

Analysis of Product Innovation and Market Development Strategy in Increasing Sawo Sukatali Business Income

Delia Veronica Destiani¹, Dewy Hernawati², Meilan Nurul Fauziah³, Sarah Siti Nurazizah⁴, Susan Haeliahwati⁵

Universitas April Sumedang. Program Studi Manajemen

Veronicadelia18@gmail.com, dewyher235@gmail.com, meylanurulfauziah@gmail.com, sarahhnurazizah3@gmail.com, haeliahwatisusan@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Jul 12, 2024

Revised Augs 10, 2024

Accepted Sept 2, 2024

Keywords:

Product Innovation, Market Development Strategy, Increasing Revenue

ABSTRACT

This study aims to identify product innovation and market development strategies for processed sapodilla fruit to increase business income. This study uses a qualitative method. The data collection technique in this qualitative research method uses direct interview activities by coming to the research location, then observation to obtain clear information, and documentation is carried out. The results of the study indicate that product innovation and market development strategies play an important role in increasing sapodilla business income. The main challenges include limited storage capacity, price fluctuations, and competition with imported products. Solutions include processed innovation, attractive packaging, effective promotion, distribution expansion, and processing research.



Copyright © 2022 SINTESA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Delia Veronica destiani
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Sebelas April,
Jalan Angkrek Situ No. 19, Kelurahan Situ, Kecamatan Sumedang Utara, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat
Email: Veronicadelia18@gmail.com

1. INTRODUCTION

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk serta pasar guna meningkatkan pendapatan. Salah satu komoditas yang memiliki potensi besar di pasar adalah sawo. Sawo adalah tumbuhan tropis yang mudah beradaptasi dan mudah dibudidayakan di banyak negara, termasuk Indonesia. Sawo memiliki peluang untuk diekspor ke pasar internasional karena rasanya yang manis dan teksturnya yang lembut. Pengembangan bisnis sawo masih menghadapi sejumlah masalah, seperti fluktuasi harga, kurangnya inovasi produk, dan kurangnya strategi pemasaran yang baik. Di Desa Sukatali, Kecamatan Situraja, Kabupaten Sumedang, buah sawo dianggap sebagai produk unggulan yang memiliki nilai ekonomi tinggi bagi masyarakat setempat. Buah sawo yang dihasilkan oleh petani tidak hanya dikonsumsi sendiri, tetapi juga dijadikan sumber pendapatan utama yang dijual di pasar setempat. Nilai tambah buah sawo belum digarap secara maksimal, sehingga pendapatan petani dan masyarakat desa sangat dipengaruhi oleh fluktuasi harga pasar dan ketersediaan buah sawo yang musiman.

Di sisi lain, meningkatnya tren konsumsi produk olahan dan kesadaran akan manfaat buah-buahan lokal membuka peluang besar bagi usaha sawo untuk berinovasi. Teknologi juga dapat dimanfaatkan untuk

meningkatkan kualitas produk dan efisiensi pengolahan. Sementara itu, strategi pemasaran modern, seperti pemanfaatan platform digital, dapat membantu menjangkau konsumen yang lebih luas. Penting bagi usaha sawo untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang ini melalui inovasi produk, pengemasan yang menarik, dan diversifikasi saluran pemasaran. Dengan demikian, usaha sawo dapat lebih kompetitif, meningkatkan daya tarik di pasar, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan.

Menurut Kotler dan Keller (2016, hlm. 454), inovasi produk merupakan hasil dari serangkaian proses yang saling berinteraksi dan memengaruhi satu sama lain, sehingga menciptakan produk baru atau kombinasi kreatif dari produk yang sudah ada. Dalam konteks usaha sawo, inovasi dapat dilakukan melalui pengolahan sawo menjadi produk olahan seperti membuat sirup, bolu, dan keripik dari buah sawo, yang dapat meningkatkan nilai tambah dan memperluas pasar.

Selain inovasi produk, pengembangan pasar juga menjadi aspek penting dalam meningkatkan pendapatan usaha. Pengembangan pasar adalah salah satu bagian dari kemungkinan pertumbuhan intensif, yaitu pertumbuhan yang dilakukan tanpa mengubah strategi pemasaran perusahaan. Usaha sawo meskipun memiliki potensi yang besar sebagai komoditas lokal, sering kali menghadapi tantangan dalam pengembangan pasar. Sebagian besar usaha sawo bergantung pada penjualan buah segar dengan waktu yang terbatas pada musim panen, yang menyebabkan fluktuasi harga dan ketersediaan pasokan. Selain itu, faktor keterbatasan daya simpan buah sawo segar membuatnya sulit untuk dijangkau oleh konsumen di luar musim. Hal ini mengarah pada kebutuhan untuk mencari cara yang lebih efektif dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya jual produk sawo, baik dalam bentuk segar maupun olahan.

Pengembangan pasar untuk usaha sawo sangat penting agar usaha ini dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan diversifikasi produk, mengolah buah sawo menjadi berbagai produk turunan seperti keripik yang memiliki masa simpan lebih lama. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif, seperti pemanfaatan teknologi dan platform digital, membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar online yang semakin berkembang. Pemasaran melalui platform seperti WhatsApp dan Shopee juga memungkinkan produk sawo untuk dikenal lebih banyak konsumen di luar daerah asal. Selain itu, kerja sama dengan pengepul, pedagang asongan, atau distributor lokal dapat membantu memperluas jaringan distribusi dan memasarkan produk sawo ke pasar-pasar yang lebih besar, seperti pasar induk, kios, dan supermarket. Pengelolaan yang lebih baik dalam hal distribusi, pengolahan, dan promosi akan mendukung pertumbuhan usaha sawo secara berkelanjutan dan mengurangi ketergantungan pada faktor musiman.

Meskipun potensi usaha sawo cukup besar. Beberapa kendala yang sering dihadapi pelaku usaha dalam menghadapi tantangan dalam menerapkan inovasi dan pengembangan pasar yaitu kurangnya pengetahuan tentang teknik pemasaran yang efektif, keterbatasan sumber daya, serta rendahnya kesadaran konsumen terhadap manfaat sawo.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana inovasi produk dan pengembangan pasar dapat berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan usaha sawo? 2) Bagaimana strategi pengembangan pasar yang efektif untuk memperluas pangsa pasar produk sawo? 3) Bagaimana tantangan yang dihadapi pelaku usaha sawo dalam melakukan inovasi produk dan pengembangan pasar?

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi inovasi produk dan strategi pengembangan pasar olahan buah sawo guna meningkatkan dan pendapatan usaha.

1. Inovasi Produk

Menurut Lukas dan Ferrell (2000), inovasi produk adalah proses dan penerapan teknologi baru ke dalam suatu produk sehingga produk tersebut memiliki nilai guna yang lebih tinggi. Hal ini dianggap sebagai peningkatan fungsional yang dapat membawa produk lebih unggul dibandingkan dengan produk pesaing. Sutomo (2012) menjelaskan bahwa inovasi produk adalah hasil dari pengembangan atau penggunaan keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau menyempurnakan produk (baik barang maupun jasa), proses, atau sistem baru yang memiliki nilai tambah signifikan. Haryanti dan Nursusila (2016) menambahkan bahwa inovasi produk melibatkan penerapan inovasi di seluruh aspek operasional perusahaan, yang mencakup penciptaan dan pemasaran produk baru, termasuk inovasi dalam fungsi atau kegunaan produk tersebut.

2. Strategi Pengembangan Pasar

Menurut Philip Kotler strategi pengembangan pasar adalah upaya untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar dengan cara memperluas ke pasar baru atau mengembangkan produk baru. Menurut Michael Porter, strategi pengembangan pasar adalah salah satu dari tiga pendekatan kompetitif (bersama dengan strategi diferensiasi dan strategi biaya rendah) yang fokus pada perluasan pasar. Menurut David Aaker, strategi pengembangan pasar merupakan proses untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pasar baru guna mendorong pertumbuhan perusahaan.

3. Meningkatkan Pendapatan

Peningkatan pendapatan yaitu suatu peristiwa di mana benefit yang didapat dari periode sebelumnya mampu melebihi yang telah diperoleh, dengan berbagai suatu strategi pada produk yang akan dijual. Selain itu peningkatan pendapatan juga erat kaitannya dengan inovasi produk, karena dengan ide atau kreativitas yang ada pada produk yang dijual, apabila mampu menarik perhatian pelanggan atau konsumen maka pendapatan atau benefit akan mengalami peningkatan.

2. METHOD

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sumber data yang didapat pada penelitian ini yaitu berupa data sekunder. Data penelitian didapatkan dari referensi jurnal terdahulu yang berkaitan dengan topik pembahasan pada judul penelitian. Fokus penelitian ini adalah sumber perpustakaan jurnal open access seperti Google Scholar dan Mendeley.

Teknik pengumpulan data pada metode penelitian kualitatif ini menggunakan kegiatan wawancara secara langsung dengan datang ke tempat penelitian, kemudian observasi untuk mendapatkan informasi secara jelas, serta dilakukan dokumentasi sebagai bukti bahwa teknik pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

3. RESULTS AND DISCUSSION

1. Results

Berdasarkan latar belakang, tujuan, dan metode di atas, maka hasil jurnal ini adalah sebagai berikut:

Inovasi produk olahan buah sawo, seperti keripik, dodol, dan sirup, telah dikembangkan untuk memenuhi preferensi konsumen, namun tantangan utama seperti daya simpan yang pendek dan keterbatasan inovasi kemasan masih memerlukan solusi melalui pengembangan teknologi pengawetan, penggunaan bahan pengawet alami, serta pengemasan yang lebih efisien dan menarik.

Pengolahan buah sawo berkualitas tinggi, seperti sawo Sukatali dan sawo kapas, menjadi produk olahan inovatif seperti keripik, dodol, dan sirup dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah dan diversifikasi produk, dengan rancangan percobaan yang melibatkan penggunaan bahan pengawet alami, teknologi pengemasan vakum, dan pengeringan. Hasil percobaan menunjukkan bahwa teknik ini mampu meningkatkan daya simpan produk tanpa mengurangi kualitas rasa dan tekstur, meskipun diperlukan optimasi lebih lanjut pada desain kemasan untuk menarik minat konsumen dan memenuhi preferensi pasar modern.

Percobaan strategi pemasaran buah sawo dapat dilakukan dengan menerapkan pendekatan pemasaran berbasis digital, seperti promosi melalui media sosial dan platform e-commerce, serta pengembangan produk inovatif seperti keripik dan bolu kukus. Selain itu, strategi pemasaran digital melalui media sosial, kolaborasi dengan influencer, dan pengemasan yang kreatif dapat meningkatkan daya tarik produk. Penentuan harga produk inovatif harus mempertimbangkan biaya produksi dan daya beli konsumen, sementara kolaborasi dengan petani lokal dapat memperkuat pasokan bahan baku berkualitas dan menekan biaya operasional. Hasil percobaan menunjukkan bahwa penggunaan strategi pemasaran digital, disertai

pengemasan kreatif dan penetapan harga yang sesuai, berhasil meningkatkan daya tarik konsumen muda dan memperluas pasar. Selain itu, kolaborasi dengan petani lokal untuk memastikan pasokan bahan baku berkualitas mampu menurunkan biaya produksi dan meningkatkan konsistensi pasokan, yang berkontribusi pada kenaikan volume penjualan sebesar 25% selama musim panen.

2. Discussion

Inovasi produk dan pengembangan pasar memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan usaha sawo. Pengolahan sawo menjadi produk seperti keripik, dodol, dan sirup menawarkan variasi yang menarik bagi konsumen, terutama yang kurang menyukai sawo segar. Desain kemasan kreatif dan kolaborasi dengan mahasiswa turut menarik perhatian segmen pasar muda. Dari segi pengembangan pasar, usaha sawo telah memanfaatkan pasar induk, pengiriman rutin, dan platform online untuk memperluas jangkauan, terutama selama musim panen. Meskipun demikian, tantangan seperti daya simpan produk tanpa bahan pengawet dan biaya pengolahan yang tinggi memerlukan solusi melalui riset pengawetan dan pengemasan efisien. Dengan strategi promosi efektif dan fokus pada kualitas, usaha sawo memiliki potensi besar untuk terus berkembang.

Pengembangan pasar produk sawo dapat dilakukan melalui perluasan distribusi ke pasar tradisional dan platform online seperti WhatsApp dan Shopee untuk menjangkau konsumen di luar daerah. Inovasi produk seperti keripik, dodol, dan sirup menjadi kunci utama dalam menarik minat konsumen muda, dengan peningkatan kualitas dan kemasan yang lebih menarik. Strategi promosi, seperti diskon atau bundling saat panen raya, dapat membantu menstabilkan permintaan di tengah fluktuasi harga. Selain itu, kerja sama dengan pihak lain, seperti mahasiswa untuk riset pengolahan, dan eksplorasi pasar baru, seperti sektor kosmetik atau kesehatan, dapat memperluas potensi pasar. Tantangan daya simpan produk tanpa bahan pengawet memerlukan riset pengawetan yang lebih baik, sementara pengawasan terhadap tren pasar menjadi penting untuk menjaga relevansi produk. Kombinasi inovasi produk, promosi intensif, dan distribusi digital menjadi strategi utama dalam meningkatkan daya saing produk sawo.

Tantangan utama dalam inovasi produk dan pengembangan pasar sawo adalah keterbatasan daya simpan produk olahan seperti keripik, dodol, dan sirup, yang hanya bertahan hingga sebulan tanpa bahan pengawet. Selain itu, fluktuasi harga akibat ketergantungan pada musim panen memengaruhi pendapatan pelaku usaha. Inovasi kemasan dan pengembangan varian produk kreatif diharapkan menarik minat konsumen, terutama segmen muda, meskipun biaya pengolahan yang tinggi menjadi kendala. Distribusi melalui pasar lokal, pengepul, dan platform online seperti WhatsApp dan Shopee sudah dilakukan, namun masih menghadapi persaingan dari produk impor. Oleh karena itu, diperlukan strategi untuk meningkatkan daya simpan, menekan biaya, dan memperluas pasar melalui inovasi dan kemitraan yang efektif.

4. CONCLUSION

Inovasi produk dan strategi pengembangan pasar berperan penting dalam meningkatkan pendapatan usaha sawo. Tantangan utama meliputi keterbatasan daya simpan, fluktuasi harga, dan persaingan dengan produk impor. Solusi meliputi inovasi olahan, kemasan menarik, promosi efektif, perluasan distribusi, dan riset pengolahan. Kombinasi strategi ini dapat mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing produk di pasar.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penyusun mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yaitu dosen pengampu karena telah membimbing dan telah ikut berperan dalam penyusunan jurnal ini serta tidak lupa bersyukur. Penyusun ucapkan kepada yang Maha Esa karena telah memberikan kesehatan, kelancaran serta kemudahan dalam penyusunan jurnal ini.

REFERENCES

- Admin. (2022). Inovasi Produk (Aspek, Jenis, Indikator, dan Penyebab). *Kajian Pustaka.com* (06). Diakses pada 16 Desember 2024 dari https://www.kajianpustaka.com/2022/06/inovasi-produk.html#google_vignette
- Alifah, F. A. (2024). Strategi Pengembangan Pasar, Inovasi Produk dan Keunggulan Kompetitif dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(1), 27-35.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., ... & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67.
- Juniarty, M., & Dillah, U. (2024). Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Lasehan La Bagus. *LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren*, 2(1), 01-05.
- MM, H. S. I. I. (2024). *Manajemen pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- Rusilowati, U., & Atmaja, F. J. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Produk Sangdo Agriculture. *Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 1(1), 65-76.
- Salma (2023). Purposive Sampling: Pengertian, Jenis-Jenis, dan Contoh yang Bik dan benar. Penerbit deep publish. Diakses pada 25 Desember 2024 dari <https://penerbitdeepublish.com/purposive-sampling/>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: ALFABETA.
- Tanuwijaya, W., Tandrayuwana, S., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Minuman Kopi Melalui Motivasi Sebagai Variabel Moderasi Generasi Z Di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(1), 50-58.
- Yanuar, N. D., & Harti, H. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Penjualan Pada Home Industri Olahan Ikan Di Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 51-60.