

ANALISIS FAKTOR DALAM PENGEMBANGAN PRODUK ATAU INOVASI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Pada Rumah Makan Mesir di Banjarmasin)

ABSTRAK

Norliana¹, Husnurrofik, SE., M.Si², Hj. Farida Yulianti, SE., MM³
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 16.31.0468
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1105036201
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1121076901
Email : Murlianamurli90698@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Untuk Mengetahui bagaimana inovasi atau pengembangan yang dilakukan oleh Rumah Makan Mesir dalam meningkatkan penjualan : 2) Untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang menjadi penghambat Rumah Makan Mesir dalam melakukan kegiatan inovasi atau pengembangan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang artinya penelitian berdasarkan teori atau fakta di lapangan. Subjek yang di gunakan dalam penelitian ini sebagai responden adalah Pemilik dari Rumah Makan Mesir itu sendiri dengan cara Wawancara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Inovasi atau Pengembangan Produk yang di lihat dari berbagai makanan, kualitas menu, serta kemasan menu pada Rumah Makan Mesir dapat dikatakan berjalan dengan baik. 2) Proses inovasi atau pengembangan di lihat dari hasil penelitian di lihat masih sangat manual dan dominasi keterlibatan manusia masih sangat besar. 3) Inovasi atau pengembangan Penjualan yang dilakukan oleh Rumah Makan Mesir terbagi beberapa hal yaitu Kebijakan Menu, Kebijakan harga, Kebijakan Penjualan, dan Kebijakan Distribusi.

Kata Kunci : Penjualan, Kinerja, Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to find out: 1) To find out how the innovation or development carried out by the Egyptian Restaurant in increasing sales: 2) To find out what factors are hampering the Egyptian Restaurant in carrying out innovation or development activities.

This study uses a descriptive qualitative research method, which is data that cannot be calculated. The subjects used in this study as respondents were the Owners of the Egyptian Restaurant itself by means of an interview.

The results of this study indicate that: 1) Innovation or Product Development seen from a variety of foods, menu quality, and menu packaging at Egyptian Restaurants can be said to be going well. 2) The process of innovation or development seen from the results of research is still very manual and the dominance of human involvement is still very large. 3) Sales innovation or

development carried out by the Egyptian Restaurant is divided into several things, namely Menu Policy, Price Policy, Sales Policy, and Distribution Policy.

Keywords: Sales, Performance, Company

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan sudah pasti memiliki suatu keinginan bagaimana caranya agar usaha yang dijalankan terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu sehingga kelangsungan hidup perusahaan bisa tetap terjaga. Untuk mewujudkan keinginan tersebut perusahaan dituntut memiliki kemampuan untuk bisa beradaptasi terhadap perubahan perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnisnya sehingga perusahaan bisa terus bertahan dalam jangka waktu yang lebih lama. Salah satu cara yang paling efektif dilakukan untuk menjaga agar perusahaan dapat beradaptasi atau menyesuaikan diri dari setiap perubahan yang terjadi yaitu melalui kegiatan inovasi atau pengembangan/pengembangan dimana Inovasi atau pengembangan/pengembangan adalah merupakan ide atau gagasan – gagasan baru yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan sesuatu hal yang baru (Cooper 1998). Selanjutnya menurut Stephen Robbins (1994), Mengungkapkan bahwa inovasi atau pengembangan/pengembangan ialah sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki sebuah produk atau proses dan

jasa. hal ini sejalan yang dikemukakan oleh UU No. 18 Tahun 2002, Inovasi atau pengembangan yaitu suatu kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang mempunyai tujuan untuk mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan sebuah ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam suatu produk atau proses produksi. Rumah Makan Mesir adalah merupakan usaha rumah makan yang ada dikota Banjarmasin yang bergerak dalam usaha industri makanan yaitu menyajikan makanan siap saji. Didalam menjalankan aktivitas usahanya Rumah Makan Mesir sudah tentu berkeinginan agar produk makanan yang dijual dapat laku terjual untuk memuaskan para pelanggan. sehingga peluang untuk mendapatkan keuntungan yang besar akan terbuka luas. Untuk mewujudkan tujuan tersebut Rumah Makan Mesir Banjarmasin dituntut untuk mampu menghasilkan produk makanan yang bisa beradaptasi atau menyesuaikan terhadap perubahan yang terjadi yaitu dengan jalan melakukan kegiatan Inovasi atau pengembangan sehingga dapat menghasilkan makanan yang berkualitas tinggi dengan variasi

yang cukup beragam sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang memiliki selera atau keinginan yang berbeda beda. Oleh karena itu semakin banyak jenis menu makanan yang dihasilkan oleh perusahaan semakin banyak pula alternatif produk yang akan menjadi pilihan bagi pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah termasuk jenis penelitian kualitatif yang bersifat Discriptif dan cenderung menggunakan analysis (Analisis Diskripsi) yaitu mengamati peristiwa atau fenomena yang terjadi dilapangan kemudian dianalisis, diinterpretasikan dan diskripsikan dalam bentuk narasi kemudian ditarik suatu kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini ingin mengkaji lebih jauh mengenai kebijakan Inovasi atau pengembangan yang dilakukan oleh rumah makan mesir didalam menjalankan aktivitas usahanya baik itu inovasi atau pengembangan produk, inovasi atau pengembangan proses dan inovasi atau pengembangan pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dilapangan diperoleh informasi sebagai berikut :

Inovasi atau pengembangan Produk.
Inovasi atau pengembangan produk menu makanan dilihat dari cita rasa, tampilan menu makanan dan kualitas

menu makanan, serta kemasan produk makanan pada rumah makan mesir banjarmasin dapat dikatakan sudah berjalan dengan baik hal ini dapat dibuktikan dimana banyak nya makanan yang dihasilkan oleh rumah makan mesir sangat bervariasi seperti nasi samin, nasi goreng, roti maryam dll. Demikian juga halnya dengan pilihan produk menu makanan yang dihasilkan sangat beragam dan dari porsi untuk 1 orang sampai untuk 4 orang.

Kemudian dari segi kualitas bahan yang digunakan juga adalah bahan yang segar/ *fresh*. Selanjutnya kemasan produk yang digunakan oleh Rumah Makan Mesir dalam mengemas produknya juga cukup bervariasi yaitu ada kemasan yang terbuat dari bahan plastik dan juga kemasan yang terbuat dari kertas kardus yaitu berupa kotak kemasan.

Inovasi atau pengembangan produk dilihat dari segi ukuran produk, tampilan produk, kualitas produk dan kemasan produk yang dihasilkan oleh Rumah Makan Mesir dapat dikatakan inovasi atau pengembangan produk makanan sudah berjalan dengan baik sehingga peluang produk makanan dari Rumah Makan Mesir untuk meraih pasar yang lebih besar akan terbuka luas.

Inovasi atau pengembangan Proses
Inovasi atau pengembangan proses adalah kemampuan untuk menggunakan proses produksi yang

lebih bervariasi sehingga akan mampu menopang efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan proses produksi makanan. Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh informasi bahwa kegiatan proses produksi yang dilakukan oleh Rumah Makan Mesir selama ini masih sangat manual dan dominasi keterlibatan manusia masih sangat besar.

Dilihat dari kegiatan proses produk yang dilakukan oleh Rumah Makan Mesir ini dapat dikatakan Inovasi atau pengembangan proses sudah berjalan karena untuk menjaga ciri khas cita rasa dan kualitas makanan tentu hanya orang tertentu yang bisa memasaknya.

Inovasi atau pengembangan pemasaran

Inovasi atau pengembangan pemasaran adalah ide atau gagasan – gagasan baru yang dimiliki rumah makan untuk menjalankan aktivitas pemasaran yang lebih kreatif dan variatif. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diperoleh informasi mengenai inovasi atau pengembangan pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Makan Mesir selama ini yaitu sebagai berikut :

Kebijakan Produk

Rumah Makan Mesir didalam menentukan produk makanan yang akan dibuat tentunya melihat permintaan yang ada di pasar dan selalu mengikuti trend terbaru yang sedang diminati oleh masyarakat.

Kebijakan harga

Rumah Makan Mesir didalam menetapkan harga penjualan yaitu dengan dua pertimbangan yaitu atas dasar pertimbangan biaya produksi dan yang kedua atas dasar pertimbangan kualitas dan kuantitas makanan. Perhitungan atas dasar biaya produksi yaitu harga pokok penjualan dihitung melalui besarnya biaya produksi yang dikeluarkan ditambah besarnya biaya pemasaran dan ditambah besarnya keuntungan yang diinginkan akan diperoleh harga pokok penjualan. Sedangkan penetapan harga atas dasar kualitas dan kuantitas yaitu selain memperhitungkan biaya produksi dan pemasaran akan tetapi juga mempertimbangkan kerumitan serta kesulitan dalam proses produksinya.

Kebijakan Promosi

Kebijakan promosi adalah suatu upaya yang dilakukan oleh rumah makan untuk mengkomunikasikan produk barang atau jasa yang dihasilkannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh Rumah Makan Mesir dalam mempromosikan produknya yaitu dengan berbagai macam cara yaitu :

Di zaman yang sudah serba canggih ini tentunya semua orang sudah menggunakan sosial media dan

karena itu tentunya Rumah Makan Mesir memanfaatkan Sosial Media untuk mempromosikan produknya.

Membangun komunikasi dengan pelanggan disaat pelanggan datang ingin membeli makanan, disitulah momentum Rumah Makan Mesir memberikan pelayanan yang baik agar bisa disampaikan ke teman – teman pelanggan tersebut untuk juga datang ke Rumah Makan Mesir.

Kebijakan Distribusi

Untuk memberikan kemudahan dalam mengakses atau membeli makanan yang dihasilkan oleh Rumah Makan Mesir, maka Rumah Makan Mesir didalam mendistribusikan produk yang dihasilkannya selain menjual langsung kepada konsumen baik yang dilakukan secara manual maupun on line akan tetapi Rumah Makan Mesir juga tersedia di GrabFood dan juga GoFood untuk pelanggan yang malas keluar rumah bisa memesan lewat aplikasi.

Kinerja Rumah Makan

Kinerja adalah merupakan tolak ukur untuk mengetahui atau menilai sejauhmana perusahaan berhasil menjalankan aktivitas usaha yang dijalankan dimasa lalu. Dalam penelitian ini peneliti menilai kinerja perusahaan melalui indikator perkembangan modal, perkembangan penjualan, dan perkembangan segmentasi pasar.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap

responden yaitu Pemilik Rumah Makan Mesir diperoleh Informasi sebagai berikut :

Perkembangan Modal

Penjelasan dari Pemilik Rumah Makan Mesir berkaitan dengan perkembangan modal yang dimiliki oleh Rumah Makan Mesir selama ini yaitu sebagai berikut : Melihat proses perjalanan dari sejak didirikan sampai pada saat sekarang ini jumlah modal yang dimiliki terus mengalami perkembangan dari waktu waktu.

Sejak pertama kali didirikan aktivitas usaha Rumah Makan Mesir berjalan dengan sangat sederhana dimana seluruh aktivitas usaha dijalankan termasuk aktivitas produksi dan penjualan dilakukan dirumah pribadi yang beralamat di Jln. Alalak Utara Kecamatan Banjarmasin utara Kota Banjarmasin Kalimantan Selatan.

Sejalan dengan terus berkembangnya usaha yang dijalankan Rumah Makan Mesirmenyewa sebuah tempat yang beralamat di Jl. S.Parman, Belitung Utara Kota Banjarmasin.Dan sekarang Rumah Makan Mesir mempunyai 2 tempat usahanya.

Perkembangan Penjualan

Indikator kedua yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kinerja Rumah Makan Mesir adalah perkembangan penjualan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Pemilik Rumah Makan Mesir diperoleh informasi sebagai berikut : Sejalan dengan terus berjalannya waktu kapasitas dan kemampuan

yang dimiliki oleh perusahaan dalam mengelola dan memproduksi produk makanan yang semakin berkembang maka kemampuan perusahaan untuk membangun jaringan bisnis dan melakukan inovasi juga terus berkembang sehingga produk yang dihasilkan dapat beradaptasi atau menyesuaikan terhadap perubahan-perubahan yang terjadi sehingga produk makanan yang dihasilkan Rumah Makan Mesir dapat diterima baik oleh pasar atau pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan perkembangan jumlah penjualan setiap tahunnya terus mengalami peningkatan.

Perkembangan Segmentasi Pasar

Indikator ketiga yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kinerja Rumah Makan Mesir adalah perkembangan segmentasi pasar. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap Rumah Makan Mesir diperoleh informasi sebagai berikut :

Setelah terus dilakukannya langkah-langkah perbaikan baik itu dari segi kualitas maupun ciri khas makanan mengakibatkan penjualan makanan terus mengalami peningkatan. Pada mulanya Rumah Makan Mesir hanya mediakan Catering namun sekarang sudah berkembang pesat menjadi Rumah Makan.

Sejalan dengan terus berjalannya waktu pelanggan yang dilayani menjadi semakin berkembang, tidak hanya melayani pelanggan

perorangan akan tetapi melayani Catering untuk acara perkawinan maupun aqiqahan.

Tantangan yang dihadapi bagi Rumah Makan Mesir

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Pemilik Rumah Makan Mesir diperoleh informasi bahwa tantangan yang dihadapi selama ini adalah sebagai berikut :

Persaingan semakin meningkat dikarenakan sekarang sudah banyak rumah makan yang juga menjual masakan khas timur tengah;

Proses produksi yang berjalan selama ini masih manual sehingga proses produksinya masih membutuhkan waktu yang lama dan kapasitas produksinya yang terbatas sehingga kemampuan untuk memenuhi permintaan yang jumlahnya besar perusahaan mengalami suatu kesulitan;

Kemajuan teknologi informasi juga merupakan tantangan tersendiri yang dihadapi oleh Rumah Makan Mesir. Karena kemajuan teknologi informasi berkembang begitu pesatnya sedikit banyaknya Rumah Makan Mesir perlu melakukan penyesuaian-penyesuaian sehingga kemajuan teknologi informasi bisa dimanfaatkan secara maksimal untuk memasarkan produk.

PENUTUP

jadi pengembangan yang ditingkatkan oleh RM mesir dari penjualan hidangan makanan maupun minuman yang di layani para pelayan maupun kasir. Melihat tingginya apresia masyarakat terhadap adanya rumah makan mesir menuntut pengusaha berkembang dalam mengembangkan menu makanan di rumah makan mesir untuk terus pengembangan isi menu atau berinovasi agar mampu melahirkan menu-menu makanan yang lebih memuaskan pelanggan dengan bahan makanan yang lebih berkualitas, apalagi dengan masuknya menu makanan yang baru seperti daging kambing maupun lainnya khususnya di Kalimantan Selatan secara otomatis akan menjadi tantangan bagi pengusaha rumah makan lainnya. Selain itu kemajuan teknologi informasi juga merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi oleh rumah makan mesir sehingga rumah makan mesir dapat beradaptasi terhadap perubahan perubahan yang terjadi terutama mampu memanfaatkan kemajuan teknologi informasi sebagai media untuk mempromosikan dan memasarkan penjualan produk makanan yang dihasilkannya seperti teknologi yang sangat berkembang untuk kebutuhan masyarakat yaitu Grabfood, gofood. Sehingga dengan demikian pengembangan yang

dihasilkan oleh rumah makan mesir selain bisa dikenal luas oleh masyarakat kalimantan akan tetapi dapat melayani penjualan makanan secara baik dan nyaman terutama pelanggan yang berdatangan di kota Banjarmasin.

Rumah Makan Mesir adalah Sebuah tempat yang menyediakan Makanan Khas Timur Tengah;

Rumah Makan Mesir Terletak di Jl. S. Parman Kota Banjarmasin;

Kegiatan Inovasi atau pengembangan produk sudah berjalan dengan baik hal ini ditandai dengan banyak nya menu makanan yang disediakan;

Kegiatan inovasi atau pengembangan proses sudah berjalan namun belum maksimal karena aktivitas proses produksi dilakukan masih sangat manual yaitu semua kegiatan masih dilakukan oleh manusia.

Kegiatan Inovasi atau pengembangan Pemasaran sudah berjalan dengan baik karena instrumen kegiatan pemasaran dilakukan melalui berbagai pendekatan baik dilakukan secara mulut ke mulut maupun menggunakan media internet atau media social online yaitu Grafood, Gofood, Instagram, Facebook dan lain sebagainya;

Kinerja perusahaan diukur melalui indikator perkembangan, modal perkembangan omzet penjualan maupun perkembangan segmentasi Pasar dapat dikatakan mengalami peningkatan dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1989). Managing assets and Skills: the key to a sustainable competitive Advantage, *California Management Review*, 31, 2: 91-106.
- Agarwal, S., Erramilli, M.K. and Dev, C. 2003 Market Orientation and Performance in Service Firms : Role Of Innovation, *Journal of Service Marketing*, 17. 68-82.
- Amabile, (1996) Recent research has highlighted the importance of employee creativity in contributing to organizational innovation, effectiveness, and survival, Westview Press, Boulder, Colorado, ISBN 0-8133-2877-6 (hardcover), bibliographic and general indexes, 317pp. 96; .
- Amabile, T.M., 1998. How to kill creativity. *Harvard Business Review* (September/October), 76–87.
- Auh, S., & Menguc, B. (2005). Top management team diversity and innovativeness: The moderating role of interfunctional coordination. *Industrial Marketing Management*, 34(3), 249–261.
- Avlonitis, G., and Salavou, H. 2007 Entrepreneurial Orientation of SMES, Product Innovativeness, and Performance, *Journal of Business Research*, 60 : 566-575.
- Avlonitis, G.J., Kouremenson, A. and Tzokas, N. 1994 Assessing The Innovativeness of Organizations and Its Antecedents : Project Innovstrat. *European Journal of Marketing* 28 : 5-28.
- Calantone, R.J., Cavusgil, S. Tamer and Zhao Yushan. 2002. Learning Orientation, Firm Innovation Capability, and Firm Performance. *Industrial Marketing Management* 31 : 515 – 524
- Cooper, J.R. 1998. A Multidimensional Approach to the Adoption of Innovation. *Management Decision* 36 (8), 493 – 502
- Covin and Slevin, 1989. Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments, *Strategic Management Journal* 10 : 75-87
- Damanpour, F., and Evan. 1984. Organizational Innovation and Performance : The Problem of Organizational Lag, *Administrative Science Quarterly* 29 : 329 – 409

- Damanpour, F., Szabat, K.A., and Evan, W.M. 1989 The Relationship Between Types of Innovation and Organizational Performance, *Journal of Management Studies* 26 : 587 – 601
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, Vol. 34 No. 3, pp. 555-90.
- Droge, Cornelia & Shownee Vickrey. 1994. Source and Outcomes of Competitive Advantage: An Explanory Study in The Furniture Industry. *Decision Sciences*. p.669-689
- Ferdinand. Augusty, (2006) Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen : Aplikasi Model-model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Desertasi Doktor, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Han, J.K., Kim, N., and Srivastava, R.K. 1998. Market Orientation and Organizational Performance : Is Innovation a Missing Link ? *Journal of Marketing* 624 : 30-45
- Huanga Shihping Kevin ,and Yu-Lin Wangb ,(2011) Entrepreneurial orientation, learning orientation, and innovation in small and medium enterprises *Procedia Social and Behavioral Sciences* 24 (2011) 563–570 7th International Strategic Management Conference
- Hult (1998) : Learning Orientation, innovativeness G. Tomas M. Hult is Assistant Professor of Marketing 42 *Journal of Marketing*, July 1998
- Hult, G.T.M., Hurley, R.F., and Knight, G.A. 2004. Innovativeness : Its Antecedents and Impact on Business Performance. *Industrial Marketing and Management* 33 : 429 – 438
- Hurley, R.F. and Hult, G.T.M. 1998. Innovation, Market Orientation and Organizational Learning : An Integration and Empirical Examination, *Journal of Marketing*, 624 : 42-54
- Hurley, R.F. and Hult, G.T.M., and Knight, G.A. 2003. Innovativeness : Its antecedents and Impact on Business Performance, *Industrial Marketing Management*, 33, 4 : 29-38.
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management*. The Millennium Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.

- Kotler, P. (2002), *Marketing Management*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Lau Cm, Ngo Hy. 2004. The HR System, Organizational Culture, and Product Innovation, *Inter.Bus.Rev.* 13 : 685-703
- Li, H, Atuagene-Gima, K., 2001. Product Innovation Strategy and The Performance of New Technology Ventures in China. *Academy of Management Journal* 44 (6), 1123-1134
- Lukas, B. and Ferrell, O. 2000. The Effect of Market Orientation on Product Innovation, *Journal of The academy of Marketing Science* 28 (2) : 39-47
- Mavondo, F., Chimhanzi, J., & Stewart, J. (2005). Learning orientation and market orientation: relationship with innovation, human resource practices and performance. *Journal of European Marketing*, 39(11/12), 1235-1263.
- Nasution Hanny N. ,Felix T. Mavondo , Margaret Jekanyika Matanda, Nelson Oly Ndubisi Entrepreneurship : Its relationship with market orientation and learning orientation Andas antecedents to innovation and customer value Industrial Marketing Management 40 (2011) 336–345
- OECD, 2005. *Oslo Manual : Proposed Guidelines For Collecting and Interpreting Technological Innovation Data.*
- Porter, Michael E. and Klaus Schwab. 2008. *The Global Competitiveness Report 2008 2009.* World Economic Forum, Geneva, Switzerland
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations.* New York: The Free Press
- Russel, Robert D. 1989. How Organizational Cultur Can Help to Institutionalize The Spirit of Innovation in Entrepreneurial Ventures, *Journal of Organizational Change Management* 2 (3) : 7-15
- Satyagraha, Hadi. 1994. “Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis: Resefinisi SWOT”. *Usahawan.* No.4,Th.XXIII.
- Teece.D. and Pisano,G, 1994. *The Dynamic Capabilities of Firm : An Introduction, The Political Economy of Science, Technology and Innovation,* Oxford University Press, 1994.

Utterback James M.,(1994)

,Mastering the Dynamics

of

Innovation Paperback 16

customer reviews ISBN-

13: 978-0875847405

ISBN-10: 0875847404

Utterback, (1994). Innovation is the main source of competitive advantage for many organizations. Studies developed based on this perspective In: Management Science, January 1994, S. 96 - 110.6—dc20, p 24

Wahyono.2002. Orientasi Pasar dan Inovasi atau pengembangan: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.1, No.1, Mei. Semarang.

