



Analisis Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Gula Aren Pada Perusahaan Natural Aren Di Kabupaten Kolaka Timur

¹Windiasmrita, ²Siti Hairani Idrus, ³Ikrar Muadsim

^{1,2,3} Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo

asmaritawindi@gmail.com

Kendari, Sulawesi Tenggara Indonesia

Abstract

This study aims to analyze product innovation in increasing sales of palm sugar in natural palm companies. There were seven informants in this study, namely the owner of the Natural Aren Kolaka Timur company as the key informant and 4 male and 2 female employees. The techniques used in research are library research and field studies. The method used in this research is descriptive qualitative, the data source is from primary data and secondary data. The results of this study indicate that the product innovation carried out by the natural palm company greatly affected the increase in sales volume, as evidenced by the sales data before and after the innovation, sales of printed palm sugar only reached a maximum of Rp 5,000,000 per month, after the innovation of powdered palm sugar and palm sugar products liquid sugar palm income Rp 5,000,000 to Rp. 15,000,000 per month. Revenue from new product innovation has tripled so that it can affect the company's growth.

Keywords: *Product Innovation; Sales Volume; Company Growth*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi produk dalam meningkatkan penjualan gula aren pada perusahaan natural aren. Informan pada penelitian ini berjumlah tujuh orang yaitu pemilik perusahaan Natural Aren Kolaka Timur sebagai informan kunci dan karyawan berjumlah 4 orang laki-laki dan dua orang perempuan. Teknik yang di gunakan dalam penelitian adalah studi kepustakaan dan studi lapangan. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, sumber data yaitu dari data primer dan data sekunder. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan perusahaan natural aren sangat berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan, terbukti pada data penjualan sebelum dan sesudah inovasi, penjualan gula aren cetak hanya mencapai maksimal Rp 5.000.000 perbulan, setelah adanya inovasi produk gula aren serbuk dan gula aren cair pendapatan Rp 5.000.000 sampai Rp 15.000.000 perbulan. Pendapatan dari inovasi produuk baru meningkat tiga kali lipat sehingga dapat mempengaruhi pertumbuhan perusahaan.

Kata Kunci: *Inovasi Produk; Volume Penjualan; Pertumbuhan Perusahaan*

PENDAHULUAN

Semakin tingginya persaingan dalam dunia usaha maka semakin tinggi semangat pengusaha dalam meningkatkan produknya mengingat semakin ketatnya persaingan maka pentingnya penerapan ide-ide baru. Jannah (2014) menjelaskan bahwa inovasi pemunculan produk yang tidak sama dengan pesaing, sehingga perusahaan dapat melakukan “*product differentiation*” kepada konsumen.

Industri gula aren di Kabupaten Kolaka Timur di kelolah dengan teknologi yang moderen dengan menciptakan inovasi baru yaitu membuat gula aren lebih berkualitas, gula aren batang yang di peroleh dari para petani dan diolah kembali menjadi lebih moderen baik dalam tekstur maupun kemasannya lebih praktis dengan merek dagang Arentin yang merupakan singkatan dari Aren Kolaka Timur.

Menurut Hendro (2011) Inovasi adalah proses kreatif dan mengembangkan banyak objek dan substansi yang bermanfaat bagi banyak orang. Inovasi dapat pula diartikan sebagai bentuk cara untuk mengadopsi “sesuatu” yang baru oleh siapapun yang mengadopsinya, dan sebagai proses menciptakan produk baru.

Pendapat senada menurut Ernawati (2019) yaitu memunculkan ide baru perlu membedakan produk tersebut dengan para pesaingnya serta mengetahui keunggulan apa yang terdapat pada prooduk nya dengn produk sejenis lainnya.



Menurut Tjiang dan Dhyah Harjanti (2013:724) indikator inovasi produk yaitu:

1. Kualitas produk
2. Varian produk
3. Gaya dan desain produk

Penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan agar dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi (Olivia Wlangitan, 2018:38). Sedangkan menurut Mulyadi (2012:202) penjualan adalah kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari berbagai transaksi yang dilakukan dan penjualan bisa di artikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli.

Menurut Rangkuti (2014:3-4) bahwa volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kualitatif dari segi fisik atau volume, unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menjadi penanda naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan unit, kilo, ton, atau liter.

Menurut Basu Swasta dan Irwan (2013:113) indikator volume penjualan adalah:

1. Mencapai volume penjualan
2. Mendapatkan laba
3. Menunjang pertumbuhan usaha

PENELITIAN TERDAHULU

1. Penelitian ini dilakukan Agung Bhakari (2014) dengan judul “Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan di Percetakan Sakilla Jember”. Hasil penelitian yang dilakukan adalah inovasi yang dilakukan dengan memeraan engembangan dan peragaman produk bisasehingga dapat meningkatkan voume penjualan.
2. Penelitian ini di lakukan Shofhaturohmah Ningsih (2012) dengan judul ” “Starategi Inovasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Sanggaluri Purbalingga”. Hasil Penelitian yang dilakuan dengan berbagai macam strategi yang telah dilakukan berhasil meningkatkan pengunjung pada wisata Sanggaluri.
3. Penlitia dilakukan Ikip Laili Kuncarawati dan Gumoyo Mumpuni (2018) dengan judul, “Peningkatan Pendapatan Petani Dengan Pengolahan Pisang Menjadi Keripik Dan Cuka Pisang Pada Petani Di Kecamatan Tumpang”. Hasil penelitian petani hendak menaruh kepercayaan terhadap pengendalian teknologi pengolah yang moderen agar penjualan meningkat.
4. Penelitian ini dilakukan Gerald Christopher Chandra dan Bambang Haryadi(2016), dengan judul “Proses Inovasi Produk Pada Pt Mekar Usaha Nasional”. Hasil pada penelitian pemunculan ide inovasi produk terbaik, karna berhasil menyaring ide terbaik .
5. Penelitian ini dilakukan Agus (2020), yang berjudul “*Modernisasi Inovasi Produksi Gula Aren di Desa Tongko Kecamatan Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat* “. hasil pada penelitian ini modernisasi pada pengelolaan sehingga berperan penting dan dapat meningkatkan ekologis, ekonomi, sosial dan budaya.
6. Penelitian ini dilakukan dahlan malik (2019) dengan judul “Industri gula aren desa tongo “ hasil pada penelitian mampu meningkatkan inovasi pada gula aren dari gula aren cetak menjadi gula semut (gula serbuk) sehingga gula yang dihasilkan bisa meningkat menadi lima kali lipat dan mempengaruhi meningkatnya volume penjualan.
7. Penelitian ini dilakukan Ningtyas (2014) dengan judul “Modernisasi dalam produksi gula aren yang berkualitas dan yang lebih efisien dengan mengembangkan pengolahan gula aren menjadi gula semut yang dikemas moderen. Hasil pada penelitian ini bentuk akhir gula semut ini adalah serbuk sehingga lebih praktis untuk di konsumsi sehingga permintaan konsumen semakin meningkat.

KERANGKA PIKIR

Inovasi produk adalah ide baru yang di ciptakan untuk meningkatkan produk dan layanan. Produk dinyatakan efektif apabila produk tersebut baru dan lebih jelasnya sebab produk baru adalah faktor kunci keberhasilan perusahaan dalam mencapai penjualan yang berbeda dari sebelumnya serta meningkatkan penjualannya sehingga mempengaruhi peningkatan volume penjualan dan menunjang pertumbuhan perusahaan.

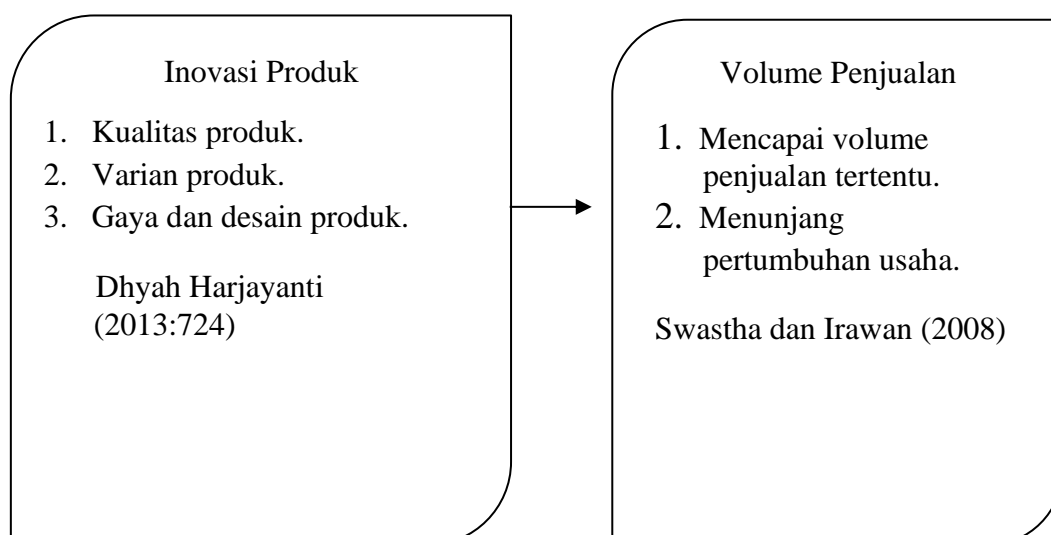
Inovasi produk pada intinya memberikan nilai tambah pada produk yang sudah ada sebelumnya dengan harapan produk tersebut lebih diminati dan meningkatkan selera konsumen. Penambahan nilai tentu tidak terlepas dari perhatian mendalam akan kualitas produk tersebut. Menurut Margareta dan Edwin (2012), kualitas makanan merupakan peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga

Kualitas produk merupakan aspek yang perlu diperhatikan hal ini dikarenakan konsumen akan mempertimbangkan kualitas produk sebelum mengambil keputusan pembelian. Kualitas suatu produk menurut Kotler dan Armstrong (2008: 273) adalah kemampuan produk dalam melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan.

Varian produk selain sebagai sarana untuk membedakan produk yang dimiliki dengan produk pesaing juga berfungsi memberikan aneka tawaran kepada konsumen sehingga memilih produk yang di tawarkan. Adanya pertambahan varian produk mengindikasikan bahwa pelaku usaha memiliki kreatifitas yang baik dan memperhatikan kebutuhan dari konsumen.

Dalam menjalankan usaha, pengusaha perlu untuk menetapkan target volume penjualan produknya, kemampuan pengusaha dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Selain itu dengan tercapainya volume penjualan pengusaha dapat menarik kesimpulan faktor yang mempengaruhinya dengan itu dapat terus mengembangkannya sehingga volume penjualan akan terus meningkat.

Kemampuan pengusaha dalam menjual produknya dapat memanfaatkan keberhasilan untuk melakukan pertumbuhan pada perusahaannya. Usaha memproduksi suatu produk dalam mempertahankan usahanya memerlukan pengembangan usaha sehingga menambah daya tarik konsumen, kemudahan bagi pengusaha maupun konsumen baik itu bentuk kemasan dan jenis produk dan sebagainya. Pencapaian pertumbuhan usaha dalam hal ini sangat didasari oleh volume penjualan produk, Sebagaimana pada gambar kerangka pemikiran berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir



METODE

Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang merupakan pegangan saat penelitian, penelitian kualitatif yakni mengolah data dalam bentuk kalimat, (Sudarwan 2002:51) menyatkan penelitian deskripti kualitatif, yakni datan yang dikumpul dalam bentuk kalimat, gambar dan bukan angka-angka.

Penelitian ini di peroleh dari studi kepustakaan dan studi lapangan yang dilakukan dengan proses pengamatan,wawancara dan dokuumentasi dengan tujuan memperoleh data primer dan data sekunder. Bertujuan untuk menganalisis data ,dalam penyajian data bertujuan untuk menarik kesimpulan. Menurut (Miles dan Huberman), pembatasan terhadap penyajian yang kemungkinan besar adanya penarikan kesimpulan dan dapat mengambil tindakan. Informan dalam penelitian ini yakni berjumlah 7 orang yaitu pemilik pada Perusahaan Natural Aren Kolaka Timur sebagai informan kunci dan karyawanya yang berjumlah 4 orang laki-laki dan dua orang perempuan. Informan penlitian yaitu subyek yang mengetahui banyak informasi objek pada penelitian tersebut (Burhan 2007). Metode pendekatan dengan ilmu teori inovasi dan volume penjualan, merupakan cara atau reverensi untuk mengetahui inovasi produk dalam meningkatkan penjualan khususnya pada Perusahaan Natural Aren Kolaka Timur. Metode pendekatan empiris mempergunakan sumber data primer, yakni data yang diperoleh langsung dari responden yang digunakan untuk mengetahui dengan tepat dan benar inovasi produk dalam meningkatkan penjualan khususnya pada Perusahaan Natural Aren Kolaka Timur. Teori Pendekatan *komperatif* adalah pendekatan untuk menjawab secara kualitatif permasalahan yang ada sesuai realitas.

DEFINISI KONSEPTUAL

Definisi konseptual yang berhubungan pada penelitian ini yaitu:

1. Inovasi Produk
 - a. Kualitas Produk
Kwalitas produk merupakan mutu produk gula aren yang di produksi pada perusahaan Natural Aren Kolaka Timur.
 - b. Varian Produk
Varian produk merupakan keberagaman gula aren yang di hasilkan oleh Perusahaan Natural Aren Kolaka Timur.
 - c. Gaya dan Desai Produk
Gaya dan desain produk merupakan tekstur dan kemasan produk oleh perusahaan Natural Aren Kolaka Timur
2. Volume Penjualan
 - a. Mencapai Volume Penjualan Tertentu
Bertujuan untuk mengetahui berapa banyak produk yang terjual dalam jangka wktu yang telah ditentukan dan sejauh mana keberhasilan pperusahaan dalam mendapatkan volume penjualan. Untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan sebelumnya perlu dilakukan langkah-langkah strategis salah satunya dengan melakukan inovasi produk, maka dari itu perlu adanya pengamatan sejauh mana keberhasilan inovasi pada suatu produk serta dapat mencapai sasaran volume penjualan.
 - b. Menunjang Prtumbuhan Perusahaan
Kemampuan perusahaan dalam membenahi perusahaan serta dapat menaggung sepenuhnya gaji karyawan ,membayar pajak dan meningkatkan keuntungandalam menjaga keberadaan perusahaan, Pertumbuhan fisik usaha baik itu perluasan tempat atau adanya pertumbuhan cabang dari kegiatan usaha dapat menghasilkan keuntungan lebih dan menjaga keberadaan usaha tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi Produk Perusahaan Natural Aren

Sebelum adanya inovasi ini ada dua hal yang Pak Hasrun anggap sebagai persoalan utama dalam industry gula yakni terkait political dari pemerintah merevolusi industri gula serta kebiasaan komsumsi gula masyarakat yang kian menigkat. Menurut Pak Hasrun untuk dapat menyelesaikan persoalan gula di Indonesia, kata beliau kita tidak bisa berharap penuh kepada tebu yang selama ini menjadi satu-satunya sumber bahan baku gula pasir.

Sejauh ini Perusahaan Natural Aren telah melakukan inovasi Natural Aren sebanyak 2 inovasi yang berupa Gula Aren Cair, Gula Aren Serbuk. Jika dilihat perkembangan inovasi produk pada Perusahaan Natural Aren sampai saat ini telah dilakukan penerapan inovasi produk dan dari langkah yang mendasari inovasi produk tersebut yaitu pengumpulan masukan, pengalaman yang telah diamati serta hasil dari pembelajaran bersifat dinamis maka kedepannya ada harapan inovasi produk akan terus bertambah.

Perusahaan natural aren kolaka timur yang merupakan Inovasi memunculkan produk baru hingga saat ini yang menjadi unggul pada perusahaan natural aren kolaka timur yaitu ide produk yang pertamakali yaitu gula aren serbuk dan gula aren cair yang pada awalnya hanya menjual gula aren cetak yang banyak di pasar pada umumnya dan kemudian, barusaja pada bulan agustus 2022 perusahaan natural aren mengeluarkan inovasi produk baru yaitu dengan nama kemasana gula PEMANIS HATI produk ini merupakan bagian dari pengembangan inovasi dari gula aren cetak yang di cetak karakter bentuk love menyerupai hati sesuai dengan namanya gula pemanis hati.

Kualitas Produk

Kualitas produk gula aren yang sudah kita ketahui bahwa gula aren cetak tradisional yang biasa kita dapati di pasaran memang memiliki keunggulan daripada gula pasir. Tapi, Gula Aren serbuk dan cair lebih unggul di banding gula aren cetak. Sebagaimana pendapat informan:

“Informan menyatakan bahwa keunggulan dari produk natural aren merupakan bagian dari kualitas terbaik produk natural aren, kandungan indeks Glikemik yang rendah, lebih sehat dan lebih manis serta rasa dijamin konsisten. Sedangkan jika di bandingkan dengan gula aren cetak gula aren cetak kurang praktis, cepat meleleh dan kurang higienis” (Sumber interview Hasrun 2022).

Natural aren ini selain sebagai bahan baku penambah cita rasa makanan dan minuman juga bermanfaat buat kesehatan jika di konsumsi nya sebagaimana pendapat informan:

“Informan berpendapat bahwa produk natural aren baik untuk kesehatan sudah teruji laboratorium yaitu mencegah diabete, mencegah anemia, mencegah stroke, mencegah asam urat, menjaga kolestrol, menambah semangat, melancarkan peredaran darah serta meningkatkan daya tahan tubuh” (Sumber interview Hasrun 2022).

1. Ketahanan Poduk

Natural Aren termasuk dalam produk yang tahan lama, lama bertahan produk ini bisa sampai berbulan-bulan hingga tahun jika disimpan dengan baik dan benar. Sebagaimana pendapat invorman:

“ Invorman menyatkan bahwa ketahanan produk natural aren ini sudah terjamin hingga sampai rentan waktu satu tahun jika di simpan sesuai ketentuan yang baik dan benar” (Sumber interview Siti Noer Asma 2022).

2. Keandalan Produk

Keterandalan produk yang dalam penelitian ini adalah sejauh mana natural aren dapat mempertahankan kualitas terbaik dalam jangka waktu tertentu. Sebagaimana pendapat invorman:

“ Invorman menyatakan bahwa Produk natural aren tetap menjadi unggul tetap menjadi terbaik di banding dengan gula aren cetak sebab dalam segi mengkomisnya lebih mudah dan kaya akan manfaat. ” (Sumber interview Siti Noer Asma 2022).

3. Ketepatan Pemilihan Bahan Baku

Perusahaan natural aren menjaga ketepatan dari kualitas produknya dengan cara menjaga kualitas bahan, pemilik turun langsung dalam mencari dan memilih gula aren batang terbaik yang akan digunakan Sebagaimana pernyataan informan:

“Berdasarkan pendapa informan menyatakan bahwa dia ingin mengutamakan kualitas produk tetapi juga harus menyesuaikan harga bahan agar tidak mempengaruhi harga produk, disini pintar-pintarnya saja dalam memilih gula aren terbaik dari petani, bekerjasama dengan petani penghasil gula aren batang terbaik menurutku, karna sudah banyak tempat membeli gula aren kita bisa menilai kebersihan dan warna serta tekstur juga mempengaruhi kualitas pada gula aren, untuk sekarang khusus gula aren cetak kami sudah ada pemasok tetap yang dapat dipercaya. Di sini kami juga menjaga takaran bahan agar menjaga kualitas rasa yang tetap,” (Sumber: Interview Hasrun,2022).

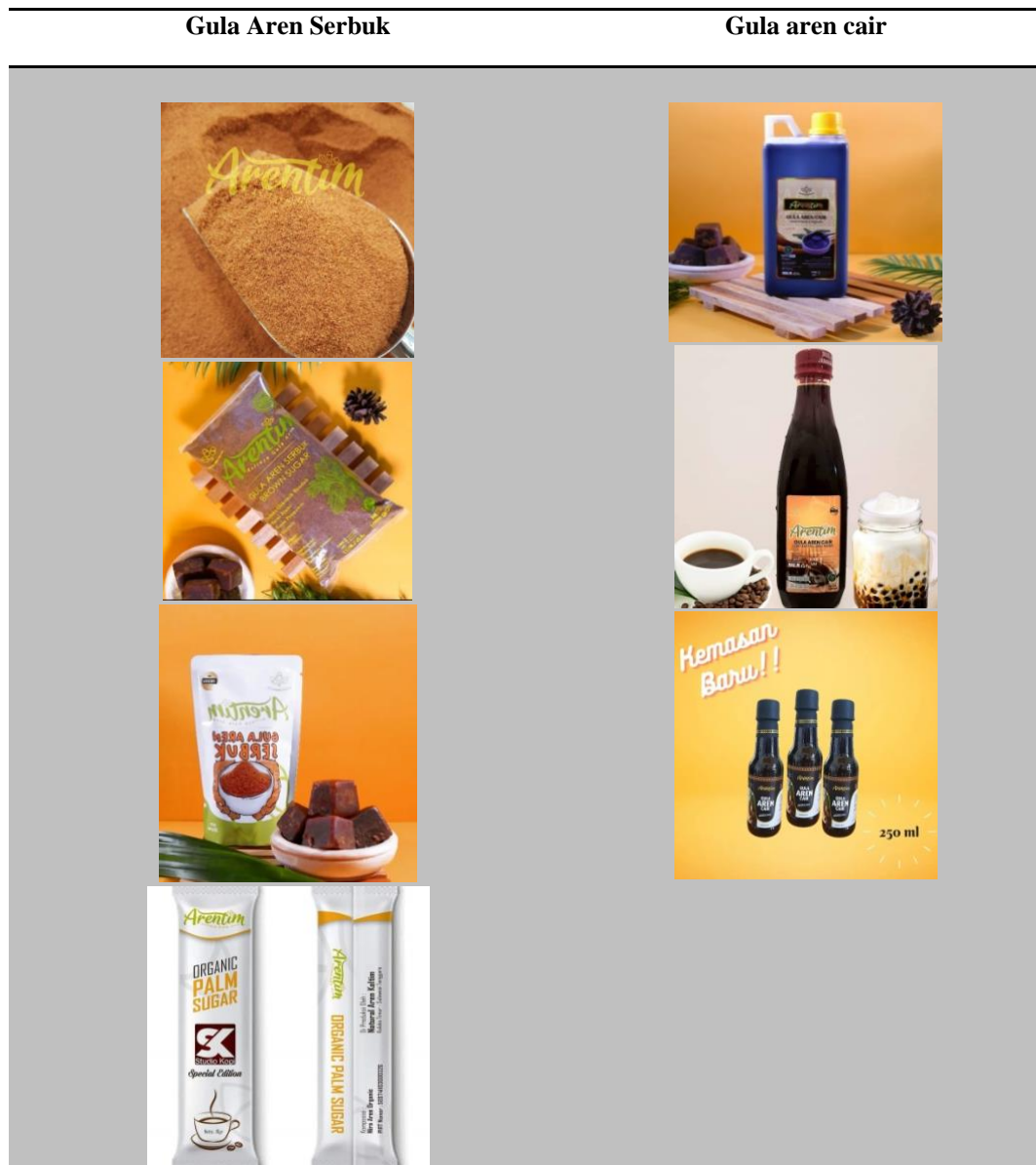
4. Kemudahan dalam Penggunaan

Dari segi kemudahan pembuatan Natural aren dalam memproduksi gula aren cair dan gula aren serbuk termasuk cepat karena bahan produksi gula aren padat sudah disiapkan sebelumnya selalu ada persediaan stok bahan baku gula aren batang yang akan di olah kembali, proses produksi gula aren cair dan gula aren serbuk membutuhkan waktu kurang kurang lebih 5 jam.

Varian Produk

Pengusaha bahan baku makanan yang menyediakan berbagai macam kemasan dengan ukuran sesuai kebutuhan membuat konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang akan di beli untuk dikonsumsi. Perusahaan natural aren sebagai salah satu usaha bahan makanan gula aren untuk memenuhi kepuasan, kebutuhan dan keinginan konsumen maka terus melakukan pengembangan terhadap produknya melalui inovasi produk dengan berfokus menambah varian produk pada Perusahaan Natural aren. Berikut ini adalah tabel gambar varian produk. Untuk mengembangkan produknya maka diperlukan perencanaan dan ide kreatif yang terorganisir, efisien dan efektif sehingga dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Berikut ini adalah tabel gambar varian produk:

Gambar 2. Gambar Varian Produk Natural Aren



Sumber: Dokumen di ambil dari Perusahaan Natural aren (November 2022)

Varian produk yang ada di Perusahaan Natural Aren mengutamakan mempertahankan kualitas serta varian pada kemasan gula aren cair dan gula aren serbuk, menyediakan varian kemasan kecil hingga kemasan besar, bertujuan agar dapat di jangkau berbagai kalangan. Dalam hal peyesuaian rasa gula aren cair dan gula aren serbuk tidak bedah

dengan rasa gula aren pada umumnya perbedaan yang sangat menonjol adalah terletak dari segi teksturnya, kebanyakan masyarakat mengkomsumsinya.

Gaya dan Desain Produk

Fungsi utama produk natural aren adalah sebaga bahan baku gula penambah bahan makanan dan minuman sebagai pelengkap terhadap rasa dan dapat di gunakan pula sebagai bahan desain makanan dan minuman. Akan tetapi seiring berkembagnya zaman dimana gaya dan desain kemasan pada produk begitu penting untuk menarik perhatian konsumen menjadi dayatarik pembeli. Perusahaan natural aren menerapkan desain penyajian pada produksinya, menerapkan konsep moderen dalam pembuatan hingga pengemasan. Produk natural aren dikemas dalam kemasan botol dan caset :

1. Kemasan Botol



2. Kemasan Caset



Tabel 1. Volume Penjualan Periode September 2021 – Agustus 2022

Periode	Volume Produksi (Kg)	Pendapatan (Rp)	
		Gula Serbuk	Gula Cair
Septembar, 2021	400	11.825.000	13.815.000
Oktober, 2021	400	13.750.000	13.350.000
November, 2021	500	15.050.000	15.050.000
Desember, 2021	500	15.700.000	14.700.000
Januari, 2022	500	14.225.000	15.225.000
Februari, 2022	500	10.600.000	13.970.000
Maret, 2022	500	12.150.000	15.150.000
April, 2022	500	15.375.000	15.375.000
Mei, 2022	500	14.925.000	14.925.000
Juni, 2022	500	13.175.000	15.875.000
Juli, 2022	500	15.525.000	15.525.000
Agustus, 2022	500	14.925.000	15.925.000

Sumber : Volume penjualan timur periode September 2021 – Agustus 2022



Berdasarkan data wawancara pada penelitian, volume penjualan pada Perusahaan Natural Aren pendapatan kian meningkat setelah adanya inovasi produk baru di perusahaan natural aren hingga memproduksi sampai 500 Kg gula aren cetak yang diolah di perusahaan natural aren.

Tabel 2. Data volume Penjualan Natural Aren sebelum dan sesudah inovasi

Tanggal	Sebelum Inovasi (kg)	Pendapatan (Rp)	Tanggal	Sesudah Inovasi (kg)	Pendapatan (Rp)
Juni, 2021	125	2.500,000	September, 2021	400	13,815,000
Juli, 2021	223	4,460,000	Oktober, 2021	400	13,750,000
Agustus, 2021	250	5,000,000	November, 2021	500	15,050,000
Total	598	11,960,000	Total	1300	42,615,000

Pertumbuhan perusahaan

Kemampuan kegiatan usaha bahan baku gula dalam menjual produknya diharapkan dapat terus menunjang pertumbuhan perusahaan dalam hal ini secara fisik perusahaan. Pertumbuhan fisik usaha baik itu peningkatan rumah produksi peningkat alat produksi yang semakin moderen atau adanya pertumbuhan mengenai bertambahnya produk-produk baru. Usaha bahan baku gula yang mengalami pertumbuhan pada usahanya akan memberikan efek kepercayaan pada konsumen karena pertumbuhan usaha merupakan hasil dari penjualan yang mengutamakan selera konsumen serta memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen. Selain itu akan mempengaruhi pihak luar untuk berkerja sama, baik berupa penanaman modal atau kerjasama dalam bentuk kegiatan proses pemasarran. Pertumbuhan perusahaan juga sangat berpengaruh terhadap peningkatan proses pemasaran yang merupakan banyak target pasar yang harus terus dijalankan sebab semakin baik pasarannya semakin meningkat pula jumlah permintaan konsumen maka semakin mempengaruhi tingkat produksi pada perusahaan Natural Aren. Dari semua yang telah disebutkan pengaruh yang akan muncul dari pertumbuhan perusahaan adalah terbukanya lowongan pekerjaan karena semakin bertumbuhnya usaha maka akan semakin banyak tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan. Sejauh ini, produk Natural aren telah terdistribusi di beberapa provinsi yaitu diantaranya Sulawesi Tenggara, Sulawesi Selatan, Sulawesi Barat, Jawa Timur, DKI Jakarta hingga NTB. Kedepan kami terus berusaha memperluas jangkauan pemasaran dan distribusi ke beberapa provinsi hingga ke mancanegara. Seagaima pendapat informan:

“informan menyatakan bahwa Produknya teruji laboratorium dan bersertifikat halal yang sudah banyak tersedia di 960 minimarket dan hypermart dan sudah melayani 120 hotel, restora ,Cafe / Warkop, Boba. Insyaallah Produk Natural Aren go international, dengan terpilihnya pada bulan november tahun lalu produk natural aren pilihan HIPMI untuk dibawa ke Dubai Expo,UEA, sebagai ajang promosi produk lokal berkualitas Dubai Expo ini merupakan kesempatan langkah untuk menggaet potensi buyer, dan di tahun yang sama pula Perusahaan natural aren telah mengikuti kegiatan promosi Dubai Expo dan telah berhasil mengirimkan sampel kepada diaspora yang ada di Belanda. produk natural aren sudah sampai di luar negri semoga secepatnya soon, kami yakin bisa ekspor, Serta barusja mendapatkan penghargaan sidhakarya 2022 atas komitmennya dalam meningkatkan kualitas dan produktivitas perusahaan.”(Sumber Hasrun 2022).

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di perusahaan natural aren, dari inovasi gula aren cetak menjadi gula aren cair dan gula aren serbuk, berhasil mempengaruhi minat beli konsumen sehingga menunjukkan bahwa inovasi produk baru pada perusahaan tersebut dapat mempengaruhi meningkatnya pendapatan pada perusahaan natural aren, serta dapat pula menunjang pertumbuhan perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Agung Bhakari 2014, Shofhaturohman Ningsih 2012 dan Yuliana 2015) dalam keimpulan hasil penelitiannya yaitu inovasi produk yang dilakukan dalam menerapkan pengembangan dan beragam produk



dapat meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan interaksi antara perusahaan dengan secara dinamis melalui inovasi produk yang di tawarkan sehingga semakin menunjang pertumbuhan perusahaan. Penelitian ini di dukung oleh pendapat Ernawati (2019), menjelaskan di dalam menciptakan sebuah produk diperlukan adanya inovasi, agar dapat membedakan produk tersebut dengan para pesaingnya dan apa yang membuat produk tersebut jauh lebih unggul dibandingkan produk sejenis lainnya.

Variabel inovasi produk sangat memberi pengaruh yang kuat terhadap variabel volume penjualan hal ini terbukti dari hasil penelitian dari salah satu inovasi yang menonjol yang merupakan modernisasi gula aren adalah dari gula aren cetak kemudian di olah kembali menjadi lebih moderen dari segi tekstur gula dan kemasan yang lebih praktis, sehingga lebih memudahkan para konsumen dalam mengkonsumsinya sehingga mempengaruhi minat beli konsumen dan dapat menghasilkan pendapatan 3 kali lipat dari sebelum adanya inovasi . Penelitian ini sejalan oleh penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Dahlan Malik 2019 dalam hasil penelitiannya yaitu meningkatkan inovasi pada gula aren dengan memanfaatkan nira aren atau gula aren yang suda jadi dari pembuat gula aren lokal desa Tongo menjadi produk yang berbeda yaitu gula semut (gula serbuk) produksi gula yang di hasilkan bisa meningkat menjadi lima kali lipat. Penelitian ini di dukung oleh pendapat Nana herdiana Abdurrahman (2013) menjelaskan tujuan utama inovasi adalah meningkatkan sumber-sumber tenaga, uang, dan sarana, termasuk struktur dan prosedur organisasi.

Inovasi yang dilakukan perusahaan natural aren dapat menunjang pertumbuhan perusahaan dan meningkatkan volume penjualan menjadi tiga kali lipat, dari sebelum adanya inovasi produk baru pendapatan hanya mencapai 2 juta sampai dengan 5 juta, setelah adanya inovasi pendapatan dari volume produksi gula aren cetak dari 400 kg – 400 kg mencapai volume penjualan 5 juta sampai dengan 15 juta perbulan dapat dilihat pada tabel volume penjualan periode September 2021 sampai dengan Agustus 2022. Penelitian ini di dukung oleh pendapat Daryono (2011:187) Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Dam menurut pendapat Rangkuti (2014:3-4) bahwa volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kualitatif dari segi fisik atau volume, unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menjad penenda naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan unit,kilo,ton,atau liter.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti mengemukakan kesimpulan yaitu inovasi produk dalam meningkatkan penjualan gula aren pada perusahaan natural aren di kolaka timur inovasi menciptakan produk baru dari gula aren cetak kemudian di olah dengan moderen menjadi gula aren serbuk dan gula aren cair dengan berbagai jenis kemasan dan ukuran yang berbeda-beda. Inovasi produk pada perusahaan natural aren dengan adanya produk gula aren serbuk dan gula aren cair dapat meningkatkan pendapatan tiga kalilipat, sebab inovasi penemuan produk baru mampu menjadi daya tarik konsumen, pendapatan bersi sebelum dan sesudah adanya inovasi produk baru pada perusahaan natural aren yatu 5 juta hingga sampai dengan 15 juta.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Saleh dan Harjito.(2020) “*Modernisasi Produksi Gula Aren di Desa Tongko Kecamatan Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat*” Speccial Issue. *Jurnal Tambora*, Vol 4, No 24, Juli 2020
- Curatman, Aang, Rahmadi, Soesanty Maulany dan Mastur Mujib Ikhsani (2016) “*Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon*” *Jurnal Logika*, Vol XVIII, No 3, Desember 2016
- Djoko H. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Speda di Tangsel. *Jurnal UMJ*. 4 (1): 1-10 Daryono, 2011. *Manajemen Pemasaran*. CV Yrama Widya, Bandung.
- Daryono, 2011. *Manajemen Pemasaran*. CV Yrama Widya, Bandung.
- Ernawati, Diah, 2019, “*Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*”, *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 Nomor 1, 2019



- Djoko H. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Speda di Tangsel. *Jurnal UMJ*. 4 (1): 1-10
- Ernawati, Diah, 2019, “Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung”, *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 Nomor 1, 2019
- Haryono, Tulus dan Sabar Marniyati (2017) “Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing” *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol. 17, No. 2, 2017 :51-68
- Kotler, P., & G. Amstrong. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1. (Terjemahan Bob Sabran). Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga. (Edisi asli diterbitkan tahun 2008 oleh Pearson Education Inc. Pearson Prentice Hall).
- Kotler, Philip, (2009), *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 13). Jakarta : Erlangga. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. PT. Prenhallindo, Jakarta. (2000), *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, hlm. 6 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, hlm. 17
- Hamiton I, Edet OL, Jaya, Bahagia. 2021. Inovasi Produk dan Kinerja Penjualan Perusahaan Manufaktur barang Konsumen di Sungai. *Jurnal Manajme Kogi*. 7 (3) : 72-85
- Jannah, Mukhlisotul (2014) ”Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif” *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 5, No. 1, 2014
- Tjiptono. 2019. Pengaruh Varian Produk Terhadap Loyalitas Konsumen di Umr. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 6(2): 62-75
- Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hlm. 85-89.
- Sudarwan, Danim. Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), Cet. I, hlm. 51.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, Cet. 6, hlm. 335-336.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2002, Cet. XII), hlm. 134.
- Sumarwan, Ujang. 2010. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran analisa Perilaku Konsumen, Surabaya; Ghalia.
- Swastha, Basu (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Ujang Sumarwan, 2008, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta: PT, Gramedia Utama,
- Wild, John J, K.R. Subramanyam, dan Robert F. Halsey. 2010. *Finacial Statement Analysis*. The Mc. Graw Hill Companies Inc., diterjemahkan oleh Yanivi S., Bachtiar dan S. Nurwahyu Harahap. Analisis Laporan Keuangan. Salemba Empat. Jakarta.