

Pengaruh Manajemen Strategik Terhadap Keberhasilan Inovasi Produk Ice Cream Momoyo (Studi pada Ice Cream Momoyo di daerah Sukrame Kota Bandar Lampung)

Desma Ratna sari¹, Nabila Ayu Lestari^{2*}, Tria Ayu Septiana³, Vicky Sanjaya⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

*Corresponding author: nabilalestari41@gmail.com

Info Artikel

Direvisi, 24-12-2024

Diterima, 07-01-2024

Dipublikasi, 12-01-2025

Kata Kunci:

Manajemen Strategik,
Keberhasilan Inovasi, Ice
Cream Momoyo

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh manajemen strategik terhadap keberhasilan inovasi produk Ice Cream Momoyo dari perspekti kualitatif. Dengan menggunakan metode wawancara dan observasi, penelitian ini melibatkan konsumen untuk mengumpulkan data mengenai praktik manajemen strategik yang diterapkan di ice cream Momoyo serta dampaknya terhadap inovasi produk. Dengan menggunakan metode kualitatif dapat dengan mudah melakukan survei secara langsung kepada konsumen. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi perusahaan lain dalam mengembangkan inovasi produk melalui pendekatan manajerial yang efektif, dan Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap produk baru ice cream momoyo dan bagaimana cara startegik manajemen yg dilakukan terhadap minat beli konsumen dalam produk baru yang ada di ice cream momoyo yang berada di d jalan Harapan Jaya, Kec. Sukrame, Kota Bandar Lampung.

Abstract

This study aims to explore the influence of strategic management on the success of product innovation of ICE CREAM MOMOYO from a qualitative perspective. Using interview and observation methods, this research involves consumers to collect data on strategic management practices applied in Momoyo ice cream and their impact on product innovation. By using qualitative methods, it is easy to conduct surveys directly to consumers. This research is expected to be a reference for other companies in developing product innovation through an effective management approach, and this study also aims to determine consumer buying interest in Momoyo ice cream new products and how strategic management is carried out on consumer buying interest in new products in Momoyo ice cream located on Harapan Jaya street, Kec. Sukrame, Bandar Lampung City.

Keywords:

Strategic Management,
Success, Momoyo Ice
Cream

PENDAHULUAN

Di era kemajuan yang serba cepat saat ini, sektor es krim Indonesia masih memiliki potensi pertumbuhan Es krim kini tersedia bagi semua lapisan masyarakat, mulai dari orang dewasa hingga pelajar, kaya dan miskin, tua dan muda Berbagai merek es krim tersedia dari berbagai perusahaan dan dapat dengan mudah ditemukan di pasaran Oleh karena itu, konsumen mempunyai lebih banyak alternatif konsumsi es krim.

Momoyo Ice Cream adalah sebuah perusahaan makanan yang khusus dalam produksi es krim segar yang berkualitas tinggi dan murni dari 100% buah-buahan segar dan bahan lainnya. Momoyo Ice Cream didirikan pada tahun 2022 oleh PT Junyi Jaya Indonesia dengan tujuan menyediakan produk berkualitas tinggi dan menyegarkan bagi konsumennya dengan berbagai rasa dan pilihan, Momoyo telah berhasil meningkatkan penjualannya di seluruh Indonesia dengan rasa, bahan berkualitas tinggi, dan desain label yang dapat menarik minat konsumen .

Ice Cream Momoyo menjadi semakin relevan, di karenakan Ice Cream Momoyo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan ice Cream dengan berkualitas tinggi dan berbagai macam warna yang menarik bagi semua kalangan. Dalam upaya untuk tumbuh dan berkembang di pasar yang kompetitif, Ice Cream Momoyo menekankan perlunya memiliki sistem pertanggung jawaban yang baik. Akutansi pertanggung jawaban menjaga keuangan dan keputusan pengembalian yang tepat.

Dalam proses penentuan keputusan pembelian maka konsumen akan memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhinya. Diantaranya adalah menambah inovasi baru dalam Ice Cream Momoyo seperti momoyo ember (Momoyo Jumbo 1liter), Minat beli konsumen terhadap inovasi Ice Cream Momoyo Ember seperti kualitas produk yang lebih besar dari Ice Cream Momoyo yang dulu, harga yang lebih terjangkau, keunikan bentuk dalam Ice cream momoyo ember, dan konsumen semakin mencari pengalaman yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memberikan kepuasan estetika dan emosional, oleh karena itu para pelaku pembisnis dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menarik minat konsumen.

Momoyo dapat menganalisis biaya produksi, keuntungan, dan keuntungan bisnis Ice cream Informasi ini penting untuk menilai efisiensi operasional, mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, dan mengembangkan strategi bisnis yang lebih baik. Pemantauan yang tepat akan membantu Ice cream Momoyo mengidentifikasi inefisiensi dalam pemanfaatan sumber daya dan mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan Hal ini membantu mengendalikan biaya produksi dan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan Dengan begitu, bisa meningkatkan strategi pemasaran Ice cream Momoyo

Inovasi produk adalah proses menciptakan atau meningkatkan produk baru atau layanan yang ada untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah ubah, inovasi dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai kualitas produk. Tujuan dalam inovasi untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi dapat di terima oleh konsumen atau dapat di gunakan sebagai keberhasilan dalam menunjukan kualitas produk

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui minat beli konsumen terhadap produk baru Ice cream momoyo dan bagaimana cara strategi manajemen yg di lakukan terhadap minat beli konsumen dalam produk baru yang ada di Ice cream momoyo yang di sebut (momoyo ember). Pertumbuhan industri es krim didorong oleh inovasi produk, keragaman rasa, dan strategi pemasaran yang efektif dengan meningkatnya persaingan, penting bagi merek es krim seperti Momoyo untuk memahami preferensi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen: rasa Oleh karena itu, Momoyo perlu memperbaiki strategi pemasaran dan mengevaluasi kualitas produknya agar dapat menarik lebih banyak konsumen

TINJAUAN PUSTAKA

Inovasi produk merupakan aktivitas yang dikerjakan untuk memperbaiki, meningkatkan, atau mengembangkan kualitas suatu produk. Inovasi tidak hanya terbatas pada perkembangan produk atau jasa baru, inovasi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru. Menurut Thompson dalam Hurley dan Hult memberikan definisi bahwa inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru.

Inovasi produk menjadi semakin penting dan diakui keberadaannya sebagai satu strategi dalam merespon persaingan bisnis yang makin kompetitif dan memiliki pengaruh besar terhadap kinerja dan daya saing perusahaan. Melalui inovasi produk, para pengambil keputusan dapat memberikan keputusan untuk mengatasi permasalahan bisnis dan tantangan bisnis yang muncul dan memberikan dasar yang kuat untuk menjaga kelangsungan hidup dan mencapai kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang.

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakanmanajerial yang menentukan kinerja perusahaan (madrasah) dalam jangka panjang, yang berfokus pada usaha

untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan dan sistem akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem teknologi informasi untuk mencapai keberhasilan lembaga atau organisasi. Menurut Sagala (2011:129) menjelaskan bahwa manajemen strategi merupakan “suatu pendekatan yang sistematis bagi suatu tanggungjawab manajemen, mengkondisikan organisasi keposisi yang dipastikan mencapai tujuan dengan cara yang akan meyakinkan keberhasilannya yang berkelanjutan dan membuat perusahaan (madrasah) menjamin atau mengamankan format yang mengejutkan”. Lebih lanjut Ibrahim dan Arghyed dalam Arsyad, (2003, h.26) mengemukakan definisi manajemen strategi sebagai berikut: “Strategic Management is the systematic and continuous process of selecting, implementing, and evaluating strategic choices. These decisions must be congruent with the organization’s mission, objective, and internal and external capabilities, for they will set the tone for the entire organization. (Manajemen strategi merupakan suatu proses yang sistematis dan berkelanjutan dalam memilih, implementasi, dan mengevaluasi pilihan strategi. Keputusan tersebut harus kongruen dengan misi, tujuan, kemampuan internal dan eksternal organisasi, sebab hal itu akan mengatur seluruh organisasi)”.

Manajemen strategic dapat dipahami sebagai proses pengintegrasian antara perumusan/perencanaan, implementasi/menerapkan, dan mengevaluasi yang bermuara pada pembuatan keputusan organisasi yang memberikan dampak pada keunggulan organisasi. Pemimpin organisasi menetapkan dan mengawasi keputusan yang diambil untuk dapat mencapai tujuan.

Dalam menghadapi pertumbuhan usaha yang semakin kompleks, Ice Cream Momoyo membutuhkan sistem pertanggung jawaban yang terstruktur untuk memantau penggunaan sumber daya dan mendukung pengambilan keputusan strategis. Akuntansi pertanggung jawaban bisa membantu Ice cream momoyo meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan akuntabilitas, serta mempermudah pengambilan keputusan. Ini akan membantu Ice cream momoyo menghadapi tantangan seperti persaingan yang ketat dan fluktuasi harga bahan baku, dalam mempertahankan kualitas produk. Dengan digitalisasi, seperti Ice cream momoyo dapat memanfaatkan kemudahan bertransaksi untuk memperluas jangkauan pasar dengan biaya minimal, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena Ice Cream Momoyo dapat mengeluarkan produk baru yang lebih relafan bagi para konsumen. Kelayakan bisnis Momoyo Ice Cream menunjukkan bahwa bisnis tersebut mempunyai potensi yang besar berkat inovasi produk yang unggul, tim yang berpengalaman dan akses terhadap sumber daya lokal. Namun, Ice cream momoyo juga menghadapi tantangan seperti ketatnya persaingan di pasar minuman modern Indonesia dan kebutuhan untuk memperkuat pengenalan merek di kalangan konsumen. Sementara itu, peluang pertumbuhan pasar terus berkembang, serta terdapat tren kuliner dan media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan popularitas produk. Penting juga untuk mewaspadai ancaman yang ditimbulkan oleh munculnya pesaing baru dan perubahan tren konsumen yang cepat untuk meningkatkan pemasaran, dapat menerapkan strategi yang mencakup segmentasi pasar yang lebih spesifik, seperti: Sasarannya adalah anak muda, keluarga, atau pecinta ice cream momoyo perlu membangun citra merek yang unik seperti “Ice Cream inovatif dengan rasa yang unik” dan mengembangkan bauran pemasaran yang mencakup inovasi rasa, kualitas produk yang konsisten, dan harga yang kompetitif. Selain itu, dapat menjangkau target pasar yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif membantu ketersediaan diskripsi yang kaya atas fenomena. Kualitatif mendorong pemahaman atas substansi dari suatu peristiwa. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya untuk memenuhi keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran/penjelasan, tetapi juga membantu untuk mendapatkan penjelasan yang lebih dalam (Sofaer, 1999). Dengan menggunakan metode kualitatif kita dapat

dengan mudah melakukan survei secara langsung terhadap produk baru Ice cream momoyo dan data dapat di kumpulkan untuk mengetahui apakah pelanggan ice cream momoyo menyukain inovasi terhadap produk baru yang ada di Ice Cream momoyo di jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarama, Kota Bandar Lampung.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian, Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara terhadap konsumen yang membeli produk baru yang ada di Ice cream momoyo yang berada di jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarama, Kota Bandar Lampung, yang meliputi observasi, wawancara, dan perencanaan, Observasi dan dokumentasi dilakukan oleh peneliti sendiri, sedangkan wawancara dilakukan dengan konsumen yang ada di tempat Ice cream momoyo yang ada di jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarama, Kota Bandar Lampung.

Setiap data yang diperoleh dalam penelitian ini saling mendukung satu sama lain. Dari beberapa metode pengumpulan data yang dilakukan, data observasi merupakan data pokok karena menjadi bagian utama dari analisis data. Sedangkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi menjadi data pendukung untuk memperkuat data pokok.

Pengaruh manajemen startegik terhadap inovasi produk Manajemen strategik yang efektif memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan inovasi produk baru di Ice Cream Momoyo. Melalui perencanaan yang matang dan analisis pasar yang mendalam, perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan tren pasar yang berkembang. Hal ini memungkinkan Ice Cream Momoyo untuk mengembangkan produk yang relevan dan memiliki daya tarik tinggi.

Keberhasilan inovasi Respon konsumen inovasi yang dilakukan terbukti menarik perhatian konsumen , yang terlihat dari peningkatan penjualan pada ice cream momoyo, dengan adanya inovasi baru ice cream momoyo berhasil memperkuat posisi nya di pasar ice cream dengan menjadi pilihan utama bagi konsumen yang mencari inovasi baru. Tantangan yang dihadapi yaitu dengan adanya persaingan ketat, banyaknya pesaing yang menawarkan produk serupa, kepuasan pelanggan memastikan bahwa hasil inovasi tersebut dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

Strategi pemasaran yang diusulkan dalam penelitian ini fokus pada pengembangan segmentasi pasar, positioning, bauran pemasaran, pemasaran digital, CRM, dan strategi kemitraan Strategi ini dirancang untuk membantu Momoyo meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dan sukses di pasar minuman modern.

Adapun hasil yang di peroleh dalam wawancara di Ice Cream Momoyo yang ada jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarama, Kota Bandar Lampung

1. Wawancara

Dari hasil wawancara produk inovasi yang diluncurkan oleh ice cream momoyo seperti ice cream dalam kemasan baru mendapatkan respon positif bagi konsumen Meskipun ada keberhasilan dan Adapun tantangan seperti Banyak nya Produk ice cream yang serupa bahwa konsumen menyukai inovasi produk baru yang ada di Ice Cream Momoyo. Dan dengan harga yang terjangkau banyak konsumen yang sangat menyukai Ice cream Momoyo karena kualitas ice creamnya yang menggunakan bahan-bahan premium walaupun dengan harga yang tidak terlalu mahal atau pun murah sehingga juga semua kalangan bisa menikmatinya. Banyak konsumen menyatakan bahwa pengalaman positif mereka dengan produk es krim Momoyo telah membuat mereka membeli lagi dan merekomendasikan produk tersebut.

2. Observasi

Observasi pada hari Minggu 15 Agustus 2024 pada pukul 12:00 WIB di Ice Cream Momoyo di jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarama, Kota Bandar Lampung. Ice Cream Momoyo adalah produk Ice Cream yang dikenal dengan berbagai inovasi dan kemasan yang menarik. Produk

ini diminati oleh berbagai segmen pasar termasuk anak-anak dan orang dewasa. Rasa baru yang sering diluncurkan menjadikan menarik untuk konsumen. Banyak konsumen yang menunjukkan ketertarikannya terhadap inovasi produk baru, konsumen yang telah mencoba produk baru cenderung menjadi pelanggan tetap. Observasi terhadap Ice Cream Momoyo menunjukkan bahwa memiliki hal positif termasuk inovasi dan pemasaran produk yang efektif. Dengan tren pasar Ice Cream Momoyo dapat mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar. Penting bagi Momoyo untuk terus memantau tren konsumen dan persaingan di pasar serta mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Dengan cara ini, Momoyo mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan terus mempertahankan keunggulan kompetitifnya.

Demikian penelitian yang dilakukan terhadap Ice Cream Momoyo yang terletak di Jalan Harapan Jaya, Kec. Sukarama, Kota Bandar Lampung. Dengan kesimpulan bahwa inovasi baru dari ice cream momoyo memberikan dampak naiknya penjualan ice cream yang sudah ada.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Manajemen strategi mempunyai pengaruh yang penting terhadap keberhasilan inovasi produk Ice cream momoyo. Keempat pertanyaan penelitian ini menunjukkan informasi bagaimana responden. Praktik manajemen strategi yang efektif, meliputi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian, terbukti berkontribusi pada peningkatan penjualan, pangsa pasar, dan kepuasan pelanggan. Beberapa aspek manajemen strategi, responsivitas terhadap tren pasar, kemampuan adaptasi terhadap perubahan, memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap keberhasilan inovasi produk Ice Cream momoyo. Momoyo Ice Cream perlu terus meningkatkan praktik manajemen strategisnya untuk mendukung keberhasilan inovasi produk di masa mendatang. Rekomendasi yang diberikan meliputi peningkatan investasi dalam riset dan pengembangan, pengembangan sistem informasi manajemen yang lebih baik, pelatihan dan pengembangan karyawan.

Saran

Momoyo Ice Cream diharapkan perlu terus meningkatkan praktik manajemen strategisnya untuk mendukung keberhasilan inovasi produk di masa mendatang. Rekomendasi yang diberikan meliputi peningkatan investasi dalam riset dan pengembangan, pengembangan sistem informasi manajemen yang lebih baik, pelatihan dan pengembangan karyawan. Dengan mengimplementasikan rekomendasi ini, Momoyo Ice Cream diharapkan mampu meningkatkan daya saingnya dan mempertahankan posisinya di pasar ice cream yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Tarigan Sri Wulandari, Safitri Laila, Tarigas Debora (2024) "Analisis Kelayakan Bisnis dalam Strategi Peningkatan Pemasaran UMKM MOMOYO Ice Cream & Fruit Tea" *Future Academia*, Vol. 2(4)
- Lubis Rizka Putri, Simanjorang Elida Florentina, Hutagaol Anita Sri (2024), "Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Gen-Z Terhadap Keputusan Pembelian Pada Momoyo Ice Cream Rantau Prapat" *Jurnal Mirai Management*, Vol 9(1)
- Robani Muhamad Ikbal, Rijal M Ahsanur, Djuanda Gustian (2024), "Akuntansi Pertanggung Jawaban Terhadap Es Krim Momoyo", Jawa Tengah: Tahta Media
- Widjajanti Rina, Mariyo (2022), "Penerapan Manajemen Strategi: Implementasi, Resistensi dan Evaluasi Untuk Peningkatan Mutu Pendidikan pada Man 2 Kota Malang", Vol 8(2)

Dimas Kevin Sugiarto Dimas Kevin (2022), “ Pengaruh Motivasi, Inovasi dan Ketrampilan Berwirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha”
Murdani Burhan, Supartono (2023), “Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas”, *Jurnal Ilmiah*, Vol 10(2)