

**Jurnal Pijar**  
**Studi Manajemen dan Bisnis**

<https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>

Vol. 1 No. 2, 2023, Hal. 327 - 332

ISSN 2963-0606 (Online)

ISSN 2964-9749 (Print)

**INOVASI PRODUK PADA USAHA NARASA POTATO DALAM MENGATASI  
PERSAINGAN DI INDUSTRI KREATIF**

**Maikel Romy Rambunga<sup>1</sup>, Suryadi Samudra<sup>2</sup>, Harnida Wahyuni Adda<sup>3</sup>**  
**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako.**

**Abstrak**

Perekonomian Indonesia sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga dan salah satu industri yang berkembang pesat adalah industri makanan dan minuman. Peneliti melakukan penelitian tentang strategi inovasi yang dapat dilakukan dalam upaya mempengaruhi perkembangannya dari produksi penjualan Narasa Potato. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis langkah inovasi apa saja yang secara signifikan dapat mempengaruhi perkembangan usaha dan menganalisis posisi usaha yang sedang berjalan dan merumuskan inovasi yang perlu dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang ada. Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada usaha Narasa Potato maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi inovasi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha Narasa Potato.

**Kata Kunci:** *Inovasi, Keunggulan Bersaing, Strategi, Industri Kreatif.*

**Abstract**

Indonesia's economy is largely driven by increasing household consumption and one of the fast-growing industries is the food and beverage industry. Researchers conduct research on innovation strategies that can be carried out in an effort to influence the development of Narasa Potato's sales production. Therefore, the purpose of this study is to analyze what innovation steps can significantly affect business development and analyze the position of the ongoing business and formulate innovations that need to be done to overcome existing problems. Based on the problems that occur in the Narasa Potato business, the purpose of this study is to formulate an innovation strategy that can be used in the development of the Narasa Potato business.

**Keywords:** *Innovation, competitive advantage, strategy, creative industries.*

Alamat Korespondensi: Jl. Thamrin No.74  
E-mail: [Maikelromirambunga900@gmail.com](mailto:Maikelromirambunga900@gmail.com)

## Pendahuluan

Perekonomian Indonesia sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga dan salah satu industri yang berkembang pesat adalah industri makanan dan minuman, industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 2,54 persen menjadi Rp775,1 triliun, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021. Nilai tersebut persentasenya sebesar 38,05 persen terhadap industri pengolahan nonmigas atau 6,61 persen terhadap PDB nasional yang mencapai Rp16,97 kuadriliun ([djkn.kemenkeu.go.id](http://djkn.kemenkeu.go.id)). Dengan semakin berkembangnya suatu bidang usaha pasti akan banyak usaha sejenis yang bermunculan, hal ini juga terjadi pada industri makanan dan minuman yang mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Dalam persaingan yang semakin ketat perusahaan harus memiliki daya saing yang cukup kuat untuk dapat terus bersaing dengan perusahaan lainnya terutama perusahaan sejenis. Setiap perusahaan pasti memiliki strategi yang berbeda dalam mencapai keunggulan bersaing. Dalam mengatasi persaingan yang ada salah satu upaya yang dapat dilakukan seorang pelaku usaha yaitu melalui inovasi. Inovasi merupakan suatu proses dari hasil pengembangan suatu produk yang telah ada sebelumnya sehingga produk tersebut memiliki nilai yang lebih berarti (Garis, Garvera, and Sari 2019).

Mendefinisikan inovasi produk sebagai gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain (Kotler, 2007). Inovasi produk merupakan produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya (Nasution, 2005).

Indonesia merupakan negara yang salah satu ciri khasnya hampir tidak dapat di pisahkan dari makanan, cemilan dan minuman. Di zaman modern ini menawarkan banyak hal-hal yang instan dan praktis tidak terkecuali makanan cemilan, dan minuman. Melihat dari kondisi ekonomi, masyarakat Indonesia membutuhkan makan, cemilan dan minuman yang murah tetapi tetap sehat. Produk cemilan yang murah tentu saja di dasari bahan baku yang murah serta mudah di peroleh dari pasar atau lingkungan sekitar. Melihat situasi diatas rencana bisnis kedepannya yaitu dengan berjalannya usaha Narasa Potato akan mencoba memproduksi makanan cemilan yang tidak kalah menarik, tentunya dengan harapan dapat bersaing di industri makanan dan minuman. Dalam penelitian yang dilakukan secara langsung dapat mengetahui secara langsung efektivitas dari produk yang ditawarkan dipasar, dalam ini juga terkait dengan inovasi yang nantinya perlu dilakukan.

Kentang merupakan bahan pangan yang berasal dari kelompok umbi-umbian dengan jumlah melimpah di Indonesia. Produksi kentang di Indonesia mendapatkan prioritas penanaman, karena tergolong sebagai bahan pangan utama selain beras, gandum dan jagung. Sulawesi Tengah sendiri menjadi salah satu daerah penghasil kentang, yaitu pada dataran Napu dapat ditemui petani yang mengolah tanaman kentang.

Kentang tergolong sebagai bahan baku dengan tingkat produktivitas yang tinggi sehingga banyak digunakan dalam industri pengolahan pangan sebagai bahan dasar pembuatan keripik kentang, tepung kentang, kentang goreng dan jenis makanan olahan kentang lainnya. Selain itu kentang juga merupakan jenis sayuran umbi yang kaya akan nutrisi dan Vitamin C. Tidak heran jika kentang sering kali menjadi rekomendasi favorit bagi para olahragawan atau orang-orang dengan gaya hidup sehat untuk konsumsi diet sebagai pengganti nasi tanpa kehilangan konsumsi karbohidrat dan justru banyak mengandung protein dan vitamin lainnya.

Melalui observasi yang dilakukan, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi misalnya dalam proses penjualan berlangsung produk yang dapat diproduksi hanya sesuai orderan yang diterima saat penjualan langsung digerobak. Hal ini menjadi keterbatasan dalam penjualan produk yang masih mengandalkan pesanan secara langsung dan menjadi kendala dikarenakan perkembangan pemasaran secara online yang masih belum efektif. Kemunculan pesaing yang

juga menjual produk yang sama dan lokasi yang tidak begitu strategis menjadi tantangan utama dalam usaha Narasa Potato. Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan adanya langkah inovasi yang perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

Dalam penelitian ini peneliti mengamati inovasi yang dapat dilakukan dalam upaya menjadikan produk yang memiliki daya saing. Peneliti melakukan penelitian tentang strategi inovasi yang dapat dilakukan dalam upaya mempengaruhi perkembangannya dari produksi penjualan Narasa Potato. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis langkah inovasi apa saja yang secara signifikan dapat mempengaruhi perkembangan usaha dan menganalisis posisi usaha yang sedang berjalan dan merumuskan inovasi yang perlu dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang ada. Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada usaha Narasa Potato maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi inovasi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha Narasa Potato. Karena ada beberapa kendala yang dihadapi yaitu bertahan dalam persaingan, dan lokasi yang kurang strategis.

Menurut Barringer & Ireland (2006) kreativitas dan inovasi adalah sentral utama dalam aktivitas usaha. Adanya kreativitas dan inovasi tidak dapat dipisahkan dari kewirausahaan, karena pada gilirannya akan diwujudkan dalam tindakan ketika menjalankan suatu perusahaan. Adapun menurut Kruger, Millard, & Pretorius (2005) menyatakan bahwa kreativitas merupakan bagian dari keterampilan dalam berwirausaha yang dibutuhkan agar berhasil memulai usaha tersebut.

Menurut Bosma & Harding (2006) seorang pengusaha dan sebuah usaha yang masih dalam tahap rintisan akan menjadi bagian penting dari munculnya inovasi, tidak hanya dalam hal produk dan layanan yang disediakan, tetapi juga dalam hal teknologi dan proses yang mereka gunakan. Pengusaha dapat memperlihatkan kemampuan mereka untuk menciptakan esensi kreativitas dan inovasi.

Seorang pengusaha mengaplikasikan gagasan baru dan kreatif untuk memperkenalkan adanya inovasi dalam sebuah produk atau layanan untuk memperoleh hasil produk dengan lebih efisien melalui jalur inovatif. Inovasi dalam pengembangan produk baru bisa meningkatkan produk yang ada atau mengembangkan konsep yang benar-benar baru untuk menciptakan produk yang asli dan inovatif (Larsen & Lewis, 2007).

## **Identifikasi Masalah**

Dalam setiap kegiatan usaha sangat besar harapannya bahwa produk atau jasa yang ditawarkan dapat dikenal bahkan disukai oleh masyarakat sehingga dapat menjaga kelangsungan usaha tersebut baik untuk bertahan dalam waktu yang lama ataupun dalam perkembangannya membuka cabang usaha baru. Saat ini banyak dijumpai gerai makanan dan minuman yang belum lama buka dan kemudian segera gulung tikar. Hal ini dapat disebabkan karena ketidakmampuan usaha tersebut dalam mengatasi persaingan yang semakin ketat di industri yang ada. Lokasi usaha, produk yang ditawarkan, hingga adanya kompetitor mendorong penelitian ini untuk merancang strategi inovasi yang perlu dilakukan.

## **Metode Penelitian**

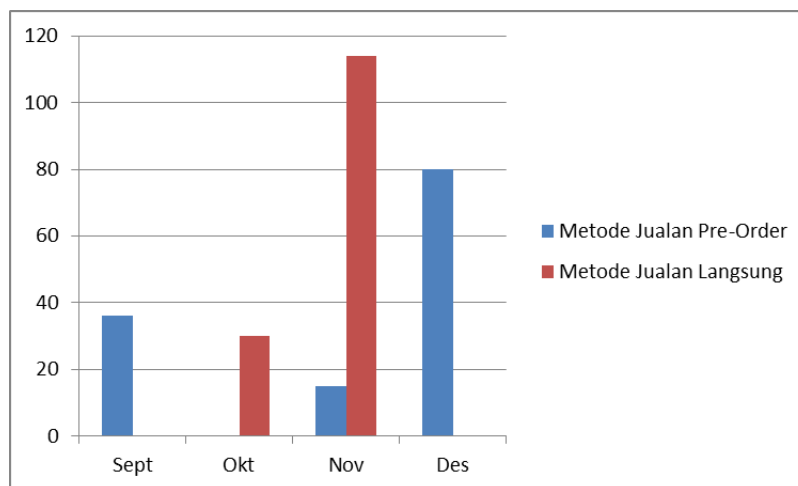
Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif karena mendeskripsikan penyusunan strategi pengembangan usaha Narasa Potato. Pada penelitian ini diawali dengan melakukan observasi ke lokasi usaha Narasa Potato. Berkaitan dengan kegiatan observasi, dilakukan studi literatur untuk mendapatkan sumber dan teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Perolehan data dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara dan mengambil informasi data secara langsung dari usaha Narasa Potato. Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah menarik kesimpulan.

## Hasil dan Pembahasan

**Tabel 1. Hasil Penjualan Produk Narasa Potato**

Periode Jualan	Metode Jualan		Harga Pre-Order (10.000)	Harga Langsung (8.000)	Jumlah
	Pre-Order	Langsung			
Sept	36		Rp 360,000		Rp 360,000
Okt		30		Rp 240,000	Rp 240,000
Nov	15	114	Rp 150,000	Rp 912,000	Rp 1,062,000
Des	80		Rp 800,000		Rp 800,000
<b>TOTAL</b>					<b>Rp 2,462,000</b>

**Gambar 1. Grafik Penjualan**



Tab 1. Dan Gambar 1. Menunjukkan hasil penjualan Produk Narasa Potato selama 4 bulan, yaitu bulan september-desember. Dari data tersebut dapat diambil informasi sebagai berikut :

1. Pada bulan September usaha Narasa Potato melakukan penjualan pertama dengan metode pre-order. Penjualan pertama berhasil menjual sebanyak 36 tusuk Twist Potato.
2. Pada bulan Oktober usaha Narasa Potato melakukan penjualan Pertama secara langsung di gerai. Penjualan di gerai berhasil menjual sebanyak 30 tusuk Twist Potato. Penjualan di gerai belum terlalu ramai pada saat itu.
3. Pada bulan November usaha Narasa Potato melakukan penjualan dengan dua metode. Penjualan secara langsung di gerai berhasil menjual sebanyak 114 tusuk Twist Potato. Sedangkan penjualan pre-order berhasil menjual sebanyak 15 tusuk Twist Potato. Penjualan di bulan ketiga mengalami Peningkatan karena sudah banyak di ketahui masyarakat kota palu.
4. Pada bulan Desember usaha Narasa Potato Melakukan penjualan dengan metode pre-order. Penjualan pre-order berhasil menjual sebanyak 80 tusuk Twist Potato.

Penjualan usaha Narasa Potato menunjukkan bahwa penjualan terbanyak terjadi pada bulan november, yang mana kebanyakan pembeli berasal dari anak muda dan mahasiswa sekitaran lokasi gerai penjualan Narasa Potato. Upaya yang dilakukan dalam meraih konsumen dilakukan dengan melakukan promosi secara online baik di Instagram dan whatsapp sehingga masyarakat lebih mengetahui produk yang di tawarkan oleh usaha Narasa Potato.

Dalam upaya pengambilan keputusan untuk menentukan strategi inovasi seperti apa yang nantinya akan dilakukan, pemilik usaha Narasa Potato melakukan evaluasi terhadap kegiatan bisnis yang berjalan, kemudian hasil yang diperoleh dari evaluasi tersebut adalah sebelumnya bisnis yang berjalan masih belum maksimal. Sehingga pemilik usaha merubah strategi pemasaran yang sebelumnya dan juga melihat peluang bisnis yang ada, oleh karena itu kedepannya pemilik berencana memfokuskan penjualan produk-produk sebelumnya dengan metode pre-order atau penjualan online, sedangkan untuk penjualan langsung Narasa Potato akan difokuskan pada produk olahan kentang dalam kemasan, hal ini dikarenakan untuk mengatasi kelemahan produk gorengan yang ketika di produksi dan tidak laku, tidak dapat dijual kembali karena mudah rusak, sedangkan produk dalam kemasan lebih tahan lama.

## Kesimpulan

Dari hasil dan pengalaman yang dapatkan oleh penulis yang juga sebagai pelaku usaha Narasa Potato, selama menjalankan usaha dan mengikuti program MBKM, maka dapat disimpulkan bahwa suatu usaha atau bisnis dalam perkembangannya memerlukan suatu strategi yang tepat baik untuk menganalisa pasar atau mempertahankan usaha.

Oleh sebab itu penting sekali bahwa seorang pelaku harus bisa menganalisa lingkungan internal dan eksternal dari usaha tersebut, sehingga bisa digunakan sebagai acuan untuk melihat peluang dan mengambil strategi yang tepat. dalam hal ini usaha Narasa Potato boleh dikatakan memiliki perkembangan yang masih belum maksimal, olehnya pemilik usaha menentukan strategi inovasi baru dengan mencoba menawarkan produk baru berupa produk dalam kemasan yang menjadi rencana pengembangan usaha kedepannya. Sangat diharapkan melalui penelitian ini dapat menjadi informasi bagi peneliti selanjutnya bahwa pentingnya menentukan strategi yang tepat dalam sebuah usaha, sehingga dapat membantu kelangsungan usaha tersebut.

## Daftar Referensi

### Jurnal

- Ani, L N. 2020. "... Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok ...." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2(1): 2076-86.  
<http://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jmb/article/view/982>.
- Devara, Komang Satya, and Eka Sulistyawati. 2019. "Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8(10): 6367-87.
- Garis, Regi Refian, R. Rindu Garvera, and Purnama Sari. 2019. "Pemberdayaan Masyarakat Prasejahtera Melalui Inovasi Keripik Pisang Rumput Laut Di Desa Pajaten Kecamatan Sidamulih." *Abdimas Galuh* 1(1): 83-93.
- Harini, Sri, Endang Silaningsih, and Marwah Eka Putri. 2022. "Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM." *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* 6(1): 67-82.
- Kalil, Kalil, and Evant Andi Aenurohman. 2020. "Dampak Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Semarang." *Jurnal Penelitian Humaniora* 21(1): 69-77.
- Mohanty et al., 2005. 2019. "Meningkatkan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Inovasi Dan Orientasi

- Pasar Pada Usaha Sektor Industri Kreatif Di Kota Malang." *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan* 20(1): 1194–1205. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>.
- Rofaida, Rofi, Suryana, Asti Nur Aryanti, and Yoga Perdana. 2020. "Strategi Inovasi Pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing Pada Era Revolusi Industri 4.0." *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 8(3): 402–14.
- Rohimah, Syipaatul, and Tuti Kurnia. 2021. "Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Inovasi Produk Olahan Keripik Kulit Singkong." *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(1): 11–18.
- Sinambela, Ella Anastasya. 2022. "Pengembangan Keunggulan Kompetitif Umkm Melalui Strategi Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk." 5(2): 144–53.
- Siswati, Endang, and Ramadhan Alfiansyah. 2020. "Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner Berbasis Inovasi (Studi Pada Umkm Keripik Samiler Kasper Di Sidoarjo)." *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis* 1(2): 84–90.

**Buku**

- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2006). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures*. New Jersey: Person Prentice Hall.
- Bosma, N., & Harding, R. (2006). *Global entrepreneurship monitor: GEM 2006 summary results*. Babson College London Business School.
- Larsen, P., & Lewis, A. (2007). "How award-winning SMEs manage the barriers to innovation." *Creativity and Innovation Management*, 16.2.
- Kotler & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.