembagian jam kerja, pertama bagian pengemasan susu murni dan bagian kantor manajerial. Jam kerja Bestcow Farm adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jam kerja karyawan Bestcow Farm

Hari	Jam
Senin- Sabtu	1. 03.45 - 06.00 WIB 2. 13.00 – 15.30 WIB
Untuk bagian manajerial (Senin-Sabtu (Kecuali hari minggu piket)	1. 07.00 – 14.00 WIB 2. 10.30 – 17.00 WIB

(sumber data: dokumentasi dari Bestcow Farm)

<sup>49</sup> Dokumentasi Bestcow Farm Jember 2018.



## 9. Ruang Lingkup Kegiatan/Usaha

Kegiatan usaha Bestcow Farm adalah sebagai berikut:

### a. Pengolahan Susu Murni Menjadi Susu Olahan Dengan Berbagai Variasi Rasa

Pengolahan susu murni ini dimulai sejak tahun 2014. Dahulu, produk susu pasteur ini dijual dengan harga Rp. 7000, dengan kemasan botol berukuran 300ml. Namun dirasa kurang efisien dan masyarakat kurang berminat dengan harga yang ditawarkan, maka pada tahun 2017 kemasan susu rasa ini diganti menjadi ukuran 250ml dengan harga jual Rp. 5000. Produk susu pasteur ini memiliki banyak varian rasa, diantaranya: vanila, coklat, stroberi, melon dan pisang.

Dalam satu kali proses produksi susu pasteur, rata-rata mengolah sekitar 10-50 liter susu murni. Jumlah susu yang diolah tidak tentu, sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan. Jika terdapat kegiatan wisata edukasi, pengolahan susu pasteur bisa lebih dari 9 liter. Proses produksi juga tidak dilakukan setiap hari. Produksi dilakukan jika stok susu pasteur siap jual sudah hampir habis. Biasanya produksi susu pasteur dilakukan 2-3 kali dalam seminggu. Hal tersebut di karenakan daya tahan susu pasteur tidak lama dan mudah rusak. Jika disimpan dalam freezer, daya tahan susu pasteur dapat bertahan hingga 5 hari. Namun jika disimpan dalam suhu ruang, hanya dapat bertahan 5-7 jam saja.

Pengolahan susu pasteur dimulai dari merebus susu murni. Susu murni dimasak dalam panci besar dengan menggunakan api sedang. Susu dimasak hingga mencapai suhu  $75^{\circ}\text{C}$ . Untuk mengetahui peningkatan suhu, dilihat menggunakan termometer suhu. Sembari menunggu susu matang, susu dicampur dengan gula yang sebelumnya telah dimasak dengan air. Tidak ada takaran khusus dalam mencampur susu dan gula. Hanya dikira-kira sekiranya susu terasa manis.

Setelah mencapai suhu  $75^{\circ}\text{C}$ , susu diangkat dan didinginkan untuk selanjutnya diberi pewarna dan perisa makanan kemudian siap dikemas. Namun khusus untuk susu rasa coklat, susu dimasak dalam panci yang berbeda. Tidak ada penambahan pewarna makanan untuk susu rasa coklat ini. Hanya dicampur dengan bubuk coklat dan pencampuran bubuk coklat dilakukan pada saat susu sedang di masak dan sudah dicampur dengan gula.

#### **b. Pengolahan Susu Murni Menjadi Yoghurt**

Pengolahan susu murni menjadi yoghurt ini sama halnya dengan susu pasteur, yakni dimulai pada tahun 2014. Pada mulanya, yoghurt dijual dengan harga Rp. 7.500. Namun konsumen kurang berminat dengan harga yang di tawarkan. Akhirnya, pada tahun 2017 *Owner Bestcow Farm* mengubah kemasan dan harga jualnya. Harga jual yoghurt sama dengan susu pasteur, yakni Rp. 5000 dengan kemasan botol berukuran 170ml.

Dalam satu kali proses produksi, biasanya memasak sekitar 10 liter susu pasteur. Produksi yoghurt ini lebih sedikit dibandingkan dengan susu pasteur. Karena konsumen kurang berminat terhadap yoghurt. Produksi yoghurt juga jarang dilakukan. Biasanya produksi yoghurt dilakukan satu kali dalam seminggu.

Pengolahan yoghurt dimulai dari proses memasak susu pasteur. Susu dimasak dalam panci besar dengan api sedang. Susu dimasak hingga suhu mencapai 80<sup>0</sup>c. Kemudian yoghurt didinginkan hingga suhunya turun menjadi 40<sup>0</sup>c. Jika suhu susu yang telah dimasak sudah turun menjadi 40<sup>0</sup>c, kemudian ditambahkan bibit bakteri yoghurt yang bernama *lactobacillus bulgaricus* dan *streptococcus thermophilus* Kemudian disimpan dalam freezer selama 20 jam untuk proses fermentasi. Bibit bakteri untuk proses fermentasi yoghurt ini bisa diambil dari proses pembuatan yoghurt sebelumnya yang masih murni, yakni yang masih belum dicampur dengan gula dan perisa buah.

Setelah 20 jam, yoghurt yang disimpan dalam freezer dihaluskan menggunakan mixer. Karena penyimpanan yoghurt dalam freezer selama proses fermentasi, membuat yoghurt membeku sehingga harus dihaluskan menggunakan mixer. Sembari dihaluskan, yoghurt diberi tambahan gula agar rasanya tidak terlalu masam. Kemudian setelah halus, yoghurt dibagi menjadi beberapa

bagian untuk ditambahkan pewarna makanan dan perisa buah. Kemudian yoghurt siap dikemas dalam botol. Adapun varian rasa yang ditawarkan yaitu: melon, sirsak, leci, strawberi, dan anggur.

Setelah dikemas, yoghurt disimpan dalam freezer. Daya tahan yoghurt jika terus berada dalam freezer bisa sampai 7 hari. Sedangkan jika disimpan dalam suhu ruang, hanya dapat bertahan antara 5-7 jam.

### **c. Wisata Edukasi Kampung Susu**

Usaha ini masih terbilang baru, yakni dibuka pada tahun 2016. Meskipun terbilang masih baru, dalam satu tahun berjalan sudah banyak pengunjung yang mengunjungi peternakan Bestcow Farm ini untuk belajar sambil berlibur. Wisata edukasi kampung susu ini menyediakan sarana belajar dan bermain bagi anak-anak maupun orang dewasa untuk lebih mengenal tentang sapi perah. Pengunjung wisata edukasi kampung susu ini biasanya dari murid-murid sekolah, mulai dari PAUD-SMA. Namun ada juga pengunjung dari kalangan mahasiswa dan juga orang tua.

Sang pemilik terus mengembangkan sarana dan fasilitas yang dapat membuat pengunjung merasa nyaman dan betah berada disana. Berbagai upaya yang dilakukan seperti pembangunan aula, pondok-pondok kecil sebagai tempat beristirahat dan bersantai, dan tempat parkir. Dan sang pemilik juga membangun taman-taman kecil di area Bestcow Farm.

Kegiatan wisata edukasi ini dimulai dengan seminar pengetahuan tentang sapi perah. Untuk pelajar SMP-Mahasiswa materi edukasi ditambah dengan pengolahan biogas dan manajemen sapi perah dan manajemen usaha. Kemudian dilanjutkan dengan kegiatan minum susu bersama. Selanjutnya peserta edukasi diarahkan untuk bermain diluar (outdoor), yakni mengambil pakan ternak yang berada di kebun samping kantor Bestcow Farm sembari bermain mini outbond. Setelah mengambil pakan ternak, peserta diarahkan ke kandang besar untuk memberi makan sapi. Setelah memberi makan sapi, peserta diajarkan cara pemerah susu sapi dengan baik dan benar. Kemudian, peserta diarahkan untuk memberi minum Pedhet (anak sapi) menggunakan dot susu botol. Untuk peserta SMP keatas, setelah memberi minum pedhet kemudian diajarkan cara pembuatan biogas.

Tarif untuk wisata edukasi ini berbeda-beda, tergantung banyaknya jumlah peserta. Tarif Rp. 20.000/orang untuk jumlah peserta sebanyak 20-29 orang. Tarif Rp.15.000/orang untuk peserta berjumlah 30-49 orang. Sedangkan tarif Rp. 10.000/orang untuk jumlah peserta lebih dari 50 orang. Fasilitas yang ditawarkan yaitu edukasi susu perah dan pembuatan biogas, minum susu gratis, dan foto bersama yang akan dicetak dan dikirim. Bestcow Farm juga menyediakan jasa cetak foto bagi pengunjung yang ingin berfoto

dengan sapi/naik keatas sapi dengan tarif Rp. 20.000 dengan ukuran foto 10R.

## **B. Penyajian Data dan Analisis Data**

Setiap penelitian haruslah disertai dengan penyajian data sebagai penguat. Sebab data inilah yang dianalisa sesuai dengan analisa data yang akan digunakan, sehingga dari data yang dianalisa tersebut dapat menghasilkan suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini digunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk meraih data sebanyak mungkin terhadap berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian ini. Data yang disajikan sebagai berikut:

### **1. Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember**

Perusahaan Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang peternakan sapi perah. Bestcow Farm mempunyai produk utama yaitu susu murni yang diperah dari sapi perah milik Bestcow Farm sendiri. Pada awalnya Bestcow Farm hanya memiliki produk susu murni, dalam perkembangan waktu selama satu sampai dua tahun kemudian, Bestcow Farm mengembangkan produknya dengan menciptakan produk susu pasteurisasi hal tersebut diragukan oleh Bestcow Farm untuk meningkatkan pendapatan serta meningkatkan daya saing dengan peternakan lainnya.

Setelah mengeluarkan produk baru Bestcow Farm melakukan pengujian konsep dan uji pemasaran untuk melihat kelayakan produk dan

minat konsumen terhadap produk baru Bestcow Farm. Setelah melihat pengembangan produk yang semakin diminati oleh konsumen dan menghasilkan progres bagi perusahaan maka tiga bulan setelah mengeluarkan produk susu pasteurisasi Bestcow Farm kembali mengeluarkan produk baru yaitu yoghurt. Produk yoghurt juga bertujuan untuk menambah pendapatan serta meningkatkan daya saing Bestcow Farm melalui produk susu olahan yang dihasilkan. Pengembangan produk yoghurt ini juga melalui uji konsep dan uji pemasaran untuk memperoleh pengembangan produk yang maksimal.<sup>50</sup>

Bestcow Farm mempertahankan progresnya dan pengembangan produknya, hingga pada tahun 2016 Bestcow Farm kembali mengeluarkan produk baru kali ini produk tersebut agak berbeda sebab yang ditawarkan adalah produk jasa, yaitu produk wisata edukasi yang memberikan sarana belajar sambil bermain bagi pengunjung Bestcow Farm. Hal ini di dasari oleh perkembangan konsumen yang kian meminati hal-hal yang berkaitan dengan hiburan atau wisata. Maka Bestcow Farm berinisiatif untuk menciptakan tempat wisata yang tidak hanya memberi hiburan melalui tempat *refreshing* dengan suasana pedesaan dan peternakan sapi perah yang menyenangkan dan jauh dari kebisingan dan kepanatan suasana perkotaan. Bestcow Farm juga memacupadankan dengan edukasi melalui pengenalan dunia peternakan sapi perah selain memperoleh pembelajaran pengunjung juga dapat praktek langsung di Bestcow Farm. Hal ini tentu

---

<sup>50</sup>Ahmad Syahmilbar, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

saja meningkatkan minat pengunjung terhadap produk wisata edukasi Bestcow Farm melalui beberapa produk yang terus dikembangkan berdasarkan minat konsumen serta kemampuan perusahaan maka Bestcow Farm dalam mengembangkan produk maka Bestcow Farm dapat meningkatkan pendapatan dan keunggulan bersaing yang dimiliki Bestcow Farm.

Awal mula perusahaan Bestcow Farm memilih bisnis produk berbahan susu menjadi susu pastuer dan yoghurt ini bermula ada permintaan satu sampai dua orang untuk susu yang siap minum. Akhirnya pada tahun 2014 sang pemilik menambah inovasi untuk produksi. Dulu kemasan dan alat-alatnya itu masih sederhana, botol masih seadanya pada saat itu. Dulu kemasan susu pasteur dan yoghurt memang agak besar, kemudian berkembang kemasannya dan rasa-rasanya juga nambah. Sekarang ada lima rasa, dulu hanya rasa stroberi sama coklat saja, dan nambah-nambah produksi yoghurt, produk ini dikemas dalam botol berukuran 350ml untuk susu olahan dan 250ml untuk yoghurt. Pada mulanya, harga jual susu dan yoghurt adalah Rp. 7000. Kemudian pada tahun 2017 harga jual susu rasa dan yoghurt ini diturunkan menjadi Rp. 5000 dengan kemasan botol berukuran 250ml, dan kemasan botol berukuran 170ml untuk yoghurt.<sup>51</sup>

Tahapan pertama dalam pengembangan produk adalah mencari ide yang dapat diperoleh dari berbagai sumber baik yang berasal dari dalam

---

<sup>51</sup>Ina Nopitawati, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.



perusahaan maupun yang berasal dari orang luar yang sama sekali tidak terlibat dengan perusahaan. Ide yang masuk akan disaring dan diputuskan untuk memilih ide yang paling *marketable*.

Dalam Proses Pengembangan Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember terdapat beberapa tahapan yaitu:

### 1) Penciptaan Ide dan Penyaringan Ide

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ina Nopitawati selaku *Quality control* bahwa Penciptaan Ide dan Penyaringan Ide Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember sebagai berikut:

“Produk pertama yang dikeluarkan Bestcow Farm adalah susu murni, yang terus kemudian ada permintaan satu sampai dua orang untuk susu yang langsung minum, akhirnya kita membuat inovasi untuk produksi itu, termasuk seperti kemasannya dan alat-alatannya itu masih sederhana dulu, botol ya masih seadanya pada masa itu, dulu kemasannya memang agak besar, terus kemudian berkembang, kemasannya berkembang, rasa-rasanya juga nambah. Sekarang kan ada lima rasa, dulu hanya rasa stoberi sama coklat saja, dan nambah-nambah kita produksi yoghurt, kalau yoghurt dulu 250ml, baru-baru ini kan kemasannya diganti menjadi 170ml.”<sup>52</sup>

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Bapak Ahmad Syahmilbar selaku Keuangan bahwa Penciptaan Ide Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm sebagai berikut:

“Yang jelas susu murni kalau di Bestcow Farm, itu mulai dulu, sejak kita punya peternakan dan dapat bantuan dan sebagainya, dan semua sudah berjalan, otomatis kan

<sup>52</sup> Ina Nopitawati, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

produksi susu sudah mulai banyak nah itu kan kita sudah bekerjasama dengan Nestle dan dari situ kita coba mencari tembusan baru untuk menambah *income*, mulai kita buka looper susu murni ini sampek satu sampai dua tahun, baru susu pastur dengan kemasan botol dulu ukurannya 350ml tetapi dirasa ukuran botol terlalu besar lalu botol tersebut diperkecil menjadi 250ml kan lebih efisien dan harga lebih murah. Kemudian yoghurt, jarak pembuatan susu pasteur dan yoghurt tidak berselang lama kira-kira tiga bulan. Setelah wisata edukasi baru pindah di Bestcow Farm, pada tahun 2016, awalnya di BMP kalau kandangnya di Tanjung kantornya di BMP”.<sup>53</sup>

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Dardanela Putri selaku Admin kandang dan Koordinator wisata edukasi bahwa Penciptaan Ide Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm adalah sebagai berikut:

“Produk Bestcow Farm pertama kali yaitu susu murni. Alasan menciptakan produk ya, karena masyarakat kita sudah mulai pintar, sudah mulai mengerti tentang susu, buktinya susu di Jember sekarang kian diminati, jadi ada banyak peternak sapi sekarang, salah satu produk yang banyak memiliki pesaing adalah susu pasteurisasi siap minum, produk ini juga merupakan produk yang paling banyak diminati oleh konsumen pada umumnya karena bagi orang-orang yang tidak bisa mengelola susu dia lebih baik membeli susu yang matang saja siap minum, lagian juga sudah ada rasa-rasanya, mungkin orang yang kurang menyukai atau gimana lebih tertarik, karena kadang kan orang mengira ini rasanya amis yang ini kok tidak”.<sup>54</sup>

Jadi perusahaan Bestcow Farm memilih bisnis produk berbahan susu menjadi susu pastuer dan yoghurt ini bermula ada permintaan satu sampai dua orang untuk susu yang siap minum.

<sup>53</sup>Ahmad Syahmilbar, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

<sup>54</sup>Dardanela Putri, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

Akhirnya pada tahun 2014 sang pemilik menambah inovasi untuk produksi.

## 2) Pengujian Konsep

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ina Nopitawati selaku *Quality control* bahwa Pengujian Konsep Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember sebagai berikut:

“Kalau uji konsepnya pertama ya cukup hanya di kita saja, maksudnya hanya di karyawannya saja, tapi kalau uji pemasaran itu kita sambil jalan, jadi kita sambil produksi sambil melihat produk yang diminati konsumen dipasar itu yang mana, disitulah kami mulai melakukan uji konsep dengan melihat selera konsumen. Misalnya susu olahan ini yang diminati itu susu rasa vanila, jadi kita lebih banyak memproduksi yang rasa vanila daripada susu rasa yang lainnya.<sup>55</sup>”

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Bapak Ahmad Syahmilbar selaku Keuangan bahwa Pengujian Konsep Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm sebagai berikut:

“Uji pasarnya kami lakukan dengan meminta pendapat dan penilaian dari teman-teman Bestcow Farm. Kemudian dipilih mana yang dirasa paling baik dan enak dan kami akan memperbanyak produksi produk tersebut. Setelah itu pihak Bestcow Farm akan melihat produk mana yang paling diminati oleh konsumen, hal tersebut dapat diketahui dari jumlah penjualan. Dengan memadukan antara pendapat pihak internal Bestcow Farm dan minat konsumen maka dapat diketahui produk mana yang akan kami produksi dalam jumlah besar, dan produk mana yang harus kami kurangi jumlah produksinya. Saat ini produk yang paling disukai konsumen adalah susu pasteurisasi oleh karena itu

---

<sup>55</sup>Ina Nopitawati, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

saat ini kami lebih banyak melakukan uji pasar banyak di edukasi dan di pameran untuk lebih mengetahui kekurangan dan kelebihan produk yang perlu terus kami kembangkan”.<sup>56</sup>

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Dardanela Putri selaku Admin kandang dan Koordinator wisata edukasi, bahwa Pengujian Konsep Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm adalah sebagai berikut:

“Uji pasarnya ya lewat pameran-pameran dan ketika ada acara wisata edukasi, serta orang biasanya datang ke Bestcow Farm secara langsung”.<sup>57</sup>

Jadi Bestcow Farm mencoba menerapkan ide pembuatan produk susu pasteur, yoghurt dan jasa wisata edukasi yang ternyata setelah dicoba cukup diminati oleh konsumen dan dapat dijalankan oleh pihak Bestcow Farm dengan baik sehingga sampai saat ini Bestcow Farm terus mempertahankan hasil pengembangan produknya berupa produk susu pasteur, yoghurt, dan produk jasa wisata edukasi.

### 3) Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ina Nopitawati selaku *Quality control* bahwa Strategi Pemasaran Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember sebagai berikut:

“Kalau strategi pemasaran kita masih belum ada, ya seperti kamu ketahui pemasarannya masih di BMP saja, atau

<sup>56</sup>Ahmad Syahmilbar, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

<sup>57</sup>Dardanela Putri, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

melalui loper-loper dan orang kalau mau beli biasanya datang ke Bestcow Farm langsung”.<sup>58</sup>

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Bapak Ahmad Syahmilbar selaku Keuangan bahwa Strategi Pemasaran Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm sebagai berikut:

“Melalui pameran-pameran, kalau susu murninya ya dari loper kalau wisata edukasinya kita punya tenaga *marketingnya*”.<sup>59</sup>

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Dardanela Putri selaku Admin kandang dan Koordinator wisata edukasi, bahwa Strategi Pemasaran Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm adalah sebagai berikut:

“Strategi pemasarannya melalui kerja sama dengan penyelenggara ketika ada pameran-pameran seperti yang diadakan oleh berbagai pihak, bekerja sama dengan dinas pemerintahan, dan mengikuti pameran baik itu di Jember maupun di luar kota Jember, melalui loper *outlet* BMP serta promosi dari mulut ke mulut”.<sup>60</sup>

Jadi Perusahaan Bestcow Farm dapat menentukan strategi pemasaran produknya dengan promosi melalui sosial media, mengikuti *event-event* yang diadakan oleh berbagai pihak, bekerja sama dengan dinas pemerintahan, dan mengikuti pameran baik itu di Jember maupun di luar kota Jember, serta dengan menambah jumlah loper yang juga akan menambah tingkat pengenalan produk Bestcow Farm di wilayah Jember.

<sup>58</sup>Ina Nopitawati, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

<sup>59</sup>Ahmad Syahmilbar, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

<sup>60</sup>Dardanela Putri, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

#### 4) Analisis Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Syahmilbar selaku bagian Keuangan bahwa Analisis Bisnis Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm sebagai berikut:

“Modal awal produk Bestcow Farm Rp. 2.000.000 untuk produk susu pasteurisasi dan yoghurt, biaya produksi susu pasteurisasi per botolnya itu Rp. 3000, kalau yoghurt biaya produksi per botolnya Rp. 3500, dengan harga jual Rp. 5000, jadi pendapatan penjualannya setiap produksi susu pasteurisasi 21 liter menjadi 106 botol dan yoghurt 10 liter menjadi 63 botol.

“Produk ini layak di teruskan karena bisa mendapat keuntungan. Dalam sekali produksi Bestcow Farm dapat memperoleh keuntungan dari produksi susu pasteurisasi sekitar Rp. 212.000, dan yoghurt Rp. 94.500. Keuntungan tersebut akan meningkat sesuai dengan peningkatan penjualan Bestcow Farm, salah satunya saat ada acara untuk wisata edukasi maka penjualan susu dan yoghurt akan meningkat. Jika hari-hari biasa penjualan susu dan yoghurt cukup stabil. Produk Bestcow Farm tidak menggunakan pengawet dan juga bukan produk yang membahayakan kesehatan, malah untuk meningkatkan kesehatan masyarakat. Jadi kita optimis kedepannya pasti dapat keuntungan, dan volume yang semakin besar terus didukung oleh pemerintah serta jelas menguntungkan. Sekarang saja kebutuhan susu di pabrik baru terpenuhi 40% dari lokal yang 60% mereka masih impor untuk yang pabriknya. Misalkan kalau kebutuhan susu di masyarakat hanya sedikit kan otomatis pabrik Nestle dan sebagainya tidak sampai impor begitu besar padahal harga impor mereka Rp. 8000-Rp. 8500 sedangkan di peternak kita Rp. 5500-Rp. 6000”.<sup>61</sup>

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Ina Nopitawati selaku *Quality control* bahwa Analisis Bisnis Terkait

<sup>61</sup>Ahmad Syahmilbar, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember sebagai berikut:

“Berdasarkan analisis bisnis produk ini cocok di kembangkan karena sesuai dengan produk ini mendatangkan keuntungan yang lumayan bagi perusahaan. Keuntungan satu bulannya dapat mencapai kurang lebih Rp. 1.000.000, keuntungan itu cukup stabil dari waktu ke waktu meskipun terjadi penurunan penjualan namun tidak fluktuatif yang tinggi. Hal itu tentu saja cukup memberikan dampak positif bagi Bestcow Farm. Selain itu produk Bestcow Farm juga memberikan dampak positif bagi kesehatan masyarakat yang sering mengkonsumsi susu untuk kebutuhan sehari-hari”.<sup>62</sup>

Sesuai dengan hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Dardanela Putri selaku Admin kandang dan Koordinator wisata edukasi bahwa Analisis Bisnis Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm adalah sebagai berikut:

“Iya produk ini laku terus, layak dijalankan dan dapat bersaing dengan produk susu lain, karena kita punya sapi sendiri, jadi kita lebih murah dalam proses produksinya daripada yang beli disini terus diolah sendiri. Dan mendapat keuntungan bagi perusahaan”.<sup>63</sup>

Berdasarkan analisis bisnis produk ini cocok di kembangkan karena sesuai dengan produk. Produk ini mendatangkan keuntungan bagi perusahaan berupa meningkatnya pendapatan serta memberikan dampak positif bagi kesehatan masyarakat yang sering mengkonsumsi susu untuk kebutuhan sehari-hari.

---

<sup>62</sup> Ibu Ina Nopitawati, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

<sup>63</sup> Dardanela Putri, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

## 5) Pengembangan Produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Syahmilbar selaku Keuangan bahwa Pengembangan Produk Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm adalah sebagai berikut:

“Setelah di analisis bisnis produk ini dijalankan dengan bertahap, susu pasteur dan yoghurt masih ada kendalanya yakni izin dari BPOM, jadi kita ke BPOM dulu karena keluasaan pemasaran tanpa BPOM itu kan susah, tetapi kalau susu murni kendalanya di waktu penyimpanannya”.<sup>64</sup>

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Ina Nopitawati selaku *Quality control* bahwa Pengembangan Produk Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember sebagai berikut:

“Iya pada tahapan ini kita mulai mengembangkan produk yang telah di konsep tadi, menjadi sebuah produk yang sesuai dengan analisis yang telah dilakukan sebelumnya baik secara internal maupun eksternal”.<sup>65</sup>

Sesuai hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Dardanela Putri selaku Admin kandang dan Koordinator wisata edukasi, bahwa Pengembangan Produk Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow adalah sebagai berikut:

“Pengembangan produk dilakukan setelah di konsep dan analisis. Kemudian menjadi produk seperti susu pasteur, yoghurt, dan wisata edukasi, pengembangan ini dilakukan secara bertahap dengan jarak yang tidak jauh dari produk-produk sebelumnya”.<sup>66</sup>

<sup>64</sup>Ahmad Syahmilbar, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

<sup>65</sup>Ina Nopitawati, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

<sup>66</sup>Dardanela Putri, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.



Jadi proses pengembangan produk di Bestcow Farm dilakukan setelah di konsep dan analisis menjadi produk seperti susu pasteur, yoghurt, dan wisata edukasi, pengembangan ini dilakukan secara bertahap tetapi masih ada kendala di BPOM, karena keluasaan pemasaran tanpa BPOM masih sulit, tetapi kalau susu murni kendalanya di waktu penyimpanannya.

#### 6) Komersialisasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Syahmilbar selaku Keuangan bahwa Komersialisasi Terkait Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm sebagai berikut:

“Produk berbahan susu tadi diperjual belikan di sekitar Bestcow Farm, dan beberapa bulan kemudian kita menjual melalui outlet di BMP, looper dan wisata edukasi serta ikut pameran. Produk susu ini cocok dikonsumsi segala usia dan orang juga menyukai produk baru kita, sehingga produk yang kami ciptakan dapat bernilai komersial dan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan serta manfaat bagi konsumen.”<sup>67</sup>

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Ina Nopitawati selaku *Quality control* bahwa Komersialisasi Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember sebagai berikut:

“Selanjutnya mulailah dikenalkan produk baru di pasar, yang akan menjalani proses kehidupan sebagai suatu produk

<sup>67</sup>Ahmad Syahmilbar, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

baru, sampai kepada tahap proses konsumsi oleh pihak konsumen, dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumen”.<sup>68</sup>

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Dardanela Putri selaku Admin kandang dan Koordinator wisata edukasi, bahwa Komersialisasi Terkait Proses Pengembangan Produk pada Produk Bestcow adalah sebagai berikut:

“Setelah produk sudah jadi dan lulus uji pada konsumen maka produk akan diproduksi secara bertahap. Kemudian produk tersebut siap untuk di pasarkan pada konsumen, dan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen serta mendatangkan keuntungan bagi perusahaan Bestcow Farm”.<sup>69</sup>

Jadi produk baru Bestcow Farm mulai dikenalkan di pasar, yang akan menjalani proses kehidupan sebagai suatu produk baru, sampai kepada tahap proses konsumsi oleh pihak konsumen, dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumen, dan mendatangkan keuntungan bagi produsen. Di Bestcow Farm setelah produk sudah jadi dan lulus uji pada konsumen maka produk akan diproduksi dalam bertahap.

## **2. Proses Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember**

Produk Bestcow Farm merupakan produk susu berupa susu murni, susu pasteur, yoghurt dan juga produk jasa berupa wisata edukasi bagi semua kalangan masyarakat. Susu Bestcow Farm memiliki mutu dan kualitas produk cukup baik dibanding dengan peternakan sapi perah

<sup>68</sup>Ina Nopitawati, *Wawancara*, Jember Agustus 2018.

<sup>69</sup>Dardanela putri, *Wawancara*, Jember Agustus 2018.

lainnya karena pada peternakan sapi perah Bestcow Farm terdapat uji kualitas susu yang dihasilkan dari beberapa peternak sebelum disetorkan.<sup>70</sup> Adapun uji kualitasnya itu antara lain dari berat jenis untuk mengetahui kadar air yang terkandung dalam susu dan di Bestcow Farm menggunakan alkohol untuk mengetahui susu rusak atau tidak. Terus ada MBRT (*Methylen Blue Reduction Time*) untuk mengetahui jumlah bakteri, bakterinya banyak atau tidak. Kemudian suhu, karena suhu akan menentukan kecepatan pertumbuhan bakteri di susu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rista Gusvina selaku Kepala *Processing* di Bestcow Farm Ajung Kabupaten Jember, bahwa Produk susu di Bestcow Farm memiliki keunggulan dibanding dengan produk lain yaitu terdapat uji kualitas susunya yang dihasilkan dari beberapa peternak sebelum disetorkan, susunya asli dari kandang tidak menggunakan bahan kimia.

Sesuai dengan pernyataan Ibu Rista Gusvina selaku Kepala *Processing* di Bestcow Farm Ajung Kabupaten Jember, bahwa keunggulan produk susu adalah sebagai berikut:

“Susunya asli dari kandang sendiri dan tidak menggunakan bahan kimia.”<sup>71</sup>

Disampaikan juga oleh Bapak Zidan Hidayat selaku Manajer di Bestcow Farm Ajung Kabupaten Jember, bahwa keunggulan Produk susu di Bestcow Farm adalah sebagai berikut:

---

<sup>70</sup> Nyoman Aribowo, *wawancara*, Jember, 19 Pebruari 2018.

<sup>71</sup> Rista Gusvina, *Wawancara*, Jember, 06 Juni 2018.

“Kelebihannya tidak ada bahan kimia dan bahan pengawetnya, susu nya benar-benar murni dari kandangnya. Buktinya dari kandang langsung dibawa ke tempat processing.”<sup>72</sup>

Terkait dengan keunggulan Produk susu di Bestcow Farm dijelaskan lebih lanjut oleh Ibu Dardanela Putri selaku Admin Kandang dan Koordinator dari Wisata Edukasi, bahwa Keunggulan Produk susu di Bestcow Farm sebagai berikut:

“Ada standartlisasi dari pakan itu tadi, terus perawatannya dan bahan-bahannya yang digunakan aman yang dijual dipasaran.”<sup>73</sup>

Selanjutnya akan dijelaskan lebih lanjut oleh Bapak Nyoman Aribowo, bahwa keunggulan produk susu di Bestcow Farm sebagai berikut:

“Ya kita punya *farm* sendiri sehingga kualitas susu ya bisa kita setting sendiri, tempatnya ada karena memang kita punya lokasi kandang sendiri, yang orang bisa lihat kemurniannya dan juga orang bisa tahu susu murni ya benar-benar murni, kalau kualitas memang kita juga kirim ke Nestle sehingga kualitas juga terpantau selain dari kita juga dari Nestle kalau ada kualitas yang kurang akan pasti ketahuan dan juga dibenahi karena kita kan juga mengirim ke Nestle.”<sup>74</sup>

Adapun kualitas susu sapi selanjutnya akan dijelaskan oleh Bapak Nyoman Aribowo, bahwa keunggulan produk susu di Bestcow Farm sebagai berikut:

“Adapun uji kualitasnya itu antara lain dari berat jenis untuk mengetahui kadar air yang terkandung dalam susu, dan di Bestcow Farm menggunakan alkohol untuk mengetahui susu rusak atau tidak. Terus ada MBRT (Methylen Blue Reduction Time) untuk mengetahui jumlah bakteri, bakterinya banyak atau tidak.

<sup>72</sup>Zidan Hidayat, *Wawancara*, Jember, 07 Juni 2018.

<sup>73</sup>Dardanela Putri, *Wawancara*, Jember, 06 Juni 2018.

<sup>74</sup>Nyoman Aribowo, *Wawancara*, Jember, 07 Juni 2018.

Kemudian suhu, karena suhu akan menentukan kecepatan pertumbuhan bakteri di susu".<sup>75</sup>

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Produk yang ditawarkan oleh Bestcow Farm yaitu produk dari bahan dasar susu yang diolah menjadi susu pasteurisasi dengan berbagai variasi rasa dan yoghurt dan wisata edukasi yang merupakan bagian dari produk jasa. Keunggulan produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember adalah sebagai berikut:

1. Susunya asli dari kandang sendiri, tidak menggunakan bahan kimia dan pengawet
2. Ada standarlisasi dari pakan dan perawatannya
3. Peternakan sendiri
4. Kantor dan peternak satu lokasi
5. Orang lebih yakin kalau susu sapi memang asli dari kandang.
6. Wisata edukasi satu-satunya di Jember

Dalam Keunggulan Bersaing Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember terdapat beberapa keunggulan yaitu:

### **1) Keunggulan Biaya**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Syahmilbar selaku Keuangan bahwa Keunggulan Biaya Terkait

---

<sup>75</sup>Nyoman Aribowo, *Wawancara*, Jember, 07 Juni 2018.

Proses Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm sebagai berikut:

“Kalau biaya kita sama dengan pesaing, di Bestcow Farm harga jual susu olahan Rp. 5000 pesaing juga Rp. 5000 hanya saja jika dilihat dari kualitas kita memang berbeda, seperti pakan, perawatan, kebersihan, dan kita juga mengirim susu di pabrik Nestle, selain peternak sini tidak ada peternak lain yang ke pabrik Nestle. Jadi secara kualitas sudah pasti lebih unggul Bestcow Farm dibandingkan dengan peternak lain baik itu dari segi kebersihan pemberian pakan sapi maupun teknik pengolahan dan pemasaran produk Bestcow Farm.”

“Keunggulan biaya, dari sisi biaya produksinya ya jelas kita meminimalisir biaya pada perusahaan. Seperti harga kemasan dan stiker yang paling murah dan untuk harga jual ya sesuai dan sepiasnya. Relatif standart, karena dulu kemasan susu pasteur dan yoghurt terlalu besar, jadi sekarang kita ganti dengan botol yang standart supaya lebih efisien dan lebih diminati konsumen”<sup>76</sup>

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Ina Nopitawati selaku *Quality control* bahwa Keunggulan Biaya Terkait Proses Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember sebagai berikut:

“Ya kalau biaya kan, gas elpiji itu kita pakai kadang-kadang saja. Kan kita optimalkan pakai biogas nambah efisiensi, sehingga lebih hemat dan meminimalisir biaya produksi, selain itu dari pegawai juga kita berusaha mengoptimalkan kinerjanya sehingga lebih efisien dan dapat mengerjakan berbagai pekerjaan dengan cepat dan tepat”<sup>77</sup>.

<sup>76</sup>Ahmad Syahmilbar, *Wawancara*, Jember 20 Agustus 2018.

<sup>77</sup>Ina Nopitawati, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Dardanela Putri selaku Admin kandang dan Koordinator wisata edukasi, bahwa Keunggulan Biaya Terkait Proses Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm adalah sebagai berikut:

“Keunggulan biaya produksi di Bestcow Farm yaitu dengan biaya produksi yang terbilang rendah karena kita memanfaatkan biogas dan susu sapi juga milik sendiri. Sehingga menghasilkan keuntungan yang tinggi, tetapi juga memberikan produk yang berkualitas hal tersebut memberikan keunggulan biaya pada produksi”<sup>78</sup>

## 2) Diferensiasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Syahmilbar selaku Keuangan bahwa Diferensiasi Terkait Proses Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm sebagai berikut:

“Keunggulan differensiasi, dapat dilihat dari kelebihan dan tampilan produk masing-masing, kalau susu kan botolnya, kalau wisata edukasi dari kelebihan penggunaan jasa yang kami tawarkan. Tempat untuk wisata kami buat pemandangan yang indah dan kegiatan edukasi yang menyenangkan”<sup>79</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Nyoman Aribowo selaku *Owner* bahwa Diferensiasi Terkait Proses Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember sebagai berikut:

<sup>78</sup>Dardanela Putri, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

<sup>79</sup>Ahmad Syahmilbar, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

“Ya kalau produk saat ini dari kemasan, ya kalau orang lain tidak punya produk itu kita punya di Jember, di Jember kan orang tidak punya susu botol, jarang, rata-rata kan jual susu murni”<sup>80</sup>.

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Dardanela Putri selaku Admin kandang dan Koordinator wisata edukasi, bahwa Diferensiasi Terkait Proses Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow adalah sebagai berikut:

“Produk yoghurt perbedaannya kita ambil bibit dari Jerman, untuk susu ya sama saja cuman mereka kan beda ada yang rasa dari bubuk atau dari cair kan gitu, cuman kalau kita dari cair susu kan berbentuk air jadi perasa yang kita gunakan juga cair kalau kebanyakan dari luarkan pakek bubuk gak sesuai perasa kita dari bahan cair. Kalau produk jasa wisata edukasi Bestcow Farm memiliki keunikan yaitu di Jember hanya ada satu, jadi pihak Bestcow Farm menampilkan sesuatu yang jarang ada, peternakan dengan wisata edukasi di Jember hanya ada satu jadi perusahaan Bestcow Farm berusaha menonjolkan sisi edukasinya”<sup>81</sup>.

### 3) Fokus

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Bapak Ahmad Syahmilbar selaku Keuangan bahwa Fokus Terkait Proses Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm sebagai berikut:

“Iya Perusahaan Bestcow Farm fokus pada keduanya yaitu pada biaya rendah untuk menarik minat konsumen dan fokus pada diferensiasi masing-masing produk yang memiliki keunikan untuk menarik minat konsumen. Biaya

<sup>80</sup>Nyoman Aribowo, *Wawancara*, Jember, 07 Juni 2018.

<sup>81</sup>Dardanela Putri, *Wawancara*, Jember, 06 Juni 2018.



produksi yang rendah akan menghasilkan harga jual yang murah dengan kualitas produk yang bagus”.<sup>82</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ina Nopitawati selaku *Quality control* bahwa Fokus Terkait Proses Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember sebagai berikut:

“Ya perusahaan Bestcow Farm fokus di keduanya antara biaya rendah yang digunakan dalam produksi dan harga jual produk. Tujuannya ya untuk menarik minat konsumen”.<sup>83</sup>

Berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan Ibu Dardanela Putri selaku Admin kandang dan Koordinator wisata edukasi, bahwa Fokus Terkait Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm adalah sebagai berikut:

“Iya, kita fokus biaya produksi dan diferensiasi, kalau biaya rendah karena kita memanfaatkan biogas untuk menambah efisiensi dan peternakan sapi milik sendiri jadi dikasih harga dasar”.<sup>84</sup>

Jadi di Bestcow Farm menggunakan keunggulan biaya pada biaya rendah untuk menarik minat konsumen dan fokus pada diferensiasi masing-masing produk yang memiliki keunikan untuk menarik minat konsumen. Biaya produksi yang rendah akan menghasilkan harga jual yang murah dengan kualitas produk yang bagus.

---

<sup>82</sup> Ahmad Syahmilbar, *Wawancara*, Jember, 20 Agustus 2018.

<sup>83</sup> Ina Nopitawati, *Wawancara*, Jember 20 Agustus 2018.

<sup>84</sup> Dardanela Putri, *Wawancara*, Jember 20 Agustus 2018.

### C. Pembahasan Temuan

Dalam pembahasan ini peneliti menguraikan hasil temuan data yang diperoleh dari lapangan dan sebelumnya telah disajikan dalam bentuk penyajian data. Data-data tersebut berikutnya dibahas secara mendalam dan dikaitkan dengan teori sesuai dengan fokus penelitian yang ada dalam penelitian. Berikut pembahasannya:

#### 1. Pengembangan Produk pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember

Pengembangan produk biasanya ditunjukkan pada upaya menarik minat para pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk baru yang dihasilkan oleh pihak Bestcow Farm dengan melalui promosi yaitu ketika ada acara-acara mereka banyak bantu, dan banyak bekerjasama dengan pihak-pihak terkait dinas, ikut pameran biasanya sampai luar kota Malang, Surabaya, Banyuwangi, Situbondo, Bondowoso, dan dengan menambah looper juga akan menambah tingkat pengenalan kita ke kawasan Jember.

Tujuan Perusahaan perlu menggunakan strategi ini ketika produk-produknya telah mengalami fase kejenuhan yang dapat diakibatkan oleh banyaknya produk-produk baru yang muncul di pasar.<sup>85</sup>

Dalam kegiatan pengembangan produk Bestcow Farm melalui beberapa tahap,<sup>86</sup> yaitu :

---

<sup>85</sup>Ibid.,78.

<sup>86</sup>Buchari Alma, *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: ALFABETA, 2016), 141.

a. Pemunculan ide

Sebelum membuat produk baru setiap perusahaan harus mempunyai beberapa gagasan, gagasan ini penting karena berguna untuk pertumbuhan produk selanjutnya. Produk pertama yang dikeluarkan Bestcow Farm adalah susu murni, lalu ada permintaan beberapa orang untuk susu yang langsung minum, kemudian Bestcow Farm membuat inovasi untuk produksi tersebut, termasuk seperti kemasan dan peralatannya yang dulu masih sederhana. Botol yang digunakan pada masa itu seadanya, dulu kemasannya memang cukup besar, lalu dikembangkan sehingga kemasannya lebih disesuaikan, dan variasi rasanya juga terus ditambah. Gagasan ini dapat dari pihak internal maupun eksternal Bestcow Farm seperti *owner*, karyawan maupun konsumen. Selain itu pihak Bestcow Farm juga mencari inspirasi melalui berbagai sumber yang dapat memberikan ide untuk pengembangan produknya.

b. Penyaringan ide

Ide yang sudah terkumpul masih belum dapat digunakan, karena biasanya ide-ide tersebut masih belum matang atau belum disetujui jadi perlu adanya penyeleksian, mana yang mungkin dikembangkan dan mana yang tidak atau mana yang dapat menguntungkan dan yang tidak. Proses penyaringan ide di Bestcow Farm sebelumnya dikomunikasikan terlebih dahulu dengan karyawan-karyawannya. Sehingga menghasilkan ide yang

benar-benar dapat diterapkan untuk pengembangan produk Bestcow Farm.

c. Pengembangan dan pengujian konsep

Pada tahap penyaringan ide telah selesai selanjutnya perusahaan melakukan pengembangan dan pengujian konsep, dengan membuat produk baru kemudian diperlihatkan kepada konsumen, sambil diadakan survey bagaimana kritik dan sarannya, kalau produk sudah banyak yang menyukai dan konsumen membeli, maka perusahaan akan memproduksi produk baru tersebut dengan banyak. Seperti di Bestcow Farm konsep produk baru dilakukan uji coba pasar dengan meminta pendapat dan penilaian dari teman-teman Bestcow Farm. Kemudian dipilih mana yang dirasa paling baik dan enak dan kami akan memperbanyak produksi produk tersebut. Setelah itu pihak Bestcow Farm akan melihat produk mana yang paling diminati oleh konsumen, hal tersebut dapat diketahui dari jumlah penjualan. Dengan memadukan antara pendapat pihak internal Bestcow Farm dan minat konsumen maka dapat diketahui produk mana yang akan Bestcow Farm produksi dalam jumlah besar, dan produk mana yang harus Bestcow Farm kurangi jumlah produksinya. Saat ini produk yang paling disukai konsumen adalah susu pasteurisasi oleh karena itu saat ini Bestcow Farm lebih banyak melakukan uji pasar banyak di edukasi dan

pameran untuk lebih mengetahui kekurangan dan kelebihan produk yang perlu terus Bestcow Farm kembangkan.

d. Pengembangan strategi pemasaran

Tahap selanjutnya yaitu tahap pengembangan strategi pemasaran dimana perusahaan mulai merencanakan strategi pemasarannya.

Dalam hal ini perusahaan menentukan siapa yang akan menjadi konsumen produk Bestcow Farm dan bagaimana strategi pemasaran serta pengembangannya. Pada Bestcow Farm yang menjadi konsumen produknya berasal dari segala kalangan dan segala usia. Dengan menetapkan konsumen produk Bestcow Farm yang berasal dari mana saja maka pihak Bestcow Farm dapat menentukan strategi pemasaran produknya dengan promosi melalui sosial media, mengikuti event-event yang diadakan oleh berbagai pihak, bekerja sama dengan dinas pemerintahan, dan mengikuti pameran baik itu di Jember maupun di luar kota Jember, serta dengan menambah jumlah looper yang juga akan menambah tingkat pengenalan produk Bestcow Farm di wilayah Jember.

e. Analisis Bisnis

Dilakukan dengan memperkirakan jumlah penjualan dibandingkan dengan bahan baku, biaya produksi dan perkiraan laba. Di Bestcow Farm melakukan analisis bisnis berdasarkan produk ini cocok di kembangkan karena sesuai dengan produk ini mendatangkan keuntungan bagi perusahaan berupa meningkatnya pendapatan

serta memberikan dampak positif bagi kesehatan masyarakat yang sering mengonsumsi susu untuk kebutuhan sehari-hari.

f. Pengembangan Produk

Dalam hal ini gagasan produk yang masih dalam perencanaan dikirim ke bagian produksi untuk diproduksi, diberi merek, dan diberi kemasan yang menarik. Di Bestcow Farm sekarang beberapa produk sudah diproduksi dan dikembangkan, seperti susu pasteur, yoghurt dan wisata edukasi, dan saat ini pengembangan produk lebih ke arah wisata edukasinya. Produk Bestcow Farm sudah memiliki merek, dan dikemas dengan kemasan yang menarik dan efisien sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk Bestcow Farm yang juga mudah dibawa oleh konsumen.

g. Marketing Testing

Produk baru dipasarkan ke daerah yang telah ditentukan, dari kegiatan ini akan diperoleh informasi yang sangat berharga tentang keadaan barang, penyalur, permintaan potensial dan sebagainya. Sehingga kegiatan *Marketing testing* dapat membuahkan hasil yang sesuai untuk keberhasilan pengembangan produk Bestcow Farm.

h. Komersialisasi

Setelah perencanaan matang, dilaksanakan, dan diuji, maka akhirnya dibuat produksi besar-besaran yang membutuhkan modal investasi cukup besar. Di Bestcow Farm mulailah dikenalkan

produk baru di pasar, yang akan menjalani proses kehidupan sebagai suatu produk baru, sampai kepada tahap proses konsumsi oleh pihak konsumen, dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumen, dan mendatangkan keuntungan bagi produsen. Di Bestcow Farm setelah produk sudah jadi dan lulus uji pada konsumen maka produk akan diproduksi dalam bertahap. Dan siap untuk di pasarkan pada konsumen.

Dari hal tersebut dapat diketahui jika pihak pengelola Bestcow Farm telah menggunakan proses pengembangan produk sesuai dengan teori pemasaran sehingga keberhasilan proses pengembangan produk dapat meningkatkan strategi bersaing Bestcow Farm.

## **2. Pengembangan Produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember**

Persaingan yang semakin tajam dan ketat, akan mengakibatkan perusahaan-perusahaan harus mengambil keputusan yang tepat untuk memungkinkan kelangsungan dan pertumbuhan usaha perusahaan. Keunggulan bersaing yang dapat diciptakan dari bidang produksi meliputi produk yang dihasilkan merupakan produk baru yang mengikuti perkembangan kemajuan, mutu produk yang lebih standar dan lebih baik, serta biaya per unit produk yang lebih rendah sehingga dapat ditawarkan dengan harga yang lebih murah atau harga yang bersaing.

Ada pendekatan strategi generik untuk mengungguli pesaing yaitu:<sup>87</sup> keunggulan biaya, keunggulan diferensiasi, dan fokus, ketiga pendekatan ini yang digunakan Bestcow Farm untuk merebut pangsa pasar yang lebih besar. Kemampuan merebut pangsa pasar yang lebih besar itu akan berakibat pada peningkatan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan secara berlanjut dan menjadikan perusahaan semakin mampu untuk mewujudkan perkembangan dan pertumbuhan yang diinginkan, yaitu:

a. Biaya Rendah

Kepemimpinan biaya keseluruhan, di sini perusahaan bekerja keras untuk mencapai biaya produksi dan distribusi terendah. Biaya rendah memungkinkan perusahaan menetapkan harga yang lebih rendah daripada pesaingnya dan memenangkan pangsa pasar yang besar.<sup>88</sup> Strategi Biaya Rendah menekankan pada upaya memproduksi produk standar dengan biaya per unit yang sangat rendah. Di perusahaan Bestcow Farm biaya rendah digunakan dalam produksi dan harga jual produk. Perusahaan mengolah susu masih dengan peralatan manual seperti pemakaian gas elpiji itu kadang-kadang, perusahaan lebih memanfaatkan biogas untuk menambah efisiensi seperti untuk pegawai pekerjaan itu juga perusahaan nambah efisiensi dari pegawai yang ada, bagaimana caranya di efisiensikan untuk membantu diolah itu.

---

<sup>87</sup> Musa Hubeis dan Mukhamad najib (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), 85.

<sup>88</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2002), 278.



b. Diferensiasi

Diferensiasi atau strategi pembedaan produk, di sini perusahaan berkonsentrasi untuk menciptakan lini produk dan program pemasaran yang sangat terdiferensiasi sehingga perusahaan dapat menyamai pemimpin kelas dalam industri. Sebagian besar pelanggan lebih suka memiliki produk merek ini jika harganya tidak terlalu tinggi. Strategi ini mendorong perusahaan untuk sanggup menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi sasarannya. Keunikan produk yang dikedepankan ini mungkin suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya.<sup>89</sup> Perusahaan Bestcow Farm memiliki 3 produk yaitu: susu murni, susu pastur, yoghurt, dan produk jasa wisata edukasi. Keunikan dari susu murni, susunya murni tanpa bahan pengawet dan pemerahannya dari kadang sendiri ada uji kualitasnya dengan memakai alkohol, perawatan dan pakan sapi juga terkontrol. Keunikan dari susu pastuerisasi, perusahaan menggunakan bahan-bahan yang ada di pasaran seperti pemanisnya dari gula asli, pewarna dari makanan dan perisa. Keunikan yoghurt perusahaan memilih bibit yang berkualitas yang dibeli dari Jerman dan tidak bisa membuat sendiri. Jika perusahaan ingin mengganti bibit, dilihat dulu bibitnya masih enak apa tidak dapat dilihat dari tekstur, bau, dan rasanya, jadi kalau rasanya sudah tidak layak, kurang lebih 7 bulan itu mereka akan

---

<sup>89</sup> Musa Hubeis dan Mukhamad Najib, *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), 85.

mengganti dengan bibit yang baru. Dan juga produk jasa wisata edukasi Bestcow Farm memiliki keunikan yaitu peternakan dengan wisata edukasi di Jember hanya ada satu jadi Pihak Bestcow Farm berusaha menonjolkan sisi edukasinya.

c. Fokus

Fokus, di sini perusahaan memfokuskan usahanya untuk melayani beberapa segmen pasar dengan baik. Strategi Fokus (*Focus*) digunakan untuk membangun keunggulan bersaing dalam suatu segmen pasar yang lebih sempit. Strategi fokus memiliki dua varian, yaitu fokus biaya dan fokus diferensiasi. Untuk fokus biaya, perusahaan mengusahakan keunggulan bersaing dalam segmen sasarannya. Sebaliknya, untuk fokus diferensiasi, perusahaan mengusahakan diferensiasi dalam segmen sasaran. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa perusahaan Bestcow Farm fokus pada keduanya yaitu Biaya rendah untuk menarik minat konsumen dan fokus pada diferensiasi masing-masing produk yang memiliki keunikan untuk menarik minat konsumen. Biaya produksi yang rendah akan menghasilkan harga jual yang murah dengan kualitas produk yang bagus.

Di Bestcow Farm pihak pengelola menggunakan strategi bersaing yang sesuai dengan teori mulai dari biaya rendah, diferensiasi, serta fokus yang semakin meningkatkan strategi bersaing Bestcow Farm Jember.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Bagian akhir dari pembahasan skripsi ini adalah konklusi atau kesimpulan yang diperoleh berdasarkan analisis yang disesuaikan dengan tujuan pembahasan skripsi ini. Kemudian saran-saran yang dirasa relevan dan perlu untuk diberikan, dengan harapan dapat menjadi sebuah kontribusi pemikiran yang berharga bagi dunia pendidikan.

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian Analisis Proses Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Produk Bestcow Farm di Ajung Kabupaten Jember dapat disimpulkan sebagai berikut:

##### 1. Proses Pengembangan Produk

Proses Pengembangan produk pada Bestcow Farm dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu: *Pertama* penciptaan ide dan penyaringan ide, Produk pertama yang dikeluarkan Bestcow Farm adalah susu murni, lalu ada permintaan beberapa orang untuk susu yang langsung minum, kemudian Bestcow Farm membuat inovasi untuk produksi tersebut. *Kedua* pengujian konsep, pengujian konsep dilakukan dengan meminta pendapat dan penilaian dari karyawan-karyawan Bestcow Farm. *Ketiga* Strategi pemasaran, Strategi Pemasaran yang dilakukan Bestcow Farm melalui kerjasama dengan penyelenggara ketika ada pameran baik itu di Jember maupun di luar kota Jember dan melalui loper-loper. *Keempat* analisis

bisnis, melakukan analisis bisnis berdasarkan produk susu cocok dikembangkan karena sesuai dengan dengan produk susu mendatangkan keuntungan bagi perusahaan berupa meningkatnya pendapatan serta memberikan dampak positif bagi kesehatan masyarakat. *Kelima* Pengembangan Produk, pengembangan produk saat ini di Bestcow Farm lebih ke arah wisata edukasi. *Keenam* Komersialisasi, di Bestcow Farm setelah produk sudah jadi dan lulus uji pada konsumen maka produk akan diproduksi dalam bertahap dan siap untuk di pasarkan pada konsumen.

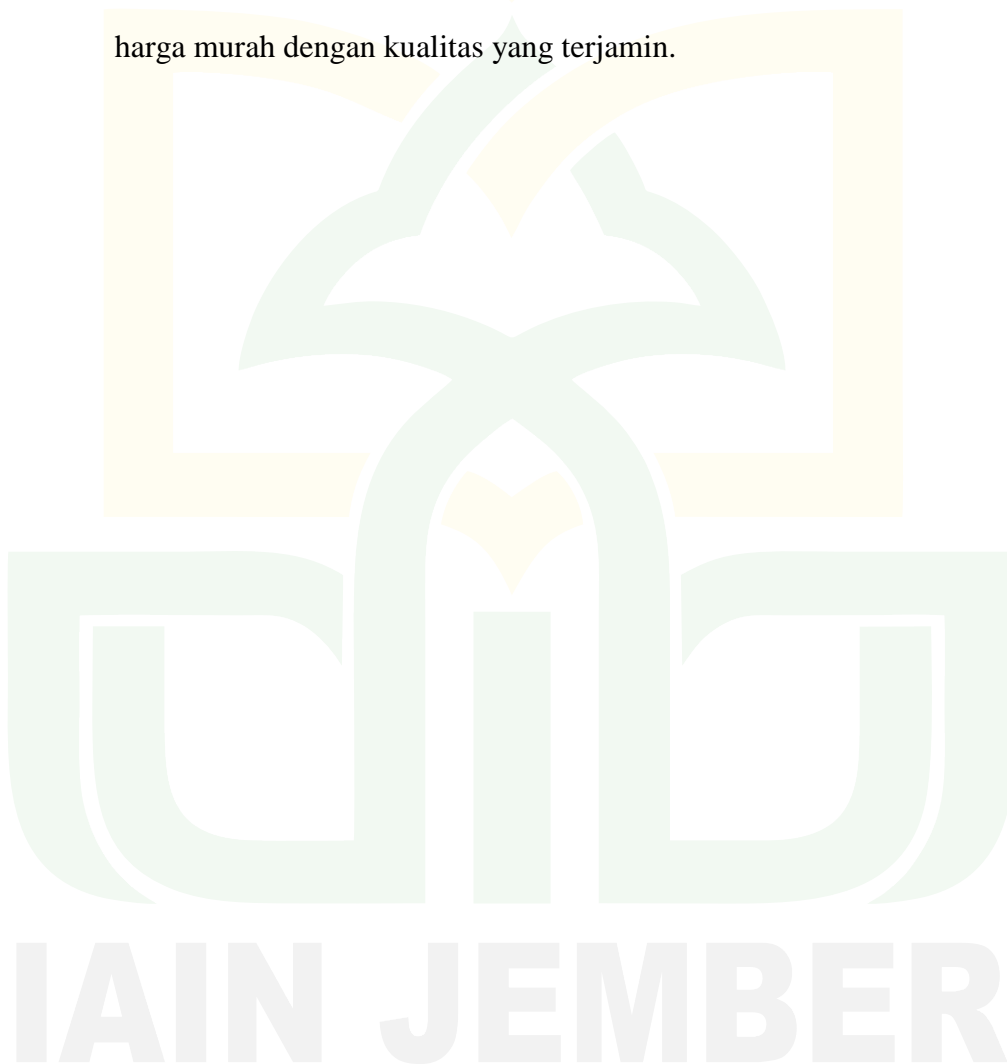
## 2. Keunggulan Bersaing

Keunggulan Bersaing pada Bestcow Farm dilakukan melalui: *Pertama* Keunggulan Biaya, di Bestcow Farm biaya rendah untuk menarik minat konsumen dan untuk menambah efisiensi. *Kedua* Diferensiasi yaitu untuk masing-masing produk yang memiliki keunikan untuk menarik minat konsumen. *Ketiga* Fokus, di Bestcow Farm fokus pada keduanya yaitu biaya rendah untuk menarik konsumen dan pada diferensiasi masing-masing produk yang memiliki keunikan yang untuk menarik konsumen. Biaya produksi yang rendah akan menghasilkan harga jual yang murah dengan kualitas produk yang bagus.

## **B. Saran-saran**

Setelah penelitian ini dilakukan dengan melihat fakta dilapangan mengenai proses pengembangan produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Bestcow Farm, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Lebih meningkatkan promosi pada kegiatan wisata edukasi, karena produk susu dan yoghurt terjual lebih banyak dan dengan wisata edukasi juga menambah pengenalan produk susu.
2. Lebih meningkatkan keunikan dari masing-masing produk dan menetapkan harga yang sesuai standar, karena pelanggan menginginkan harga murah dengan kualitas yang terjamin.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Assauri, Sofjan. 1999. *Manajemen produksi dan operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rindu Cipta.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. 1998. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Handoko, T. Hani 2014. *Dasar-Dasar Manajemen produksi dan operasi Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hubeis, Musa dan Mukhamad Najib. 2014. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2* Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. *Manajemen pemasaran*. 2008. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhardi. 2007. *Strategi operasi: untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Neolaka, Amos. 2014. *Metode Penelitian Dan Statistik* .Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- P. Siagian, Sondang. 2000. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Satori, Djam'an & Aan Komariah. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Skandarrumidi. 2012. *Metodelogi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suharto, Babun, dkk. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. 2015. Jember: IAIN Jember Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wilantara, Rio F. dan Susilawati. 2016. *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Yamit, Zulian. 2003. *Manajemen produksi dan Operasi*. Yogyakarta: CV. Adipura.
- Yuliatul Hasanah. *Strategi Pengembangan dan Diversifikasi Produk Kakaodi Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia Jember*. (Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember) tahun 2017.
- Noer Aji Febriyanto. *Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal*. (Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang) tahun 2015.
- Arif Hidayat. *Strategi Pengembangan Produk BMT Al-Fath Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. (Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta) tahun 2011.
- Lydia Apriliani. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Market Share (Studi Kasus pada smartphone Iphone Di Semarang)*. (Skripsi Universitas Diponegoro (UNDIP) Semarang) tahun 2015.
- Rika Rachman Amin Faisal. *Pengembangan Sumber Daya Manusia untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Batik Sumberjambe di UD Bintang Timur Jember*. (Skripsi Universitas Jember (UNEJ)) tahun 2015.

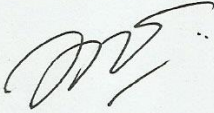

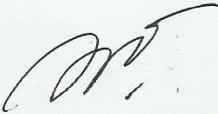


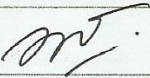
IAIN JEMBER

## MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Analisis Proses Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Produk Bestcow Farm Di Ajung Kabupaten Jember	Analisis proses Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Produk Bestcow Farm	<ol style="list-style-type: none"> <li>Proses Pengembangan Produk</li> <li>Keunggulan Bersaing Pada Produk</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Penciptaan ide</li> <li>Penyaringan ide</li> <li>Pengembangan dan pengujian konsep</li> <li>Pengembangan strategi pemasaran</li> <li>Analisis usaha</li> <li>Pengembangan produk</li> <li>Marketing testing</li> <li>Komersialisasi</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>Keunggulan biaya (<i>Overall Cost Leadership</i>)</li> <li>Diferensiasi (<i>Differentiation</i>)</li> <li>Strategi fokus (<i>focus</i>)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Owner di Bestcow Farm Ajung Kabupaten Jember</li> <li>Admin Kandang dan Koordinator dari Wisata Edukasi di Bestcow Farm Ajung Kabupaten Jember</li> <li>Manajer Operasional di Bestcow Farm Ajung Kabupaten Jember</li> <li>Kepala <i>Processing</i> di Bestcow Farm Ajung Kabupaten Jember</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pendekatan Pendekatan Kualitatif</li> <li>Metode Pengumpulan Data                             <ol style="list-style-type: none"> <li>Observasi</li> <li>Dokumentasi</li> <li>Wawancara Keabsahan Data triangulasi sumber</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Bagaimana proses pengembangan produk pada produk Bestcow Farm di Ajung kabupaten Jember?</li> <li>Apakah proses pengembangan produk dapat Meningkatkan Keunggulan Bersaing Produk Bestcow Farm di Ajung kabupaten Jember?</li> </ol>



**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN  
LOKASI BESTCOW FARM AJUNG JEMBER**

NO	Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1	05 Juni 2018	Mengajukan surat izin penelitian di Bestcow Farm Desa Ajung Kabupaten Jember	
2	06 Juni 2018	Mulai masuk penelitian sekaligus wawancara mengenai produk Bestcow Farm dan meminta gambaran struktur organisasi serta dokumentasi uji kualitas susu sapi di Bestcow Farm Desa Ajung Kabupaten Jember	
3	07 Juli 2018	Melakukan wawancara mengenai produk Bestcow di Bestcow Farm Desa Ajung Kabupaten Jember	
4	20 Agustus 2018	Melakukan wawancara mengenai pengembangan produk pada produk Bestcow Farm	
5	21 Agustus 2018	Melakukan wawancara mengenai pengembangan produk dapat meningkatkan keunggulan bersaing pada produk Bestcow Farm	
6	3 September 2018	Meminta surat keterangan selesai penelitian	

Jember, 05 September 2018

Mengetahui

**SUSU & YOGHURT  
"BESTCOW"**

Nyoman Aribowo

Owner Bestcow Farm Desa Ajung  
Kabupaten Jember

**BESTCOW FARM**  
**Dsn Klanceng Desa Ajung Kec Ajung**  
**JEMBER**

---

**SURAT KETERANGAN**  
**Nomor : 034/SK/BCF/VI/2018**

Kami dari **Management Bestcow Farm** dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Rinda Jayanti  
NIM : 083144017  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam / Prodi Ekonomi Syariah  
Universitas : IAIN Jember

**Dijinkan** untuk melaksanakan kegiatan *Penelitian* di tempat kami (Bestcow Farm) dimulai tanggal **26 Juni 2018 s/d Selesai**.

Sesuai ketentuan maka mahasiswa diatas dalam prosesnya diwajibkan mengikuti segala peraturan yang ada dan menjaga nama baik perusahaan kami.

Demikian surat dari kami untuk bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 26 Juni 2018

Manager

SUSU & YOGHURT  
"BESTCOW"  


(Nyoman Aribowo, S.Pt)

**BESTCOW FARM**  
**Dsn Klanceng Desa Ajung Kec Ajung**  
**JEMBER**

---

**SURAT KETERANGAN**  
**Nomor : 034/SK/BCF/VI/2018**

Kami dari **Management Bestcow Farm** dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Rinda Jayanti  
NIM : 083144017  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam / Prodi Ekonomi Syariah  
Universitas : IAIN Jember

**Dijinkan** untuk melaksanakan kegiatan *Penelitian* di tempat kami (Bestcow Farm) dimulai tanggal **26 Juni 2018 s/d Selesai**.

Sesuai ketentuan maka mahasiswa diatas dalam prosesnya diwajibkan mengikuti segala peraturan yang ada dan menjaga nama baik perusahaan kami.

Demikian surat dari kami untuk bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 26 Juni 2018

Manager

SUSU & YOGHURT  
"BESTCOW"  


(Nyoman Aribowo, S.Pt)

**BESTCOW FARM**  
**Dsn Klanceng Desa Ajung Kec Ajung**  
**JEMBER**

---

**SURAT KETERANGAN**  
**Nomor : 035/SK/BCF/IX/2018**

Kami dari **Management Bestcow Farm** dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Rinda Jayanti  
NIM : 083144017  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam / Prodi Ekonomi Syariah  
Universitas : IAIN Jember

Telah selesai melaksanakan kegiatan *Penelitian* di tempat kami (Bestcow Farm) pada tanggal 5 September 2018 dengan baik.

Demikian surat dari kami untuk bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 6 September 2018

Manager

SUSU & YOGHURT  
**"BESTCOW"**

(Nyoman Aribowo, S.Pt)



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Mataram No. 1 Mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136  
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id  
**J E M B E R**

Nomor : B-~~49~~ /In.20/7.a/PP.00.9/0/2018  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.  
Pimpinan Bestcow di Ajung Kabupaten Jember  
di-  
TEMPAT

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Rinda Jayanti  
NIM : 083144017  
Semester : VIII (8)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
No Telpon : 085655852265  
Dosen Pembimbing : Ahmadiono, M. E. I  
NIP : 19760401 200312 1 005  
Judul Penelitian : Analisis Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Produk Bestcow Di Ajung Kabupaten Jember

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Jember, 04 Juni 2018  
a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I  
19730830 199903 1 002

Tembusan:

## BIODATA PENULIS



Nama : Rinda Jayanti  
Nim : 083144017  
TTL : Lumajang, 06 Mei 1995  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Alamat : Dusun Sumberwuluh, Tambahrejo, Candipuro, Lumajang.

### RIWAYAT PENDIDIKAN :

- ❖ SDN. Tambahrejo 02 Tambahrejo = (2002 – 2007)
- ❖ SMPN. Satu Atap Tambahrejo Candipuro = (2008 – 2010)
- ❖ MA. Darun Najah Petahunan Sumbersuko = (2011 – 2013)
- ❖ Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember = (2014 – 2018)

### SERTIFIKAT :

- ❖ Sertifikat Strategi Pioneer Ekonomi Kreatif Dalam Menghadapi MEA yang diselenggarakan di Gedung Teater IAIN Jember Tahun 2016.
- ❖ Sertifikat Asean Free Trade Area (AFTA) dan Masa Depan SDM Perbankan Syariah di Indonesia yang diselenggarakan di Auditorium Perpustakaan IAIN Jember Tahun 2015.