



Inovasi Produk Metode Manual *Brew Aero Press* Di Re.Kreasi *Coffee*

Sahrul Fat K. Pandjo

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tadulako

Email: sahrulpandjo22@gmail.com

Juliana Kadang

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tadulako

Email: julikadang@gmail.com

Erwan Sastrawan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tadulako

Korespondensi penulis: sahrulpandjo22@gmail.com

Abstract. *The rise of the culinary business in the coffee shop sector in Palu City has increased business competition rapidly, requiring business actors to be competitive. Therefore Re.kreasi coffee needs to formulate the right business model and requires a new strategy in order to achieve competitive advantage. The purpose of this activity is to find out the product innovation of the manual brew aero press method on Re.kreasi coffee. The analytical tool used to solve the problem is a business SWOT analysis. The result of this study is that the results of the SWOT analysis test show that the right strategy for the market phenomenon faced by Re.kreasi coffee is product innovation. The selected product is Aero Press using the manual brew processing method. During the four months it was implemented, it had a positive impact on Re.kreasi coffee, both operational performance, competitive advantage and revenue from sales of Aero Press products.*

Keywords: *Product Innovation, SWOT Analysis, Operational Performance, Competitive Advantage.*

Abstrak. Maraknya bisnis kuliner di bidang *coffee shop* di Kota Palu membuat persaingan usaha meningkat pesat sehingga mengharuskan pelaku usaha untuk memiliki daya saing. Oleh karena itu Re.kreasi *coffee* perlu merumuskan model bisnis yang tepat dan membutuhkan strategi baru agar dapat mencapai keunggulan bersaing. Tujuan kegiatan ini untuk mengetahui inovasi produk metode manual *brew Aero Press* pada Re.kreasi *coffee*. Alat analisis yang digunakan untuk memecahkan masalah adalah analisis SWOT usaha. Hasil dari penelitian ini bahwa hasil uji analisis SWOT menunjukkan strategi yang tepat untuk fenomena pasar yang dihadapi Re.kreasi *coffee* adalah inovasi produk. Produk yang dipilih adalah Aero Press dengan menggunakan metode pengolahan manual *brew*. Selama empat

bulan dilaksanakan memberikan dampak positif bagi Re.kreasi *coffee*, baik kinerja operasional, keunggulan bersaing dan pendapatan dari hasil penjualan produk Aero Press.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Analisis SWOT, Kinerja Operasional, Keunggulan Bersaing.

PENDAHULUAN

Kopi telah menjadi komoditas penting yang menjanjikan. Dapat dilihat sepanjang tahun 2019 produksi kopi dunia mencapai 10,4 juta ton sedangkan konsumsi mencapai hingga 10,16 juta ton. Dengan hal ini Indonesia ikut menyumbang sebagai produsen kopi sebesar 722,4 ribu ton (6,94%) dari pangsa pasar (Direktorat Jendral Perkebunan, 2019). Hal demikian dibuktikan dengan tren bisnis *coffee shop* yang terjadi di Indonesia yang terus berkembang. Tren bisnis dalam beberapa dekade terakhir mengalami perkembangan dan kemajuan yang sangat pesat.

Meningkatnya pelaku usaha kuliner *coffee shop* memicu persaingan bisnis yang ketat sehingga mengharuskan perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan hasil yang terbaik dengan menerapkan strategi bisnis dan bermacam – macam inovasi dalam menghadapi persaingan pada lingkungan bisnis. Termasuk persaingan pada bisnis kuliner yang mana banyak ditemukan di sekitar kita dalam bentuk perusahaan besar, maupun kecil dan menyebabkan persaingan yang kompetitif. Dalam persaingan yang ketat perusahaan harus memiliki daya saing, salah satunya adalah ide inovasi produk.

Menurut Suryana, (2014) inovasi mempunyai banyak arti penting yang mencakup hal - hal sebagai berikut:

- 1) Inovasi sebagai pembaharuan yang pada dasarnya inovasi merupakan pembaharuan atau pembaruan yang mengakibatkan pertambahan nilai bagi pemakainya. Bertambahnya nilai produk, perlengkapan ataupun pelayanan disebut dengan objek inovasi. Pembaruan ini merupakan akibat dari penerapan perubahan pada produk. Adapun kunci keberhasilan inovasi yaitu meningkatnya nilai guna pemakai.
- 2) Inovasi sebagai perubahan, memiliki arti bahwa berubahnya wujud produksi dengan pembauran yang berakhir menjadi barang jadi.

- 3) Inovasi sebagai keunggulan, artinya dengan inovasi mampu menciptakan kelebihan dalam wujud yang baru. Wujud Inovasi meliputi inovasi produk, proses, metode, teknologi dan manajemen.

Dalam upaya mencapai inovasi yang baik, suatu perusahaan harus memahami kegiatan operasi dengan baik. Operasi didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang mengelola faktor-faktor produk untuk menciptakan produk dalam bentuk barang atau jasa agar memiliki nilai tambah melalui proses transformasi (Utama, 2019). Faktor tersebut merupakan bahan-bahan, sumber daya manusia, sumber daya modal, bahkan informasi, dan waktu. Dengan operasi yang baik maka dapat menciptakan sebuah inovasi yang merupakan penciptaan produk baru atau yang ditingkatkan secara signifikan dalam bentuk barang atau jasa, proses, metode pemasaran baru, atau metode organisasi baru dalam bisnis.

Keinginan pasar terhadap suatu produk akan selalu berubah dan berkembang sehingga perusahaan perlu melakukan inovasi terhadap produknya. Menurut Shestakov, (2018) inovasi adalah sumber diferensiasi yang paling penting dalam lingkungan yang dinamis. Karena inovasi produk merupakan salah satu cara yang memungkinkan untuk dilakukan agar produk yang ada dapat ditawarkan di pasaran serta menawarkan lebih banyak fungsi atau bekerja lebih baik. Strategi inovasi terhadap produk membuat daya beli pelanggan meningkat, sehingga mampu meningkatkan profit (Arista dkk., 2020). Ketika sebuah perusahaan melakukan inovasi produk akan memperoleh keunggulan kompetitif dengan meningkatkan kualitas, produksinya, serta variasi barang yang memungkinkan untuk menumbuhkan permintaan dan membuka peluang pertumbuhan baru.

Ada empat tahapan ketika ingin melakukan inovasi menurut De Jong dan De Hartog dalam bukunya Sukmadi, (2016) yaitu melihat kesempatan, mengeluarkan ide, mengimplementasi ide, serta menghasilkan ide. Kesempatan akan muncul apabila ada suatu permasalahan. Oleh karena itu perilaku inovatif dimulai dengan melihat peluang yang ada. Secara alamiah insting bagi seorang pebisnis akan mengeluarkan ide sebanyak mungkin guna untuk menyelesaikan permasalahan yang timbul. Tentu, tidak semua ide bisa digunakan. Maka diperlukan untuk mengkaji terlebih dahulu ide tersebut. Salah satu yang harus dipertimbangkan adalah seberapa besar ide akan memberi keuntungan dan kerugian. Pengkajian dilakukan secara terus – menerus sampai ditemukan kesesuaian dengan peluang

yang ada. Sehingga dibutuhkan keberanian dalam pengambilan risiko untuk mencapai tujuan dalam berinovasi.

Pentingnya inovasi produk bagi perusahaan dalam membantu untuk berkembang juga dibarengi dengan risiko yang tinggi bagi perusahaan karena kemungkinan terjadi kegagalan pada perusahaan dalam berinovasi. Inovasi dan pengembangan produk yang baru serta lebih baik sangat penting bagi kelangsungan hidup dan kemakmuran perusahaan modern (*sustainability*). Dengan risiko yang tinggi pastinya sebuah inovasi produk sangat baik untuk perusahaan pada masa yang akan datang dalam menghadapi perkembangan zaman.

Strategi inovasi yang diterapkan oleh perusahaan dapat menjadi pengaruh terhadap kinerja operasional. Kinerja merupakan hasil yang diinginkan dari perilaku yang diberikan. Kinerja operasional merupakan hasil yang diinginkan perusahaan dari perilaku orang-orang di dalamnya. Perusahaan dapat mengukur kinerja operasional dengan melihat tingkat produktivitas, tingkat kesalahan produk, biaya jaminan, biaya kualitas dan tingkat penyampaian produk kepada konsumen tepat waktu. Sehingga inovasi dapat menjadi pendorong kinerja perusahaan dan saran strategis yang penting untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan. Selain meningkatkan posisi kompetitif perusahaan, inovasi juga untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas kegiatan produk, serta meningkatkan kualitas dan mengurangi biaya unit produksi.

Kinerja juga dapat berfungsi sebagai peranan strategis dalam membangun dan mempertahankan daya saing perusahaan. Kinerja operasional dapat menjadi perbaikan organisasi dalam menghadapi lingkungan persaingan yang berubah - ubah. Maka untuk mendapatkan kinerja yang baik perusahaan harus dapat menerapkan inovasi produk dan proses dengan baik. Kinerja yang tepat dapat diukur berdasarkan hasil penerapan operasi dan bisnis, dinilai berdasarkan biaya, kualitas, *delivery*, fleksibilitas, dan inovasi.

Permasalahan yang sering timbul bagi para pelaku usaha industri pengolahan adalah dinamika lingkungan bisnis yang begitu cepat mengalami perubahan. Fenomena tersebut berdampak terhadap perubahan dan preferensi selera konsumen. Kejenuhan konsumen terjadi ketika produk yang ditawarkan sudah menjadi kebiasaan umum digunakan manfaatnya, konsumen yang merasa jenuh akan mencari produk sejenis yang memberikan nuansa baru. Hal tersebut menuntut adanya inovasi terhadap produk perusahaan untuk menyempurnakan produk yang dijual. Anning Dossan, (2018) menyatakan bahwa perusahaan pada pasar

berkembang dapat menciptakan keunggulan bersaing melalui inovasi produk sebagai pilihan strategis. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mendapatkan kedudukan produk pada pasar sehingga inovasi produk menjadi salah satu cara perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing.

Re.kreasi *coffee* yang merupakan salah satu kegiatan usaha yang bergerak di bidang industri pengolahan komoditas biji kopi atau usaha kuliner yang ada di Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah. Fenomena yang berkembang di pasar tentu memberikan dampak bagi Re.kreasi *coffee*. Dalam upaya menyikapi hal tersebut, Re.kreasi *coffee* melakukan inovasi untuk mempertahankan daya saing perusahaan. Menurut Meeus dan Edquist dalam Rosyiana, (2019) inovasi memiliki dua jenis yaitu barang baru dan layanan baru. Barang baru menjadi pilihan inovasi dari Re.kreasi *coffee*. Pilihan produk baru tentu melekat pada usaha *coffee shop* yang memiliki produk utama yaitu minuman hasil olahan biji kopi sangrai. Produk Aero Press merupakan sari kopi yang dihasilkan dari teknik pengolahan manual *brew*. Produk ini dipilih sebagai inovasi dari Re.kreasi *coffee*. Dari segi keunikan khusus, unsur kebaruan, susunan sistem kinerja dan tujuan dari perilaku termuat pada produk yang disajikan sebagai ciri dari inovasi (Sukmadi, 2016).

Proses produksi yang dilakukan sangat efisien dan efektif karena menggunakan bahan baku yang ekonomis dan cepat. Dengan penggunaan alat produksi yang sederhana tidak menurunkan kualitas rasa yang dihasilkan dari produk Aero Press. Oleh karena itu, Re.kreasi *coffee* memilih inovasi produk sebagai strategi peningkatan kinerja operasional perusahaan dan keunggulan bersaing dalam menghadapi persaingan pasar. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan, (2021) bahwa inovasi produk berpengaruh positif pada kinerja perusahaan. Berdasarkan uraian fenomena dan hipotesa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi produk metode manual *brew* Aero Press pada Re.kreasi *coffee*.

KAJIAN TEORITIS

1) Inovasi Produk.

Menurut Briones dalam Dhewanto, (2015) bahwa inovasi produk tidak hanya menemukan produk baru tetapi juga harus memberikan nilai lebih kepada produk. Jika produk baru itu hanya sekadar ditemukan tetapi tidak ada nilainya maka produk itu hanya bisa digolongkan menjadi suatu produk baru tetapi tidak bisa disambut dengan suatu inovasi

produk. Makna dari inovasi produk yang diharapkan berfokus pada produk dan memiliki unsur keberhasilan (Septiadi, 2019). James Brian Quinn dalam Garjito, (2014) menyebutkan bahwa faktor – faktor pendukung tercapainya keberhasilan dari inovasi yaitu harus berorientasi pasar, mampu meningkatkan nilai tambah perusahaan, efisiensi dan efektivitas, serta sejalan dengan visi misi perusahaan.

Pendapat tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugraha, (2021) bahwa tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Kurniati dkk., (2022) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar, kewirausahaan dan inovasi terhadap keunggulan bersaing pada *coffee shop* di Kota Pekanbaru. Hasil dari penelitian membuktikan bahwa orientasi pasar, kewirausahaan dan inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing. Serta penelitian yang dilakukan oleh Alwi dan Handayani, (2018) yang menemukan bahwa orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada restoran dan kafe yang ada di Kota Depok.

2) Strategi Inovasi Produk

Setiap perusahaan wajib memiliki strategi untuk melaksanakan pengembangan produk. Hal tersebut bertujuan supaya produk yang ingin dikembangkan sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan menarik pelanggan baru ataupun mempertahankan pelanggan lama. Menurut Kotler dan Keller, (2018) strategi inovasi produk itu ada lima yaitu memperbaiki yang sudah ada, menambah lini produk, menambah produk yang ada, meniru strategi pesaing, dan menambah lini produk. Strategi inovasi produk menuntut kemampuan dan kreativitas dalam menciptakan produk yang memiliki daya saing bagi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari dan Utama, (2018) memberikan penjelasan tentang pengaruh inovasi produk dan kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing yang secara individu dan serempak memberikan hasil positif dan signifikan bagi kerajinan Enceng Gondok “Akar”.

3) Kinerja Operasional

Kinerja operasional merupakan kemampuan perusahaan untuk menjalankan operasional dalam mencapai keunggulan kompetitif (Herjanto, 2015). Kinerja perusahaan secara umum

dan keunggulan kompetitif merupakan tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil. Pengukuran terhadap pengembalian investasi, pertumbuhan, volume, laba dan tenaga kerja pada perusahaan umum dilakukan untuk mengetahui kinerja perusahaan dari tinjauan yang bersifat keuangan atau non keuangan (Farida dkk., 2019). Kinerja Operasional juga dapat diukur melalui tingkat produktivitas, tingkat kesalahan produk, ketepatan waktu produk sampai ke tangan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Valeo Nugraha, (2020) memberikan penjelasan tentang pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional perusahaan secara signifikan mampu memberikan ketepatan waktu dalam proses, kualitas hasil produksi dan meminimalisir kegagalan.

4) Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler dan Armstrong, (2018) keunggulan bersaing adalah sebuah keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan menawarkan konsumen nilai lebih. Keunggulan bersaing seperti prestasi yang diperoleh dalam sebuah perlombaan, itu mengapa perusahaan harus terus merumuskan dan melakukan berbagai strategi guna mencapai keunggulan bersaing. Ketika perusahaan mampu menciptakan nilai unggul dalam persaingan maka perusahaan akan mendapat banyak keuntungan, mulai dari pandangan baik konsumen terhadap produknya sampai pada meningkatnya keuntungan perusahaan, dimana tujuan dari sebuah bisnis adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar - besarnya. Strategi keunggulan bersaing bisa dijadikan landasan menuju kemajuan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lestari dkk., (2020) yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada usaha *coffee shop* Re.kreasi *coffee* yang berlokasi di Jalan Yojokodi No. 10 Kelurahan Besusu Tengah Kecamatan Palu Timur Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah. Adapun waktu yang digunakan untuk pelaksanaan penelitian selama empat bulan mulai dari Bulan September sampai dengan Bulan Desember 2022.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono, (2018) penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif, lebih menekankan pada makna. Data yang digunakan merupakan data primer. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari objek penelitian.

Analisis data menurut Sugiyono, (2018) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit – unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Alat yang digunakan adalah analisis SWOT.

Menurut Rangkuti, (2018) analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT menilai antara faktor dalam perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor luar perusahaan (peluang dan ancaman). Faktor dalam perusahaan termasuk kedalam matrik faktor strategi internal atau IFAS (*internal strategic factor analysis summary*) sedangkan faktor dari luar perusahaan termasuk kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategis eksternal atau EFAS (*eksternal strategic factor analysis summary*). Untuk mengetahui strategi yang tepat dalam pengujian analisis SWOT dapat menggunakan matrik SWOT yang memuat kombinasi IFAS dan EFAS perusahaan berdasarkan hasil analisis yang telah diberikan perilaku. Dengan demikian dapat diketahui strategi yang tepat untuk diterapkan dalam mencapai keunggulan bersaing. Berikut matriks analisis SWOT dari Re.kreasi *coffee*:

Tabel 1
Matriks Analisis SWOT Re.kreasi Coffee

<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kolaborasi untuk menyelenggarakan kegiatan momentum. 2. Melakukan promo harga penawaran terhadap produk dengan metode pengolahan manual <i>brew</i>. 3. Menciptakan produk baru dengan basis komoditas kopi. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat proposal pengembangan usaha ke dinas terkait untuk bantuan fasilitas usaha berupa peralatan dan perlengkapan. 2. Melakukan kegiatan operasional di siang hari dengan menawarkan program penjualan paketan makanan dan minuman serta menawarkan jasa <i>organizer</i> kegiatan.
<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan metode <i>marketing service selling</i>. 2. Melakukan penawaran <i>reseller</i> peralatan dan perlengkapan mesin kopi serta tempat inkubator bisnis komoditas kopi. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pemasaran menggunakan media pemasaran <i>offline</i> di berbagai titik strategis di area Kota Palu. 2. Bekerjasama dengan supplier biji kopi untuk meningkatkan kemampuan mengolah biji kopi sangrai.

Sumber: Data diolah Re.kreasi coffee (2022)

Kombinasi strategi matriks SWOT memberikan hasil gambaran strategis yang tepat untuk Re.kreasi Coffee berada pada kombinasi *strength – opportunity* (SO). Sehingga strategi yang dapat dilakukan oleh Re.kreasi Coffee adalah sebagai berikut:

1. Melakukan kolaborasi untuk menyelenggarakan kegiatan momentum.

Melakukan kerjasama kepada beberapa komunitas untuk melakukan kegiatan dengan memanfaatkan lokasi usaha yang luas dan nyaman. Hal demikian berorientasi pada kegiatan yang dapat meningkatkan jangkauan pasar dan menciptakan *brand image* di pasar.

2. Melakukan promo harga penawaran terhadap produk dengan metode pengolahan manual *brew*.

Membuat program membership bagi para penikmat kopi manual *brew*. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan pasar potensial.

3. Menciptakan produk baru dengan basis komoditas kopi.

Sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing, Re.kreasi *Coffee* dapat membuat satu produk komoditas kopi Sul-Teng. Hal ini bertujuan untuk memanfaatkan peluang dari usaha komoditas kopi khususnya di bidang kopi sangrai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Inovasi Produk Metode Manual *Brew Aero Press*.

a) Karakteristik Inovasi Produk

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa strategi yang tepat digunakan untuk strategi keberlanjutan usaha dalam mencapai keunggulan bersaing adalah inovasi produk. Dari hasil pengkajian ide yang dilakukan oleh Re.kreasi *coffee* inovasi produk metode manual *brew* yang bernama Aero Press adalah pilihan yang ideal untuk diterapkan dalam proses inovasi produk.

Cepat lambatnya inovasi yang diterima oleh konsumen bergantung dari spesifik inovasi tersendiri. Karakteristik dari inovasi yang berpengaruh terhadap sigap atau pelannya informasi yang diterima menurut (Everest M. Rogers dalam Sukmadi, (2016) sebagai berikut:

- Keunggulan relatif (*relative advantage*), yaitu sampai dimana inovasi dapat memberikan manfaat bagi pengguna. Manfaat inovasi bisa dihitung dari penilaian ekonomi, status sosial, kesuksesan, dan yang mencakup unsur terpenting lain. Produk Aero Press dari segi keunggulan relatif dapat dihitung dari penilaian ekonomi, status sosial, kesukaan dan yang mencakup unsur terpenting. Penilaian ekonomi dari segi input menggunakan bahan baku yang terjangkau dan memiliki nilai ekonomis. Status sosial yang ditunjukkan dengan tren olahan kopi menggunakan metode manual *brew* pada industri olahan kopi nasional maupun mancanegara.
- Kompatibilitas (*compatibility*), yaitu menyesuaikan tingkat inovasi dari penilaian, profesionalisme, dan keperluan yang diperoleh. Produk Aero Press dari segi penilaian kesesuaian dalam usaha *coffee shop* memiliki peringkat dalam menghasilkan ekstraksi sari kopi dengan ciri khas cita rasa yang dihasilkan. Profesionalisme dalam penyesuaian inovasi dibutuhkan sebagai profesi barista dan keperluan dalam penyesuaian dengan citra merek Re.kreasi *coffee*.
- Kerumitan (*complexity*), yaitu standar kesulitan dalam mengartikan atau memanfaatkan inovasi bagi pelaku usaha. Inovasi yang mudah diartikan maupun dipahami akan cepat

dalam proses penerimaannya. Re.kreasi *coffee* sebagai usaha *coffee shop* memilih produk Aero Press sebagai proses inovasi produk dapat dengan mudah dipahami oleh konsumen karena didukung dengan citra merek serta sistem pelayanan, sehingga konsumen tertarik dengan produk baru yang disediakan sebagai inovasi produk dari Re.kreasi *coffee*.

- Kemampuan di ujicobakan (*triability*), yaitu ketika inovasi bisa atau tidaknya dicoba oleh konsumen. Dengan memperlihatkan keunggulannya inovasi akan mudah diadopsi. Produk Aero Press yang mengunggulkan keunikan dalam teknik pengolahan atau produksi membuat penerima tertarik akan keunikan produk dan juga cita rasa yang dihasilkan.
- Kemampuan pengamatan (*observability*), yaitu inovasi yang dalam tingkat pengamatannya mudah, maka akan cepat diterima oleh pasar dan pelaku usaha. Produk Aero Press dalam teknik pengolahan dan proses produksi masih jarang diterapkan pada usaha *coffee shop* yang ada di Kota Palu berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti. Padahal dari segi keunggulan rasa dan keunikan, Aero Press mampu menciptakan daya saing bagi perusahaan.

b) Produk Inovasi Aero Press

Aero press merupakan alat untuk menghasilkan ekstraksi kopi dengan menggunakan metode manual *brew*. Produk ini memiliki keunikan dari segi pengolahan, penyajian dan tren industri pengolahan biji kopi. Produk ini banyak disajikan pada usaha *coffee shop* ternama yang ada di Indonesia maupun mancanegara. Namun di Kota Palu sendiri *coffee shop* yang menyajikan produk ini terbilang langka oleh karena itu kami memilih produk ini untuk memperoleh pasar penikmat kopi.

Aero Press sebagai pilihan produk inovasi memberikan keunggulan dari segi produksi, pendapatan dan orientasi pasar. Berdasarkan fenomena yang diamati oleh peneliti produk Aero Press lebih unggul dalam dimensi inovasi produk di bandingkan dengan produk unggul S' Kopi Kreasi yang diolah dengan teknologi canggih. Hal tersebut dapat diuraikan menggunakan teori James Brian Quinn dalam Garjito, (2014) dengan perbandingan sebagai berikut:

Tabel 2
Perbandingan Produk Aero Press dan Produk S' Kopi Kreasi

No.	Aero Press	S' Kopi Kreasi
1.	Dari segi orientasi pasar memanfaatkan tren dalam industri pengolahan biji kopi dengan menggunakan teknik pengolahan metode manual <i>brew</i> secara nasional dan internasional. Produk ini tidak dapat ditemukan pada setiap <i>coffee shop</i> yang ada di Kota Palu. Sehingga lebih memiliki keunggulan dari segi orientasi pasar.	Dari segi orientasi pasar memanfaatkan tren kopi kekinian yang dengan teknik pengolahan menggunakan teknologi <i>Espresso Coffee Machine</i> (ECM). Produk ini dapat ditemukan di setiap <i>coffee shop</i> yang ada di Kota Palu, sehingga tidak memberikan ketertarikan khusus pada pasar selain dari cita rasa.
2.	Dari segi nilai tambah perusahaan produk memberikan keunggulan dalam penggunaan bahan baku yang relatif rendah. Harga yang ditawarkan sama namun bahan baku yang digunakan hanya kopi dan air saja sehingga lebih rendah biaya dan memberikan keuntungan lebih bagi Re.kreasi <i>coffee</i> .	Dari segi nilai tambah perusahaan produk memberikan nilai yang relatif rendah dibandingkan dengan produk Aero Press. Penggunaan bahan yang lebih banyak membuat nilai harga pokok produksi lebih tinggi.
3.	Dari segi efisiensi dan efektivitas produk Aero Press lebih unggul karena penggunaan bahan baku yang rendah biaya dan kecepatan proses produksi yang lebih cepat.	Dari segi efisiensi dan efektivitas produk S' Kopi Kreasi menggunakan bahan baku yang lebih tinggi biaya dan proses produksi yang lebih lama.
4.	Dari segi sejalan dengan visi dan misi perusahaan produk Aero Press sejalan dengan visi dan misi Re.kreasi <i>coffee</i> yaitu bumikan kopi Sul-Teng.	Dari segi sejalan visi dan misi perusahaan produk S' Kopi Kreasi sejalan dengan visi dan misi Re.kreasi <i>coffee</i> yaitu bumikan kopi Sul-Teng.

Sumber: Data diolah Re.kreasi *coffee* (2022).

Dari hasil perbandingan antara produk Aero Press dan produk S' Kopi Kreasi bahwa produk Aero Press lebih unggul berdasarkan faktor keberhasilan sebuah inovasi dari James Brian Quinn.

2) Strategi Inovasi Produk

Strategi inovasi dibutuhkan oleh sebuah perusahaan, karena semakin banyak perusahaan akan berisiko tergerus oleh perkembangan lingkungan bisnis yang dinamis. Strategi inovasi juga membantu bisnis dalam memecahkan tantangan baru bagi perkembangan pertumbuhan pasar dengan menciptakan barang baru yang lebih rendah biaya dan kesesuaian dengan keadaan internal dan eksternal perusahaan.

Produk Aero Press memenuhi kriteria strategi inovasi produk oleh Halim dkk., (2021) yang termuat ke dalam lima dimensi yaitu kualitas produk, biaya produk, waktu pengembangan produk, biaya pengembangan dan kapabilitas pengembangan. Berikut penerapan dimensi strategi inovasi produk dari Re.kreasi *coffee*:

Tabel 3
Penerapan Strategi Inovasi Produk

No.	Dimensi Strategi Inovasi Produk	Produk Aero Press
1.	Kualitas Produk	Menggunakan bahan baku biji kopi sortiran dari para petani kopi Sulawesi Tengah yang berkualitas.
2.	Biaya produk	Bahan baku yang rendah biaya
3.	Waktu pengembangan produk	Waktu yang dibutuhkan untuk memperoleh pengembalian nilai investasi yang relatif cepat sehingga waktu pengembangan yang tidak lama.
4.	Biaya pengembangan	Peralatan yang digunakan hanya satu jenis sehingga rendah biaya pengembangan.
5.	Kapabilitas pengembangan	Bahan baku dan peralatan yang terjangkau dapat memberikan gambaran peluang untuk keberlanjutan usaha yang lebih mudah.

Sumber: Data diolah Re.kreasi *coffee* (2022).

3) Kinerja Operasional

Kemampuan Re.kreasi *coffee* dalam menjalankan operasional demi mencapai keunggulan kompetitif melalui inovasi produk yang bernama Aero Press. Proses inovasi yang dilakukan oleh Re.kreasi *coffee* berhasil menjalankan kegiatan operasional dengan melakukan pengukuran terhadap pengembalian investasi, pertumbuhan, volume produksi, laba dan tenaga kerja. Selain itu kinerja operasional dapat diukur melalui tingkat produktivitas, tingkat kesalahan produk, dan ketepatan waktu produk sampai ke tangan konsumen.

Berdasarkan indikator pengukuran kinerja operasional tersebut, untuk membuktikan hasil dari Re.kreasi *coffee* maka dibuktikan kedalam penjelasan poin dari aspek produksi sebagai berikut:

- a) Tingkat produktivitas, yaitu rasio antara hasil produk dengan total sumber daya yang digunakan. Tingkat produktivitas Re.kreasi *coffee* dalam melakukan proses produksi Aero Press sebanyak 50 gelas per hari kerja. Hal ini menunjukkan bahwa produk Aero Press memiliki tingkat produktivitas yang tinggi usaha *coffee shop* berskala kecil.
- b) Tingkat kesalahan produk, yaitu kemungkinan terjadinya kesalahan pada saat proses produksi. Produk Aero Press hanya memiliki 1% tingkat kesalahan produk. Karena sumber daya yang digunakan cukup profesional pada bidang pengolahan kopi. Hal ini didukung dengan tenaga kerja yang tersertifikasi oleh Balai Sertifikasi Nasional.
- c) Ketepatan waktu produk sampai ke tangan konsumen, yaitu waktu yang dibutuhkan dalam melakukan proses produksi sampai penyajian produk. Produk Aero Press hanya membutuhkan waktu 60 detik untuk proses produksi dan 15 detik waktu pengantaran ke konsumen. Sehingga membutuhkan waktu sebanyak 75 detik atau 1 menit 15 detik untuk sampai ke tangan konsumen dari proses produksi.

4) Keunggulan Bersaing

Sebuah keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan menawarkan konsumen nilai lebih oleh Re.kreasi *coffee* dari produk Aero Press adalah keunikan produk dari proses produksi, kemasan produk, cita rasa dan pelayanan produk. Nilai lebih tersebut berdasarkan harapan dari Re.kreasi *coffee* mengenai produk Aero Press dan diperkuat dengan hasil wawancara kepada konsumen.

Berikut adalah hasil wawancara tentang nilai lebih dari produk Aero Press Re.kreasi *coffee*:

Tabel 4
Hasil Wawancara Produk Aero Press

No.	Indikator Nilai Produk Aero Press	Tanggapan Konsumen
1.	Proses produksi	Memiliki keunikan karena mengedepankan keahlian profesi barista dengan pengolahan menggunakan teknik metode manual <i>brew</i> .
2.	Cita rasa	Lebih menghasilkan cita rasa khas dari biji kopi Sulawesi Tengah
3.	Kemasan produk	Memiliki ketertarikan khusus bagi kami (konsumen) karena menggunakan alat khusus.
4.	Pelayanan produk	Diberikan penjelasan mengenai teknik dan bahan baku pilihan yang digunakan.
5.	Keadaan pesaing	Sangat jarang dijumpai pada <i>coffee shop</i> di Kota Palu padahal memiliki cita rasa yang nikmat.

Sumber: data diolah Re.kreasi *coffee* (2022).

5) Hasil Penjualan Produk Inovasi Aero Press

Aero Press sebagai produk yang dipilih dalam strategi inovasi produk Re.kreasi *coffee* selama empat bulan melakukan kegiatan operasional memberikan hasil yang baik dan dampak yang positif. Hasil perolehan omset penjualan Aero Press sebanyak Rp. 3.480.000 (tiga juta empat ratus delapan puluh ribu rupiah) dengan jumlah cup terjual sebanyak 174 cup. Pada bulan pertama Re.kreasi *Coffee* fokus terhadap tahapan perencanaan pengembangan usaha yang dilakukan dengan cara bimbingan dan *mentoring*. Sehingga menghasilkan rencana untuk melakukan inovasi produk dari hasil uji analisis SWOT.

Pada bulan kedua adalah bulan pertama untuk Re.kreasi *Coffee* melakukan proses produksi Aero Press. Pada minggu pertama memperoleh hasil penjualan sebanyak 10 cup, minggu kedua 15 cup, minggu ketiga 12 cup dan di minggu keempat 17 cup. Sehingga perolehan hasil penjualan di bulan kedua berjumlah 54 cup dengan nilai penjualan sebanyak Rp. 1.080.000 (satu juta delapan puluh ribu rupiah).

Pada bulan ketiga Re.kreasi *Coffee* memperoleh hasil penjualan di minggu pertama sebanyak 15 cup, minggu kedua 13 cup, minggu ketiga 16 dan di minggu keempat sebanyak

12 cup. Sehingga perolehan hasil penjualan di bulan ketiga berjumlah 56 cup dengan nilai penjualan sebanyak Rp. 1.120.000 (satu juta seratus dua puluh ribu rupiah).

Pada bulan keempat Re.kreasi *Coffee* memperoleh hasil penjualan di minggu pertama sebanyak 18 cup, minggu kedua 14 cup, minggu ketiga 21 dan di minggu keempat sebanyak 11 cup. Sehingga perolehan hasil penjualan di bulan keempat berjumlah 64 cup dengan nilai penjualan sebanyak Rp. 1.280.000 (satu juta dua ratus delapan puluh ribu rupiah).

Dari hasil penjualan produk inovasi Aero Press, Re.kreasi *Coffee* mendapatkan laba usaha sebesar Rp. 2.327.034 (dua juta tiga ratus dua puluh tujuh ribu tiga puluh empat rupiah) dari total 174 cup terjual. Jumlah beban yang digunakan sebanyak Rp. 580.332 (lima ratus delapan puluh ribu tiga ratus tiga puluh dua rupiah).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari Inovasi Produk metode manual *brew* Aero Press dapat ditarik kesimpulan bahwa inovasi produk memberikan dampak positif terhadap kinerja operasional Re.kreasi *coffee* dan juga memberikan keunggulan bersaing bagi Re.kreasi *coffee*. Selain itu juga memberikan keuntungan dari hasil penjualan yang terbilang besar sebagai produk baru. Aero Press sebagai produk yang diolah menggunakan metode manual *brew* mampu memberikan keuntungan yang besar bagi Re.kreasi *coffee* sekalipun tidak menggunakan peralatan mesin teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada seluruh elemen yang terkait dalam kegiatan wirusaha Re.kreasi *coffee* tanpa terkecuali unit MBKM FEB Untad.

REFERENSI

- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan Bersaing UKM Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*.
- Anning Dossan, T. (2018). *Innovation And Competitive Advantage Creation: The Role of Organisational Leadership In Service Firms From Emerging Markets*. International Marketing Review.
- Arista, A., Yuliana, I., & Nanik, K. (2020). Strategi Inovasi Terhadap Peningkatan Profit di Masa Pandemi Pada UMKM Our Mask. *Journal Of Accounting And Financial Issue*.
- Dhewanto, W. (2015). *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil Dan Mikro*. Alfabeta.
- Farida, I., Sunandar, & Aryanto. (2019). Faktor—Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM di Kota Tegal. *Monex Journal of Accounting Research*.

- Garjito, D. (2014). *Berani Berwirausaha*. Akmal Publishing.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Efendi, M. B. B., & Sudarso, A. (2021). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Pengembangan*. Kita Menulis.
- Herjanto, E. (2015). *Manajemen Operasi*. Grasindo.
- Kotler, P., & Armstrong. (2018). *Prinsip—Prinsip Marketing*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Kurniasari, Rika Devi, & Utama, Agung. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Enceng Gondok “Akar”). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*.
- Kurniati, Nesi, Zulkarnain, & Garnasih, Raden Lestari. (2022). Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi, Orientasi Pasar, Dan Kewirausahaan Pada Coffee Shop di Kota Pekanbaru. *Procuratic: Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Kurniawan, D. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional Pada Coffee Shop di Yogyakarta. *Universitas Islam Indonesia*.
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi Pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*.
- Nugraha, A. (2021). Pentingnya Inovasi Produk Pada Filter Coffee Dan Pelatihan Inovasi Produk. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*.
- Nugraha, R. V. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Informasi, Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasi Perusahaan Coffee Shop di Yogyakarta. *Universitas Islam Indonesia*.
- Perkebunan, D. J. (2019). *Statistik Kopi Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik.
- Rangkuti, Freddy. (2018). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosyiana, I. (2019). *Innovative Behavior at Work: Tinjauan Psikologi & Implementasi di Organisasi*. Deepublish Publisher.
- Septiadi, Dwinanda. (2019). *Disrupsi: Siap! (Strategi Inovasi Dan Aplikasinya Untuk Menjadi Pemenang)*. Baraqa Publishing.
- Shestakov, D. (2018). Understanding Innovation: Process, Project and Product Centric Views. *Journal of Economics and Management Sciences*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmadi. (2016). *Inovasi Dan Kewirausahaan*. Humaniora Utama Press.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Utama, R. E. (2019). *Manajemen Operasi*. UM Jakarta Press.