



## **INOVASI PADA KEDAI TERSERAH**

Meriskika Tatia Nurseha\*), Sherwin Ary Busman  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa 84371 Indonesia  
meiriskika.05@gmail.com, sherwin.ary.busman@uts.ac.id

### **ABSTRAK**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis serta memberikan rancangan inovasi pada bungkus atau kemasan dan ukuran produk, inovasi proses produksi, inovasi sistem distribusi, dan manajemen inovasi yang tepat untuk mengembangkan usaha Kedai Terserah yang terletak di Kabupaten Sumbawa. Metode dari penelitian ini terdiri dari studi kepustakaan, observasi dan beberapa rancangan tahapan pelaksanaan perwujudan inovasi pada kemasan produk yang terdiri dari tahap perencanaan, persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Adapun hasil dari penelitian ini adalah kedai terserah telah mengimplementasikan beberapa aspek inovasi seperti adanya variasi ukuran produk, inovasi efisiensi proses produksi, saluran distribusi dan manajemen. Namun, inovasi pada produk yakni kemasan masih belum dilakukan sehingga pada penelitian ini penulis juga memberikan rancangan untuk hal tersebut agar sekiranya dapat berguna untuk perkembangan usaha kedepannya.

Kata kunci : Inovasi, Produk, Usaha

### **ABSTRACT**

*The purpose to be achieved in this study is to analyze and provide innovation designs on packaging or product size and packaging, production process innovation, distribution system innovation, and appropriate innovation management to develop the Kedai Terserah business located in Sumbawa Regency. The method of this research consists of literature studies, observations, and several design stages of implementing the realization of innovation on product packaging consisting of planning, preparation, implementation, and evaluation stages. The result of this research is that the shop has implemented several aspects of innovation such as variations in product size, innovation in production process efficiency, distribution channels, and management. However, innovation in products, namely packaging, has not been carried out so in this study the author also provides a design for this so that it can be useful for future business development.*

*Keywords : Innovation, Product, Busines*

## **I. PENDAHULUAN**

Indonesia memerlukan setidaknya 3,95% rasio wirausaha dari total jumlah penduduk di tahun 2024 menurut Perpres Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional (Indonesia.go.id, 2022). Kurangnya lapangan pekerjaan menuntut masyarakat khususnya generasi muda untuk berfikir kreatif dan inovatif untuk memulai sebuah usaha dan membuka lapangan pekerjaan. Hal ini menyebabkan trend membuka usaha dan menjadi seorang entrepreneur semakin lama semakin meningkat. Berkaca dari trend tersebut, mendorong tim kedai terserah untuk memulai

sebuah usaha kreatif yang muncul sebagai solusi cepat dan hemat untuk mengatasi kelaparan dan kebingungan.

Melihat adanya peluang usaha di bidang Food and Beverage (Makanan dan Minuman) membuat tim tertarik untuk membuka usaha di bidang tersebut. Perkembangan bisnis saat ini menimbulkan kebutuhan bagi para pengusaha untuk lebih responsif terhadap setiap dinamika yang terjadi dalam dunia bisnis. Dalam mengelola perusahaan, penting bagi mereka untuk dapat memenuhi permintaan masyarakat yang semakin kompleks dalam hal kebutuhan mereka. Terutama kebutuhan akan rasa dan harga yang sesuai dengan kemampuan masyarakat, sehingga Kedai Terserah hadir menyelesaikan permasalahan tersebut.

Kedai Terserah adalah bisnis dibidang FnB yang menjual makanan dan minuman cepat saji yang telah laku dipasaran dengan harga yang relatif lebih murah, dengan mengutamakan sistem take away. Sistem bisnis seperti ini begitu diminati, karena mobilitas masyarakat yang begitu cepat, memaksa mereka untuk memilih makanan yang cepat untuk disajikan, juga pemilihan kata “Terserah” sebagai nama, guna memangkas kebingungan masyarakat dalam memilih “mau kemana?” atau “mau makan apa?”.

Kedai terserah ini didirikan pada 19 Juli 2019, dengan menu utama dari usaha ini adalah kebab. Pemilihan kebab sebagai menu utama dikarenakan tingginya minat masyarakat khususnya di daerah Sumbawa terhadap makanan timur tengah. Hal ini dibuktikan dengan tingginya minat masyarakat pada saat awal mula usaha ini didirikan. Tidak hanya itu, isian dari kebab yang padat berupa daging dan sayur membuat konsumen menjadi lebih kenyang. Selain kebab, ada juga menu lainnya seperti aneka varian burger, susu racik, lemon tea, dan juga ice tea. Semenjak didirikan, kedai terserah memiliki kurang lebih 5 outlet di wilayah Kota Sumbawa.

Kotler (2007) menggambarkan inovasi produk sebagai sesuatu yang baru, baik berupa barang, jasa, atau gagasan. Dalam era digital saat ini, pertumbuhan bisnis dapat terjadi dengan cepat, seiring dengan kemajuan teknologi dan pengetahuan yang pesat. Seiring dengan banyaknya pesaing, perusahaan perlu memanfaatkan peluang yang ada agar tidak kalah saing (Susanto, 2017). Dengan demikian, pemahaman tentang inovasi produk menjadi sangat penting bagi pemilik produk. Namun, dalam konteks produk makanan, pemahaman masyarakat terhadap minat beli terhadap inovasi produk juga perlu menjadi fokus, sehingga dapat tetap mempertahankan daya saing dalam pasar yang kompetitif.

Tujuan utama dari pengembangan produk inovatif adalah memenuhi permintaan pasar, sehingga produk inovatif dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Umumnya, pelanggan mengharapkan produk yang inovatif sesuai dengan preferensi mereka. Keberhasilan perusahaan dalam menerapkan inovasi pada produknya mencerminkan kemajuan yang dicapainya dibandingkan dengan pesaingnya. Hal ini menekankan pentingnya perusahaan untuk memahami selera pelanggan agar inovasi yang diterapkan sesuai dengan keinginan mereka.

Fontana (2011) memberikan definisi inovasi produk sebagai langkah pengenalan produk atau sistem baru yang menghasilkan keberhasilan ekonomi bagi perusahaan dan memberikan manfaat sosial bagi konsumen, komunitas, atau lingkungan secara menyeluruh. Dalam penjelasannya, Fontana (2011) merinci bahwa inovasi produk mencakup perubahan yang signifikan pada bungkus produk, dengan fokus pada pembangunan dan perbaikan kemasan produk untuk membuatnya lebih inovatif, Ukuran produk, dengan adanya variasi ukuran yang inovatif, Inovasi proses, melibatkan perubahan atau pembangunan proses produksi untuk meningkatkan efisiensi, Inovasi sistem distribusi,

menciptakan saluran distribusi yang lebih sederhana, Inovasi manajemen, dengan tujuan membuat manajemen organisasi lebih fleksibel dan adaptif dalam menghadapi perubahan kondisi lingkungan organisasi.

Di samping itu, inovasi produk juga bertujuan untuk meningkatkan mutu, memperluas fungsi, meningkatkan daya tarik desain produk, serta sekaligus menekan biaya operasional produk sesuai dengan preferensi konsumen.

Berdasarkan hasil observasi, kondisi usaha kedai terserah bisa dibilang sedang di fase stagnan, dimana usaha ini tidak mengalami perkembangan yang signifikan namun tidak juga mengalami kerugian. Oleh karena itu, diperkirakan hal ini terjadi karena kurangnya inovasi pada produk seperti kemasan yang masih polos dan kurang sentuhan inovatif, sehingga kurang menarik dan tidak ada unsur diferensiasinya dengan produk sejenis dari segi tampilan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kedai terserah memiliki beberapa masalah dalam hal perkembangan usaha, terutama menyangkut inovasi pada produk. Sehingga, melalui penelitian ini penulis akan memberikan penjabaran hasil analisis inovasi pada kedai terserah beserta upaya-upaya berupa rancangan inovasi yang tepat untuk pengembangan usaha kedai terserah kedepannya.

## **II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memanfaatkan berbagai sumber tertulis, termasuk artikel, buku, dan dokumen relevan lainnya (Cahyono. et al, 2023). Secara khusus, studi literatur yang digunakan dalam penelitian ini mengacu dari buku Fontana (2011) yang menyebutkan bahwa inovasi produk yang mencakup perubahan – perubahan pada : bungkus produk, ukuran produk, inovasi proses produksi menjadi lebih efisien, inovasi sistem distribusi, serta inovasi manajemen. Peneliti juga menggunakan database jurnal online seperti google scholar dan beberapa artikel untuk mendapatkan literatur dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Observasi dilaksanakan untuk menganalisis situasi atau permasalahan di Kedai Terserah, sebagai landasan untuk merancang program dan kegiatan penyelesaian masalah. Dari hasil observasi pada tanggal 25 Oktober 2023, ditemukan bahwa diperlukan inovasi pada produk, proses produksi, dan distribusi di Kedai Terserah.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan ini berfokus pada cara untuk membuat inovasi pada kemasan produk yang baru, karena berdasarkan observasi, inovasi dalam bentuk satu ini belum sepenuhnya dilakukan. Adapun tahapan pelaksanaannya yaitu sebagai berikut.

### **a. Tahap Perencanaan**

Tahap perencanaan ini dilakukan dengan membuat kesepakatan terlebih dahulu dengan owner, kemudian melakukan pembentukan tim, penyusunan proposal pengembangan usaha, serta perancangan jadwal kegiatan. Tim terdiri dari 3 orang yang nantinya akan mengatur dan menjalankan proses pengembangan usaha ini sesuai tupoksinya masing-masing.

### **b. Tahap Persiapan**

Pada tahap ini, tim melakukan persiapan alat, bahan, serta keperluan lainnya sesuai dengan yang direncanakan dalam proposal. Ditahap ini juga pengalokasian dana disesuaikan.

### **c. Tahap Pelaksanaan**

Tahap ini meliputi proses pengembangan inovasi produk pada kemasan dan ukurannya, lalu ada inovasi proses produksi, kemudian inovasi pada saluran distribusi serta inovasi pada manajemen usaha. Dibagi dalam beberapa proses yaitu pra produksi, produksi, serta pasca produksi.

#### **1) Proses pra produksi**

Tahapan pra produksi adalah tahapan awal dalam pengembangan produk yakni membuat desain kemasan yang unik dan sesuai dengan yang diharapkan serta dapat menarik minat konsumen nantinya. Tahapan ini bertujuan untuk mengubah tampilan produk dari yang tadinya biasa saja menjadi lebih menarik dan bernilai. Tahap-tahap pra produksi terdiri dari :

- a) Riset pasar. Pada tahap ini, kedai terserah perlu melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen tentang kemasan yang bagaimana yang sebenarnya disenangi. Hal ini dilakukan dengan melakukan research lebih mendalam, dan focus group discussion.
- b) Pengembangan konsep kemasan produk. Pada tahap ini, kedai terserah perlu mengembangkan konsep kemasan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Konsep kemasan produk dapat mencakup berbagai aspek, seperti nama produk, bentuk kemasan, warna kemasan, dan budget yang dibutuhkan untuk memproduksi kemasan baru tersebut.
- c) Pembuatan desain kemasan produk. Pada tahap ini, kedai terserah perlu jasa untuk desain kemasan produk baru yang menarik dan sesuai dengan konsep yang sudah dibuat.
- d) Uji kelayakan kemasan produk. Pada tahap ini, kedai terserah perlu melakukan uji kelayakan untuk memastikan bahwa kemasan produk tersebut memenuhi kriteria kelayakan. Uji kelayakan produk dapat dilakukan dengan berbagai metode, seperti uji fungsional dan uji konsumen.

2) Proses produksi

Tahapan produksi adalah tahapan di mana kemasan produk baru diproduksi secara massal. Tahapan ini bertujuan untuk memastikan bahwa kemasan produk baru dapat diproduksi dengan kualitas dan kuantitas yang sesuai dengan standar. Tahap-tahap produksi, yaitu :

- a) Penyediaan bahan baku. Bahan baku dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti pemasok lokal atau dari luar kota.
- b) Proses produksi. Pada tahap ini, kemasan produk baru diproduksi dengan menggunakan alat dan bahan yang sesuai. Proses produksi perlu dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa kemasan produk baru memiliki kualitas yang baik.
- c) Kontrol kualitas. Pada tahap ini, kedai terserah perlu melakukan kontrol kualitas untuk memastikan bahwa kemasan produk baru yang diproduksi memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Kontrol kualitas dapat dilakukan dengan cara uji konsumen.

3) Proses pasca produksi

Tahapan pasca produksi adalah tahapan setelah produk baru diproduksi. Tahapan ini bertujuan untuk memasarkan produk dengan kemasan baru yang sudah diproduksi. Tahap-tahap pasca produksi, yakni :

- a) Pendistribusian produk. Pada tahap ini, produk baru didistribusikan ke berbagai outlet kedai terserah. Distribusi produk perlu dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa produk baru sampai ke tangan konsumen dengan aman dan dalam kondisi yang baik.
- b) Promosi produk. Pada tahap ini, kedai terserah perlu melakukan promosi produk untuk memperkenalkan produk dengan kemasan baru kepada konsumen. Promosi produk dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti iklan di media social, promosi penjualan, dan pemasaran online melalui aplikasi seperti GrabFood.

d. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi adalah proses pengumpulan informasi dan analisis data untuk membuat penilaian tentang program, produk, atau layanan yang sudah dijalankan. Evaluasi dapat dilakukan untuk berbagai tujuan, seperti: memastikan bahwa program, produk, atau layanan memenuhi kebutuhan

dan tujuan yang ditetapkan, melacak kemajuan program, produk, atau layanan dari waktu ke waktu, serta mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan untuk keberlanjutan usaha kedepannya..

### III. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Inovasi Pada Kedai Terserah, ada beberapa hal yang harus diperhatikan terutama dalam inovasinya. Diantaranya dalam hal :

#### 1. Bungkus/Kemasan Produk

Bungkus atau Kemasan adalah konsepsi kreatif yang menggabungkan bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, tipografi, dan unsur desain lainnya dengan informasi produk, dengan tujuan agar produk dapat dijual. Kemasan merupakan proses perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus sebagai komponen produk itu sendiri. Berdasarkan hasil observasi di lapangan dan hasil wawancara dengan kedai terserah, beberapa produknya sudah diberi kemasan yang menarik seperti pada produk minuman ice tea, lemon tea, dan susu racik. Namun pada produk makanannya seperti kebab dan burger masih menggunakan kemasan seadanya bahkan tanpa label sehingga diperlukan desain kemasan untuk produk-produk tersebut.

#### 2. Ukuran Produk

Produk menduduki posisi sentral dalam kegiatan pemasaran karena merupakan hasil yang dihasilkan oleh suatu perusahaan yang dapat dipasarkan kepada konsumen, berfungsi sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan. Keberhasilan suatu produk tergantung pada sejumlah faktor, termasuk kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa, yang semuanya harus unggul dibandingkan dengan produk sejenis. Ukuran produk, sebagai salah satu aspek penting, memainkan peran signifikan bagi konsumen. Penting bagi suatu usaha untuk menyediakan variasi ukuran produk, mulai dari yang terkecil hingga yang terbesar, guna memenuhi berbagai kebutuhan konsumen. Dengan demikian, konsumen memiliki opsi ukuran yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka saat mempertimbangkan pembelian produk. Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan di lapangan dan hasil wawancara dengan pemiliknya bahwa kedai terserah ini telah membuat produk dengan ukuran yang beragam seperti ukuran normal dan large pada produk minuman dan makanan.

#### 3. Inovasi Proses Produksi

Inovasi produksi merujuk pada upaya untuk mengubah proses produksi dengan tujuan menurunkan biaya produksi dan biaya operasional, meningkatkan volume produksi, serta meningkatkan kualitas produk. Inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas keseluruhan proses produksi, sehingga perusahaan dapat mencapai hasil yang lebih optimal. Berdasarkan hasil observasi, penulis melihat bahwa kedai terserah ini sudah mempekerjakan para karyawannya secara produktif hal ini dilihat dengan adanya jumlah penempatan karyawan yang sudah tepat di berbagai outlet. Total semua karyawan yang ada adalah 17 karyawan dan dimasing-masing outlet ditempatkan kurang lebih 2 sampai 3 orang.

#### 4. Inovasi Sistem Distribusi

Inovasi berperan sebagai mekanisme dalam bisnis yang memungkinkan adaptasi terhadap lingkungan yang dinamis. Oleh karena itu, para pengusaha dihadapkan pada tuntutan untuk menghasilkan pemikiran-pemikiran baru, ide-ide inovatif, dan menyajikan produk serta layanan yang inovatif guna memuaskan kebutuhan pelanggan. Jaringan Distribusi, atau Distribution Network merupakan serangkaian aktivitas distribusi yang menghubungkan antara konsumen dan produsen. Tanpa adanya jaringan distribusi ini, produk yang diproduksi oleh produsen tidak dapat mencapai konsumen. Menurut Heryanti (2020) ada begitu banyak aktivitas yang dapat meningkatkan jaringan distribusi, berikut ini beberapa dari tips bagaimana cara membangun

jaringan distribusi atau saluran distribusi dengan cepat dan efisien :

- a. Membangun Kekuatan dalam Jaringan Distribusi
  - b. Menjalin hubungan yang baik antara berbagai elemen dalam jaringan distribusi, termasuk prinsipal, distributor utama, agen, grosir, hingga pengecer. Tujuan utamanya adalah untuk mengevaluasi efektivitas setiap saluran distribusi dan titik penjualan (sales point).
  - c. Melakukan Review Terhadap Strategi Distribusi.
  - d. Fokus Pada Local Market Dahulu.
  - e. Menganalisa Aktivitas Pemasaran Distribusi.
  - f. Bagi distributor pengembangan lini produk dapat mencakup penambahan kategori produk yang didistribusikan, yang pada gilirannya dapat berarti penambahan area atau jenis outlet, serta penambahan item produk yang dijual.
5. Manajemen Inovasi

Manajemen inovasi mencakup serangkaian langkah yang melibatkan penciptaan, pengembangan, dan implementasi produk, proses, atau layanan baru dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, atau mencapai keunggulan bersaing. Kehadiran manajemen inovasi menjadi penting karena mengakui perlunya aliran ide yang terus-menerus dan cepat, setiap saat, sebagai respon terhadap perkembangan dunia yang semakin dinamis, kompleks, dan cepat. Inilah tempat di mana peran kunci manajemen inovasi muncul. Dari hasil observasi dan wawancara, penulis menyimpulkan bahwa terdapat gagasan atau ide-ide baru yang muncul, baik dari pemilik perusahaan maupun dari para karyawan. Seperti adanya ide pembuatan menu baru yang diberi nama 'Nahsi' yakni burger yang terbuat dari nasi dan ditengahnya diberi suwiran daging ayam yang sudah dibumbui sedemikian rupa dan kemudian dikemas seperti mengemas produk burger.

#### IV. PENUTUP

##### Kesimpulan

Penulis menyimpulkan bahwa secara keseluruhan, Kedai Terserah telah melaksanakan beberapa bentuk inovasi. Dari kelima jenis inovasi, masih terdapat beberapa aspek dari inovasi produk yang belum diimplementasikan sepenuhnya, terutama terkait dengan perbaikan kemasan produk agar lebih inovatif. Namun demikian, terdapat pencapaian positif dalam empat jenis inovasi lainnya. Pertama, variasi ukuran produk telah diterapkan dengan inovatif. Kedua, inovasi proses dilakukan untuk meningkatkan efisiensi produksi. Ketiga, inovasi sistem distribusi membantu menyederhanakan saluran distribusi. Terakhir, inovasi manajemen bertujuan membuat manajemen bisnis lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan kondisi lingkungan saat ini dan di masa mendatang. Jadi, kesimpulannya hampir semua inovasi sudah dijalankan walaupun belum sepenuhnya optimal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono. S. et al (2023). Masa Jabatan CEO, Keragaman Dewan Direktur, dan Pengungkapan CSR: Eksplorasi Studi Kepustakaan. *Jurnal Akuntansi*, 14 (1), 54-68.
- Fontana, A. (2011). *Innovate We Can!*. Cipta Inovasi Sejahtera, Bekasi.
- Heryanti. Y. (2020). Inovasi Produk Sandal Wanita Prodior Di Kampung Ciponyo Kelurahan Mangkubumi Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya. *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik*, 1(1), 72-78.
- Indonesia.go.id. (2022). Wirausahawan Mapan, Ekonomi Nasional Kuat. <https://indonesia.go.id/kategori/perdagangan/4994/wirausahawan-mapan-ekonomi-nasional-kuat?lang=1>. (diaksesnya kapan

---

Kotler, P., & Keller. (2007). Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi. 12 , PT. Indeks, Jakarta.

Susanto. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Roti dan Kue Ferissa Bantul Yogyakarta. Universitas PGRI Yogyakarta.