

ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WARUNG BAKSO & MIE AYAM PITA PITU E BOJONEGORO TAHUN 2021

Ahamad Nur Rokhim¹⁾, M.Zainudin²⁾, Ali Mujahidin³⁾
Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro
nurrokhim705@gmail.com
Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro
Mzainudinbojonegoro@gmail.com
Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro
ali.mujahidin17@gmail.com

Abstract : *This study aims to determine the effect of product creativity on purchasing decisions, find out what innovations are made by Warung Bakso & Mie Ayam Pita Pitu e, and whether product innovation can increase sales of Warung Bakso & Mie Ayam Pita Pitu e. The type and approach of the research approach is descriptive qualitative. Data was collected by observation, interviews and documentation. Data analysis techniques used are data reduction, editing and drawing conclusions. The results of this study indicate the product innovations produced by Warung Pita Pitu e, namely, the innovation of the name of the meatball and the shape of the meatball. Researchers see the ability of business owners to read consumer needs and offers that will be offered to consumers. with various tricks done to increase sales, increasing sales is the goal of innovation carried out by Warung Bakso & Mie Ayam Pita Pitu e so that Warung Bakso & Mie Ayam Pita Pitu e is able to increase sales and maintain dynamic interactions between companies and consumers through product innovations offered .*

Keywords: *Creativity, Product Innovation, Purchase Decision, Bojonegoro*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk, Mengetahui pengaruh kreativitas produk terhadap keputusan pembelian, mengetahui inovasi apa saja yang dilakukan Warung Bakso & Mie Ayam Pita Pitu e, dan apakah inovasi produk dapat meningkatkan penjualan Warung Bakso & Mie Ayam Pita Pitu e. Jenis dan pendekatan penelitian adalah Deskriptif Kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, editing dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan inovasi produk yang dihasilkan oleh Warung Pita Pitu e yaitu, inovasi nama bakso dan bentuk bakso. Peneliti melihat adanya kemampuan pemilik usaha dalam membaca kebutuhan konsumen dan penawaran yang akan ditawarkan pada konsumen. dengan berbagai trik dilakukan agar peningkatan penjualan didapatkan, peningkatan penjualan menjadi tujuan inovasi dilakukan oleh Warung Bakso & Mie Ayam Pita Pitu e sehingga Warung Bakso & Mie Ayam Pita Pitu e mampu meningkatkan penjualan dan mempertahankan interaksi antara perusahaan dan konsumen secara dinamis melalui inovasi produk yang ditawarkan.*

Kata Kunci : *Kreativitas, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian, Bojonegoro*

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan ini kreativitas sangatlah penting karena kreativitas merupakan suatu kemampuan yang sangat berarti dalam kehidupan manusia. Kreativitas manusia melahirkan penciptaan besar yang mewarnai sejarah kehidupan umat manusia dengan karya-karya spectacular nya. Seperti

Bill Gate si raja Microsoft, JK Rowling dengan novel Harry Potter, Ary Ginanjar dengan ESQ (Emosional & Spiritual Question), penyanyi Melly Goeslaw, Band Peterpan, Dewa19 dll. Apa yang mereka ciptakan adalah karya orisinal yang luar biasa dan bermakna, sehingga orang terkesan dan memburu karyanya.

Kreativitas tidak hanya sekedar keberuntungan tetapi merupakan sebuah kerja keras yang disadari. Kegagalan bagi orang kreatif hanyalah variabel pengganggu untuk suatu keberhasilan. Dia akan mencoba lagi dan lagi hingga berhasil. Pada abad 21 ini peran kreativitas tampak semakin penting dan sangat menentukan untuk bisa memenangkan persaingan. Seperti yang telah kita ketahui bahwa pasar global tidak hanya menghasilkan persaingan yang lebih ketat tetapi juga tidak berpola dan kompleks dengan diwarnai perkembangan teknologi informasi yang pesat, sebagai pasar persaingan sempurna.

Kreativitas akan menghasilkan inovasi dan perkembangan baru dalam dunia bisnis. Individu dan organisasi kreatif akan selalu dibutuhkan oleh lingkungannya, karena keduanya dapat memenuhi kebutuhan yang terus berkembang dan mampu untuk bertahan dalam kompetisi global yang dinamis dan ketat. Kreativitas merupakan suatu aktivitas dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu atau kombinasi baru berdasarkan unsur-unsur yang telah ada sebelumnya menjadi sesuatu yang berarti dan bermanfaat. Kreativitas dapat terwujud di mana saja, kapan saja dan oleh siapa saja tanpa memandang usia maupun tingkat pendidikan tertentu. Menyibukkan diri dengan melakukan hal-hal yang kreatif sangat bermanfaat dan memberikan kepuasan tersendiri. Tidak dipungkiri lagi bahwa kreativitas dapat meningkatkan kualitas hidup. Ide-ide kreatif yang tercipta dapat berguna bagi diri sendiri, orang lain bahkan Negara terbukti dengan pesatnya kemajuan teknologi dan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan. Semua itu merupakan salah satu sumbangan kreativitas.

Seiring dengan perkembangan telekomunikasi, pola berfikir konsumen pun semakin berkembang dan selektif menjadi tuntutan bagi produsen untuk meningkatkan kualitas dari produk yang dipasarkannya. Mau tidak mau, produsen mengembangkan berbagai macam cara dalam memenuhi tuntutan konsumen dan memuaskannya, karena kepuasan konsumen adalah salah satu tolak ukur keberhasilan pemasaran. Peran pemasaran sangatlah penting untuk

mengenalkan dan memasarkan produk perusahaannya, guna untuk mendapatkan keuntungan dan juga keberlangsungan hidup perusahaan yang diharapkan berlangsung panjang. Untuk itu, pemasar harus dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli dan menggunakan kembali produk yang ditawarkan. Dengan adanya keputusan pembelian konsumen diharapkan masyarakat dapat terus membeli dan menggunakan kembali produk yang ditawarkan, sehingga perusahaan akan dapat terus hidup dan berkembang.

Keputusan pembelian merupakan suatu bagian pokok dalam perilaku konsumen dalam pembelian produk. Keputusan Pembelian menurut Kotler (2009) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Konsumen akan bebas memilih produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya, memutuskan apa yang akan dibeli, kapan membeli, tempat pembelian, banyaknya pembelian, cara pembelian dan mengapa harus membeli. Menurut Peter dan Olson (1999:162) Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya

Tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh kreativitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian.
3. Mengetahui kreativitas dan inovasi produk suatu usaha terhadap pendapatan pelaku bisnis.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Mukhtar (2013:10) metode penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terhadap subjek penelitian pada saat tertentu.

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat pertama kalinya oleh peneliti.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai teori dan informasi secara tidak langsung.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Sebab bagi peneliti kualitatif sebuah penelitian dapat dimengerti apabila dilakukan interaksi dengan subjek melalui wawancara dan observasi ke lapangan dimana fenomena tersebut berlangsung.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif deskriptif dengan membuat gambaran yang dilakukan dengan reduksi data atau penyederhanaan data, paparan atau penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk merupakan ujung tombak usaha agar tetap eksis dalam menjaga keberlangsungannya. Produk sendiri dapat berupa barang ataupun jasa. Penciptaan produk tidak bisa dengan sembarangan. Produk harus mampu menjadi daya tarik bagi konsumen untuk mau mencoba dan menggunakan, dan yang terlebih penting adalah mampu menjawab akan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Dalam perkembangannya, kebutuhan dan keinginan manusia akan terus berkembang. Hal tersebut harus mampu diikuti oleh perusahaan. Suatu usaha harus mampu menghadirkan sesuatu yang baru, yang bisa menjadi alternatif-alternatif bagi konsumen. Suatu usaha juga harus selalu hadir dengan inovasi terhadap produk yang diciptakan.

1. Pengaruh Kreativitas Terhadap Keputusan Pembelian

Seperti sudah dikemukakan kreativitas itu merupakan ide-ide atau gagasan. Walau masih merupakan ide-ide, tetapi ide-ide ini sangat dibutuhkan bagi bertumbuhnya suatu produk baru sebagai suatu hasil inovasi. Produk baru itu tidak berarti harus benar-benar baru, tetapi sebenarnya bisa saja

produk lama yang sedikit mengalami perubahan seperti bentuknya yang berubah, kemasan yang berubah, rasanya yang berubah, dan sebagainya. Adanya kreativitas dan inovasi yang dilakukan suatu organisasi bisnis dapat menjadi suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui promosi-promosi yang menjadi bagian dari pemasaran. Inovasi merupakan kelanjutan dari kreativitas. Tanpa kreativitas maka tidak ada inovasi-inovasi yang dapat dihasilkan.

Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif harus memberikan kreativitas pada produknya secara rutin. Produk yang kreatif bisa diterapkan dengan memberikan pandangan terbaru atau dapat juga dari pandangan yang sudah ada diperbaharui serta dapat berberasal dari sumber lain sehingga kreativitas produk bisa dijadikan untuk mempertahankan pasar dan juga dapat mempertahankan keunggulan kompetitif yang di milik perusahaan tersebut. Ada berbagai cara yang bisa dilakukan untuk terus berada di pasar dan memenangkan persaingan, seperti melalui kreativitas produk yang dapat meningkatkan penjualan.

Untuk itu dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan suatu bagian dari inovasi produk yang dapat meningkatkan penjualan. Kreativitas serta inovasi diartikan sebagai hal yang mendasar dalam sebuah usaha karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian, dengan inovasi yang baik sesuai dengan kemajuan zaman, perusahaan akan terus mendapatkan laba dari penjualan yang terus meningkat, berbanding terbalik jika produk tanpa inovasi dan kreativitas, maka konsumen akan beralih ke produk prsaing sehingga volume penjualan akan menurun.

2. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dalam memenuhi keinginan dan selera konsumen warung pita pitu e terus melakukan inovasi, mulai dari yang unik hingga yang kekinian. Seperti bakso pelangi, bakso lobster, bakso belahan jiwa, bakso diet de'em.

Inovasi produk adalah pengenalan produk baru atau yang telah dikembangkan. Menurut Myers & Marquis (2010) inovasi

produk adalah hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Dengan dilakukannya inovasi produk, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. keputusan pembelian membuat terjadinya penjualan. Setelah melakukan inovasi produk warung pita pitu e mengalami peningkatan penjualan, sesuai dengan teori bahwa penjualan merupakan sesuatu yang harus dicapai. Demikian pula dengan penjualan, mendapatkan angka penjualan yang tinggi merupakan salah satu tujuan dari suatu usaha. Tujuan-tujuan ini akan tercapai jika ditunjang dengan niat dan kemampuan. Pada umumnya tujuan suatu usaha adalah untuk mendapatkan laba tertentu serta mempertahankan dan meningkatkan dalam jangka panjang. Kemampuan warung pita pitu e untuk meningkatkan penjualan dinilai sudah memenuhi standar dilihat dari aktivitas produksi dan inovasi yang dilakukan, konsumen banyak tertarik untuk melakukan pembelian setelah melihat inovasi yang dilakukan warung bakso & mie ayam pita pitue.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1.Kreativitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian
- 2.Kreativitas merupakan suatu bagian dari inovasi produk yang dapat meningkatkan penjualan.
- 3.Setelah melakukan inovasi produk warung bakso & mie ayam pita pitu e mengalami peningkatan penjualan.
- 4.Kreativitas dan inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- 5.Kreativitas dan inovasi produk adalah cara atau trik suatu usaha yang tujuannya untuk meningkatkan penjualan dan mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya dalam rangka memenuhi selera dengan mengamati, memahami terlebih dahulu apa yang diinginkan konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

Darwanto (2013), Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas. Jurnal Bisnis dan Ekonomi.

Marlinah, Lili (2020), Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional. Jurnal Ekonomi Vol. 22, No. 2 Nazir. (1998). Metode Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta

Oblivia, Vivin dan Indriyani, Ratih (2013), Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerjainan Gerabah di Lombok Barat. Agora Vol. 1, No. 1

Pakpahan, Aknolt Kristian (2020), COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional.

Tulus, Tambunan. (2020). UMKM di Indonesia. Bogor: Ghalia Indonesia. Widjaja, Yani Restiyani. (2019). Bisnis Kreatif dan Inovasi. Makasar: Yayasan Barcode.

Wikipedia. (2020) Pandemi (Pengertian pandemi menurut WHO). Diakses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Pandemi> pada tanggal 20 mei 2021.

Rahsin, Maraya Azizah dan Ghina, Astri (2018). Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing.

Imas Fatimah Hasnatika Dan Ida Nurnida, " Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM " Duren Kamu Pasti Kembali" Di Kota Serang" , Jurnal, Vol. 4, Tahun 2018.

Irawan Resa," Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan Yagi Yagi Di Easy Café Bandung" , Jurnal, No 2, Vol 3, 2017.

Lena Ellitan Dan Lina Anatan, Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia, Cet. 1, Bandung, Alfabeta, (2009).

Nondzor Emmanuel Horsu Dan Solomon Tawiah Yeboah " E-Commerce Sebagai Strategi Inovasi Teknologi Pengusaha Di Bandung Untuk Meningkatkan Penjualan Di Era Digital" , Jurnal Ekonomi Perdagangan dan Manajemen, Vol.III, No.5, 2015.

Sopa Martina dan Ramdan Adi Purnama," Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Grama Tirta Jati Luhur

Purwakarta” Jurnal Khasanah Ilmu, Vol. 4
No.2, 2013.

Anggraini, Nenny, 2008. “ Industri
Kreatif” ,Jurnal ekonomi Desember 2008
Volume XIII No. 3 hal. 144-151.