

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Gizi yang cukup memiliki peran yang penting selama usia sekolah untuk menjamin bahwa anak-anak mendapatkan pertumbuhan, perkembangan, dan kesehatan yang maksimal. Di dalam masa pertumbuhan dan perkembangan tersebut seorang anak membutuhkan sejumlah zat gizi yang harus didapatkan dari konsumsi pangan dalam jumlah yang cukup dan sesuai dengan yang dianjurkan setiap harinya Isni, (2015). Susu merupakan salah satu bahan makanan yang memiliki kandungan gizi lengkap yang dapat menunjang proses pertumbuhan (Almatsier, 2012). Seseorang yang mengonsumsi susu dalam jumlah yang rendah pada saat anak-anak, akan menghalangi mereka dalam mencapai kepadatan tulang maksimum (*peak bone mass*) saat dewasa sehingga akan terjadi penurunan masa tulang. Susu merupakan salah satu bahan makanan hewani yang sangat penting bagi manusia.

Susu mempunyai banyak kegunaan bagi manusia. Jika dibandingkan dengan bahan makanan lain, susu adalah bahan makanan yang mendekati kesempurnaan. Hal itu disebabkan karena hampir seluruh protein susu dapat dicerna tubuh, oleh karena itu susu menjadi bahan makanan yang penting dalam menu empat sehat lima sempurna. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rima Nur Latifah (2016) , susu merupakan salah satu produk minuman yang mempunyai manfaat bagi kesehatan.

Konsumsi susu cair di Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2014 menunjukkan nilai tertinggi dibandingkan dengan produk turunan susu lainnya yaitu 5 gram per orang per hari. Susu cair khususnya susu *pasteurisasi* mempunyai peluang untuk dikembangkan.

Pengembangan produk merupakan kegiatan yang secara terus menerus diupayakan oleh perusahaan untuk mempertahankan ataupun meningkatkan tingkat penerimaan produk oleh konsumen. Memperkenalkan produk baru dan atau produk yang telah diperbaharui merupakan suatu cara perusahaan untuk dapat *survive* dalam sebuah pasar, dimana faktor kebutuhan konsumen akan peningkatan nilai suatu produk menjadi kunci dan arahan bagi perusahaan dalam mengembangkan produknya. Selain itu pengembangan produk juga ditujukan sebagai jaminan kualitas produk suatu perusahaan terhadap konsumen, pengembangan produk dilakukan secara terus-menerus oleh perusahaan untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada pada produk sebelumnya, serta untuk meningkatkan mutu, memperbarui suatu produk serta menambah inovasi-inovasi baru dalam suatu produk. Sehingga produk yang dihasilkan terjamin kualitasnya dibandingkan dengan produk sebelumnya (Ferdiyan 2016).

Pengembangan produk perlu dilakukan oleh setiap perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri, dan dengan mengembangkan produk dapat meningkatkan hasil penjualan. Apabila produk yang dikembangkan itu dapat diterima sesuai dengan selera konsumen, Kotler and Keller

(2013). Selain itu, pengembangan produk dilakukan dengan menambah jenis produk, memperbaiki kualitas dari produk yang dihasilkan untuk menarik perhatian konsumen dan menyaingi produk lain yang sejenis. Hal ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mempertahankan produk di pasar dan memperluas pasar serta meningkatkan penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ambia and Fatchur, (2017) mengungkapkan industri manufaktur harus melakukan pengembangan produk secara berkelanjutan agar volume penjualan produk terus meningkat. Pengembangan produk merupakan upaya yang diberikan perusahaan untuk bisa menciptakan produk baru atau memperbaiki produk lama agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Komariah and Ana, 2016). Pada penelitian lainnya proses perbaikan dan pengembangan fungsi produk dapat memberikan kontribusi positif pada peningkatan penjualan melalui proses pengembangan (Artaya, 2019).

Pengembangan produk pada perusahaan manufaktur membantu eksekutif dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas, dengan memilih proyek-proyek yang dapat meningkatkan kemampuan dan kompetensi perusahaan manufaktur. Dengan demikian, inovasi membantu untuk membedakan produk perusahaan dipasaran, memberikan pengaruh terhadap negosiasi dengan supplier dan menjauhkan pesaing dari perusahaan, Lenna Ellitan (2012). Pengembangan produk merupakan strategi pemasaran yang memerlukan penciptaan produk baru yang dipasarkan,

melalui aplikasi teknologi baru kedalam produk yang dapat dipasarkan (Crawford dan Benedetto 2013).

Sugara Milk merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang kuliner. Berdiri pertama kali pada tanggal 12 Juli 2013 terhitung kurang lebih 10 tahun Sugara Milk sudah menjalankan kegiatan operasionalnya. Sugara Milk sendiri berlokasi di Jl. Lowanu, Sorotan, Kec Umbulharjo, Kota Yogyakarta. Memiliki lokasi yang strategis didekat Rumah Sakit Wirosaban Jogja. Selain itu memiliki lahan parkir luas yang mampu menampung 60 mobil sehingga sering kali dijadikan tempat untuk event acara yang membutuhkan tempat yang luas. Perusahaan ini memproduksi berbagai minuman berbahan dasar susu sapi, produk yang dihasilkan berupa minuman susu sapi yang dikombinasikan dengan buah-buahan seperti (alpukat, durian, pisang, nangka) dan perasa buatan seperti (coklat, vanilla, red velvet, jahe, dll). Kebanyakan produk-produk Sugara Milk dipasarkan untuk segmen pasar dalam negeri (impor).

Pada produksi minuman susu, tentunya perusahaan menemukan masalah, salah satunya adalah Sugara Milk menyediakan stok bahan baku maksimal untuk 2 hari kedepan, namun menyesuaikan dengan permintaan pasar. Permintaan pasar ini tidak selalu stabil kadang tinggi kadang rendah sesuai dengan kondisi cuaca dan hari tersebut. Jika stok 2 hari itu belum habis maka terjadi penumpukan bahan baku yang mengakibatkan kualitas susu sapi menjadi kurang baik. Susu sapi kurang bisa bertahan dalam jangka waktu lama mengakibatkan susu mudah basi. Dengan adanya

penurunan permintaan tersebut, tentunya menyebabkan kapasitas produksi yang menurun. Dari masalah tersebut maka perusahaan harus menciptakan inovasi baru terhadap produk susu yang akan dibuat kedepannya. Sehingga sisa susu yang belum habis dapat dikembangkan menjadi suatu produk baru.

Adanya permasalahan bahwa susu sapi cepat basi membuat Sugara Milk tidak bisa menjual langsung kepada konsumen. Apabila keadaan ini berlangsung secara jangka panjang, maka laba Sugara Milk akan semakin menurun. Hal ini menimbulkan risiko adanya kerugian dimasa yang akan datang dan tujuan perusahaan tidak akan tercapai. Permasalahan penurunan laba yang disebabkan penurunan kualitas bahan baku ini perlu diantisipasi dengan perumusan strategi yang baru Okky (2015), antara lain memanfaatkan teknologi dan menciptakan pelanggan baru dengan memproses susu segar menjadi produk baru. Proses ini (membuat produk baru) akan meningkatkan value susu, membuat susu menjadi tahan lebih lama dan membuat susu tersebut lebih flexible untuk dipasarkan dalam waktu yang lama.

Meskipun mengetahui bahwa permintaan pelanggan menurun, namun untuk kegiatan produksi perusahaan tidak menurunkan target produksinya jadi produksi setiap harinya berjalan secara terus-menerus sesuai dengan target di awal. Pengembangan produk ini bertujuan untuk mengurangi penumpukan bahan baku agar tetap bisa memberikan nilai dan manfaat yang maksimal kepada konsumen serta untuk menambah omzet penjualan perusahaan dan mengurangi modal produksi. Berikut adalah data produksi dan penjualan di Sugara Milk :

Tabel 1.1 Data Bahan Baku Produksi dan Penjualan Sugara Milk pada bulan Januari – September 2023

NO	PERIODE	BAHAN BAKU PRODUKSI	PENJUALAN (porsi)	SISA BAHAN BAKU
1	Januari	9000	8957	43
2	Februari	8960	8942	18
3	Maret	8982	8955	27
4	April	8991	8968	23
5	Mei	9000	8984	16
6	Juni	8985	8973	12
7	Juli	8995	8982	3
8	Agustus	9000	8991	9
9	September	8950	8934	16

Sumber : Sugara Milk (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, diketahui bahwa data bahan baku produksi dan penjualan Sugara Milk tidak stabil. Dapat dilihat bahwa bahan baku produksi pada bulan Januari sebanyak 9000 porsi dan penjualan sebanyak 8957 porsi. Sehingga memiliki selisih bahan baku sisa sebanyak 43 porsi. Selain itu, dalam hal penjualan tiap bulannya terjadi ketidak stabilan sehingga menyebabkan adanya penumpukan bahan baku susu yang menyebabkan produksi pada perusahaan menjadi kurang efisien. Untuk mengatasi permasalahan tersebut perusahaan membutuhkan adanya pengembangan produk. Terdapat banyak metode yang digunakan dalam mengembangkan suatu produk, namun dalam penelitian ini metode Tahapan Pengembangan Produk sangat tepat digunakan dalam mengembangkan produk suatu bisnis. Metode Tahapan Pengembangan Produk dipilih karena mampu menerjemahkan apa saja yang menjadi kebutuhan konsumen terkait penumpukan bahan baku ke dalam sebuah ide pengembangan produk.

Fokus penulis dalam penelitian ini yaitu pada produk susu yang dihasilkan oleh Sugara Milk karena produk susu menjadi produk unggulan dari perusahaan. Berdasarkan uraian diatas saya tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap pengembangan produk baru yang dilakukan oleh Sugara Milk dengan judul “**Analisis Pengembangan Produk Susu pada Sugara Milk Yogyakarta**”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah :

- a) Bagaimanakah hasil pengembangan produk pada Sugara Milk Yogyakarta?

C. TUJUAN MASALAH

Bersumber rumusan masalah, dapat diketahui tujuan penelitian yang hendak di cermati oleh penulis adalah

- a) Untuk mengetahui hasil pengembangan produk pada Sugara Milk Yogyakarta.

D. MANFAAT

- 1) *Manfaat Praktis* :

Hasil dari penelitian ini bermanfaat sebagai media referensi, masukan dan saran yang dapat membantu perusahaan untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan, perbandingan dan menentukan langkah-langkah selanjutnya bagi Sugara Milk dalam pengembangan produk.

2) *Manfaat Teoritis* :

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya. Disamping itu penulis juga berharap agar hasil dari penelitian ini mampu mendorong berkembangnya penelitian-penelitian selanjutnya dibidang manajemen sumber daya manusia.

