



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 6314-6319

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Strategi Inovasi Produk dalam Menghadapi Persaingan Usaha Home Industri

¹Deddy Junaedi, ²Lutfiyah Qilfa Khoiril Aini, ³Siti Nurhalisa, ⁴Siti Ayu Rustina, ⁵Ririn Yanti Handayani, ⁶Lailatul Jannah
^{1,2,3,4,5,6} Universitas Nurul Jadid

[¹dedyjuna87@gmail.com](mailto:dedyjuna87@gmail.com), [²qilfaqilfa76@gmail.com](mailto:qilfaqilfa76@gmail.com), [⁴stnrhalisa03@gmail.com](mailto:stnrhalisa03@gmail.com)

[³finaismi7@gmail.com](mailto:finaismi7@gmail.com), [⁵Ririnyantihandayani04@gmail.com](mailto:Ririnyantihandayani04@gmail.com), [⁶jannahlailatul207@gmail.com](mailto:jannahlailatul207@gmail.com)

Abstrak

This research explores the product innovation strategies implemented by the home-based business "Boss Gedhank" in response to increasing competition in the local snack industry. Located in Sumberanyar Village, Boss Gedhank specializes in banana chip products with unique flavor innovations such as spicy-sweet variants made from local spices. The business also diversified into spicy noodle products under the "Bos Pedas" label. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through purposive sampling, interviews with business owners and employees, direct observation, and documentation. The findings indicate that product innovation is the core strategy used to enhance competitiveness. This includes the creation of new product variants, leveraging digital marketing platforms such as Shopee and TikTok to expand market reach, and paying close attention to aesthetic packaging design. These innovations have succeeded in attracting a wider range of consumers and maintaining product appeal despite external challenges such as rising raw material costs and limited availability of certain banana types. The study concludes that consistent innovation, responsiveness to market trends, and strong branding through visual appeal are crucial for sustaining growth in the competitive home industry sector. Boss Gedhank's ability to adapt and evolve has enabled it to strengthen its position and gain a competitive edge in the local food market.

Kata kunci: Product, Innovation, Home Industry, Boss Gedhank

1. Latar Belakang

Boss Gedhank merupakan salah satu home industri yang berada di Desa Sumberanyar, Kecamatan Paiton. Home industri tersebut menyediakan beberapa produk makanan ringan yang terbuat dari buah pisang yang diolah dengan campuran berbagai macam rasa. Usaha ini tumbuh sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat akan produk olahan yang praktis dan bernilai ekonomis. Namun, permasalahan yang ada mulai bermunculan banyak

pelaku usaha rumahan yang memproduksi makanan olahan sejenis salah satunya produknya adalah keripik pisang rasa tersebut. Hal ini terjadi karena banyaknya minat masyarakat desa setempat akan makanan siap saji yang praktis, sehingga banyak saingan yang menjalankan usaha dengan menjual produk yang sejenis. Oleh karena itu diperlukan inovasi produk agar dapat bersaing di era banyaknya penjual produk yang sejenis.

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh Burhan Murdani et al, pengembangan produk baru merupakan suatu upaya yang dilakukan guna untuk meningkatkan, menyempurnakan, maupun memperluas mutu dari suatu produk. Ruang lingkup inovasi tidak semata-mata mencakup penciptaan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup gagasan-gagasan baru dalam bidang bisnis[1]. Inovasi produk digunakan sebagai mengembangkan dan menerapkan ide-ide baru serta kreativitas yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, sekaligus menunjukkan kemampuan untuk beradaptasi secara cepat terhadap perubahan lingkungan atau persaingan pasar [2].

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Damai Yanti dan Miguna Astuti menemukan orientasi pasar serta inovasi produk memberikan dampak positif dan signifikan terhadap pencapaian keunggulan. Studi ini menekankan pentingnya inovasi dalam industri makanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan bersaing di pasar[3]. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Muhammad Ilham Fachrurrozia dan Dessy Isfianadewi menemukan bahwa ketiga faktor tersebut berkontribusi signifikan dalam meningkatkan daya saing produk lokal di kalangan generasi milenial dan Z[4].

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh usaha Boss Gedhank dalam menginovasi produknya agar dapat bersaing dalam pangsa pasar.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif. Metode ini didasarkan pada paradigma postpositivisme dan bertujuan untuk meneliti objek dalam konteks alami, tanpa melakukan eksperimen. Dalam pendekatan ini, peneliti menjadi instrumen utama dalam proses penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik triangulasi, yaitu dengan menggabungkan berbagai metode. Analisis data dilakukan secara induktif atau bersifat kualitatif, dengan penekanan utama pada pemahaman terhadap makna yang terkandung, bukan pada upaya generalisasi temuan.[5]

A. Informan Penelitian

Proses pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan secara langsung dari informan tanpa melalui perantara. Informan dipilih menggunakan teknik pemelihan sampel secara sengaja, yaitu metode pemilihan responden ini secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Individu yang dipilih adalah mereka yang dinilai memiliki pengetahuan dan pengalaman yang sesuai dengan topik penelitian. Kriteria informan dalam studi ini meliputi pemilik atau pengelola usaha home industri serta karyawan yang bekerja di dalamnya.

B. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data merupakan suatu tahapan mendasar dalam proses penelitian, karena keberhasilan penelitian bergantung pada kualitas data yang diperoleh. Tanpa pemahaman terhadap metode yang tepat dalam mengumpulkan data, peneliti akan kesulitan mendapatkan informasi yang valid dan sesuai dengan kebutuhan analisis [5].

- 1) Observasi merupakan pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap objek penelitian. Tujuan utamanya adalah memperoleh pemahaman yang akurat mengenai kondisi nyata dari variabel yang sedang diteliti.
- 2) Wawancara merupakan teknik yang melibatkan kontak langsung dengan seluruh pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti[6].
- 3) Dokumentasi merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka, maupun gambar, yang mencakup laporan serta berbagai keterangan yang dapat menunjang pelaksanaan penelitian.[7]

C. Teknik Analisis Data

- 1) Reduksi data adalah tahapan dalam penelitian yang berfokus pada penyederhanaan, pemilahan, dan pengorganisasian data mentah dari catatan lapangan agar menjadi lebih terarah dan bermakna. Proses ini berlangsung secara terus-menerus sepanjang penelitian berlangsung, bahkan telah dimulai sebelum data dikumpulkan. Hal ini tercermin dalam penyusunan kerangka konseptual, perumusan masalah, dan pemilihan metode pengumpulan data oleh peneliti.[8]

- 2) Penyajian data merupakan bagian penting dalam proses pelaporan hasil penelitian, yang bertujuan untuk mempermudah peneliti maupun pembaca dalam memahami dan menganalisis data berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data umumnya dilakukan dalam bentuk naratif atau teks. Bentuk ini memberikan gambaran umum dari hasil observasi dan sering digunakan dalam bidang-bidang seperti sosial, ekonomi, psikologi, dan pendidikan sebagai format pelaporan yang efektif..[9]
- 3) Kesimpulan merupakan hasil dari proses menyimpulkan atau mengaitkan informasi, dan berasal dari kata kesimpulan. Simpulan yang tepat berasal dari istilah kesimpulan. Simpulan sendiri merupakan bagian akhir dari suatu pembahasan. Sementara itu, kesimpulan adalah ringkasan dari sebuah bacaan. Kesimpulan juga bisa diartikan sebagai inti atau gagasan pokok dari suatu paragraf atau teks. Dengan demikian, perbedaannya terletak pada maknanya: kesimpulan merujuk pada ringkasan, sedangkan simpulan mengacu pada akhir dari suatu pembahasan.[10]

3. Hasil dan Diskusi

Bos Gedhank resmi didirikan pada tanggal 24 Maret 2024 sebagai wujud nyata dari gagasan dan semangat untuk menciptakan ruang kreativitas dan kolaborasi. Sejak awal berdirinya, Bos Gedhank hadir dengan komitmen untuk menjadi wadah inspiratif yang mendorong pertumbuhan ide-ide inovatif serta membangun komunitas yang solid dan visioner.

Inovasi dan Keunggulan Produk Keripik Boss Gedhank ,hadir sebagai produk baru yang menawarkan sesuatu yang berbeda dari produk sejenis di pasaran. Keunikan utama terletak pada inovasi rasa yang ditawarkan, seperti varian pedas manis dengan rempah-rempah khas lokal yang belum banyak tersedia di pasaran. Selain itu, Boss Gedhank juga tidak hanya memproduksi keripik, tetapi telah memperluas usahanya ke produk mie dengan label "Bos Pedas", menunjukkan komitmen untuk terus berkembang dan berinovasi. Pemasaran produk ini memanfaatkan platform digital seperti Shopee dan TikTok untuk memperluas jangkauan pasar. Melalui strategi ini, Boss Gedhank berhasil menjangkau konsumen dari luar lingkungan sekitar dan mendapat respon positif. Dari segi harga, konsumen menilai produk ini cukup terjangkau dengan kualitas rasa yang memuaskan, sehingga minat terhadap produk terus meningkat.

Namun, dalam perjalanan usahanya, Boss Gedhank juga menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu hambatan utama adalah ketersediaan bahan baku, khususnya jenis pisang tertentu yang semakin langka. Kenaikan harga pisang, minyak goreng, dan gula juga mempengaruhi biaya produksi. Meskipun begitu, Boss Gedhank tetap mempertahankan kualitas produknya dan hanya menyesuaikan harga saat memang diperlukan, tanpa mengorbankan mutu.

Awal dari inovasi produk ini berawal dari kegiatan sederhana: membuat keripik untuk konsumsi keluarga. Ternyata, banyak teman dan kerabat yang menyukai cita rasanya dan meminta dibuatkan lebih banyak. Dari situlah muncul gagasan untuk mengembangkan produk secara lebih serius. Keinginan untuk menghadirkan cita rasa baru dan menjawab kejenuhan pasar terhadap keripik yang monoton menjadi motivasi utama dalam membentuk Keripik Boss Gedhank seperti sekarang ini. Dengan semangat berinovasi, pemanfaatan platform digital, dan fokus pada cita rasa yang autentik, Boss Gedhank terus berupaya memperkuat daya saingnya di industri makanan ringan berbasis rumah tangga. Estetika memegang peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Bos Gedhank, khususnya camilan keripik pisang.

Kemasan yang menarik, desain visual yang rapi, serta perpaduan warna yang sesuai mampu menciptakan kesan pertama yang positif di mata calon pembeli. Selain kualitas rasa, tampilan luar produk menjadi faktor penentu apakah konsumen tertarik untuk mencoba atau tidak. Dalam pasar yang kompetitif, estetika bukan hanya soal keindahan, tetapi juga mencerminkan profesionalitas dan keseriusan usaha dalam menghadirkan produk berkualitas. Oleh karena itu, Bos Gedhank terus memperhatikan aspek visual dan desain agar mampu menarik perhatian dan meningkatkan nilai jual produk di tengah persaingan yang semakin ketat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk menjadi strategi utama bagi usaha keripik Boss Gedhank dalam menghadapi persaingan industri rumahan. Inovasi tersebut mencakup pengembangan varian rasa baru, pemanfaatan platform digital seperti Shopee dan TikTok sebagai media pemasaran, serta diversifikasi produk dengan menghadirkan merek mie "Bos Pedas". Upaya ini terbukti

efektif dalam meningkatkan daya tarik konsumen, terutama dari luar lingkungan sekitar. Namun, usaha ini juga menghadapi tantangan seperti kenaikan harga bahan baku dan kelangkaan jenis pisang tertentu yang menjadi bahan utama. Meskipun demikian, Boss Gedhank tetap menjaga kualitas dan hanya menyesuaikan harga secara selektif. Aspek estetika produk, seperti desain kemasan yang menarik dan profesional, juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Secara keseluruhan, strategi inovasi yang diterapkan mampu memperkuat posisi Boss Gedhank dalam pasar makanan ringan lokal dan meningkatkan daya saing produk di tengah ketatnya kompetisi industri rumah tangga.

Referensi

- [1] B. Murdani, “Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Studi Kasus Showroom the King Cobra Auto Jakarta Timur),” *Ecobisma (Jurnal Ekon. Bisnis Dan Manajemen)*, vol. 10, no. 2, pp. 116–128, 2023, doi: 10.36987/ecobi.v10i2.4505.
- [2] R. R. Widiawati, P. Kerja, T. Jawab, and W. Performance, “Evaluasi Kinerja Pegawai Evaluation of Employee Performance At Barito Kuala District,” vol. 5, no. 2, pp. 81–98, 2021, doi: 10.35722/pubbis.
- [3] D. Yanti and M. Astuti, “Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Pada Produk Mie Instan Lemonilo),” *J. Ilm. Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, vol. 6, no. 2, pp. 151–161, 2023, doi: 10.57093/metansi.v6i2.201.
- [4] M. Ilham and D. Isfianadewi, “Pengaruh Inovasi Produk , Desain Produk , dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Sepatu Ventela : Studi Kasus pada Generasi Milenial dan Generasi Z di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta,” vol. 03, no. 01, pp. 218–229, 2024.
- [5] Sugiono, *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2nd ed. Bandung: ALFABETA CV, 2022.
- [6] Z. Iba and A. Wardhana, *Teknik Pengumpulan Data Penelitian*, 1st ed. Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA, NOVEMBER 2023 ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH, 2023. [Online]. Available: chrome-extension://kdpelmjpfafjppnhbloffcjpeomlnpah/file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/TeknikPengumpulanDataPenelitian.pdf
- [7] R. Ayumsari, “Peran Dokumentasi Informasi Terhadap Keberlangsungan Kegiatan Organisasi Mahasiswa,” *Tibannbaru J. Ilmu Perpust. dan Inf.*, vol. 6, no. 1, pp. 63–78, 2022, doi: 10.30742/tb.v6i1.2044.
- [8] A. Rijali, “Analisis Data Kualitatif,” *Alhadharah J. Ilmu Dakwah*, vol. 17, no. 33, p. 81, 2019, doi: 10.18592/alhadharah.v17i33.2374.
- [9] V. D. Mawarsari, “PENYAJIAN DATA Tujuan Perkuliahan”.
- [10] R. Adolph, “濟無No Title No Title No Title,” pp. 1–23, 2016.