

**PERANAN KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA NYEMIL KERIPIK**



OLEH :

ANTON WIJAYA

NPM : 17210054

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS TAMANSISWA PALEMBANG

2020

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman sekarang ini dunia bisnis berkembang sangat pesat, semua orang dapat membuat bisnis. Dengan berbisnis dapat memberikan keuntungan yang sangat tinggi. Arti dari kata bisnis sendiri berasal dari bahasa inggris “*busy*” yang artinya “sibuk”, sedangkan “*bussiness*” artinya “kesibukan”. (Suliyanto, 2010) Dalam arti luas bisnis di definisikan keseluruan kegiatan yang di rencanakan dan di jalankan oleh perorangan atau kelompok secara teratur dengan cara menciptakan, memasarkan barang maupun jasa, baik dengan tujuan mencari keuntungan maupun tidak bertujuan mencari keuntungan.

Di tambah dengan kondisi permintaan manusia tidak ada habisnya terhadap konsumsi makanan ringan, maka memicu para pelaku bisnis untuk terus berkembang menciptakan hal-hal yang dapat di terima dan di gemari oleh masyarakat luas agar usaha tersebut dapat tetap eksis dan bersaing dengan usaha lain yang muncul. Oleh sebab itu, di perlukan adanya sebuah kreativitas dan inovasi yang di lakukan oleh pelaku bisnis agar usahanya tetap berkembang dan bertahan. Kreativitas dan inovasi pelaku usaha akan membuat banyak ide-ide baru untuk membuat produk yang kreatif.

Sebuah produk, barang atau jasa dapat di katakan kreatif apabila produk tersebut berbeda dengan produk yang sudah ada. Kata berbeda bisa berarti produk tersebut benar-benar baru, atau merupakan inovasi dari produk yang sudah ada.

(Kurniasih, 2016) Suatu produk kreatif dapat menciptakan hal baru baik itu wujud, proses maupun ide. Produk yang kreatif juga harus dapat lebih bermanfaat dan dapat di terima oleh semua kalangan. Kombinasi dari satu atau dua produk juga di perlukan sehingga lebih menambah fungsi dan kegunaan produk. Tetapi, yang di sebut kreatif dan inovatif tidak hanya soal hal yang baru tetapi dapat mengembangkan produk yang sudah ada. Ide menciptakan produk kreatif dapat di peroleh dengan memperhatikan lingkungan sekeliling. Seperti dengan adanya berbagai masalah yang terjadi di lingkungan dan apa saja yang sedang di butuhkan konsumen dapat di jadi kan ide baru untuk membuat produk kreatif.

Pentingnya sebuah kreativitas dalam penciptaan produk di perlukan agar sebuah bisnis dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Dengan kreativitas dalam bisnis dapat memperluas pasar dan menjadi trend setter bagi bisnis sejenis. (Maulana, 2014) Dalam berbisnis seorang pelaku bisnis juga harus mampu berinovasi menciptakan hal baru yang berbeda dari yang lain baik itu produk, proses, model bisnis atau organisasinya. Sayangnya, banyak kalangan profesional atau bahkan malah pebisnisnya yang tidak sungguh-sungguh memikirkan inovasi. Kebanyakan dari mereka tenggelam dalam kesibukan rutin, atau mengira sudah ada orang yang di tugaskan khusus untuk melakukan inovasi. Sejatinya inovasi dapat di lakukan di segala lini, tidak hanya jadi urusan orang-orang dalam di visi penelitian dan pengembangan. Karena perusahaan dapat melakukan inovasi pemasaran, inovasi produksi, inovasi kemasan bahkan inovasi di berbagai lini tersebut.

Bahkan sebagian orang, termasuk pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM), menganggap inovasi terlalu berlebih-lebihan bagi mereka yang bisnisnya tidak besar. Mereka beranggapan yang dapat melakukan inovasi hanya perusahaan-perusahaan besar. Lebih parah lagi, mereka menganggap yang layak melakukan inovasi adalah perusahaan besar yang berbasis teknologi tinggi. Anggapan ini muncul karena berita-berita inovasi di media massa selalu di kaitkan dengan produk yang menggunakan teknologi canggih.

Manfaat dari inovasi itu sangat penting bagi perkembangan dan kemajuan bisnis. Perkembangan dan kemajuan bisnis dapat meningkatkan laba yang akan di peroleh. Inovasi tidak hanya memberikan manfaat untuk perusahaan tetapi juga untuk konsumen. Konsumen selalu menunggu hal baru untuk mereka nikmati, karena apabila hanya mengandalkan produk lama maka konsumen akan merasa bosan dan tingkat permintaan akan turun. Dengan adanya kreativitas dan inovasi yang di lakukan oleh pelaku usaha dapat membuat keanekaragaman jenis produk atau varian rasa maupun kemasan yang baru di buat guna menjawab permintaan pasar atau konsumen, di tengah tingginya persaingan dengan produsen yang juga memasarkan produk sejenis.

Saat ini bisnis dapat di lakukan dalam di berbagai bidang seperti bidang kesehatan, bidang sosial, bidang makanan ringan dan lain sebagainya. Salah satu bidang bisnis yang sekarang berkembang pesat adalah bidang makanan ringan. Begitu banyak Pelaku Usaha Bisnis di Palembang yang membuat berbagai makanan ringan seperti Pempek, Tekwan, model, Kemplang, Olahan keripik dan lain sebagainya. Seiringnya perkembangan zaman makanan ringan tidak hanya

memberikan cita rasa yang enak dan lezat pada produk tetapi juga memberikan nilai pada produk. Hal ini bisa di lihat dari Varian rasa Kripik, Kemasan yang modern dan kekinian, dan Pelayanan yang di berikan. Tak Terkecuali seperti yang di lakukan Bisnis usaha Nyemil Keripik yang berlokasi di Kota Palembang kecamatan Kalidoni. Bisnis Usaha Nyemil Keripiki berdiri pada tanggal 19 Januari 2016 dengan hanya menawarkan beberapa Jenis varian saja seperti Kripik Kentang, Kripik Ubi, Kripik Ubi Ungu, dan Kripik Talas. dan varian rasa seperti rasa pedas dan rasa manis. Uniknya varian rasa tidak mengandung MSG dan pengawet makanan. Dan telah mendapatkan sertifikat kesehatan badan POM Palembang berkat resep turun menurun dari keluarga.

Di liat dari masalah di atas, penulis tertarik untuk meneliti Kreativitas dan inovasi Produk makanan Nyemil Keripik dalam meningkatkan Volume penjualan. Dari Uraian Latar Belakang di atas, penulis mengadakan suatu penelitian yang berjudul **“Peranan Kreativitas dan Inovasi dalam meningkatkan Volume Penjualan Pada Nyemil Keripik”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian adalah “ Bagaimana peranan kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan penjualan pada Nyemil Keripik ”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini di maksudkan dengan tujuan untuk mengetahui Peranan Kreativitas dan Inovasi dalam meningkatkan volume penjualan pada NYEMIL KERIPIK.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan data dan informasi yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti, di harapkan dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang berkepentingan antara lain.

1. Bagi pihak perusahaan

Sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan produk perusahaan agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memaksimalkan volume penjualan pada perusahaan.

2. Bagi peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Fakultas Ekonomi Manajemen pada Universitas Tamansiswa Palembang.

1.5. Metode Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data yang di perlukan maka peneliti melakukan penelitian pada NYEMIL KERIPIK yang berlokasi di Jalan Tembusan, Sei Selayur, Kec. Kalidoni, Kota Palembang.

1.5.2 Ruang Lingkup Penelitian

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang akan peneliti bahas, maka peneliti membatasi penelitian dan pembahasan masalah hanya mengenai peranan Kreativitas dan Inovasi pada NYEMIL KERIPIK.

1. 5.3 Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang di gunakan adalah :

1. Data Primer

Merupakan data yang belum di olah dan di peroleh langsung dari sumbernya, di catat dan di amati. Data tersebut berasal dari hasil wawancara langsung kepada pemilik bisnis usaha berupa volume penjualan, dan tanggapan konsumen terhadap produk.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang di peroleh dari pihak kedua yang telah di olah lebih dahulu dan di sajikan oleh pihak-pihak pengumpulan data atau pihak lain. Data tersebut di peroleh peneliti dengan cara membaca laporan penjualan yang ada di perusahaan ,membaca buku di perpustakaan dan lain-lain.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis data skunder untuk memperoleh data-data yang di butuhkan dalam penelitian.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung kepada pihak yang berwenang pada Nyemil Keripik untuk mendapatkan data dan informasi yang di butuhkan penulis.

b) Survey

Melakukan Survey secara langsung pada Nyemil Keripik, Dan kepada beberapa pelanggan.

c) Studi Pustaka

Data di kumpulkan melalui buku, literatur dan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan penelitian ini.

5.5 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul akan di analisa menggunakan teknik analisa deskriptif kualitatif, yaitu membandingkan antara teori yang ada dengan data yang di peroleh dari lapangan untuk selanjutnya di ambil suatu kesimpulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari (2010). *Kewirausahaan*. Bandung. Alfabeta
- Conny R Semiawan (2009). *Kreativitas Kebebakatan*. Jakarta PT.Indeks.
- Dr. Suryana, M.Si (2008). *Kewirausahaan; Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*. (cetakan ketiga) Jakarta. Penerbit Salemba empat.
- Dr. Suryana, M.Si (2013). *Kewirausahaan; Kiat Proses Menuju Sukses*. Edisi keempat. Jakarta. Penerbit Salemba empat.
- Kurniasih, E. (2016). *Kreatif Mencipta Produk*. Jakarta: Pro Gressio.
- Maulana, I. (2014). *Learning Intelligence for Innovative Business*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Stanton William, J (2011) *Marketing*, Edisi ke-3. cekatan ke-1. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sugiyono (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sulyianto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sutisna (2008). *Memenangkan Pasar, dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Thomas W. Zimerer dkk (2009), *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Edisi 5 buku 2, Jakarta. Penerbit Salemba empat
- Winardi (2012). *Strategi Berwirausaha*, Edisi ke lima, Penerbit PT. Rineka Cipta, Jakarta
- Zimmerer (2009) *Manajemen*. Edisi lima. Penerbit PT. Ghalia Indonesia. Jakarta.