

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor kuliner merupakan salah satu bidang usaha yang terus berkembang pesat di Indonesia. Persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dan melakukan berbagai inovasi agar dapat mempertahankan eksistensi serta meningkatkan pendapatan (Rosmadi, 2021). Salah satu subsektor kuliner yang mengalami perkembangan signifikan adalah usaha makanan berbasis olahan aci, seperti bakso aci, yang digemari berbagai kalangan masyarakat karena cita rasanya yang khas dan harganya yang terjangkau.

Bakso Aci Kanya'ah Majalengka merupakan salah satu pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang berhasil menarik perhatian konsumen dengan mengusung konsep inovatif dalam penyajian produk bakso aci. Usaha yang didirikan pada bulan Januari tahun 2021 ini telah melakukan berbagai upaya inovasi, seperti pengembangan varian rasa isian, kemasan *take away* yang lebih praktis, dan penyajian dengan topping beragam. Dalam menghadapi persaingan yang ketat dengan berbagai merek sejenis, Bakso Aci Kanya'ah terus berupaya menciptakan variasi produk, menyesuaikan cita rasa sesuai selera konsumen lokal, serta menerapkan strategi pemasaran yang kreatif untuk meningkatkan pendapatan usahanya (Hardati, 2020).

Persaingan dalam dunia kuliner saat ini semakin ketat. Setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan strategi yang efektif agar dapat bertahan dan meningkatkan pendapatan (Arif & Anggraeni, 2023). Salah satu faktor penting dalam usaha kuliner adalah kemampuan berinovasi serta menjaga cita rasa produk agar tetap diminati oleh konsumen. Inovasi produk merupakan strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru yang

dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang, sehingga dapat meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian (Suriati, 2022).

Namun, meskipun telah melakukan berbagai upaya inovasi produk, Bakso Aci Kanya'ah masih menghadapi tantang dalam mempertahankan pertumbuhan pendapatan yang konsisten. Berdasarkan data penjualan Tahunan pada tahun 2025.

Tabel 1. 1 Data pendapatan Bulanan Bakso Aci Kanya'ah pada Tahun 2025

Tahun	Pendapatan (Rp)	Akumulasi
Bulan 1	Rp 3.460.000	Rp 3.460.000
Bulan 2	Rp 3.785.000	Rp 7.245.000
Bulan 3	Rp 4.500.000	Rp 11.745.000
Bulan 4	Rp 5.000.000	Rp 16.745.000
Bulan 5	Rp 3.650.000	Rp 20.395.000
Bulan 6	Rp 2.490.000	Rp 22.885.000
Bulan 7	Rp 2.000.000	Rp 24.885.000
Bulan 8	Rp 3.896.000	Rp 28.781.000
Bulan 9	Rp 3.500.000	Rp 32.281.000
Bulan 10	Rp 3.985.000	Rp 36.266.000
Bulan 11	Rp 2.789.000	Rp 39.055.000
Bulan 12	Rp 2.000.000	Rp 41.055.000
TOTAL 1 TAHUN		Rp 41.055.000

Sumber: Data Internal Bakso Aci Kanya'ah (2025)

Tabel 1. 2 Data Rinci Pendapatan Dalam 1 Minggu

Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Total
Maksimal order	120 unit /minggu	Rp. 15.000	Rp.1.800.000
Modal Produksi			Rp. 750.000
Pendapatan bersih			Rp. 1.050.000

Sumber: Data Internal Bakso Aci Kanya'ah (2025)

Berdasarkan data tersebut, total pendapatan selama 1 tahun adalah Rp 41.055.000, sehingga rata-rata pendapatan per minggu sekitar Rp 790.000–Rp 800.000 (dari 52 minggu). Jika kapasitas maksimal produksi adalah 120 unit per minggu dengan harga Rp 15.000 per unit, maka potensi maksimal pendapatan sebenarnya bisa mencapai Rp 1.800.000 per minggu, artinya realisasi saat ini masih jauh di bawah kapasitas dan masih bisa ditingkatkan. Dengan asumsi modal produksi sebesar 60% dari pendapatan, maka biaya produksi per minggu sekitar Rp 480.000, sehingga estimasi keuntungan bersih sekitar Rp 310.000 per minggu.

Untuk 4 bulan terakhir bulan September-Desember 2025, pendapatan berubah dari Rp 3.500.000 pada bulan September menjadi Rp 2.000.000 pada bulan Desember. Jika dihitung, terjadi penurunan sekitar 42,9%, yang menunjukkan adanya penurunan cukup signifikan di akhir tahun. Kondisi ini secara langsung dapat dijelaskan melalui teori konsistensi kualitas yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2018), yang menegaskan bahwa inkonsistensi kualitas produk dalam cita rasa akan berdampak negatif pada kepuasan dan loyalitas konsumen sehingga mengurangi frekuensi pembelian. Hal ini berarti usaha mengalami pelemahan pada periode terakhir, sehingga perlu peningkatan strategi penjualan agar bisa mendekati kapasitas maksimal produksi.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji strategi peningkatan pendapatan UMKM kuliner dari berbagai perspektif. Hardati (2020) meneliti strategi bisnis UMKM dalam meningkatkan penjualan dengan fokus pada bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan tempat) menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus pada industri kreatif non-kuliner.

Suherman dan Hongdiyanto (2020) menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh promosi, rasa, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian, namun tidak mengeksplorasi proses strategis di balik pengelolaan cita rasa tersebut. Khumairah (2024) menganalisis strategi inovasi produk dalam membangun daya saing UMKM kuliner dengan menekankan pada strategi 3S (Service, Speed, Satisfaction), namun belum secara spesifik mengintegrasikan dimensi cita rasa sebagai variabel strategis.

Mariam dan Yuliani (2022) mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM dengan pendekatan kuantitatif, menemukan bahwa modal usaha, lama usaha, dan tenaga kerja berpengaruh signifikan, namun tidak memasukkan aspek inovasi dan cita rasa dalam model penelitiannya.

Dari kajian literatur di atas, teridentifikasi beberapa celah penelitian (*research gap*) yang signifikan. Pertama, sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengukur pengaruh variabel secara parsial, namun belum mengeksplorasi secara mendalam bagaimana proses strategis berlangsung, bagaimana keputusan inovasi diambil, dan mengapa beberapa inovasi berhasil sementara yang lain gagal. Kedua, belum ada studi yang secara spesifik menganalisis sinergi antara inovasi produk dan cita rasa sebagai strategi terintegrasi dalam konteks UMKM kuliner tradisional seperti bakso aci. Ketiga, penelitian kualitatif yang mampu menangkap kompleksitas, dinamika proses, dan konteks situasional dalam praktik bisnis kuliner masih sangat terbatas. Keempat, mayoritas

penelitian terdahulu berfokus pada produk kuliner modern atau industri kreatif non-kuliner, sehingga pemahaman tentang strategi bisnis produk kuliner tradisional berbasis tepung seperti bakso aci masih minim.

Mengingat kompleksitas permasalahan dan keterbatasan penelitian terdahulu, pendekatan kualitatif menjadi pilihan yang tepat untuk penelitian ini. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam proses pengambilan keputusan, mekanisme implementasi strategi, persepsi dan pengalaman konsumen, serta konteks situasional yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi inovasi dan pengelolaan cita rasa. Melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi, penelitian ini dapat mengungkap dinamika yang tidak dapat ditangkap oleh pendekatan kuantitatif, seperti alasan di balik inkonsistensi cita rasa, proses adaptasi terhadap selera konsumen lokal, serta tantangan operasional dalam menjaga kualitas produk di tengah keterbatasan sumber daya UMKM.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan strategi bisnis UMKM kuliner, khususnya dalam mengombinasikan inovasi produk dan cita rasa sebagai faktor utama peningkatan pendapatan. Selain itu, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha sejenis di daerah lain dalam merancang strategi yang efektif dan berkelanjutan untuk mempertahankan daya saing di tengah dinamika pasar kuliner yang terus berkembang. Dari perspektif akademis, penelitian ini memperkaya literatur tentang strategi bisnis UMKM kuliner tradisional dengan pendekatan kualitatif yang masih jarang dilakukan, khususnya dalam konteks produk berbasis tepung seperti bakso aci.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti secara mendalam bagaimana strategi peningkatan pendapatan melalui inovasi dan cita rasa dirumuskan, diimplementasikan, dan dimaknai oleh pelaku usaha serta konsumen di Bakso Aci Kanya'ah

Majalengka. Oleh karena itu, penulis mengangkat topik penelitian dengan judul **“Strategi Bisnis UMKM dalam Mengelola Inovasi dan Cita Rasa untuk Meningkatkan Pendapatan: Studi Kasus Bakso Aci Kanya’ah Majalengka”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi beberapa masalah yang terkait dengan strategi peningkatan pendapatan melalui inovasi dan cita rasa di Bakso Aci Kanya'ah Majalengka, yaitu:

1. Pendapatan Bakso Aci Kanya'ah mengalami penurunan signifikan pada akhir tahun 2025.
2. Respons dan pengalaman konsumen terhadap inovasi produk serta perubahan cita rasa belum sepenuhnya dipahami.
3. Bakso Aci Kanya'ah masih menghadapi kesulitan dalam menjaga konsistensi cita rasa.

C. Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya cakupan permasalahan yang telah diidentifikasi dan keterbatasan waktu, tenaga, serta sumber daya penelitian, maka penelitian ini dibatasi pada beberapa aspek penting. Penelitian ini hanya dilakukan pada Bakso Aci Kanya'ah Majalengka sebagai objek studi kasus tunggal (*single case study*), dengan fokus pada dua aspek utama yang menjadi variabel penelitian, yaitu inovasi produk dan cita rasa. Inovasi produk mencakup variasi produk, pengembangan menu baru, penyajian, dan kemasan, sedangkan cita rasa meliputi kualitas rasa, konsistensi rasa, dan kesesuaian dengan selera konsumen lokal.

Penelitian ini secara spesifik menganalisis strategi peningkatan pendapatan melalui inovasi dan cita rasa, proses pengambilan keputusan terkait inovasi dan pengelolaan cita rasa, persepsi dan pengalaman konsumen, serta faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan strategi, termasuk tantangan dan hambatan

dalam implementasi analisis tersebut. Informan penelitian melibatkan pihak internal, yaitu pemilik atau pengelola dan karyawan Bakso Aci Kanya'ah Majalengka, serta pihak eksternal berupa konsumen, baik konsumen loyal maupun konsumen baru.

Selain itu, penelitian ini tidak melakukan analisis laporan keuangan secara detail atau audit keuangan, namun hanya mengeksplorasi strategi peningkatan pendapatan dari perspektif praktik bisnis dan pengalaman pelaku usaha serta konsumen. Dengan pembatasan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan hasil yang terfokus, mendalam, dan relevan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana strategi inovasi produk dan pengelolaan cita rasa yang diterapkan Bakso Aci Kanya'ah Majalengka dalam meningkatkan pendapatan usaha?
- b. Bagaimana persepsi dan pengalaman konsumen terhadap inovasi produk dan cita rasa Bakso Aci Kanya'ah?
- c. Apa saja tantangan dan hambatan utama yang dihadapi Bakso Aci Kanya'ah dalam mengimplementasikan inovasi dan cita rasa melalui analisis SWOT?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami secara mendalam strategi pengelolaan inovasi dan cita rasa untuk meningkatkan pendapatan pada usaha Bakso Aci Kanya'ah Majalengka dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Secara rinci, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan strategi yang diterapkan Bakso Aci Kanya'ah Majalengka dalam meningkatkan

pendapatan melalui inovasi produk dan cita rasa.

- b. Untuk mengeksplorasi persepsi dan pengalaman konsumen terhadap inovasi produk dan cita rasa Bakso Aci Kanya'ah
- c. Untuk mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dihadapi Bakso Aci Kanya'ah dalam mengimplementasikan inovasi dan cita rasa melalui analisis SWOT.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu manajemen, khususnya dalam bidang strategi bisnis dan pemasaran UMKM, dengan menyediakan pemahaman mendalam tentang dinamika proses strategis dalam mengombinasikan inovasi produk dan cita rasa sebagai faktor peningkatan pendapatan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis terhadap pengembangan teori mengenai strategi bisnis UMKM kuliner lokal melalui pendekatan kualitatif yang mengedepankan eksplorasi pengalaman, proses, dan konteks situasional.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi praktis bagi:

- 1) Pelaku Usaha (Bakso Aci Kanya'ah Majalengka): sebagai bahan refleksi dan evaluasi dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif dalam meningkatkan pendapatan melalui inovasi dan penguatan cita rasa produk, dengan mempertimbangkan pengalaman, tantangan, dan best practices yang teridentifikasi dalam penelitian.
- 2) Pelaku UMKM Kuliner Lainnya: sebagai referensi dan inspirasi dalam mengembangkan strategi peningkatan daya saing melalui inovasi produk dan konsistensi cita rasa, dengan memahami proses, tantangan, dan faktor-faktor

keberhasilan yang dapat diadaptasi sesuai konteks masing-masing.

- 3) Pemerintah Daerah dan Lembaga Pendukung UMKM: sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan pembinaan dan pengembangan UMKM kuliner yang lebih kontekstual dan responsif terhadap kebutuhan riil pelaku usaha, berdasarkan pemahaman mendalam tentang praktik bisnis dan tantangan yang dihadapi di lapangan.

c. Manfaat Akademis

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa, peneliti, atau akademisi yang tertarik meneliti topik serupa, khususnya mengenai strategi peningkatan pendapatan UMKM dengan pendekatan kualitatif yang menekankan pada eksplorasi proses, pengalaman, dan konteks dalam praktik bisnis kuliner lokal.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengeksplorasi secara mendalam proses strategis, pengalaman pelaku usaha, dan persepsi konsumen yang tidak dapat ditangkap melalui pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2020). Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya memahami fenomena secara holistik dan kontekstual sesuai dengan realitas yang dialami oleh subjek penelitian.

Metode studi kasus digunakan karena penelitian ini berfokus pada satu objek usaha tunggal, yaitu UMKM Bakso Aci Kanya'ah Majalengka, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai strategi bisnis yang diterapkan dalam mengelola inovasi produk dan cita rasa guna meningkatkan pendapatan usaha. Desain studi kasus memungkinkan peneliti

untuk mengkaji secara mendalam berbagai aspek yang bersifat kompleks dan situasional, yang tidak dapat diungkap secara memadai melalui pendekatan penelitian yang bersifat umum atau agregat.

Alasan pemilihan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah: (1) Memungkinkan peneliti memahami secara mendalam proses pengambilan keputusan dan mekanisme implementasi strategi inovasi dan cita rasa; (2) Dapat mengungkap persepsi dan pengalaman subjektif konsumen terhadap produk; (3) Mampu menangkap konteks situasional yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi; dan (4) Dapat mengeksplorasi dinamika yang tidak dapat ditangkap oleh pendekatan kuantitatif, seperti alasan di balik inkonsistensi cita rasa dan tantangan operasional UMKM.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Bakso Aci Kanya'ah yang berlokasi di Kabupaten Majalengka, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu: (1) Bakso Aci Kanya'ah merupakan salah satu UMKM kuliner berbasis tepung aci yang telah berdiri sejak Januari 2021 dan memiliki rekam jejak inovasi produk yang relevan dengan tujuan penelitian; (2) Usaha ini mengalami fluktuasi pendapatan yang signifikan, khususnya pada periode September hingga Desember 2025, yang menjadi fenomena empiris penelitian; dan (3) Keterjangkauan lokasi penelitian memudahkan proses pengumpulan data secara intensif.

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih empat bulan, dimulai dari penyusunan proposal hingga penyelesaian laporan akhir. Jadwal penelitian mencakup tahap persiapan (penyusunan instrumen dan pengurusan izin), tahap pengumpulan data (wawancara, observasi, dan dokumentasi), tahap analisis data,

serta tahap penulisan laporan.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Informan yang menjadi sumber data primer meliputi:

- a. Pihak internal, yaitu pemilik/pengelola usaha Bakso Aci Kanya'ah (Ibu Salsa Wira) selaku pengambil keputusan utama dan karyawan (Ibu Eti Wasti dan Ibu Susan Wira Santi) yang terlibat langsung dalam proses produksi dan pengelolaan usaha.
- b. Pihak eksternal, yaitu konsumen Bakso Aci Kanya'ah, baik konsumen loyal maupun konsumen baru, yang memberikan persepsi dan pengalaman terkait inovasi produk dan cita rasa.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber tidak langsung yang mendukung analisis penelitian, antara lain data pendapatan bulanan usaha Bakso Aci Kanya'ah tahun 2025-2026, dokumentasi foto, catatan produksi, serta literatur ilmiah berupa jurnal, buku, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

4. Subjek Penelitian Dan Informan

Subjek penelitian ini adalah UMKM Bakso Aci Kanya'ah Majalengka sebagai unit analisis. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling*, yakni pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung yang relevan

dengan fokus penelitian. Informan dalam penelitian ini terdiri atas:

- a. Pemilik Usaha (Informan Kunci): Ibu Salsa Wira selaku pemilik sekaligus pengelola Bakso Aci Kanya'ah. Informan ini dipilih karena memegang peran sentral sebagai pengambil keputusan tunggal terkait strategi inovasi produk, pengelolaan cita rasa, dan kebijakan bisnis secara keseluruhan.
- b. Karyawan (Informan Pendukung): Ibu Eti Wasti dan Ibu Susan Wira Santi selaku karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi. Informan ini dipilih karena memiliki pengetahuan operasional mengenai standar produksi, konsistensi cita rasa, dan tantangan implementasi strategi di lapangan.
- c. Konsumen (Informan Eksternal): Konsumen Bakso Aci Kanya'ah yang terdiri atas konsumen loyal dan konsumen baru yang berjumlah 2 konsumen. Informan ini dipilih untuk mendapatkan perspektif dari sisi permintaan pasar terkait persepsi terhadap inovasi produk, kualitas cita rasa, dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik utama yang saling melengkapi, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan secara mendalam (*in-depth interview*) dengan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur. Teknik ini dipilih agar peneliti dapat memperoleh informasi yang mendalam dan terperinci mengenai strategi inovasi produk, pengelolaan cita rasa, proses pengambilan keputusan, serta tantangan dan hambatan yang dihadapi usaha. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha, karyawan, dan konsumen.

Adapun tema-tema yang digali dalam wawancara meliputi: (1) strategi inovasi produk yang diterapkan (variasi produk, kemasan, dan penyajian); (2) mekanisme pengelolaan cita rasa (standarisasi resep, *quality control*, dan adaptasi rasa); (3) persepsi konsumen terhadap inovasi dan cita rasa produk; serta (4) tantangan dan hambatan dalam implementasi Analisis SWOT.

b. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha Bakso Aci Kanya'ah untuk mengamati proses produksi, standar pengelolaan cita rasa, interaksi antara pemilik dan karyawan, serta respons konsumen terhadap produk yang disajikan. Observasi bersifat partisipatif pasif, di mana peneliti mengamati tanpa terlibat aktif dalam kegiatan operasional usaha. Hasil observasi dicatat dalam catatan lapangan (*field notes*) untuk selanjutnya digunakan sebagai data pendukung dalam proses analisis.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data-data tertulis dan visual yang relevan, meliputi data pendapatan bulanan usaha tahun 2025-2026, foto produk dan outlet, catatan resep produksi, konten media sosial (WhatsApp dan Instagram) usaha, serta dokumen pendukung lainnya. Teknik dokumentasi ini berfungsi sebagai sumber data triangulasi untuk memperkuat validitas temuan yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman. Model ini dipilih karena sistematis, terstruktur, dan sesuai untuk penelitian kualitatif dengan desain studi kasus. Analisis berlangsung secara bersamaan

dengan proses pengumpulan data melalui tahapan yang saling berinteraksi secara siklikal, yaitu:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mentransformasi data mentah yang diperoleh dari lapangan menjadi data yang lebih bermakna dan relevan dengan fokus penelitian. Dalam tahap ini, peneliti mengkategorikan informasi dari transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen berdasarkan tema-tema penelitian, yaitu: strategi inovasi produk, pengelolaan cita rasa, proses pengambilan keputusan, persepsi konsumen, dan tantangan implementasi strategi.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan proses penyusunan informasi secara terorganisir yang memungkinkan dilakukannya penarikan kesimpulan. Data disajikan dalam berbagai bentuk, seperti uraian naratif deskriptif, matriks, tabel perbandingan, dan peta konseptual yang menggambarkan hubungan antara strategi inovasi, pengelolaan cita rasa, dan peningkatan pendapatan usaha. Penyajian data yang sistematis ini memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi pola-pola temuan dan menarik kesimpulan yang sah.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Kesimpulan ditarik berdasarkan pola, tema, dan makna yang muncul dari data yang telah direduksi dan disajikan. Proses verifikasi dilakukan secara berkelanjutan selama penelitian berlangsung melalui triangulasi sumber data, member checking dengan informan, serta kesesuaian temuan dengan teori-teori yang digunakan. Kesimpulan yang diperoleh bersifat deskriptif-analitik, yang menggambarkan

secara mendalam strategi bisnis Bakso Aci Kanya'ah dalam mengelola inovasi dan cita rasa sebagai upaya meningkatkan pendapatan usaha.

7. Uji Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini, digunakan beberapa teknik pengujian, yaitu:

a. Triangulasi

Triangulasi dilakukan melalui dua cara. Pertama, triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan dan mengecek ulang informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda (pemilik usaha, karyawan, dan konsumen). Kedua, triangulasi teknik, yaitu dengan membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil observasi dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan kebenaran temuan.

b. Member Checking

Member checking dilakukan dengan mengonfirmasi kembali temuan dan interpretasi penelitian kepada informan kunci (pemilik usaha). Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa data yang telah dikumpulkan dan diinterpretasikan sesuai dengan maksud dan pengalaman informan, sehingga mengurangi risiko kesalahpahaman atau mispersepsi dalam proses analisis.

c. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan dilakukan dengan cara mengamati secara mendalam dan berulang terhadap objek penelitian selama periode penelitian berlangsung. Hal ini bertujuan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur situasi yang sangat relevan dengan persoalan yang diteliti serta memusatkan perhatian pada hal-hal tersebut secara rinci. Dengan ketekunan pengamatan, peneliti dapat memperoleh gambaran yang utuh dan akurat mengenai implementasi strategi

bisnis Bakso Aci Kanya'ah.

d. Transferabilitas (*Transferability*)

Transferabilitas dipenuhi dengan memberikan deskripsi yang kaya dan rinci (*thick description*) mengenai konteks penelitian, karakteristik subjek penelitian, serta proses dan temuan penelitian. Dengan demikian, pembaca dapat menilai sendiri sejauh mana temuan penelitian ini dapat diterapkan pada konteks lain yang memiliki kesamaan dengan konteks penelitian ini.

G. Sistematika

Sistematika penulisan skripsi ini disusun agar memberikan gambaran secara runtut mengenai isi penelitian dari awal hingga akhir. Skripsi ini terdiri atas lima bab utama, yaitu BAB I sampai dengan BAB V, dengan uraian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama memberikan gambaran umum tentang penelitian yang akan dilakukan. Dimulai dengan latar belakang, lalu disajikan dengan identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : KAJIAN TEORI

Teori-teori yang menjadi dasar pemikiran dan kerangka konseptual penelitian disajikan dalam bab kedua. Bab ini dimulai dengan kajian teori, kajian literatur dan terakhir kerangka teori.

BAB III : DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Bab ini menguraikan secara mendalam mengenai objek penelitian, yaitu Bakso Aci Kanya'ah. Pembahasan mencakup profil, visi dan misi, dan struktur produk.

BAB IV : PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini mencakup tentang kondisi objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penulis dalam pelaksanaan penelitian tersebut.

