

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK TEMPE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD USAHA SEJAHTERA BANJARBARU

Laylatul Rizqiyah¹, Teguh Wicaksono², Akhmad Samhudi³

¹Program Studi Manajemen, 61210, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 19310085

²Program Studi Manajemen, 61210, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 1116028801

³Program Studi Manajemen, 61210, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, 0006075902

Email: (laylatr1620@gmail.com)

ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan yang sengit dan kenaikan harga bahan baku, seorang wirausahawan perlu memiliki strategi untuk menghadapi tantangan tersebut. Salah satu strategi yang efektif adalah strategi inovasi produk, yang dapat membantu dalam mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, analisis tentang strategi inovasi produk menjadi sangat penting dilakukan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memahami bagaimana strategi inovasi produk dapat berkontribusi dalam peningkatan volume penjualan. Pada penelitian ini penulis membahas mengenai strategi pengembangan inovasi produk yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan produk tempe yang dilakukan pada industri tempe UD Usaha Sejahtera Banjarbaru. Strategi inovasi produk yang digunakan guna meningkatkan volume penjualan yakni dengan berbasis desain, kemasan dan ukuran produk. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian diskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pengembangan inovasi produk berbasis desain, kemasan, dan ukuran pada produk tempe UD Usaha Sejahtera Banjarbaru telah berhasil meningkatkan volume penjualan produk tempe. Penggunaan pendekatan inovatif ini memberikan keunggulan kompetitif perusahaan dalam pasar tempe, meningkatkan minat konsumen, dan menghasilkan peningkatan pendapatan serta pertumbuhan bisnis yang positif

Kata kunci: Inovasi Produk; Strategi Pengembangan; Volume Penjualan

1.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhri, S., Aziz, A., & Khulsum, U. (2019). Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 64–81.
<https://doi.org/10.24235/Dimasejati.V1i1.5407>

- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Makassar. *PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 219–232.
<https://doi.org/10.33096/Paradoks.V4i1.768>
- Jannah, M. (2014). Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif. *ISLAMIC ECONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 1–15.
<https://doi.org/10.32678/Ijei.V5i1.20>
- Lestari, B., Ikhsan, S., & Abdurrahman. (2021). Analisis Faktor Produksi Tempe Di Kelurahan Guntung Paikat Kecamatan Banjarbaru Selatan Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, 5(4), 130–136.
<https://ppjp.uim.ac.id/journals/index.php/fag>
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Cetakan Pe). Yogyakarta Pustaka Baru 2015.
- Trott, P. (2011). *Innovation Management And New Product Development [Englisch]*.
http://www.amazon.de/Innovation-Management-New-Product-Development/Dp/0273736566/Ref=Sr_1_1?ie=UTF8&Qid=1376938261&Sr=8-1&keywords=Innovation+Management+And+New+Product+Development
- Utama, R. E., Gani, N. A., Jaharuddin, & Priharto, A. (2019). *Manajemen Operasi*.
https://www.google.com/url?sa=T&source=web&rct=j&url=https://www.researchgate.net/profile/Rony_Utama/publication/344339931_buku_manajemen_operasi_full/links/5f6a064492851c14bc8e125e/buku-manajemen-operasi-full.pdf&ved=2ahukewix2itn9ib7ahxoxwwghz7sctoqfnoe
- Widjaja, Y. R., & Winarso, W. (2019). *Bisnis Kreatif Dan Inovasi*. 117.
http://repository.ubharajaya.ac.id/2949/1/Buku_Kreatifitas_Dan_Inovasi_%282%29.pdf
- Wijaya, T., & Maghfiroh, A. (2018). Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi Pada Tape “Wangi Prima Rasa” Di Binakal Bondowoso). *Profit : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 86–97.
<https://doi.org/10.33650/Profit.V2i1.563>
- Zainul, M. (2019). BUKU MANAJEMEN OPERASIONAL - Refrensi 1.Pdf. In *Deepublish*.