

ANALISIS STRATEGI INOVASI PRODUK NASGORTRI UNTUK MENARIK MINAT BELI PELANGGAN DI BENGKAYANG

Elisabet¹, Benedhikta Kikky Vuspitasari², Sabinus Beni³

^{1, 2, 3}Institut Shanti Bhuna, Jl. Bukit Karmel Sebopet No.1, Bengkayang, Kalimantan Barat, Indonesia
Email: eelisabet6262@gmail.com

Article History

Received: 04-07-2024

Revision: 11-08-2024

Accepted: 15-08-2024

Published: 18-08-2024

Abstract. Culinary in Indonesia today has a variety of characteristics that continue to develop in accordance with the ideas and thoughts embraced by business actors. Business actors must be able to see and take advantage of the potential business opportunities in the surrounding environment so that they can become a source of income in their business activities. In the fried rice business run by Nasgortri, it is inseparable from the innovations and marketing strategies applied to it, there are qualified innovations such as modulation approaches, complementary ingredient approaches and business reduction approaches, which are service standards that must be complied with. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. The data collection technique consists of observation and interviews. Data analysis is carried out qualitatively consisting of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of data analysis show that NASGORTRI's fried rice business in running the business offered to consumers applies several sales strategies using methods of approach, including modulation approaches, complementary ingredients, and effort reduction.

Keywords: Analysis, Innovation Strategy, Fried Rice Business, Social Media

Abstrak. Kuliner di Indonesia saat ini mempunyai beragam ciri khas tersendiri yang terus mengalami perkembangan sesuai dengan ide dan pemikiran yang dianut oleh para pelaku usaha. Pelaku usaha harus mampu melihat dan memanfaatkan potensi peluang usaha yang ada di lingkungan sekitar sehingga dapat menjadi sumber pendapatan dalam kegiatan usahanya. Dalam usaha nasi goreng yang dijalankan Nasgortri tidak terlepas dari inovasi dan strategi pemasaran yang diterapkan padanya, terdapat inovasi-inovasi yang mumpuni seperti pendekatan modulasi, pendekatan bahan pelengkap dan pendekatan pengurangan usaha, menjadi standar pelayanan yang harus dipatuhi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi dan wawancara. Analisis data dilakukan secara kualitatif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa usaha nasi goreng NASGORTRI dalam menjalankan usaha yang ditawarkan kepada konsumen menerapkan beberapa strategi penjualan dengan menggunakan cara pendekatan diantaranya pendekatan modulasi, bahan komplementer, dan pengurangan upaya

Kata Kunci: Analisis, Strategi Inovasi, Bisnis Nasi Goreng, Media Sosial

How to Cite: Elisabet., Vuspitasari, B. K., & Beni, S. (2024). Analisis Strategi Inovasi Produk Nasgortri untuk Menarik Minat Beli Pelanggan di Bengkayang. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (4), 1578-1583. <http://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i4.1460>

PENDAHULUAN

Kuliner di Indonesia saat ini memiliki beragam ciri khas tersendiri yang terus-menerus mengalami perkembangan sesuai dengan ide dan gagasan yang dimiliki oleh seorang pebisnis.

Para pebisnis harus bisa melihat dan memanfaatkan potensi yang ada peluang usahanya di lingkungan sekitarnya agar dapat jadi sumber penghasilan. Persaingan usaha kuliner saat ini semakin meningkat sehingga menjadi tantangan bagi pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam menciptakan dan memasarkan produk unggulan yang dimiliki.

Penelitian yang dilakukan oleh Mayradsusanto (2020) menemukan bahwa penjualan melalui jasa influencer melalui media sosial instagram menunjukkan perusahaan berhasil melakukan penjualan dengan menggunakan jasa dari influencer sebagai menarik minat beli konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Sriyanto (2019) menunjukkan dengan adanya brand ambassador, minat beli, dan testimony sangat berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada situs online alibri. Tujuan dari penelitian ini untuk menggambarkan inovasi terhadap produk NASGORTRI mempengaruhi minat pelanggan di Bengkayang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data ada tiga cara untuk mendapatkan data yang akan digunakan oleh para penulis untuk mendapatkan data yang valid. Teknik pengumpulan data yaitu (1) Observasi; Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan apabila peneliti ingin mengetahui perilaku manusia, proses kerja dan dilakukan oleh peneliti yaitu dengan kegiatan pengumpulan bahan dan pengambilan data di lapangan langsung sesuai dengan data yang dibutuhkan pengamatan dalam pembahasan objek yang akan diamati, sehingga data yang diperoleh memiliki kedudukan yang pasti sesuai dengan keadaan yang sebenarnya (Bachri, 2010), (2) Wawancara; Wawancara dilakukan bertujuan untuk mengetahui tanggapan pelanggan terhadap inovasi produk nasi goreng yang akan menjadi evaluasi bagi penulis untuk dapat mengetahui produk nasi goreng seperti apa yang paling banyak disukai oleh pelanggan dan untuk mengetahui banyaknya minat konsumen terhadap nasi goreng, dan inovasi produk yang paling efektif baik dari segi rasa, bentuk dan kemasannya. Analisis data dilakukan secara kualitatif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN DISKUSI

Strategi inovasi merupakan ide gagasan atau langkah-langkah yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha dan memiliki peran penting demi sebuah perkembangan produk dengan menciptakan atau merubah produk lama menjadi produk baru yang kreatif. Inovasi juga menjadi salah satu faktor penentu dari suksesnya usaha yang dijalankan Strategi inovasi yang digunakan oleh usaha. inovasi berbasis modulasi, bahan komplementer, dan pengurangan

Upaya, inovasi tersebut dianggap paling efektif dalam mengembangkan produk nasi goreng. Inovasi produk merupakan suatu usaha dalam menciptakan produk baru atas dasar kreatifitas atau ide yang dirancang dengan matang, baik serta terarah sehingga penciptaan produk baru (Masi, 2016).

Strategi inovasi yang dilakukan usa adalah menggunakan tiga pendekatan yaitu inovasi berbasis modulasi mencakup bentuk produk seperti cara penyajian dan bahan penyajian, inovasi berbasis bahan komplementer bahan bahan yang saling melengkapi atau pendukung dalam penyajian bahan utama dengan tambahan yang dikemas semenarik mungkin sehingga menimbulkan kesan menarik pada produk yang diunggulkan seperti pada varian rasa teri dan terasi. Pengurangan Upaya mencakup diskon berupa gratis produk maupun potongan harga, dan jasa. Menyediaan jasa pesan antar produk dengan minimal pesan 3 produk. Strategi inovasi dilakukan guna untuk meningkatkan omzet penjualan melalui meningkatnya jumlah permintaan konsumen terhadap produk

Penerapan strstegi inovasi yang dijalankan oleh produk untuk meningkatkan kualitas produk yang unggul melalui tiga pendekatan yaitu berbasis modulasi, bahan komplementer, dan pengurangan Upaya. Kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh dari pelanggan atas nilai dan kegunaan barang atau jasa. Produk bisa dikatakan bermutu apabila produk atau pelayanan penjual tersebut memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Ghanimata & Kamal, 2021). Kualitas produk saat ini sudah memenehui kebutuhan dan kepuasan konsumen baik dari segi bentuk produk, varian rasa, kemasan, dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Penelitian selanjutnya penggunaan strategi inovasi oleh usaha nasi goreng untuk menarik minat beli pelanggan mendukung penelitian yang dilakukan Ketika bisnis mampu menerapkan inovasi produk yaitu dengan melakukan inovasi berbasis modulasi dengan meningkatkan karateristik produk dengan membuat varian rasa baru mulai dari bahan baku yang berbeda, kemasan dengan berbagai ukuran bentuk serta mengubah tampilan bentuk untuk membuktikan bahwa inovasi produk menjadi pendorong minat beli konsumen terhadap produk yang akan konsumen beli. Inovasi tersebut diterapkan pada usaha nasi goreng untuk mengetahui minat beli konsumen dapat dilihat dari kualitas produk maupun kualitas pelayanan (Syamsiyyah, 2023)

Hasil penelitian Usaha NASGORTRI selanjutnya dapat disimpulkan bahwa konsumen ternyata lebih menyukai produk NASGORTRI berbasis modulasi karena dari segi varian rasa terasi dikarenakan tampilan menarik dengan rasa yang sesuai selera, konsumen juga menyukai kemasan yang digunakan untuk menyajikan nasi goreng NASGORTRI berupa kotak mika yang

dialas dengan daun pisang sehingga memiliki aroma khas dan menambah estetik penampilan nasi goreng tersebut serta jasa pesan antar yang memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian produk nasi goreng NASGORTRI

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa usaha nasi goreng NASGORTRI dalam menjalankan usaha yang ditawarkan kepada konsumen menerapkan beberapa strategi penjualan dengan menggunakan cara pendekatan diantaranya pendekatan modulasi, bahan komplementer, dan pengurangan upaya. Pendekatan Modulasi yang digunakan oleh usaha yang dijalankan lebih fokus pada cara penyajian dan bentuk kemasan untuk menarik pelanggan Dengan adanya inovasi pendekatan modulasi, bahan komplementer dan pengurangan upaya maka usaha NASGORTRI dapat diterima oleh konsumen. Pendekatan bahan komplementer adalah upaya pendekatan tambahan yang digunakan untuk menambah kesan menarik pada terhadap produk yang menjadi fokus usaha, seperti penambahan topping pada nasgortri.

Pendekatan pengurangan upaya pada usaha yang dijalankan selama ini berfokus pada jasa pesan antar barang, jadi konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau ongkos kirim untuk dapat membeli produk tersebut. Dengan adanya media sosial maka usaha NASGORTRI dapat melakukan promosi tanpa ada batasan ruang dan waktu yang dapat mencangkau seluruh lapisan Masyarakat. Media promosi usaha yang digunakan pada usaha nasi goreng NASGORTRI sudah mengikuti perkembangan zaman melalui media sosial yang ada seperti Instagram dan whatsapp, dan berdasarkan hasil analisa dari system pendekatan

REFERENSI

- Afriyanti, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 270–279.
- Amaliyah, S. (2018). Analisis Hubungan Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” Kebarongan Kemranjen Banyumas).
- Andika, W. (2023). *Royan Resto (Perencanaan Pendirian Usaha Resto Dengan Konsep Pelayanan Robot Di Kota Palembang)*. Universitas Multi Data Palembang.
- Anggreani, N. N. F. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Nasi Ayam Geprek+ 62, Nasi Goreng Jawa, Pisang Keju Suka Suka, di Jl. Randu Asri RT 03 RW 02 Sidokerto, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 1(02).
- Ardiansyah, L., Arifin, Z., & Fanani, D. (2015). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23(2).

- Aryoni, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i2.2557>
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46–62.
- Basori, N., Kusnadi, E., & Pramesthi, R. A. (2022). Pengaruh Citra Merk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ayah Bunda Situbondo Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(9), 1924–1938.
- Bernik, M., & Rochman, A. M. (2019). Penetapan Lokasi Yang Strategis Dalam Upaya Menarik Minat Beli Konsumen Pada Nasi Goreng Mafia Bandung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Terapan*, 15(2), 98–107.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan. Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Dewi, N. K. J. N. (2022). Nasi goreng: food and wine pairing: Fried rice: food and wine pairing. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(5), 1189–1204.
- Febriyanti, B., Pratiwi, D., & Prayogo, A. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri Konsumen: Budaya, Karakteristik Individu dan Motivasi Diri (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(3), 267–277.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Fitriana, Y. A. N., Sigit, N. H., Alfiyati, S., Mufidah, A. N., & Furayda, N. (2021). Analisis Produk Dan Inovasi Pangan: Bumbu Racik Nasi Goreng Kedelai Hitam (Buked Hitam). *Sainteks*, 17(2), 171–184.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2), 177–181.
- Nurfitriani, A. I., Karim, A. A., Hartati, D., & Pratiwi, W. D. (2022). Dokumentasi Sosial dalam Kumpulan Cerita Pendek# ProsaDiRumahAja. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(1), 1315–1322.
- Pertiwi, W. H. S., & Weganofa, R. (2015). Pemahaman mahasiswa atas metode penelitian kualitatif: Sebuah refleksi artikel hasil penelitian. *Lingua: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 10(1), 18–23.
- Putri, S., Sudiarti, S., & Harahap, R. D. (2023). Analisis Pemberdayaan UMKM Melalui Filantropi Zakat Dalam Mewujudkan SDGs (Sustainable Development Goals). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3058–3069.
- Sa'adah, L. (2018). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian dengan electronic word of mouth (EWOM) sebagai variabel intervening pada cake asix (A6) Malang. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Soendari, T. (2012). Pengujian keabsahan data penelitian kualitatif. Bandung: Jurusan PLB Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.
- Toton, T., & Rauh, I. W. (2014). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Nasi Goreng pada Nasi Goreng Rico di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 87–111.
- Wahyuni, F. D., & Sari, S. N. (2021). Analisis Penerapan Sistem E-Commerce Pada Umkm (Studi Kasus: Warung Nasi Goreng Mas No Di Jalan Apron Jakarta Pusat). *Jambis: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(3), 155–168.

Setiap penulisan nama, tahun, judul artikel dan seterusnya diakhiri dengan titik(.) sebelum dilanjutkan kata berikutnya. Khusus penulisan volume (nomor) jurnal diberi tanda titik dua (:) tanpa jarak spasi. Contoh-contoh penulisan dapat dilihat pada penjelasan setiap jenis pustaka yang layak dirujuk.

Berikut berbagai contoh penulisan daftar pustaka menggunakan aplikasi Mendeley dengan format American Psychological Association (APA) 6th Edition :

BUKU

Bastian, I. (2001). *Akuntansi Sektor Publik Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.

Djafar Saidi, M. (2007). *Pembaruan hukum pajak*. Jakarta: Rajawali Press.

Hardi. (2003). *Pemeriksaan pajak*. Jakarta: Kharisman.

Mansyuri, R. (2003). *Kebijakan perpajakan*. Jakarta: Yayasan Pendidikan dan Pengkajian Perpajakan.

Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, B., & Wright, P. (2017). *Human Resource Management : Gaining A Competitive Advantage, Tenth Edition* (10th ed.). New York: Mc Graw-Hill Education.

JURNAL (dicantumkan sumber http://)

Baxter, J., Chua, W. F., Elharidy, A. M., Nicholson, B., Scapens, R. W., & Gurd, B. (2008). Qualitative Research in Accounting & Management"Remaining consistent with method? An analysis of grounded theory research in accounting. *Qualitative Research in Accounting & Management Qualitative Research in Accounting & Management*, 5(7), 101–121. <https://doi.org/10.1108/11766090810888917>

Freyenberger, S., Levins, R., Norman, D., & Rumsey, D. (2001). Beyond profitability: Using economic indicators to measure farm sustainability. *American Journal of Alternative Agriculture*, 16(1), 31–34. <https://doi.org/DOI 10.1017/S0889189300008845>

Geoffrey Scott, D. A. R. C. M. (2013). Sustainability Accounting, Management and Policy Journal. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 4(3), 264–284. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-09-2013-0037>

Mawutor, J. K. M. (2014). Working Capital Management and Profitability of Firms : A Study of Listed Manufacturing Firms in Ghana. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(22), 122–134. Retrieved from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2573319

Mining, D., & Detection, F. (2013). Big Data and Specific Analysis Methods for Insurance Fraud Detection. *Database Systems Journal*, 4(4), 30–39. Retrieved from http://dbjournal.ro/archive/14/14_4.pdf

UNDANG-UNDANG

Indonesia (2004). Keputusan MENPAN Nomor 63 Tahun 2004 Tentang Hakikat Pelayanan Publik. Jakarta: Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara.

Indonesia (2003). Keputusan Menteri Keuangan Nomor 85/KMK.03/2003 Tentang Tim Modernisasi Jangka menengah. Jakarta: Menteri Keuangan.

Indonesia (2007). Keputusan Menteri Keuangan No.199/PMK.03/2007 Tentang Tata Cara Pemeriksaan Pajak. Jakarta: Menteri Keuangan.