

Analisis Manajemen Persediaan Dalam Inovasi Pada Kedai Sultan Karawang

1st Muhammad Arrizky Ilham As'ad* ^a

2nd Muhamad Fakhri Abdul Aziz ^a

3rd Darma Karen Yudhsitira ^a

4th Tantri Tri Astuti ^a

5th Ujang Suherman ^a

^a Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Abstract

The aim of this research is to analyze product innovation and business innovation at the Karawang Sultan shop. This research uses a qualitative research design. The qualitative method is a research method that uses data in the form of numbers and the collected data is analyzed using qualitative analysis. The results of this research, the success of Kedai Sultan's business can be seen from its good and very friendly service, its prices which are quite affordable, and most importantly, the innovation of this shop which can create dishes with large portions and delicious taste quality is the most important factor for This shop is always busy with customers.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis inovasi produk dan inovasi usaha pada kedai sultan Karawang. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka dan data terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis secara kualitatif. Hasil penelitian ini keberhasilan usaha Kedai Sultan ini dapat dilihat dari pelayanan nya yang bagus dan sangat ramah, harga nya yang cukup terjangkau, dan yang terpenting adalah inovasi dari kedai ini yang bisa menciptakan hidangan dengan porsi yang banyak dan kualitas rasa yang lezat menjadi faktor terpenting untuk membuat kedai ini selalu ramai didatangi oleh customer.

Kata Kunci: *persediaan, inovasi*

Keywords: *inventory, innovation*

* Correspondence: mn20.muhammadarrizkyilhamasad@mhs.ubpkarawang.ac.id

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang ekonomi karena UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja, meningkatkan *Gross Domestic Product* (GDP), mengurangi tingkat inflasi dan dapat meningkatkan perekonomian. Berdasarkan data yang di rilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM) sepanjang 2022 UMKM di Indonesia tercatat tumbuh begitu baik, angkanya mencapai 8,71 juta unit dan meningkat signifikan dengan perkembangan UMKM pada tahun 2023 adalah sebanyak 10 juta.

Dalam upaya membangun ekonomi Indonesia, pemerintah terus memberikan dukungan penuh untuk melakukan pengembangan UMKM karena Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. UMKM ini mampu menjadi roda penggerak yang akan membangkitkan dan menghidupkan kembali perekonomian Indonesia. UMKM adalah jenis usaha yang sangat berkembang di Indonesia (Limansto, 2023).

Semakin meningkatnya kompleksitas persaingan di dunia usaha membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global seperti melakukan inovasi produk dan jasa, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, memperbaharui teknologi serta melakukan perluasan area pemasaran. Semua hal ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan nilai jual UMKM agar dapat bersaing di pasar global. UMKM harus lebih kompetitif lagi agar dapat berkompetisi dengan para pesaing, mengingat UMKM adalah sektor yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. UMKM diharapkan dapat meningkatkan nilai mereka agar konsumen tidak berpaling kepada pesaing .

Inovasi adalah kecenderungan untuk mengembangkan elemen baru atau kombinasi baru dari produk, teknologi atau manajemen sebelumnya dan digunakan untuk pengetahuan baru (Moorma dan Miner, 1998). Jadi, inovasi



diperlukan untuk mempertahankan posisi, meningkatkan mutu perusahaan dan juga sebagai pendorong dalam pencapaian visi dan misi perusahaan. Inovasi atau mati mungkin kita sering mendengar sebutan ini, sebutan ini bisa saja benar karena inovasi adalah salah satu cara agar perusahaan bisa beradaptasi (Morris, 2019). Inovasi merupakan kelanjutan dari penemuan yaitu kegiatan kreatif untuk menciptakan suatu konsep baru untuk keperluan baru, untuk diwujudkan dan diimplementasikan menjadi suatu bisnis yang sukses, dan ketika melakukan eksekusi terhadap inovasi dengan baik akan membuat sebuah perusahaan tumbuh dan berkembang.

Pertumbuhan ketertarikan peneliti untuk meneliti tentang inovasi. Konsep inovasi banyak di adopsi dan digunakan dalam praktek bisnis yang sebenarnya terutama bagi UMKM yang menggunakan inovasi ini sebagai alat yang digunakan secara luas (Horn and Brem, 2019). Ada 2 jenis inovasi yaitu *sustaining innovation* dan *disruptive innovation*. *Sustaining innovation* adalah inovasi yang dilakukan dengan menyempurnakan inovasi yang telah dilakukan sebelumnya, "Perusahaan cenderung untuk berinovasi lebih cepat dari pada kebutuhan pelanggan mereka, sebagian besar organisasi akhirnya berakhir memproduksi produk atau jasa yang benar-benar terlalu canggih, terlalu mahal, dan terlalu rumit untuk banyak pelanggan di pasar mereka". Sedangkan *disruptive innovation* adalah inovasi yang mengganggu, bahkan menggantikan inovasi-inovasi sebelumnya, inovasi ini biasanya tidak dapat diduga atau biasa disebut *out of the box*.

Dari pengertian dua inovasi tersebut UMKM dapat menerapkan *disruptive innovation* karena UMKM memiliki modal yang relatif kecil sehingga tidak bisa membuat inovasi yang terlalu canggih, terlalu mahal dan terlalu rumit karena itu semua akan memakan modal yang besar. *Disruptive innovation* ini terjadi karena 3 syarat yaitu : keterjangkauan, biaya yang lebih murah dan inovasi yang lebih inferior. Tetapi dalam hal ini Salah satu ciri khas dari pasar yang cocok untuk diterapkan *disruptive innovation* adalah pasar yang konsumennya memerlukan produk yang kuat pada harga sangat rendah karena tingkat pendapatan yang sangat rendah dan kondisi hidup yang keras (Hart dan Christensen, 2020). Oleh karena itu untuk para pelaku usaha baru atau UMKM sebaiknya menggunakan *disruptive innovation* sebagai batu loncatan yang besar agar dapat memenuhi keinginan konsumen.

Kedai Sultan adalah salah satu UMKM yang bergerak pada bidang jenis usaha makanan di Kota Karawang Yang Mengacu Pada Penjualan bakmie namun juga menjual jenis makanan lainnya. Selain bakmie, Kedai ini juga menyajikan berbagai jenis makanan lainnya seperti Nasi Goreng, Pangsit Goreng, Kwetiaw Goreng/Rebus, Mie Goreng/Rebus, Bihun Goreng/Rebus. Untuk menu Rice Bowl nya disini juga menyediakan berbagai macam jenis seperti Rice Bowl Ikan dan Cumi, Rice Bowl Ayam, dan Juga Rice Bowl Sapi Dan Sosis. Untuk Minumannya di Kedai Sultan ini juga menyediakan berbagai jenis minuman seperti Teajus, Jasjus, Nutrisari, Le Minerale, Teh botol, dan juga menyediakan es teh manis.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "Analisis Manajemen Persediaan Dalam Inovasi Pada Kedai Sultan Karawang"

2. Kajian Teori

Pengertian Manajemen

Manajemen adalah ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Syafriana, 2019). Sedangkan menurut Reeser dalam Rudianto (2021) manajemen adalah pemanfaatan sumber daya fisik dan manusia melalui usaha yang terkoordinasi dan diselesaikan dengan mengerjakan fungsi-fungsi manajemen.

Manajemen adalah suatu ilmu yang mengatur pemanfaatan sumber daya manusia dan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Menurut Griffin dalam Setiana (2019) Manajemen adalah sebuah proses perencanaan, proses organisasi, proses koordinasi dan proses kontrol terhadap sumber daya untuk mencapai tujuan dengan efektif dan efisien, efektif berarti tujuan dapat tercapai sesuai rencana, sedangkan efisien artinya tugas dijalankan dengan benar, terorganisir dan selesai sesuai jadwal. Manajemen adalah sebuah keahlian yang dimiliki seseorang atau organisasi untuk menggerakkan orang lain agar mau melakukan sesuatu (Setiana 2019).

Berdasarkan pengertian para ahli di atas, dapat dikatakan bahwa manajemen adalah suatu ilmu yang mengatur tentang sumber daya manusia dengan sistematis agar tercapainya tujuan bersama dengan mengerjakan tugas sesuai rencana.

Pengertian Manajemen Persediaan

Manajemen Persediaan adalah bagian dalam manajemen operasional dan manajemen produksi yang memiliki fungsi untuk menjaga serta mengatur stok milik Perusahaan.

Menurut Harsanto (2013) : Manajemen Persediaan ialah serangkaian keputusan atau kebijakan sebuah Perusahaan dengan tujuan untuk memastikan Perusahaan dapat menyediakan persediaan yang bermutu seperti jumlah dan waktu tertentu.

Menurut Manahan P. Tampubolon (2005) : Tujuan dari menyimpan persediaan adalah agar korporasi dapat dipenuhi sesuai dengan pesanan pelanggan secara cepat dan tepat waktu & menjaga barang hingga waktu yang sangat lama atau pada musim panen tertentu.

Pengertian Inovasi

Menurut Kotler dan Keller (2014) mengajukan dua konsep inovasi yaitu sebagai berikut:

1. Keinovatifan adalah pikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah kultur perusahaan.
2. Kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil.

Menurut Kotler dan Keller (2014), inovasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Memiliki kekhasan/khusus artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.
2. Memiliki ciri atau unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar Orisinalitas dan kebaruan.

Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses yang yang tidak tergesa-gesa, namun inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu. Inovasi yang digulirkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut (Daniel, 2020).

Menurut Buchari Alma (2018), proses inovasi merupakan faktor personal yang mendorong inovasi itu sendiri adalah keinginan berprestasi, adanya sifat penasaran, keinginan menanggung risiko, faktor pendidikan dan faktor pengalaman. Sedangkan faktor-faktor environment mendorong inovasi adalah adanya peluang, pengalaman dan kreativitas. Tidak diragukan lagi pengalaman adalah sebagai guru yang berharga yang memicu perintisan usaha, apalagi ditunjang oleh adanya peluang dan kreativitas.

Sedangkan menurut Eddy (2019) proses inovasi adalah kemampuan dalam menambahkan nilai guna/manfaat terhadap suatu produk dan menjaga mutu produk dengan memerhatikan "*market oriented*" atau apa yang sedang laku dipasaran.

Ada 5 tipe inovasi menurut para ahli, yaitu:

1. Inovasi produk; yang melibatkan pengenalan barang baru, pelayanan baru yang secara substansial meningkat. Melibatkan peningkatan karakteristik fungsi juga, kemampuan teknis, mudah menggunakannya.
2. Inovasi proses; melibatkan implementasi peningkatan kualitas produk yang baru atau pengiriman barangnya; Inovasi pemasaran; mengembangkan metode mencari pangsa pasar baru dengan meningkatkan kualitas desain, pengemasan, promosi.
3. Inovasi organisasi; kreasi organisasi baru, praktek bisnis, cara menjalankan organisasi atau perilaku berorganisasi.
4. Inovasi model bisnis; mengubah cara berbisnis berdasarkan nilai yang dianut.

Menurut Kotler dan Keller (2018) bahwa, inovasi produk menunjukan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau di kembangkan yang berhasil dipasarkan. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk.

Menurut Thomas W. Zimmerer (2019) Bahwa, inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Salah satu cara yang dapat memenangkan persaingan yaitu dengan melakukan inovasi produk Menurut Buchari (2019:18) inovasi berarti mengamati konsumen untuk menemukan dan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru.

Dari beberapa pengertian tentang inovasi menurut para ahli diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa Inovasi merupakan pengembangan atau menciptakan suatu produk baru untuk menarik minat beli konsumen.

Pengertian Kinerja Pegawai

Menurut (B. D. Prasetyo, 2020) Inovasi produk adalah sebuah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat dikembangkan. Inovasi digunakan secara sengaja di buat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, inovasi harus terus dilakukan dan dikembangkan.

Menurut (Abdjul et al., 2018) Inovasi produk yaitu salah satu cara untuk memberikan poin tambahan yang merupakan salah satu komponen kunci keberhasilan operasional bisnis, yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan sehingga membutuhkan produk yang berkualitas. Inovasi produk adalah suatu perubahan pada sekumpulan informasi yang berhubungan dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, yaitu dengan cara memodifikasi produk tersebut untuk menjadikan sesuatu yang lebih bernilai, menciptakan hal baru dan juga berbeda, yaitu dengan merubah suatu bahan menjadi sumber daya dan menggabungkan sumber daya tersebut menjadi suatu inovasi baru atau spesifikasi produk yang lebih produktif, baik secara langsung maupun tidak langsung yang dipengaruhi oleh kepastian untung maupun rugi atau proses waktu melaksanakannya, dalam rangka meraih keunggulan yang kompetitif (Fadhil, 2022).

Melalui uraian teori tersebut, penulis bisa menarik kesimpulan jika inovasi produk merupakan sebuah cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan berupa penciptaan pemikiran baru sehingga perusahaan dapat bersaing dan memiliki keunggulan kompetitif.

Indikator Inovasi Produk

Menurut (B. D. Prasetyo 2020) ada beberapa indikator inovasi produk yaitu:

Fitur produk

Fitur produk adalah fitur yang digunakan untuk membedakan produk dengan produk perusahaan lain yang dapat dilihat dari fungsi produknya.

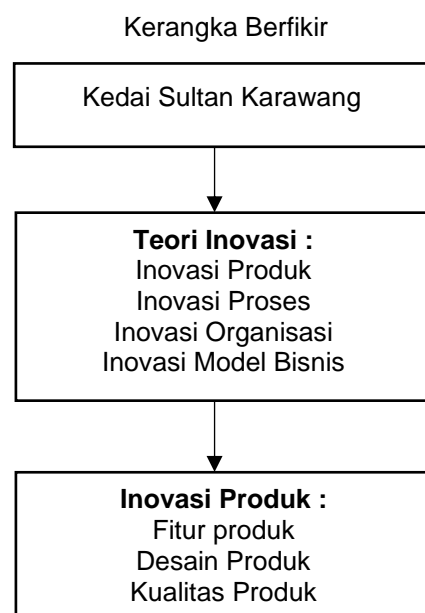
Desain produk

Desain produk adalah salah satu cara untuk menambah nilai bagi konsumen. Gaya akan menggambarkan penampilan dari produk khusus tersebut dan desainnya mempunyai lebih banyak konsep. Bukan hanya penampilan produk yang akan dipengaruhi oleh desain, namun juga fungsi dari produk tersebut.

Kualitas produk

Kualitas produk merupakan sesuatu keahlian sebuah produk untuk menjalankan fungsinya, antara lain yaitu keandalan, ketahanan, maupun ketepatan produksi. Keawetan yang dimaksud yaitu mencerminkan umur ekonomis pada produk tersebut, dan keandalan adalah kinerja produk dari satu pembelian ke pembelian lainnya.

Kerangka Berfikir



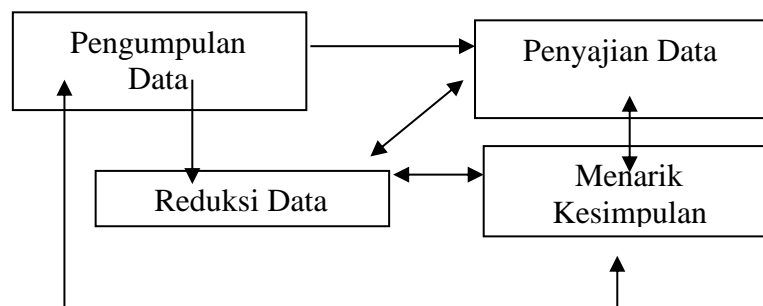
Gambar 1.Kerangka Pemikiran

3. Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka dan data terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis secara kualitatif (Ghozali, 2018). Desain penelitian merupakan seluruh proses yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian.

Metode kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek ilmiah. Pendapat Fadli Uus (2021) mengemukakan jika dengan digunakan metode kualitatif, maka data yang didapat akan lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel, dan bermakna sehingga tujuan penelitian dapat tercapai (Rancangan penelitian kualitatif dengan cara membaca berbagai informasi tertulis, gambar-gambar, berfikir dan melihat objek dan aktifitas orang yang ada di sekelilingnya dengan cara melakukan observasi, wawancara dan sebagainya. Analisis penelitian merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan model Milles & Hubberman yang digambarkan sebagai berikut :



Desain Penelitian Kualitatif (*Interactive Model*)

Submber : Fadli (2021:16)

Data Collection (Pengumpulan Data), Teknik pengumpulan data adalah prosedur sistematis untuk mendapatkan data yang diperlukan.

Data Reduction (Reduksi Data), Mereduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, sesuai tema, fokus, dan sub fokus penelitian. Reduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan penelitian untuk melakukan data selanjutnya.

Data Display (Penyajian Data), Penyajian data dilakukan setelah reduksi data. Penyajian data dibuat dalam bentuk urian singkat (teks baratif), bagan, hubungan antara kategori, *flowchart*, atau sejenisnya.

Conclusion Drawing/Ferifying, Menarik kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal masih bersifat semnetara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Lokasi Dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Karawang dengan mentargetkan penelitian pada analisis inovasi di kedai sultan Karawang. Penelitian dilakukan pada bulan Desember tahun 2023.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu diambil dari data primer maupun sekunder. Sumber data biasanya didapat langsung dari objek penelitian dan secara tidak langsung didapat dari data lainnya atau di luar objek penelitian.

Data Primer

Menurut Sugiyono (2018) “sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul”. Dalam penelitian ini data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan cara observasi dan wawancara.

Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) mendefinisikan data sekunder adalah “sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen”. Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari sumber lain seperti dokumentasi dari objek penelitian, internet, artikel, juga jurnal dan analisis dokumen.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pendekatan kepada subjek dengan proses pengumpulan karakteristik subjek yang diperlukan dalam suatu penelitian. Proses pengumpulan data adalah suatu proses pendekatan kepada subjek yang diperlukan dalam suatu penelitian (Nursalam, 2020). Pada penelitian ini proses pengumpulan data adalah sebagai berikut :

Observasi

Menurut Sugiyono (2018) Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Metode pengumpulan data dengan cara mengamati langsung subjek dan objek penelitian yaitu kedai sultan Karawang.

Wawancara

Menurut Sugiyono (2018) “wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil”. Wawancara yang dipilih oleh peneliti adalah wawancara semiterstruktur. Menurut Sugiyono (2018) “wawancara semiterstruktur dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur, namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat”. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, namun tetap berada pada topik penelitian yang dikaji.

Analisis Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018) dokumentasi adalah “suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian”.

Instrumen Penelitian

Instrumen atau alat pengumpulan data adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Instrumen penelitian adalah segala peralatan yang digunakan untuk meperoleh, mengelola, dan menginterpretasikan informasi dari para responden yang dilakukan dengan pola pengukuran yang sama (Nasir, 2011). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat ukur instrumen penelitian sebagai berikut :

Tabel 1. Intrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Operasional	Indikator	Jenis Data
Inovasi Produk	Inovasi produk adalah sebuah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat dikembangkan. Inovasi produk digunakan secara sengaja di buat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, inovasi harus terus dilakukan dan dikembangkan kedai sultan Karawang.	Fitur produk Desain Produk Kualitas Produk	Kualitatif

Tahapan Analisis

Menurut Sugiyono (2018), analisis data kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Tahapan analisis kualitatif melalalui proses penyusunan perencanaan strategis tiga tahap analisis yaitu:

Tahap pengumpulan data

Tahap pengumpulan data pada tahap ini tidak hanya sekedar tahap pengumpulan data melainkan sebuah kegiatan pengklasifikasian dan pra analisis dimana pada tahap ini dikumpulkan berbagai informasi yang diperlukan melalui observasi dan wawancara langsung.

Tahap analisis

Tahap analisis adalah setelah mengumpulkan semua informasi dari hasil observasi dan wawancara langsung.

Tahap pengambilan kesimpulan

Setelah tahap analisis kemudian dari hasil yang ada menentukan pengambilan kesimpulan secara kualitatif.

4. Hasil dan Pembahasan

Locus Penelitian

Kedai Sultan adalah salah satu jenis usaha makanan yang populer di Indonesia Terutama di Kota Karawang Yang Mengacu Pada Penjualan bakmie namun juga menjual jenis makanan lainnya. Selain bakmie, Kedai ini juga menyajikan berbagai jenis makanan lainnya seperti Nasi Goreng, Pangsit Goreng, Kwetiaw Goreng/Rebus, Mie Goreng/Rebus, Bihun Goreng/Rebus. Untuk menu Rice Bowl nya disini juga menyediakan berbagai macam jenis seperti Rice Bowl Ikan dan Cumi, Rice Bowl Ayam, dan Juga Rice Bowl Sapi Dan Sosis. Untuk Minumannya di Kedai Sultan ini juga menyediakan berbagai jenis minuman seperti Teajus, Jasjus, Nutrisari, Le Minerale, Teh botol, dan juga menyediakan es teh manis.

Sedikit tentang awal mula nama Sultan Pada Kedai ini, menurut Mas Agung selaku pemilik usaha Kedai Sultan ini, menjelaskan bahwa diberi nama sultan karena menurut Mas Agung sendiri meyakini bahwa dari setiap menu yang disajikan itu disajikan dengan Porsi Yang cukup banyak seperti penyajian sultan ditambah lagi dengan varian jenis yang beragam sesuai dengan menunya.

Analisis Inovasi Kedai Sultan

Inovasi dalam usaha Kedai Sultan Ini dapat membantu meningkatkan daya tarik usaha dan punya ciri khas yang beda dari para pesaing, dilakukan dengan selalu menyajikan menu-menu dengan porsi sultan namun dengan harga yang murah, memberikan pelayanan yang ramah dan baik untuk bisa memberikan kepuasan kepada para customer yang datang, serta memperhatikan kualitas bahan baku setiap menu, dengan inovasi yang tepat, dapat menarik minat customer dalam memajukan usaha Kedai Sultan tersebut.

Persaingan dalam bisnis kuliner bisa dibilang selalu meningkat seiring berjalannya waktu. Oleh karena itu diperlukan metode penjualan yang kreatif dan inovasi produk yang baik untuk menjadikan Kedai Sultan ini memiliki daya saing yang kuat. Salah satu inovasi yang bisa dihadirkan adalah dengan menyajikan menu Bakmie yang lezat dan juga menu-menu lainnya yang memiliki citarasa yang baik.

Disini pemilik kedai sultan juga memperhatikan desain kemasan yang baik, jika pada umumnya menu bakmie dikemas dengan sterofoam, maka disini dikemas dengan plastik khusus pembungkus makanan seperti mie dan bakso. Demikian juga dengan menu nasi goreng yang biasanya juga pada umumnya sekarang sudah banyak yang dikemas dengan menggunakan sterofoam, namun disini pun menggunakan kertas pembungkus nasi agar lebih ramah lingkungan dan juga menjaga kualitas serta citarasa dari setiap menu di Kedai ini.

Pada umumnya, kedai ini memang memiliki menu andalannya yang memang menjadi menu awal dari kedai ini, yaitu bakmie yang biasa dikenal juga dengan nama Bakmie Sultan, selain porsi bakmie nya yang terbilang cukup banyak di kedai ini juga penyajian bakmie disini juga dilengkapi dengan sayuran dan variasi topping seperti Ayam, bakso, dan yang paling diminati oleh customer dari beberapa menu bakmie disini adalah adanya Topping Pangsit yang bisa dibilang gurih dan memiliki kandungan daging ayam yang lezat. Hidangan ini bisa disajikan dengan saos, sambal, dan juga kecap sesuai dengan selera setiap konsumen.

Keberhasilan usaha Kedai Sultan ini dapat dilihat dari pelayanan nya yang bagus dan sangat ramah, harga nya yang cukup terjangkau, dan yang terpenting adalah inovasi dari kedai ini yang bisa menciptakan hidangan dengan porsi yang banyak dan kualitas rasa yang lezat menjadi faktor terpenting untuk membuat kedai ini selalu ramai didatangi oleh customer.

Penting bagi pemilik usaha kedai ini untuk selalu menjaga kualitas bahan dan citarasa setiap menu, pentingnya menjaga proses persiapan dan penyajian, pelayanan yang baik, konsistensi rasa pada setiap menu serta inovasi pada setiap varian menu nya akan menjadi faktor penting untuk bisa membuat customer semakin ramai dan juga

bisa membangun reputasi Usaha Kedai Sultan ini.

Salah satu hal yang membuat kedai ini juga selalu ramai adalah karena dari segi harga kedai ini memang menyajikan menu makanan yang cukup murah namun sangat memuaskan sehingga bisa dibilang customer yang datang cukup puas dengan harga yang ada di Kedai Sultan ini.

Metode penjualan yang diterapkan di Kedai Sultan Ini bukan hanya bisa makan di tempat saja, namun juga bisa dipesan melalui beberapa platform sosial media seperti Gofood, Grabfood, ShopeeFood, Bahkan bisa juga dipesan melalui Whatsapp.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kedai sultan adalah jenis usaha kuliner yang menawarkan hidangan Bakmie dan nasi goreng serta ricebowl dengan variasi bahan, citarasa, dan porsi yang cukup memuaskan. Usaha ini memiliki potensi untuk menarik minat customer karena penyajian menu nya yang enak dan memuaskan, harga yang terjangkau, dan pelayanan nya dalam melayani customer yang sangat baik.

Usaha kedai sultan ini juga memiliki potensi yang baik untuk bertahan dan terus berkembang dalam industri kuliner di masa sekarang ini yang terbilang sangat kompetitif. Sangat penting untuk terus menjaga kualitas bahan baku, kebersihan tempat, terus menyajikan menu-menu dengan porsi sultan dan harga yang memuaskan, serta terus memberikan pelayanan yang baik bahkan meningkatkan pelayanan agar bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan dan bisa membangun reputasi Usaha.

Saran

Saran Untuk Kedai Sultan Karawang

Dengan strategi inovasi menggunakan instrumen pemasaran yang telah baik melalui intragram, shoppe food dan grabfood akan memberikan tingkat ketertarikan konsumen karena kemudahan yang diberikan. Selain itu dari segi produk yang dijual juga sudah memiliki variasi yang banyak sehingga saran dari peneliti untuk Kedai Sultan Karawang adalah dengan memberikan inovasi produk yang lebih menarik seperti menu makanan yang baru dan berbeda sebagai ciri khas yang menonjol untuk kedai sultan Karawang yang dapat menarik konsumen lebih banyak lagi.

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melengkapi kekurangan dalam penelitian ini serta menganalisis faktor variabel lain selain inovasi pada produk UMKM seperti manajemen keuangan dan strategi pemasaran yang tepat untuk UMKM.

Daftar Pustaka

- Alma H. Buchari, (2018), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta
- BPS. (2023). KemenKopUKM Gandeng BPS Lakukan Pendataan Lengkap Koperasi dan UMKM 2023. Online (2023). <https://www.bps.go.id/id/news/2023/09/15/533/kemenkopukm-gandeng-bps-lakukan-pendataan-lengkap-koperasi-dan-umkm-2023.html>
- Budi Harsanto (2013). Dasar Ilmu Manajemen Operasi. Unpad Press. Bandung.
- Christian Horn, Alexander Brem, (2019) "Strategic directions on innovation management – a conceptual framework", Management Research Review, Vol. 36 Iss: 10, pp.939 – 954
- D, Prasetyo, Bambang dkk. (2020). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Malang: Penerbit UB Press
- Daniel. (2020). Perencanaan dan Komponen dalam Manajemen Bisnis. Artikel. Online (2023). <https://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/id/artikel/575-perencanaan-dan-komponen-dalam-manajemen-bisnis>
- Fadhil, Mohammad. (2022). Manajemen Bisnis: Definisi, Fungsi, serta Komponennya. Artikel. Online (2023). <https://klikpajak.id/blog/manajemen-bisnis/>

- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hart, S. L., & Christensen, C. M. (2002). The Great Leap: Driving Innovation from the Base of the Global Pyramid. MIT Sloan Management Review, 1, 51-56.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Limansto, Haryo. (2023). Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Online (2023). <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/>
- M.D. Fadli, Uus. (2019). Metodologi Penelitian. Karawang : Universitas Buana Perjuangan Karawang.
- Manahan P. Tampubolon. 2005. "Manajemen Keuangan". Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nasir, 2011. Buku Ajar Metodologi Kesehatan. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Setiana, A. R. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia (1st ed.). Manggu Makmur Tanjung Lestari
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung. CV Alfabeta.
- Sutrisno, Eddy. 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana
- Syafrina, N. (2019). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA Eri Susan 1. Jurnal Manajemen Pendidikan, 9(2), 952–962.
- Zimmerer, Thomas W & Norman M Scarborough. 2008. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta : Salemba Empat