



ANALISIS INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KUE SERABI DAN BIR PLETOK PADA KEDAI SERABI BIBA, KOTA KENDARI

Makmur Kambolong, Muhammad Andika Putra Abdussamad, Candra Puspita Ningtyas

Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo

Makmur.kambolong@uho.ac.id, andikaputra366@gmail.com, Chandra.puspita@uho.ac.id

Kendari, 93117, Sulawesi Tenggara, Indonesia

Abstract

This study aim is to see how the product innovation of Kedai Serabi Biba to increase the sales volume of serabi cake and pletok beer. Types of data in this research is qualitative data, ike searching and compiling the data from observations that have been obtained before, interviews, field notes, and documentation systematically. Based on the results of the research and discussion of Product Innovation to Increase Sales Volume of Serabi Cake and Pletok Beer, it can be conclude that Kedai Serabi Biba is taking some innovative ideas for the serabi cake and pletok beer on the basis of product like quality, varied products, attractive styles and designs. This product innovation carried out by Kedai Serabi Biba are the addition of topping variants on serabi cake and pletok beer. This product innovation can increase sales volume at Kedai Serabi Biba, it can help Kedai Serabi Biba with a very low sales volume and support business to growth up.

Keywords: *Product Innovation; Sales Volume*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana inovasi produk Kedai Serabi Biba dalam meningkatkan volume penjualan kue serabi dan bir pletok. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif, dalam mencari dan menyusun data dari hasil observasi yang telah didapat, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi secara sistematis. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Analisis Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kue Serabi Dan Bir Pletok, maka dapat disimpulkan Kedai Serabi Biba melakukan langkah inovasi pada kue serabi dan bir pletok dengan dasar kualitas produk, produk yang variatif dan gaya dan desain menarik. Inovasi produk yang dilakukan Kedai Serabi Biba yaitu berupa penambahan varian *topping* pada kue serabi dan bir pletok. Inovasi Produk yang dilakukan ini dapat meningkatkan volume penjualan pada Kedai Serabi Biba. Hal ini dapat membantu Kedai Serabi Biba dalam pencapaian volume penjualan dan dapat menunjang pertumbuhan usaha.

Kata Kunci : *Inovasi Produk; Volume Penjualan*



PENDAHULUAN

Semakin menjamurnya usaha kuliner yang menawarkan sajian minuman dan makanan ringan membuat para pengusaha berlomba dalam menciptakan produk yang inovatif agar konsumen tertarik. Hal ini ditimbulkan karena kecenderungan konsumen yang mencari sesuatu yang unik dan tampil beda sehingga menimbulkan sikap yang selektif dalam membeli produk.

Pada abad ke-21 sekarang dimana semakin cepatnya perubahan dan semakin kompleksnya dunia usaha ini harus disesuaikan dengan lebih *responsivenya* pengusaha, jika ini tidak dipertimbangkan para pengusaha akan semakin tertinggal. Pengusaha lokal khususnya akan berlomba-lomba menciptakan inovasi-inovasi untuk mempertahankan keberadaannya.

Selain berlomba untuk mempertahankan keberadaan, pengusaha juga dituntut dapat memperhatikan perilaku konsumen yang mempertimbangkan produk sebelum membelinya. Keadaan ini mendorong pengusaha fokus pada produk yang ditawarkan sehingga mempunyai kualitas yang berbeda dari para pesaing. Hal ini tentu sangat penting mengingat produk yang mampu menarik selera konsumen berakibat pada keberlangsungan usaha.

Jannah (2014) menjelaskan dengan adanya inovasi akan menciptakan produk yang mencadi ciri khas dan pembeda dari para usaha serupa, sehingga dapat melakukan sesuatu inovasi pada produk untuk disajikan kepada konsumen. Perusahaan yang mampu secara konsisten menciptakan hal baru dan berbeda pada produk melalui inovasi dan dapat memperkrnalkan produk tersebut kepada konsumen dan konsumen dapat memahami letak perbedaannya maka perusahaan tersebut telah melakukan pengukuran kemampuan penjualan dan memenangkan persaingan.

Inovasi ternyata cukup *urgent* menghadapi persaingan pasar yang bertujuan memenangkan pasar yang ada. Konsumen akan cepat bosan dan bisnisnya akan perlahan tenggelam kalau inovasi tidak diperhatikan dengan cermat. Karena itulah pelaku usaha kecil maupun besar selalu dituntut untuk berinovasi meluncurkan produk baru. Strategi yang cermat tentunya akan mempengaruhi keberhasilan produk dalam memenangkan persaingan pasar.

Perlu juga diperhatikan menurut Sumarwan (2010) tidaklah mudah dalam meluncurkan produk baru, dikarenakan akan memerlukan biaya dalam proses pengembangannya dan produk tersebut mestinya memiliki nilai dibandingkan produk sejenisnya. Sehingga perusahaan sangat memerlukan kemampuan dalam berinovasi. Kemampuan berinovasi merupakan tingkatan dimana perusahaan atau bagian pengguna menerapkan inovasi lebih awal daripada yang lainnya.

Pendapat yang mendukung juga dijelakan oleh Elivia (2017) Produk yang memiliki nilai sesuai kualitas dan sesuai dengan harapan konsumen serta harga terjangkau hal tersebut menjadi faktor utama konsumen akan membeli barang dalam jumlah besar. Konsumen akan mencari produk yang memiliki kualitas dan desain yang indah dengan harga terjangkau.

Perkembangan sekarang ini dimana menjamurnya usaha dengan menawarkan makanan ringan dan minuman yang sedang populer membuat makanan dan minuman bukan hanya untuk kebutuhan melepas lapar atau dahaga akan tetapi menjadi gaya hidup dimana hal ini didukung pula oleh perkembangan pesat media social. Untuk menjawab tantangan menarik minat, pengusaha menawarkan fasilitas *Wi-Fi* atau desain tempat yang menarik dan dari semua itu produk yang di sajikan mempunyai peran yang sangat penting menarik minat konsumen.

Warung atau kedai berlomba menyajikan produk yang menjadi ciri khasnya masing-masing dengan harapan mempengaruhi pembelian konsumen dan menjadi pelanggan tetap. Menjadi cikal bakal menawarkan produk yang baru pada suatu daerah salah satu upaya agar terbedakan dari warung atau kedai yang lain sekaligus menjadi tantangan mengingat perbedaan latar belakang sosial dan budaya calon konsumen berbeda dengan asal produk.

Di kendari sendiri warung atau kedai yang menjual makanan ringan dan minuman ternyata cukup banyak. Mulai dari menjajakan di *mall*, ruko yang disulap seunik mungkin sampai pinggir jalan yang strategis. Di jalan-



jalan besar di Kendari tidak sulit menemukan kedai yang menjual *Thai Tea* dan kopi akan tetapi sangat jarang kita menemukan produk yang berbeda dan terkesan baru khususnya di Kendari yang tentu saja mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Salah satu kedai yang berani menawarkan produk baru untuk wilayah Kendari yaitu Kedai Serabi Biba. Kedai Serabi Biba yang berdiri sejak 2019 terletak di Jalan Martandu No. 97, Kambu, berjarak 180 m dari Bundaran Kantor Gurbenur. Sesuai nama kedainya yang menjadi ciri khas yaitu kue serabi yang berasal dari tanah Sunda bukan hanya itu ciri khas kedai ini ada juga yaitu bir pletok yang terkenal dengan minuman khas Betawi yang juga kaya akan manfaat kesehatan. Dengan ciri khas kue serabi dan bir pletok mampu menarik minat konsumen diluar dugaan pihak pengusaha pada masa awal berdirinya. Selama berdiri pihak pengusaha telah melakukan beragam inovasi pada produk ciri khasnya agar mempengaruhi penjualannya.

Pada awalnya kue serabi merupakan cemilan tradisional Indonesia yang dapat di temukan di pasar tradisional dan seiring berkembangnya zaman kue serabi dengan mudah di temui di kedai atau toko dengan tambahan beragam *topping*, tujuan adalah menghilangkan pendapat bahwa kue ini terkesan rendah. Serabi dengan varian rasa tersebar di Jakarta, Bandung dan Bogor.

Sedangkan bir pletok merupakan minuman khas Betawi, meskipun pada namanya ada kata “bir” minuman ini tak mengandung alkohol. Bir pletok justru menyimpan berbagai khasiat untuk kesehatan dikarenakan bahan-bahannya berasal dari rempah-rempah yaitu dari lada, jahe, dan kulit kayu secang.

Di kutip dari *detik.com* pada awalnya bir pletok diracik karena kebiasaan warga Belanda di Indonesia mengkonsumsi *wine* di dalam sebuah perayaan dan kemudian diadopsi oleh orang Betawi. Selanjutnya, mereka terinspirasi mengkonsumsi minuman serupa saat ada perayaan khusus warga Betawi. Akan tetapi *wine* masuk golongan minuman yang dilarang agama yang dianut orang Betawi, sehingga mereka berinisiatif membuat racikan “*wine*” menggunakan bahan rempah-rempah dan lahirlah bir pletok.

Berdasarkan deskripsi latar belakang penulis ingin mengambil penelitian pada Kedai Serabi Biba. Dimana penulis beranggapan perlu adanya analisis inovasi produk dan pengaruhnya terhadap jumlah penjualan, dimana diketahui bahwa Kedai Serabi Biba bertitik fokus pada inovasi sebagai daya tarik produk. Untuk menindaklanjutinya penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul penelitian “Analisis Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Kue Serabi dan Bir Pletok (Studi Kasus Kedai Serabi Biba, Kota Kendari”

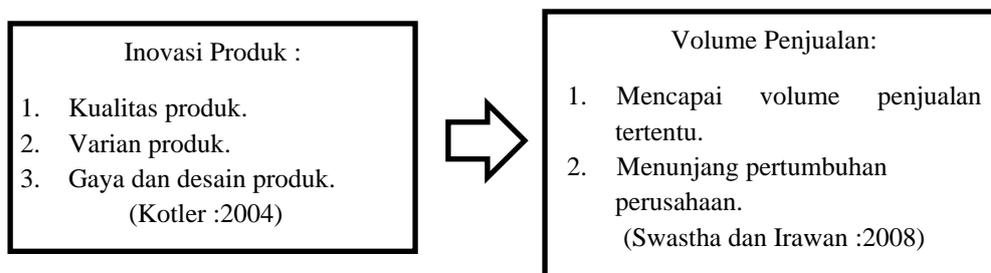
Berdasarkan uraian di sebelumnya, maka peneliti tertarik mengambil judul “**Analisis Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Kue Serabi dan Bir Pletok pada Kedai Serabi Biba, Kota Kendari**”

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti/Judul Penelitian | Relevansi Penelitian | |
|-----|---|---|--|
| | | Persamaan | Perbedaan |
| 1. | Yuliana (2015) Peran Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Miulan Hijab Semarang) | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel penelitian yang digunakan yaitu (Inovasi produk dan meningkatkan Volume penjualan) | <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi yang berbeda. |
| 2. | Lia Ibniwasum (2020) Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan di Sheren Hijab Bengkulu | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel penelitian yang digunakan yaitu (Inovasi produk dan meningkatkan penjualan) | <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi yang berbeda. |
| 3. | Agung Bhakti (2016) Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan di Percetakan Sakilla Jember | <ul style="list-style-type: none"> • Variabel penelitian yang digunakan yaitu (Inovasi produk dan meningkatkan penjualan) | <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi yang berbeda. |

Berdasarkan pemaparan di atas, kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:

KERANGKA PIKIR



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

METODE

Tempat penelitian yang dijadikan obyek dalam penelitian tentang analisis inovasi produk dalam meningkatkan penjualan Kue Serabi dan Bir Pletok yaitu di Kedai Serabi Biba, Kambu, Kecamatan Kambu, Kota Kendari. Alasan peneliti melakukan penelitian di Kedai Serabi Biba, Kambu, Kecamatan Kambu, Kota Kendari karena peneliti melihat produk yang di jual tergolong baru di Kota Kendari dan pihak pengusaha melakukan inovasi pada produk tersebut, dikarenakan produk kue serabi dan bir pletok tergolong baru maka diperlukan langkah untuk meningkatkan penjualan produk tersebut agar dapat menguntungkan bagi pihak pengusaha.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu metode penelitian berupa gambaran tentang kejadian atau situasi, kalimat tertulis atau lisan, perilaku dan gambar yang dapat diamati serta diarahkan pada latar alamiah unit tersebut secara menyeluruh. Adapun kriteria informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah pemilik usaha, tenaga kerja dan konsumen pada Kedai serabi Biba. Adapun jumlah informan dalam penelitian ini adalah 10 orang.

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Menurut Moleong (2012:6) penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti persepsi, perilaku, tindakan, motivasi, dll. Secara holistik dengan cara deskriptif dalam bentuk kalimat, pada suatu konteks khusus secara alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang bersumber dari pemilik atau pengembang pada Kedai Serabi Biba serta karyawannya yang di ambil secara langsung, dalam prakteknya diperoleh dari hasil wawancara. Selain itu diperoleh dari pengamatan langsung terhadap situasi dan kondisi pada lokasi penelitian.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh yang berasal dari sumber-sumber pendukung pada lokasi penelitian yang berupa dokumen, data statistik dan keterangan lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian.



Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, baik data primer maupun sekunder dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. Studi kepustakaan yaitu dengan cara menelaah berbagai dokumen yang berkaitan erat dengan permasalahan yang sedang diteliti.
2. Studi lapangan yaitu pengumpulan data secara langsung pada lokasi penelitian, untuk memperoleh data dilapangan maka menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:
 - a. Pengamatan atau observasi teknik ini digunakan untuk melihat secara langsung bagaimana kondisi yang terjadi di lokasi penelitian sesuai dengan tujuan penelitian.
 - b. Wawancara yaitu dengan mengadakan tanya jawab secara terstruktur kepada informan yang terpilih.
 - c. Dokumentasi merupakan cara mendapatkan data dengan mempelajari dan mencatat arsip-arsip, buku-buku atau dokumen dan hal lain yang ada kaitannya dengan penelitian serta foto-foto dokumenter dan sebagainya.

Analisis Data

Analisis data dilakukan sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya. Akan tetapi dalam penelitian yang menggunakan metode kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersama dengan pengumpulan data. Dalam kenyataannya, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data daripada setelah pengumpulan data. (Sugiyoni, 2008: hlm. 335-336).

Menurut Miles & Huberman dalam buku *Metode Penelitian Sosial* (2009:85-89) analisis data terbagi dalam tiga alur kegiatan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedai Serabi Biba merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang kuliner. Di Kedai Serabi Biba menawarkan makanan dan minuman ringan yang dapat ditemui pada usaha serupa, namun yang membedakannya yaitu menu yang menjadi ikonik yaitu kue serabi dan bir pletoknya yang tentu saja hal baru bagi masyarakat Kota Kendari kebanyakan.

Kedai Serabi Biba didirikan pada tahun 2019 dengan Bu Hanati sebagai pemilik dan perintis yang berlokasi di Jalan Martandu No. 97, Kambu, berjarak 180 m dari Bundaran Kantor Gurbenuur. Lokasi yang tidak jauh dengan pemukiman mahasiswa dan jalan umum membuat lokasinya begitu strategis dan desain usaha luar ruangan memberikan nuansa berbeda dari kebanyakan usaha sejenis. Kedai Serabi Biba memanfaatkan halaman depan rumah pemilik yang masih sangat luang.

Inovasi Produk Kedai Serabi Biba

Inovasi produk yang diterapkan di Kedai pada awalnya dilakukan berdasarkan apa yang telah dipelajari oleh Ibu Hanati dalam kursus kelas masak di Semarang seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Seiring berjalannya Kedai Serabi Biba disadari bahwa mesti ada pengembangan inovasi pada produk khususnya bir pletok dan kue serabi dalam rangka meningkatkan volume penjualan, berdasarkan hal tersebut sejauh ini Kedai Serabi Biba hanya mengandalkan satu hal yaitu melakukan pengumpulan masukan dari konsumen yang nantinya menjadi bahan informasi untuk dilakukannya inovasi pada produk.

Sejauh ini Kedai Serabi Biba telah melakukan inovasi produk kue serabi sebanyak 5 inovasi yang berupa penambahan varian *topping* baru yaitu : sosis mayonnaise, abon sosis, sosis keju, telur mayonnaise dan telur spesial. Sedangkan pada produk bir pletok sejauh ini telah dilakukan inovasi sebanyak 5 produk berupa penambahan varian rasa yaitu rasa melon, leci, madu dan coklat untuk bir pletok dingin serta bir pletok susu untuk jenis bir pletok yang hangat.

Kualitas Produk

Kualitas produk khususnya dalam pembahasan ini di bidang kuliner ditentukan oleh kemampuan produk yang didalamnya terdapat fungsi-fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan, hal tersebut perlu diperhatikan karena akan berpengaruh terhadap meningkatnya tingkat penjualan.



a. Ketahanan

Salah satu indikator dari kualitas produk adalah ketahanan dari produk tersebut, kue serabi dan bir pletok termasuk dalam produk tidak tahan lama dikarenakan tidak adanya pengawet makanan dalam proses pembuatan, namun lama bertahan produk ini bergantung dari seberapa segar kualitas bahan yang digunakan.

b. Keterandalan

Sebagai usaha kuliner Kedai Serabi Biba dalam proses pembuatan tidak menggunakan bahan pengawet dalam produknya sehingga kue serabi dan bir pletok yang dijual untuk perubahan kualitas rasa produk termasuk cepat untuk berubah. Namun karena tidak menggunakan bahan pengawet kelebihannya kue serabi dan bir pletok di Kedai Serabi Biba terjamin segar dan bermanfaat khasiatnya bagi kesehatan. Sebagaimana pernyataan informan:

”Menu yang ada di Kedai Serabi Biba semuanya tidak menggunakan bahan pengawet termasuk kue serabi dan bir pletok. Kue serabi karena tidak menggunakan bahan pengawet bisa mempertahankan rasanya sampai 1 malam sedangkan bir pletok bisa bertahan agak lama yaitu 2 hari karena dapat dipanaskan, setelah 2 hari bir pletok akan berkurang kesegarannya.” (Sumber: Interview Anna, 2020)

c. Ketepatan

Kedai Serabi Biba juga memperhatikan takaran dalam proses pembuatan kue serabi dan bir pletok hal ini dilakukan untuk menjaga ketepatan rasa saat produk pertama kali disajikan. Sebagaimana pernyataan informan:

”proses pembuatan kue serabi dan bir pletok kami selalu menggunakan takaran yang sama setiap pembuatannya, kami tidak berani untuk mengira-ngira takaran yang digunakan karena akan mempengaruhi rasa.” (Sumber: Interview Elsa, 2020)

d. Kemudahan dalam Penggunaan

Dari segi kemudahan pembuatan kue serabi setelah pemesanan termasuk cepat karena bahan adonan sudah disiapkan sebelumnya, proses memasak adonan kue serabi membutuhkan waktu kurang lebih 10 menit sedangkan untuk penyajian bir pletok begitu mudah dikarenakan air bir pletok sudah disiapkan sebelumnya.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan Kedai Serabi Biba dalam menjalankan usahanya memperhatikan dan menjaga kualitas kue serabi dan bir pletok dengan melihat dari indikator kualitas produk berupa keterandalan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan. Sedangkan dengan ketahanan produk kue serabi dan bir pletok tidak diperhitungkan karena kedua produk tersebut masuk dalam golongan tidak awet dan untuk dihabiskan secepatnya.

Varian Produk

Varian produk merupakan sarana untuk membedakan produk dari usaha serupa atau pesaing dan agar konsumen tidak merasa jenuh selain itu dapat menjawab keberagaman kebutuhan dari konsumen.

Adapun faktor utama bertambahnya varian produk kue serabi dan bir pletok yaitu berbagai masukan dari konsumen, hal ini disebabkan karena pelayan selain menawarkan dan mengantarkan pesanan juga diwajibkan bersifat ramah terhadap konsumen sehingga konsumen yang telah akrab diharapkan memberikan masukan terkait produk. Sebagaimana pernyataan dari informan:

”Kedai Serabi Biba mengutamakan keramahan dalam melayani sehingga pelanggan tetap di sini diharapkan akrab dengan kami yang nantinya tidak sungkan untuk berkomentar dan memberi masukan untuk produk kami.” (Sumber: Interview Riga, 2020)

Terlepas dari itu dari pihak Kedai Serabi Biba telah membuat varian yang beragam untuk memberikan konsumen pilihan yang banyak, sehingga konsumen memiliki pilihan yang sesuai selera dan kebutuhannya.



Sejauh ini Kedai Serabi Biba telah memiliki sebanyak 30 varian untuk produk kue serabi sebagai menu utama dan untuk produk bir pletok sebanyak 7 varian.

Produk di Kedai Serabi termasuk banyak memberikan pilihan kepada konsumen, dengan pilihan yang banyak konsumen diharapkan tidak jenuh. Dalam membuat varian produk Kedai Serabi Biba tetap mendengarkan masukan dari konsumen dan perlu adanya pertimbangan secara matang sebelum menambahkan varian baru hal ini dikarenakan varian produk yang tersedia bertujuan untuk pemenuhan selera konsumen secara umum. Namun, untuk varian bir pletok masih tergolong sedikit dan perlu adanya penambahan lebih lanjut.

Gaya dan Desain Produk

Gaya dan desain penyajian juga merupakan nilai tambah pada makanan dan minuman karena memperindah tampilan yang akan memberikan persepsi konsumen tentang kenyamanan dan keindahan dalam mengkonsumsi. Sebagaimana pernyataan informan:

“Meskipun produk kue serabi dan bir pletok telah dilakukan pengembangan inovasi akan tetapi kami tetap ingin menjaga proses pembuatan dan gaya penyajian secara tradisional, seperti proses pembuatan kue serabi yang menggunakan alat masak tradisional dan arang agar menjaga kualitas rasa, desain penyajian kue serabi kami fokuskan di penataan topping-topingnya. Untuk penyajian bir pletok hangat kami menggunakan teko dan gelas tanah liat agar menjaga kesan tradisionalnya dan tetap cantik untuk di foto, sedangkan bir pletok dingin menggunakan gelas kaca yang penyajiannya lebih modern,” (Sumber: Interview Syukur, 2020)

Dari wawancara di atas dan berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan dilapangan Kedai Serabi Biba menerapkan dua desain penyajian pada kue serabi dan bir pletok yaitu, penyajian modern untuk kue serabi dan bir pletok dingin serta penyajian tradisional untuk bir pletok hangat.

Volume Penjualan

a. Kue Serabi

Tujuan dalam suatu kegiatan usaha adalah meningkatkan volume penjualan yang menguntungkan bagi perusahaan. Dimana dengan mengetahui volume penjualan dapat mengetahui keuntungan yang diperoleh yang nantinya akan berpengaruh pada pengembangan usaha .

Untuk mendukung peneliti dalam mendeskripsikan volume penjualan penulis akan menyajikan data jumlah penjualan kue serabi di Kedai serabi Biba berikut ini:

Tabel 2. penjualan kue serabi di Kedai Serabi Biba Periode Desember 2019 – November 2020

| Periode | Jumlah Penjualan (Porsi) | Pendapatan (Rupiah) |
|-----------------|--------------------------|---------------------|
| Desember, 2019 | 176 | 1,874,000 |
| Januari, 2020 | 192 | 2,082,000 |
| Februari, 2020 | 201 | 2,190,000 |
| Maret, 2020 | 138 | 1,574,000 |
| Juni, 2020 | 127 | 1,420,000 |
| Juli, 2020 | 119 | 1,308,000 |
| Agustus, 2020 | 207 | 2,228,000 |
| September, 2020 | 218 | 2,360,000 |
| Oktober, 2020 | 221 | 2,399,000 |
| November, 2020 | 226 | 2,474,000 |
| Total | 1825 | 19,909,000 |

Sumber : Dokumen penjualan Kedai Serabi Biba periode desember 2019- November 2020



Dalam setiap usaha diharuskan untuk meningkatkan jumlah penjualan produknya, salah satunya adalah dengan melakukan inovasi pada produknya, maka dari itu pada bulan Maret 2020 Kedai Serabi Biba melakukan inovasi pada kue serabi dengan harapan menjadi daya tarik dan bertambahnya pelanggan dengan penambahan varian *topping* yang baru berupa aneka *topping* sosis, mulai dari *topping* sosis mayonaisse, abon sosis dan sosis keju.

Untuk mendiskripsikan perbandingan volume penjualan kue serabi sebelum dan sesudah inovasi, berikut peneliti menyajikan data perbandingan dalam rentang waktu 3 bulan sebelum dan sesudah inovasi tersebut:

Tabel 3. Data volume penjualan kue serabi sebelum inovasi dan sesudah

| Bulan | Sebelum Inovasi (porsi) | Pendapatan (Rupiah) | Bulan | Sesudah Inovasi (porsi) | Pendapatan (Rupiah) |
|--------------|-------------------------|---------------------|--------------|-------------------------|---------------------|
| Desember | 176 | Rp.1,874,000 | September | 218 | Rp.2,360,000 |
| Januari | 192 | Rp.2,082,000 | Oktober | 221 | Rp.2,399,000 |
| Februari | 201 | Rp.2,190,000 | November | 226 | Rp.2,474,000 |
| Total | 569 | Rp.6,146,000 | Total | 665 | Rp.7,233,000 |

Sumber : hasil diolah kembali oleh peneliti

Berdasarkan tabel perbandingan volume penjualan sebelum dan sesudah inovasi, dapat dilihat dengan adanya inovasi dapat menyebabkan volume penjualan meningkat sebanyak 218 porsi pada bulan September dari penjualan terakhir sebelum inovasi sebanyak 201 porsi dan penjualan terus meningkat, selain itu dengan melakukan inovasi tersebut menyebabkan adanya penambahan jumlah pelanggan.

b. Bir Pletok

Pada bir pletok inovasi yang dilakukan berupa penambahan varian rasa yaitu: rasa melon, leci, madu dan coklat untuk yang dingin serta bir pletok susu hangat, inovasi ini diterapkan pada bulan Juli 2020.

Untuk mempermudah penelitian dan mendiskripsikan adanya peningkatan pada volume penjualan bir pletok di Kue Serabi Biba, peneliti akan menyajikan data penjualan dan data perbandingan penjualan bir pletok sebelum dan sesudah inovasi sebagai berikut:

Tabel 4. Data penjualan bir pletok di Kedai Serabi Biba Periode desember 2019 - November 2020

| Tahun | Bulan | Penjualan | | Pendapatan (Rp) |
|-------|--------------|----------------|--------------|-----------------|
| | | Dingin (Gelas) | Hangat (Mug) | |
| 2019 | Desember | 83 | 11 | 779,000 |
| | Januari | 87 | 10 | 789,000 |
| | Februari | 98 | 13 | 920,000 |
| | Maret | 113 | 12 | 1,007,000 |
| 2020 | Juli | 99 | 13 | 1,122,000 |
| | Juli | 99 | 13 | 1,122,000 |
| | Agustus | 127 | 16 | 1,402,000 |
| | September | 132 | 15 | 1,488,000 |
| | Oktober | 139 | 18 | 1,585,000 |
| | November | 142 | 14 | 1,561,000 |
| | Total | | 1101 | 136 |

Sumber : data penjualan Kedai Serabi Biba periode desember 2019- November 2020



Tabel 5. Data volume penjualan bir pletok sebelum dan sesudah inovasi

| Sebelum Inovasi | | | | Sesudah Inovasi | | | |
|-----------------|----------------|--------------|---------------------|-----------------|----------------|--------------|---------------------|
| Bulan | Dingin (Gelas) | Hangat (Mug) | Pendapatan (Rupiah) | Bulan | Dingin (Gelas) | Hangat (Mug) | Pendapatan (Rupiah) |
| Des, 2019 | 83 | 11 | Rp.779,000 | Juli, 2020 | 99 | 13 | Rp.1,122,000 |
| Jan, 2020 | 87 | 10 | Rp.789,000 | Agus, 2020 | 127 | 16 | Rp.1,402,000 |
| Feb, 2020 | 98 | 13 | Rp.920,000 | Sept, 2020 | 132 | 15 | Rp.1,488,000 |
| Mar, 2020 | 113 | 12 | Rp.1,007,000 | Okt, 2020 | 139 | 18 | Rp.1,585,000 |
| Juni, 2020 | 81 | 14 | Rp.819,000 | Nov, 2020 | 142 | 14 | Rp.1,561,000 |
| Total | 462 | 60 | Rp.4,314,000 | Total | 639 | 76 | Rp.7,158,000 |

Sumber : Dokumen data penjualan Kedai Serabi Biba periode desember 2019- November 2020

Berdasarkan tabel diatas peneliti menyimpulkan bahwa dengan penambahan varian bir pletok dapat meningkatkan volume penjualan dari sebelumnya yaitu bir pletok original dingin dengan baik. Volume penjualan setelah dilakukannya inovasi mencapai 127 gelas untuk yang dingin pada bulan Agustus dari sebelumnya mencapai penjualan 113 gelas pada bulan Maret sebelum dilakukan inovasi. Dalam periode bulan Juli sampai dengan November 2020 total penjualan bir pletok dingin mencapai 639 gelas dari sebelum adanya inovasi yaitu sebanyak 462 gelas pada periode waktu Desember 2019 sampai Juni 2020 dengan selisih 177 gelas dan untuk bir pletok hangat masih belum berhasil meningkat tinggi dari penjualan periode sebelum inovasi yaitu 60 mug pada periode waktu yang sama dengan bir pletok dingin hanya meningkat sebanyak 16 mug.

Pertumbuhan Perusahaan

Dalam perkembangannya Kedai Serabi Biba telah melakukan berbagai pertumbuhan berupa penambahan dekorasi, jumlah meja dan kursi, pengadaan *live music* dan perluasan tempat usaha. Pertumbuhan tersebut didapatkan dari hasil penjualan dalam rentang waktu tertentu dan tentu saja termasuk dari penjualan kue serabi dan bir pletok.

“Saat ini proses pembuatan meja dan kursi telah berjalan sembari menunggu pembangunan tempat yang akan digunakan nanti, pembangunan ini memakai hasil dari penjualan selama ini. Dalam beberapa bulan ini konsumen semakin banyak yang datang dan keadaan ramai lebih sering pada kondisi kegiatan bazar yang diadakan oleh kelompok mahasiswa dan memperkirakan jumlah konsumen akan terus meningkat sehingga kami berinisiatif memperluas tempat agar semua konsumen dapat dengan nyaman berada disini,” (Sumber: Interview Riga, 2020)

Berdasarkan hasil wawancara dan studi lapangan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa inovasi produk pada kue serabi dan bir pletok berpengaruh baik dan dapat mempengaruhi peningkatan volume penjualan di Kedai Serabi Biba dengan Pengadaan *live music* di Kedai Serabi Biba dimulai pada bulan Oktober tahun 2020, pengadaan tersebut berupa *stand mic*, 1 buah *speaker*, 1 buah gitar dan 1 buah *cajon* serta penambahan kursi dan meja.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti mengemukakan kesimpulan yaitu inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan kue serabi dan bir pletok pada Kedai Serabi Biba di Kota



Kendari inovasi yang lebih dominan adalah inovasi yang diterapkan pada produk bir pletok berdasarkan pengaruhnya pada peningkatan volume penjualan dibandingkan dengan inovasi pada kue serabi. Namun untuk inovasi yang diterapkan pada bir pletok hangat masih belum maksimal dan belum ada peningkatan yang sesuai harapan dikarenakan inovasi yang diterapkan belum mampu menjadi daya tarik konsumen

Untuk penjualan kue serabi dan bir pletok dapat menunjang dua unsur indikator pada volume penjualan yaitu meningkatnya volume penjualan dan pertumbuhan perusahaan, hal ini dapat dilihat dari peningkatan penjualan sesudah adanya inovasi. Saran peneliti terhadap Kedai Serabi Biba dapat menambah cara kreatif dalam menentukan inovasi produk tidak hanya dari pendapat konsumen dan menambah varian pada produk terkhusus bir pletok hangat untuk meningkatkan volume penjualannya.

DAFTAR PUSTAKA

Books with an author (Buku dengan penulis):

- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, Cet. 6, hlm. 335-336.
- Sumarwan, Ujang. 2010. *Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran analisa Perilaku Konsumen*, Surabaya: Ghalia.
- , 2008, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta: PT, Gramedia Utama.
- Miles, M.B. dan A.M. Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang MetodeMetode Baru*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, hlm. 6.
- , 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, hlm. 17.

Journal articles (artikel jurnal):

- Bhakti, Agus “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan penjualan di Sakilla Jember”, *Skripsi*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2016, h.72
- Jannah, Mukhlisotul (2014) ”*Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif*” *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 5, No. 1, 2014
- Yuliana, “Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Di Miulan Hijab Semarang)”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2015, h.vvi

Word Wide Web:

- Detik, 2019 . *Tak Bikin Mabuk, Ini Asal Usul Bir Pletok yang Kaya Manfaat*. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4390952/tak-bikin-mabuk-ini-asal-usul-bir-pletok-yang-kaya-manfaat>. (Diakses pada tanggal 04 Oktober 2020, pukul 18.13 WITA)