

Peran Inovasi Produk Dan Jaringan Bisnis Pada Perkembangan Usaha (Studi Pada Pembuatan Acy Family)

Resya Dwi Marselina¹, Riyan Ismayadi², Bagas Syabani Sabrawera³, Ajeng Reni Razmayanti⁴, Yumita Sari Dianti⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Teknologi Digital Bandung

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi

Email : resyadwi@digitechuniversity.ac.id¹, riyan10120909@digitechuniversity.ac.id²,
bagas10120014@digitechuniversity.ac.id³, ajeng10120034@digitechuniversity.ac.id⁴,
yumita10120010@digitechuniversity.ac.id⁵

Korespondensi penulis: resyadwi@digitechuniversity.ac.id

Abstract. *This research was conducted to find out how the role of product innovation and business networks in the development of the Acy Family business. Observation and interviews were the data collection techniques used in this study. The analysis method used is a descriptive qualitative analysis method, namely by collecting, processing and presenting data obtained when conducting research so that complete information is obtained about what is researched. Based on the results of the analysis that has been done, it can be concluded that product innovation and business networks play a very important role in the development of a business. Acy Family uses product innovation and business networks as tools to support its business development. With product innovation and an extensive business network, it will expand the market share of the business so that business income will increase which will have a good impact on the development of a business.*

Keywords: *Product Innovation, Business Network, Business Development*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui bagaimana peran inovasi produk dan jaringan bisnis pada perkembangan usaha Acy Family. Observasi dan wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini. Adapun metode analisis yang digunakan adalah metode analisis kualitatif deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan, mengolah serta menyajikan data yang didapat ketika melakukan penelitian sehingga diperoleh informasi yang lengkap mengenai apa yang diteliti. Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk dan jaringan bisnis berperan sangat penting dalam perkembangan suatu usaha. Acy Family menggunakan inovasi produk dan jaringan bisnis sebagai alat pembantu perkembangan usahanya. Dengan inovasi produk dan jaringan bisnis yang luas akan memperluas pangsa pasar dari usaha tersebut dengan begitu pendapatan usaha akan meningkat yang akan berdampak baik bagi perkembangan suatu usaha.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Jaringan Bisnis, Perkembangan Usaha

PENDAHULUAN

Usaha makanan adalah salah satu usaha yang banyak diminati di Indonesia. Perkembangan usaha makanan berkembang cukup pesat khususnya pada awal pandemi Covid-19 sampai sekarang. Hal itu disebabkan karena banyak para pekerja yang dirumahkan lalu mencari penghasilan tambahan dengan cara membuat produk makanan yang dipasarkan melalui media sosial (Dipta, 2002). Acy Family adalah salah satu usaha yang muncul di Kota Bandung. Usaha ini menawarkan produk olahan makanan yang berasal dari aci atau tepung tapioka. Munculnya banyak usaha makanan yang serupa akan membuat persaingan usaha semakin ketat. Dengan begitu para pelaku usaha harus memiliki strategi-strategi untuk membuat produknya mampu bersaing dengan produk kompetitornya di pasar.

Received Desember 10, 2023; Accepted Januari 11, 2024; Published Maret 31, 2024

* Resya Dwi Marselina resyadwi@digitechuniversity.ac.id

Inovasi berperan sangat penting bagi suatu usaha, karena konsumen memiliki kebutuhan serta permintaan yang berubah-ubah dalam membeli suatu produk. Oleh karena itu, diperlukan inovasi yang akan membuat pembeda antara produk satu dengan yang lainnya. Hal tersebut berguna agar produk dapat terus bersaing dipasar (Alhidayat, 2022).

Selain inovasi produk, hal lain yang menjadi pendorong kebethasilan usaha adalah jaringan bisnis. Jaringan bisnis merupakan kerjasama usaha atau hubungan-hubungan dengan pihak ketiga yang diperlukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menjalankan usahanya secara efektif dan efisien, sehingga suatu usaha dapat mencapai keuntungan dan perkembangan usaha yang diharapkan (Irawan, 2020).

Berdasarkan berbagai penjelasan tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa inovasi produk yang dilakukan oleh Acy Family, bagaimana strategi Acy Family dalam membangun jaringan bisnisnya serta apa peran inovasi produk dan jaringan bisnis pada perkembangan usaha Acy Family.

KAJIAN TEORITIS

Jaringan Bisnis

Dikutip dari (Suherman, 2011), jaringan bisnis adalah salah satu hal yang sangat penting dalam mengembangkan bisnis karena dengan membentuk jaringan bisnis, suatu informasi dapat cepat menyebar. Dengan cepatnya aliran informasi, maka aspek-aspek lain dari perusahaan akan cepat pula meluas. Dari kondisi seperti itu suatu bisnis akan mudah dikembangkan.

Dengan memiliki jaringan bisnis, suatu perusahaan akan mendapatkan hubungan bisnis secara langsung dengan berbagai institusi terkait seperti pemasok, pedagang, pelanggan dan lainnya. Berbagai institusi tersebut yang akan memberikan aliran informasi yang bermanfaat kepada perusahaan, sehingga pada akhirnya kinerja perusahaan dapat ditingkatkan.

Produksi

Menurut (Sukirno, 2002), produksi merupakan aktivitas yang dilakukan manusia dengan tujuan menghasilkan suatu produk baik berupa barang maupun jasa yang kemudian pada akhirnya dapat dimanfaatkan oleh konsumen. Sedangkan (Tri Kunawangsih Pracoyo, 2006), mendefinisikan produksi sebagai suatu proses atau aktivitas mengubah kombinasi berbagai *input* menjadi *output*.

Produksi adalah siklus kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk menghasilkan barang atau jasa tertentu dengan memanfaatkan berbagai aspek-aspek produksi dalam jangka waktu tertentu. (Fadilah, 2007).

Maka dari ketiga pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa produksi adalah suatu aktivitas yang dilakukan manusia untuk mengubah input yang diproses guna menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh konsumen.

Pemasaran

Dikutip dari (Kurniawan, 2020), berikut ini adalah beberapa pengertian pemasaran menurut para ahli.

1. Philip Kotler

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah sebuah kegiatan yang dilakukan manusia dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan melalui proses pertukaran.

2. Philip & Duncan

Menurut Philip & Duncan, pemasaran adalah suatu aktivitas yang terdiri dari semua langkah yang digunakan untuk menempatkan barang yang dibeli dan dijual kepada pembeli atau konsumen.

3. W. Y. Stanton

Menurut W.Y. Stanton, pemasaran mencakup keseluruhan sistem yang berhubungan dengan tujuan perencanaan dan penetapan harga untuk mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan pembeli aktual dan potensial.

Dari ketiga pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah sebuah strategi bisnis perusahaan yang mengacu pada aktivitas yang dilakukan untuk mempromosikan penjualan suatu produk kepada konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen.

Keuangan

Dikutip dari (Rosyida, 2021), manajemen keuangan adalah praktik pembuatan rencana bisnis yang kemudian dipastikan pelaksanaannya untuk setiap departemen. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, perusahaan akan memiliki akses terhadap data untuk menciptakan visi, mengambil keputusan investasi dan mendapatkan wawasan tentang dana investasi, mengontrol *likuiditas*, *profitabilitas*, uang tunai, dan banyak lagi. Jika berbagai aspek keuangan ini berhasil diintegrasikan, maka perusahaan dapat mencapai *visibilitas finansial* dalam memfasilitasi aktivitas perusahaan.

Inovasi Produk

Dikutip dari (Fauziah, 2022), istilah inovasi produk mengacu pada upaya yang harus dilakukan pelaku usaha untuk menciptakan, meningkatkan, mengembangkan, dan menyempurnakan produk. Namun secara umum, produk yang dikembangkan tidak hanya

berupa komoditas saja, namun juga makanan, minuman, produk pertanian, dan peternakan yang inovatif dan mampu meningkatkan pelayanan. Inovasi produk dapat berasal dari kombinasi masukan pelanggan, masukan yang ada, penemuan baru, dan banyak lagi. Proses inovasi ini memerlukan pengembangan dan perbaikan terus menerus hingga produk jadi. Hal ini dapat dicapai melalui ilmu pengetahuan dan teknologi.

Dapat dikatakan bahwa inovasi produk adalah suatu upaya pengembangan suatu produk dengan tujuan menyempurnakan produk agar dapat lebih menarik bagi calon konsumen. Inovasi produk dapat dilakukan dengan penciptaan produk baru atau penyempurnaan produk lama yang diubah berdasarkan kebutuhan konsumen atau trend yang sedang ada.

Perkembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah berbagai perbaikan yang dilakukan untuk memperbaiki kinerja pekerjaan saat ini atau masa depan dengan cara memberikan informasi yang nantinya akan mempengaruhi sikap atau meningkatkan keterampilan (Hafsah, 2015).

Dikutip dari (Manis, 2022), pengembangan bisnis adalah tanggung jawab pengusaha dan memerlukan perspektif, dukungan, dan kreativitas yang maju. Secara umum, ketika pengusaha mengembangkan usahanya sendiri, mereka harus bisa melihat peluang yang tidak bisa dilihat oleh orang lain, dan mereka tidak boleh bisa memanfaatkan peluang untuk memulai dan menjalankan usahanya sendiri dengan baik.

Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa dengan melakukan pengembangan usaha maka seorang pelaku usaha akan mengerahkan seluruh pikiran dan juga tenaga untuk bisa memperbaiki kinerja mereka dengan cara melakukan perluasan dan meningkatkan mutu dan jumlah produksi.

METODE PENELITIAN

Kualitatif deskriptif menjadi pilihan metode dalam melakukan penelitian ini. Pendekatan kualitatif tersebut merupakan pendekatan yang memakai data berupa teks, fenomena maupun informasi terkait penelitian yang dapat diamati. Sedangkan analisis deskriptif merupakan informasi yang didapat dari hasil penelitian yang telah dilakukan yang disajikan dalam bentuk gambaran kenyataan yang ada selama penelitian. Adapun metode analisis yang digunakan adalah metode analisis kualitatif deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan, mengolah serta menyajikan data yang didapat ketika melakukan penelitian sehingga diperoleh informasi yang lengkap mengenai apa yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Acy Family merupakan sebuah *brand* makanan yang menawarkan berbagai produk olahan aci atau tepung tapioka. Brand ini dibentuk di Bandung pada tahun 2023 oleh empat orang mahasiswa kelas C2 (Ajeng, Bagas, Riyan dan Yumita) program studi Manajemen Universitas Teknologi Digital dan dibimbing oleh Ibu Resya Dwi Marselina, S.E., M.M. selaku dosen pengampu mata kuliah jaringan bisnis. Acy Family menjual produknya dalam bentuk *frozen food* agar konsumen dapat menikmatinya kapan saja dan produk dapat bertahan ketika proses pengiriman kepada konsumen. Acy Family menggunakan sistem PO (*pre-order*) dalam menjual produknya ke konsumen dengan menggunakan media sosial sebagai sistem pemesanannya. Untuk saat ini Acy Family akan beroperasi di wilayah Bandung dan sekitarnya, sedangkan untuk konsumen diluar Bandung akan dilayani melalui *e-commerce* (Shopee) jika jumlah pembelian sesuai dengan yang telah ditentukan.



Gambar 1 Logo Acy Family

Berikut adalah produk-produk dari Acy Family.

1. Cibrus (Aci Rebus)
2. Cireng isi
3. Cilok Crispy
4. Cimol Rujak
5. Paket Acy Family (Cireng Isi, Cibrus, Cilok, Cilok Crispy)

Jaringan Bisnis

Jaringan bisnis yang menjadi target Acy Family yaitu memiliki reseller produk diberbagai titik di Jawa Barat, hal ini akan membuat penjualan menjadi terarah dan pihak Acy Family dapat terbantu dalam hal mendistribusikan produknya ke konsumen lewat *reseller* yang tersebar di berbagai titik di Jawa Barat. Melalui reseller juga, pihak Acy Family akan lebih mudah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang berbeda di berbagai daerah yang mana hal

tersebut dapat menjadi masukan untuk inovasi produk ke depan yang dilakukan oleh Acy Family. Selain reseller, jaringan bisnis yang dibentuk Acy Family yaitu *e-commerce*. Shopee adalah *e-commerce* yang digunakan Acy Family. Fungsi dari jaringan bisnis ini yaitu untuk memudahkan distribusi produk kepada konsumen yang berada diluar Jawa Barat. Dengan *e-commerce*, Acy Family berharap akan memperluas pangsa pasarnya ke seluruh daerah di Indonesia.

Produksi

Untuk produk sampai ke tangan konsumen, Acy Family harus melewati berbagai proses produksi. Berikut adalah beberapa proses produksi dari Acy Family.

1. Pencatatan jumlah pesanan PO (pre-order)
2. Pembelian bahan baku
3. Pengolahan bahan baku menjadi adonan
4. Pengolahan adonan menjadi produk jadi
5. Pengolahan bumbu
6. Pengemasan produk jadi
7. Pengemasan bumbu
8. Pengiriman produk

Pemasaran

Sistem pemasaran Acy Family terbagi menjadi dua. Pertama yaitu pemasaran produk berbentuk konten untuk menarik konsumen yang akan menggunakan instagram sebagai media pemasarannya. Kedua yaitu pemasaran melalui aplikasi Whatts App untuk sistem pre-order konsumen yang berada di wilayah bandung dan sekitarnya. Sedangkan untuk konsumen yang berada diluar Bandung akan dilayani melalui *e-commerce* (Shopee) jika pesanan memenuhi jumlah kriteria yang telah ditentukan.

Berikut adalah analisis SWOT dari Acy Family.

1. Strengths (*kekuatan*)

Dari hasil penelitian yang dilakukan, kekuatan Acy Family yaitu pada berbagai produk yang ditawarkan. Aci atau tepung tapioka dibentuk menjadi berbagai produk jadi yang bervariasi bentuk, rasa dan bumbunya. Lalu kekuatan dari Acy Family yaitu dari kemasan yang digunakan. Toples thinwall adalah kemasan yang cocok untuk produk makanan, dapat melindungi dan menjaga kebersihan makanan juga elegan ketika dilihat oleh konsumen. Selain produk dan kemasan, bentuk frozen food juga menjadi kekuatan Acy Family. Konsumen dapat menikmati produk dimana dan kapan saja ketika mereka mau.

2. Weakness (*kelemahan*)

Kelemahan dari Acy Family yaitu konsumen tidak dapat membeli dan mendapatkan produk pada hari itu juga karena sistem penjualan Acy Family yaitu PO (pre-order) jadi konsumen harus lebih sabar ketika membeli produk Acy Family.

3. Opportunity (*peluang*)

Peluang dari Acy Family yaitu meraih pangsa pasar yang lebih luas dengan berbagai inovasi produk yang dilakukan. Acy Family juga berpeluang untuk bersaing dengan beragam produk kompetitor lainnya karena mereka menggunakan media sosial sebagai teknik pemasarannya.

4. Threats (*ancaman*)

Adapun ancaman yang akan diterima Acy Family adalah banyaknya kompetitor lain yang bergerak dibidang yang sama. Oleh karena itu Acy Family harus terus berinovasi agar produknya mampu bersaing dengan berbagai produk kompetitor yang muncul.

Keuangan

Berikut adalah detail dari keuangan produk- produk Acy Family.

1. Cibus (Aci Rebus)

Biaya per pcs produk

Biaya bahan baku + bumbu	= Rp. 2.000
Biaya kemasan	= <u>Rp. 1.000</u> +
Total biaya produksi	= Rp. 3.000
Keuntungan yg akan diambil	= <u>Rp. 2.000</u> +
Harga Jual	= Rp. 5.000

2. Cireng Isi Ayam Suir (Aci Goreng)

Biaya per pcs produk

Biaya bahan baku + bumbu	= Rp. 10.000
Biaya kemasan	= <u>Rp. 2.000</u> +
Total biaya produksi	= Rp. 12.000
Keuntungan yg akan diambil	= <u>Rp. 3.000</u> +
Harga Jual	= Rp. 15.000

3. Cilok Crispy

Biaya per pcs produk

Biaya bahan baku + bumbu	= Rp. 4.000
Biaya kemasan	= <u>Rp. 1.000</u> +
Total biaya produksi	= Rp. 5.000
Keuntungan yg akan diambil	= <u>Rp. 2.000</u> +
Harga Jual	= Rp. 7.000

4. Cimol Rujak

Biaya per pcs produk

Biaya bahan baku + bumbu	= Rp. 4.000
Biaya kemasan	= <u>Rp. 1.000</u> +
Total biaya produksi	= Rp. 5.000
Keuntungan yg akan diambil	= <u>Rp. 2000</u> +
Harga Jual	= Rp. 7.000

5. Paket Acy Family (Cireng Isi, Cibus, Cilok, Cilok Crispy)

Biaya per pcs produk

Biaya bahan baku + bumbu	= Rp. 12.000
Biaya kemasan	= <u>Rp. 3.000</u> +
Total biaya produksi	= Rp. 15.000
Keuntungan yg akan diambil	= <u>Rp. 5.000</u> +
Harga Jual	= Rp. 20.000

Inovasi Produk

Selain jaringan bisnis, inovasi produk merupakan hal yang penting dalam perkembangan suatu usaha. Acy Family adalah salah satu brand yang berinovasi dalam berbagai produk yang ditawarkannya. Banyaknya varian produk, bumbu, dan kemasan yang menarik adalah bagian dari inovasi yang dilakukan oleh Acy Family. Dengan berbagai inovasi produk yang dilakukan, Acy Family dapat memperluas pangsa pasarnya yang jelas akan berdampak pada meningkatnya pendapatan brand ini. Dengan luasnya pasar, Acy Family dapat eksis dan terus bersaing dengan berbagai produk kompetitornya.

Perkembangan Usaha

Dalam mengembangkan usahanya, Acy Family menggunakan inovasi produk dan jaringan bisnis sebagai alat pembantunya. Berbagai inovasi produk dilakukan oleh Acy Family untuk memperluas pangsa pasarnya dengan begitu pendapatan akan meningkat. Selain itu, jaringan bisnis seperti *reseller* dan *e-commerce* juga membantu Acy Family dalam

mengembangkan usahanya. Dengan jaringan bisnis, produk Acy Family akan tersebar diberbagai daerah yang berdampak pada penjualan Acy Family.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan:

1. Acy Family adalah salah satu brand yang berinovasi dalam perkembangan usahanya. Inovasi produk yang ditawarkan Acy Family yaitu menawarkan produk dalam berbagai jenis, menggunakan kemasan produk yang elegan, menggunakan media sosial sebagai teknik pemasarannya.
2. Strategi Acy Family dalam membangun jaringan bisnisnya yaitu dengan cara memiliki reseller produk diberbagai titik di Jawa Barat, hal ini akan membuat penjualan menjadi terarah dan pihak Acy Family dapat terbantu dalam hal mendistribusikan produknya ke konsumen lewat *reseller* yang tersebar di berbagai titik di Jawa Barat. Selain reseller, jaringan bisnis yang dibentuk Acy Family yaitu *e-commerce*. Shopee adalah *e-commerce* yang digunakan Acy Family. Fungsi dari jaringan bisnis ini yaitu untuk memudahkan distribusi produk kepada konsumen yang berada diluar Jawa Barat. Dengan *e-commerce*, Acy Family berharap akan memperluas pangsa pasarnya ke seluruh daerah di Indonesia.
3. Inovasi produk dan jaringan bisnis berperan sangat penting dalam perkembangan suatu usaha. Acy Family menggunakan inovasi produk dan jaringan bisnis sebagai alat pembantu perkembangan usahanya. Dengan inovasi produk dan jaringan bisnis yang luas akan memperluas pangsa pasar dari usaha tersebut dengan begitu pendapatan usaha akan meningkat yang akan berdampak baik bagi perkembangan suatu usaha.

Berikut adalah beberapa rekomendasi dari penulis untuk meningkatkan perkembangan usaha Acy Family.

1. Acy Family harus mampu mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang berbeda di berbagai daerah
2. Dari identifikasi kebutuhan konsumen, Acy Family harus terus melakukan inovasi produk dengan tidak hanya menawarkan 5 produk tapi dapat membuat olahan lain dari bahan yang berbeda (tidak hanya aci atau tepung tapioka)
3. Memperluas jaringan bisnisnya tidak hanya pada satu *e-commerce* (Shopee) saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhidayat, R. (2022). Pengaruh Inovasi dan Jaringan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha. Repository Universitas Jambi.
- Dipta, I. W. (2002). Membangun Jaringan Usaha Bagi Usaha Kecil Menengah. Diambil kembali dari <http://www.smecda.com>
- Fadilah, N. (2017). Aktivitas Produksi Kapitalis Dalam Perspektif Ekonomi Islam . An-Nisbah Jurnal Ekonomi Syariah.
- Faidal. (2007). Kontribusi Jaringan Bisnis (Network) Terhadap Kinerja Industri Kecil Batik di Kabupaten Bangkalan Madura. Jurna Studi Manajemen.
- Fauziah, R. N. (2022, Februari 2). Inovasi Produk: Pengertian, Tujuan, Manfaat, Contoh, dan Cara Melakukannya. Diambil kembali dari Gramedia blog: <https://www.gramedia.com/best-seller/inovasi-produk/>
- Hafsah. (2015). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). Jurnal Infokop. No.25 .
- Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha. Jurnal Ilmiah Manajemen, XI(2).
- Kurniawan, K. (2020, Juli 30). 5 Fungsi Pemasaran Yang Wajib Diketahui. Diambil kembali dari projasa web: <https://projasaweb.com/fungsi-pemasaran/>
- Manis, S. (2022, Agustus 9). Pengertian Pengembangan Usaha : Jenis, Unsur, Stategi dan Cara Mengembangkan Usaha. Diambil kembali dari pelajaran.co.id: <https://www.pelajaran.co.id/pengembangan-usaha/>
- Rosyida. (2021). Manajemen Keuangan: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Prinsip, dan Tips-Nya. Diambil kembali dari Gramedia.com: https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-keuangan/#Fungsi_Manajemen_Keuangan
- Suherman, E. (2011). Praktik Bisnis Berbasis Enterpreneurship. Bandung: ALFABETA.
- Sukirno, S. (2002). Pengantar Teori Mikroekonomi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tri Kunawangsih Pracoyo, d. (2006). Aspek Dasar Ekonomi Mikro. Jakarta: Grasindo.