

PENGARUH MANAJEMEN STRATEGIK TERHADAP KEBERHASILAN INOVASI PRODUK ICE CREAM MOMOYO (Studi pada Ice Cream Momoyo di daerah Sukarame, Kota Bandar Lampung)

Desma Ratna sari¹, Nabila Ayu Lestari², Tria Ayu Septiana³, Vicky Sanjaya⁴

Fakultas Ekonomi Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah

nabilalestari@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh manajemen strategik terhadap keberhasilan inovasi produk ICE CREAM MOMOYO dari perspektif kualitatif. Dengan menggunakan metode wawancara dan observasi, penelitian ini melibatkan konsumen untuk mengumpulkan data mengenai praktik manajemen strategik yang diterapkan di ice cream Momoyo serta dampaknya terhadap inovasi produk. Dengan menggunakan metode kualitatif dapat dengan mudah melakukan survei secara langsung kepada konsumen. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi perusahaan lain dalam mengembangkan inovasi produk melalui pendekatan manajeral yang efektif, dan Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap produk baru ice cream momoyo dan bagaimana cara startegik manajemen yg dilakukan terhadap minat beli konsumen dalam produk baru yang ada di ice cream momoyo yang berada di di jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung.

Kata Kunci : Inovasi, Kualitatif, Produk baru, dan Strategik

PENDAHULUAN

Di era kemajuan yang serba cepat saat ini, Ice Cream Momoyo menjadi semakin relevan, di karnakan Ice Cream Momoyo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan ice Cream dengan berkualitas tinggi dan berbagai macam warna yang menarik bagi semua kalangan. Dalam upaya untuk tumbuh dan berkembang di pasar yang kompetitif, Ice Cream Momoyo menekankan perlunya memiliki sistem pertanggungjawaban yang baik. Akutansi pertanggungjawaban menjaga keuangan

dan keputusan pengembalian yang tepat. (Safitri Laila,2024)

Dalam proses penentuan keputusan pembelian maka konsumen akan memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhinya. Diantaranya adalah menambah inovasi baru dalam Ice Cream Momoyo seperti momoyo ember (Momoyo Jumbo 1liter), Minat beli konsumen terhadap inovasi Ice Cream Momoyo Ember seperti kualitas produk yang lebih besar dari Ice Cream Momoyo yang dulu, harga yang lebih terjangkau, keunikan bentuk dalam Ice cream momoyo ember,

dan konsumen semakin mencari pengalaman yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memberikan kepuasan estetika dan emosional, oleh karena itu para pelaku pembisnis dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menarik minat konsumen.

Inovasi produk adalah proses menciptakan atau meningkatkan produk baru atau layanan yang ada untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah ubah, inovasi dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai kualitas produk. Tujuan dalam inovasi untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi dapat di terima oleh konsumen atau dapat di gunakan sebagai keberhasilan dalam menunjukan kualitas produk. (Suprtono)

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui minat beli konsumen terhadap produk baru Ice cream momoyo dan bagaimana cara strategi manajemen yg di lakukan terhadap minat beli konsumen dalam produk baru yang ada di Ice cream momoyo yang di sebut (momoyo ember)

KAJIAN PUSTAKA

Inovasi produk merupakan aktivitas yang dikerjakan untuk memperbaiki, meningkatkan, atau mengembangkan kualitas suatu produk. Inovasi tidak hanya terbatas pada perkembangan produk atau jasa baru, inovasi

juga termasuk pada pemikiran bisnis baru. Menurut Thompson dalam Hurley dan Hult memberikan definisi bahwa inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru.

Inovasi produk menjadi semakin penting dan diakui keberadaannya sebagai satu strategi dalam merespon persaingan bisnis yang makin kompetitif dan memiliki pengaruh besar terhadap kinerja dan daya saing perusahaan. Melalui inovasi produk, para pengambil keputusan dapat memberikan keputusan untuk mengatasi permasalahan bisnis dan tantangan bisnis yang muncul dan memberikan dasar yang kuat untuk menjaga kelangsungan hidup dan mencapai kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang.

manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakanmanajerial yang menentukan kinerja perusahaan (madrasah) dalam jangka panjang, yang berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan dan sistem akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem teknologi informasi untukmencapai keberhasilan lembaga atau organisasi. Menurut Sagala (2011:129) menjelaskan bahwa manajemen strategi merupakan “suatu pendekatan yang sistematis bagi suatu tanggungjawab manajemen, mengkondisikan organisasi keposisi yang dipastikan mencapai tujuan dengan cara yang akan meyakinkan keberhasilanyang berkelanjutan dan membuat perusahaan (madrasah) menjamin atau mengamankan

format yang mengejutkan”. Lebih lanjut Ibrahim dan Arghyed dalam Arsyad, (2003, h.26) mengemukakan definisi manajemen strategi sebagai berikut: “Strategic Management is the systematic and continuous process of selecting, implementing, and evaluating strategic choices. These decisions must be congruent with the organization’s mission, objective, and internal and external capabilities, for they will set the tone for the entire organization. (Manajemen strategi merupakan suatu proses yang sistematis dan berkelanjutan dalam memilih, implementasi, dan mengevaluasi pilihan strategi. Keputusan tersebut harus kongruen dengan misi, tujuan, kemampuan internal dan eksternal organisasi, sebab hal itu akan mengatur seluruh organisasi)”.

Manajemen strategic dapat dipahami sebagai proses pengintegrasian antara perumusan/perencanaan, implementasi/menerapkan, dan mengevaluasi yang bermuara pada pembuatan keputusan organisasi yang memberikan dampak pada keunggulan organisasi. Pemimpin organisasi menetapkan dan mengawasi keputusan yang diambil untuk dapat mencapai tujuan.

Dalam menghadapi pertumbuhan usaha yang semakin kompleks, Ice Cream Momoyo membutuhkan sistem pertanggung jawaban yang terstruktur untuk memantau penggunaan sumber daya dan mendukung pengambilan keputusan strategis. Akuntansi pertanggung jawaban bisa membantu Ice cream momoyo meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan akuntabilitas, serta mempermudah pengambilan

keputusan. Ini akan membantu Ice cream momoyo menghadapi tantangan seperti persaingan yang ketat dan fluktuasi harga bahan baku, dalam mempertahankan kualitas produk. Dengan digitalisasi, seperti Ice cream momoyo dapat memanfaatkan kemudahan bertransaksi untuk memperluas jangkauan pasar dengan biaya minimal, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena Ice Cream Momoyo dapat mengeluarkan produk baru yang lebih relevan bagi para konsumen.

Kelayakan bisnis Momoyo Ice Cream menunjukkan bahwa bisnis tersebut mempunyai potensi yang besar berkat inovasi produk yang unggul, tim yang berpengalaman dan akses terhadap sumber daya lokal. Namun, Ice cream momoyo juga menghadapi tantangan seperti ketatnya persaingan di pasar minuman modern Indonesia dan kebutuhan untuk memperkuat pengenalan merek di kalangan konsumen. Sementara itu, peluang pertumbuhan pasar terus berkembang, serta terdapat tren kuliner dan media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan popularitas produk. Penting juga untuk mewaspadai ancaman yang ditimbulkan oleh munculnya pesaing baru dan perubahan tren konsumen yang cepat. Untuk meningkatkan pemasaran, dapat menerapkan strategi yang mencakup segmentasi pasar yang lebih spesifik, seperti: Sasarannya adalah anak muda, keluarga, atau pecinta ice cream momoyo perlu membangun citra merek yang unik seperti “Ice Cream inovatif dengan rasa yang unik” dan mengembangkan bauran pemasaran yang

mencakup inovasi rasa, kualitas produk yang konsisten, dan harga yang kompetitif Selain itu, dapat menjangkau target pasar yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif membantu ketersediaan diskripsi yang kaya atas fenomena. Kualitatif mendorong pemahaman atas substansi dari suatu peristiwa. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya untuk memenuhi keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran/penjelasan, tetapi juga membantu untuk mendapatkan penjelasan yang lebih dalam (Sofaer, 1999).

Dengan menggunakan metode kualitatif kita dapat dengan mudah melakukan survei secara langsung terhadap produk baru Ice cream momoyo dan data dapat di kumpulkan untuk mengetahui apakah pelanggan ice cream momoyo menyukai inovasi terhadap produk baru yang ada di Ice Cream momoyo di jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian, Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara terhadap konsumen yang membeli produk baru yang ada di Ice cream momoyo yang berada di jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, yang meliputi observasi, wawancara, dan perencanaan, Observasi dan dokumentasi dilakukan oleh peneliti sendiri, sedangkan wawancara dilakukan dengan konsumen yang ada di tempat Ice cream momoyo yang ada di

jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung.

Setiap data yang diperoleh dalam penelitian ini saling mendukung satu sama lain. Dari beberapa metode pengumpulan data yang dilakukan, data observasi merupakan data pokok karena menjadi bagian utama dari analisis data. Sedangkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi menjadi data pendukung untuk memperkuat data pokok.

Pengaruh manajemen startegik terhadap inovasi produk Manajemen strategik yang efektif memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan inovasi produk baru di Ice Cream Momoyo. Melalui perencanaan yang matang dan analisis pasar yang mendalam, perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan tren pasar yang berkembang. Hal ini memungkinkan Ice Cream Momoyo untuk mengembangkan produk yang relevan dan memiliki daya tarik tinggi.

Keberhasilan inovasi Respon konsumen inovasi yang dilakukan terbukti menarik perhatian konsumen, yang terlihat dari peningkatan penjualan pada ice cream momoyo, dengan adanya inovasi baru ice cream momoyo berhasil memperkuat posisi nya di pasar ice cream dengan menjadi pilihan utama bagi konsumen yang mencari inovasi baru. Tantangan yang dihadapi yaitu dengan adanya persaingan ketat, banyaknya pesaing yang menawarkan produk serupa, kepuasan pelanggan memastikan bahwa hasil inovasi tersebut dapat memenuhi ekspektasi pelanggan

Adapun hasil yang di peroleh dalam wawancara di Ice Cream Momoyo yang ada jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung

1. Wawancara

Dari hasil wawancara produk inovasi yang diluncurkan oleh ice cream momoyo seperti ice cream dalam kemasan baru mendapatkan respon positif bagi konsumen Meskipun ada keberhasilan dan Adapun tantangan seperti Banyak nya Produk icr cream yang serupa bahwa konsumen sangat menyukai inovasi produk baru yang ada di Ice Cream Momoyo.

2. Observasi

Observasi pada hari Minggu 15 Agustus 2024 pada pukul 12:00 WIB di Ice Cream Momoyo di jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung. Ice Cream Momoyo adalah produk Ice Cream yang dikenal dengan berbagai inovasi dan kemasan yang menarik. Produk ini diminati oleh berbagai segmen pasar termasuk anak - anak dan orang dewasa. Rasa baru yang sering diluncurkan menjadikan menarik untuk konsumen Banyak konsumen yang menunjukan ketertarikannya terhadap inovasi produk baru, konsumen yang telah mencoba produk baru cenderung menjadi pelanggan tetap. Observasi terhadap Ice Cream Momoyo menunjukan bahwa memiliki hal positif termasuk inovasi dan pemasaran produk yang efektif Dengan tren pasar Ice Cream Momoyo dapat

mempertahankan dan meningkatkan posisi nya di pasar.

Demikian penelitian yang di lakukan terhadap Ice Cream Momoyo yang terletak di di jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung. Dengan kesimpulan bahwa inovasi baru dari ice cream momoyo memberikan dampak naik nya penjualan ice cream yang sudah ada

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Manajemen strategi mempunyai pengaruh yang penting terhadap keberhasilan inovasi produk Ice cream momoyo keempat pertanya penelitian ini menunjukkan informasi bagaimana responden. Praktik manajemen strategi yang efektif, meliputi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian, terbukti berkontribusi pada peningkatan penjualan, pangsa pasar, dan kepuasan pelanggan. beberapa aspek manajemen strategi, responsivitas terhadap tren pasar, kemampuan adaptasi terhadap perubahan. memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap keberhasilan inovasi produk Ice Cream momoyo Momoyo Ice Cream perlu terus meningkatkan praktik manajemen strategisnya untuk mendukung keberhasilan inovasi produk di masa mendatang. Rekomendasi yang diberikan meliputi peningkatan investasi dalam riset dan pengembangan, pengembangan sistem informasi manajemen yang lebih baik, pelatihan dan pengembangan karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Lubis Rizka Putri, Simanjorang Elida Florentina, Hutagaol Anita Sri (2024), “Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Gen-Z Terhadap Keputusan Pembelian Pada Momoyo Ice Cream Rantau Prapat” *Jurnal Mirai Management*, Vol 9(1)
- Murdani Burhan, Supartono (2023), “Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas”, *Jurnal Ilmiah*, Vol 10(2)
- Robani Muhamad Ikbali, Rijal M Ahsanur, Djuanda Gustian (2024), “Akuntansi Pertanggung Jawaban Terhadap Es Krim Momoyo”, Jawa Tengah: Tahta Media
- Sugiarto Dimas Kevin (2022), “ Pengaruh Motivasi, Inovasi dan Ketrampilan Berwirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha”
- Tarigan Sri Wulandari, Safitri Laila, Tarigas Debora (2024) “Analisis Kelayakan Bisnis dalam Startegi Peningkatan Pemasaran UMKM MOMOYO Ice Cream & Fruit Tea” *Future Academia*, Vol. 2(4)
- Widjajanti Rina, Mariyo (2022), “Penerapan Manajemen Strategi: Implementasi, Resistensi dan Evaluasi Untuk Peningkatan Mutu Pendidikan pada Man 2 Kota Malang”, Vol 8(2)