



Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis: Studi Kasus pada Industri Makanan dan Minuman Perusahaan Indonesia

Kafah Dewantara Lawitani ^{*a}, Rizqia Khairunnisa Wibowo ^a, Amalia Yuliana Syahba^a,
Intan Mutiara Putri ^a, Sonja Andarini^a, Indah Respati Kusumasari ^a

^a Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

* Correspondence: 220420100230@student.upnjatim.ac.id

ABSTRACT

In the era of globalization, innovation is a key factor to help countries improve their economies and global competitiveness. In the food and beverage industry, product innovation enables companies to meet consumer needs, expand market share, and increase customer loyalty. To increase innovation, government support, quality human resources, interest in creative work, and collaboration between the government, associations, and the community are needed to develop innovations that can increase the country's economic competitiveness. This research uses a qualitative method with a narrative approach to explore individual experiences through shared stories and their meanings. Narrative focuses on understanding one's identity and worldview from everyday stories. The aim is to identify effective innovations for national companies so that their products remain high quality and relevant amidst increasingly fierce business competition. Through the narrative approach, researchers can deeply understand the experiences and perspectives related to product innovation needed. Product innovation is very important to increase the competitiveness of the food and beverage industry business. Innovation strategies include utilizing local raw materials, government support through incentives and policies, company investment in research and development, and community participation. The challenges are lack of government support, low investment, and limited quality human resources. Collaboration between the government, companies and the community is essential to create a conducive environment for innovation and improve Indonesia's economic competitiveness. Product innovation is critical to business competitiveness, especially in the food and beverage industry. Developing new products, improving existing products, and utilizing the latest technology can expand markets, increase customer loyalty, and create differentiation from competitors. Innovation includes not only new products, but also improvements in product quality, safety and convenience. Utilizing local raw materials can also improve Indonesia's economic competitiveness globally.

Keywords: Food And Beverage Industry, Product Innovation, Business Competitiveness, Customer Loyalty

ABSTRAK

Pada era globalisasi, inovasi menjadi faktor kunci untuk membantu negara meningkatkan perekonomian dan daya saing global. Dalam industri makanan dan minuman, inovasi produk memungkinkan perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Untuk meningkatkan inovasi, diperlukan dukungan pemerintah, SDM berkualitas, minat pada pekerjaan kreatif, serta kolaborasi antara pemerintah, asosiasi, dan masyarakat dalam mengembangkan inovasi yang dapat meningkatkan daya saing ekonomi negara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan naratif untuk menggali pengalaman individu melalui cerita-cerita yang dibagikan dan maknanya. Naratif berfokus pada pemahaman identitas dan pandangan dunia seseorang dari cerita sehari-hari. Tujuannya adalah mengidentifikasi inovasi efektif bagi perusahaan nasional agar produk mereka tetap berkualitas dan relevan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Melalui pendekatan naratif, peneliti dapat memahami secara mendalam pengalaman dan perspektif terkait inovasi produk yang dibutuhkan. Inovasi produk sangat penting untuk meningkatkan daya saing bisnis industri makanan dan minuman. Strategi inovasi meliputi memanfaatkan bahan baku lokal, dukungan pemerintah melalui insentif dan kebijakan, investasi perusahaan dalam riset dan pengembangan, serta partisipasi masyarakat. Tantangannya adalah kurangnya dukungan pemerintah, investasi rendah, dan sumber daya manusia berkualitas

terbatas. Kolaborasi antara pemerintah, perusahaan, dan masyarakat sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi dan meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia. Inovasi produk sangat penting bagi daya saing bisnis, terutama di industri makanan dan minuman. Mengembangkan produk baru, memperbaiki produk existing, dan memanfaatkan teknologi terbaru dapat memperluas pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta menciptakan diferensiasi dari pesaing. Inovasi tidak hanya mencakup produk baru, tetapi juga peningkatan kualitas, keamanan, dan kenyamanan produk. Memanfaatkan bahan baku lokal juga dapat meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia secara global.

Kata Kunci: *Industri Makanan Dan Minuman, Inovasi Produk, Daya Saing Bisnis, Loyalitas Pelanggan*

PENDAHULUAN

Pada masa globalisasi ini, seluruh bagian kehidupan manusia dapat dengan mudah diakses seluruh berbagai dunia karena tanpa adanya batasan jarak dan waktu, salah satunya hadirnya pasar global (Supriandi, 2020). Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan. globalisasi sangat membawa dampak yang signifikan terhadap ekonomi global. Sehingga dengan pesatnya perkembangan di era globalisasi terhadap ekonomi membawa dampak yang besar terutama khususnya para pembisnis di berbagai negara. Dikarenakan, setiap negara ingin memberikan yang terbaik untuk kepentingan negaranya dengan dapat bersaing untuk memajukan perekonomian negaranya. Maka dalam hal ini, konteks inovasi menjadi faktor kunci untuk membantu negara-negara dalam meningkatkan perekonomian mereka, karena ditingkat internasional inovasi yang tinggi mempunyai intensitas yang padat. Negara-negara ini dapat menghasilkan produk yang lebih canggih dan kreatif serta meningkatkan efisiensi (Jones & Lee. 2019).

Inovasi produk yakni perspektif penting dalam memperluas keseriusan bisnis di berbagai bidang, termasuk industri makanan dan minuman. Sehingga dalam hal ini, dalam mendorong pertumbuhan perekonomian inovasi menjadi rasangan dalam menciptakan produk dan layanan. baru karena mempermudah dan membantu perusahaan untuk menambahkan keunggulan. kompetitif bagi perusahaan dalam menciptakan produk. Selain itu, Peran inovasi produk dalam meningkatkan daya saing bisnis, terutama dalam industri makanan dan minuman, sangat penting. Inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk menghadirkan produk-produk baru atau diperbaharui yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga memperluas pangsa. pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Studi kasus pada industri makanan dan minuman dapat menunjukkan bagaimana perusahaan yang mengadopsi inovasi produk berhasil mengatasi tantangan pasar, menciptakan diferensiasi, dan memperkuat posisi kompetitif mereka.

Selain itu, untuk meningkatkan keseriusan ekonomi, Indonesia perlu memperkuat upaya kemajuan dalam situasi keuangannya. Salah satu cara kemajuan yang dapat dilakukan adalah dengan membantu memperluas nilai SDM dalam bidang kemajuan dan peningkatan (Anggraini, 2020, Sulaiman et al., 2021). Kemajuan dapat membantu meningkatkan nilai tambah, memproduksi produk atau layanan baru, meningkatkan efektivitas produksi, dan memberdayakan organisasi untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam pasar global yang sangat kejam. Selain itu, pembangunan juga dapat memperkuat situasi kejam suatu negara dengan memberdayakan pembangunan finansial dan penciptaan lapangan kerja. Meskipun demikian, meskipun pembangunan dapat memberikan banyak manfaat bagi perekonomian, namun masih ada beberapa elemen dapat mempengaruhi tingkat kemajuan suatu negara. Faktor- faktor ini mencakup kurangnya dukungan pemerintah, kurangnya minat terhadap pekerjaan. imajinatif, kurangnya

penerimaan terhadap SDM berkualitas, dan kurangnya hubungan antara populasi secara keseluruhan dan bidang yang dipesan (Apriliana & Nawangsari, 2021).

Oleh karena itu, negara, Asosiasi dan masyarakat harus memperhatikan pentingnya kemajuan dalam memperluas persaingan finansial, salah satunya adalah industri makanan dan minuman. Negara-negara dapat menawarkan bantuan melalui rencana kemajuan yang melibatkan organisasi-organisasi untuk mengamankan sumber daya dan organisasi-organisasi yang penting bagi kemajuan. Asosiasi juga dapat meningkatkan kemajuan melalui minat pada karya kreatif dan hubungan dengan yayasan penelitian dan perguruan tinggi. Demikian pula masyarakat dapat meningkatkan kemajuan dengan menjadikan kemampuan dan data di bidang kemajuan serta membentengi pikiran kreatif. Biasanya, kemajuan mempunyai peranan penting dalam memperluas realitas keuangan. Selain itu, industri makanan dan minuman saat itu sangat berkembang pesat sehingga perlu meningkatkan inovasi pada produksi makanan dan minuman. untuk dapat bersaing secara internasional. Maka dari itu, tujuan dari karya tulis ilmiah ini adalah. bagaimana peran inovasi khususnya dalam industri makanan dan minuman untuk meningkatkan daya saing secara global dan membantu perekonomian negara.

LANDASAN TEORI

Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2019; 266), produk pada hakikatnya segala sesuatu yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan dan disajikan ke pasar untuk diteliti, didapati, dikonsumsi dan digunakan, atau. adapun produk diperuntukan dalam strategi penawaran pasar mereka serta membuat keputusan pembelian yang tepat untuk produk dengan intensitas tinggi, perusahaan harus memiliki pemahaman menyeluruh tentang tiga tingkat barang diuraikan oleh Kotler dan Armstrong (2019; 268). Tingkat pertama adalah manfaat inti, yang melibatkan identifikasi aspek pemecahan masalah mendasar yang dicari konsumen dan menggunakannya sebagai dasar desain produk. Tingkat kedua adalah produk aktual, dimana perusahaan mengubah manfaat inti menjadi produk nyata melalui pengembangan rangkaian produk, nama brand, tingkat kualitas, kemasan dan desain. Terakhir, tingkat ketiga adalah produk tambahan (*augmented product*), yang mencakup penawaran produk dan layanan tambahan yang berkisar pada manfaat inti dan produk aktual untuk memberikan nilai tambah dan manfaat kepada konsumen.

Klasifikasi Produk

Kelompok produk terbagi dua tipikal yang diantaranya buatan konsumen dan industri gagasan tersebut dikemukakan Kotler dan Armstrong (2019;269) Produk konsumen juga diartikan sebagai produk yang dibayar dari pemakai akhir untuk konsumsi personal menurut (Kotler dan Armstrong,2019:269). Produk konsumen terbagi menjadi tiga antara lain :

Berikut adalah parafrasa dari penjelasan tersebut:

1. Produk kebutuhan sehari-hari (*convenience product*) merupakan barang yang biasa dibeli konsumen dengan cepat dan tanpa memerlukan banyak pertimbangan. Proses membandingkan dan memutuskan pembeliannya tidak memakan waktu lama.
2. Produk belanja (*shopping product*) adalah barang yang membutuhkan pelanggan untuk membandingkan secara cermat kesesuaian, harga, kualitas, dan gaya sebelum membelinya.

Pelanggan bersedia menghabiskan banyak waktu dan upaya untuk mengumpulkan informasi terkait produk tersebut.

3. Produk eksklusif (*specialty product*) memiliki ciri khas atau keunikan tersendiri, baik dari segi merek maupun karakteristiknya. Terdapat sekelompok besar konsumen yang rela melakukan usaha khusus untuk memperoleh produk ini. Produk industri adalah barang yang dibeli oleh individu maupun bisnis untuk diproses lebih lanjut dalam kegiatan komersial, bukan untuk konsumsi akhir. Produk industri dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori utama. Pertama, bahan baku dan suku cadang yang merupakan komponen-komponen yang dibutuhkan dalam proses pembuatan suatu produk. Bahan baku dapat berupa produk pertanian seperti sayuran, buah-buahan, dan tepung, maupun produk alam seperti minyak mentah, ikan, dan ayam. Suku cadang komponen seperti besi, kabel baja, dan semen juga termasuk dalam kategori ini, yang digunakan untuk memproduksi suku cadang seperti motor kecil, ban, dan cetakan. Kedua, barang modal yang membantu dalam proses produksi, seperti peralatan instalasi dan aksesorisnya. Pembelian besar seperti gedung (pabrik, kantor) dan peralatan tetap seperti generator dan sistem komputer besar termasuk dalam instalasi. Sedangkan peralatan pabrik portabel, perlengkapan kantor, dan aksesoris peralatan juga masuk dalam kategori ini. Ketiga, persediaan yang merupakan produk kebutuhan sehari-hari di sektor industri karena biasanya dibeli dengan sedikit usaha perbandingan atau pertimbangan.

Inovasi Produk

Menurut (Maino dkk., 2022) sebuah produk perusahaan bila mengalami perubahan, baik produk yang sudah ada maupun sebaliknya disebut dengan inovasi produk. Adapun, (Manihin 2019) menyatakan bahwa inovasi adalah sebuah kreativitas, dan ide yang baru dan bermakna disebut kreativitas.

Menurut (Sabaru dkk. 2022), inovasi produk adalah cara perusahaan beradaptasi dengan perubahan yang dinamis. Begitu pula menurut (Aryani dkk. 2019), inovasi produk mencakup pembuatan produk yang baru untuk mengantisipasi rasa bosan pelanggan terhadap produk lama.

Sulistiyono dkk., (2021) menyatakan, inovasi produk adalah peningkatan produk yang lebih baik dari sebelumnya. Inovasi produk adalah perubahan untuk meningkatkan produk agar lebih berkualitas dari sebelumnya, dengan atribut dasar produk yang diperbarui (Wulandari, 2021). Berdasarkan pendapat dan temuan peneliti terdahulu, maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk merupakan ide, persepsi, dan pemikiran yang dihasilkan dari adaptasi terhadap perkembangan zaman, sehingga menghasilkan produk baru yang berbeda dengan produk sebelumnya.

Daya Saing

Daya saing adalah sebuah usaha yang seharusnya dijalankan oleh pelaku bisnis agar tetap bertahan dalam menjalankan aktivitasnya (Sulistiyani et al., 2020). Daya saing berkorelasi dengan bagaimana suatu organisasi dapat efektif dalam persaingan bisnisnya tanpa harus dipadukan dengan organisasi lain yang sejenisnya dalam menawarkan produk-produk tersebut. Perusahaan yang mampu menciptakan produk atau jasa yang berkualitas baik merupakan perusahaan yang dapat dianggap efektif dan kompetitif. Dengan kata lain, jika perusahaan tidak mampu bersaing, maka perusahaan akan kalah dalam tren persaingan pasar karena tidak ada keunggulan perusahaan

tersebut dalam beradaptasi di pasar dalam jangka panjang. Hakikat bersaing tidak dapat dipisahkan dari kesuksesan dan kegagalan perusahaan karena kedua sisi ini saling terkait dalam persaingan. Bila usaha dianggap sukses, hal itu disebabkan perusahaan menjalankan usahanya secara dinamis dalam menghasilkan produk dan layanan yang sesuai dengan pasarannya, sehingga persaingan dapat dijadikan sebagai peluang motivasi. Namun, dalam sisi kegagalan, hal itu disebabkan perusahaan bergerak secara statis sehingga tidak mampu menghasilkan produk berkualitas sesuai dengan pasarannya, sehingga persaingan menjadi ancaman bagi perusahaan tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis pendekatan naratif sebab peneliti menggunakan pendekatan naratif untuk mendapat fokus pada pengalaman kejadian pada individu. Penelitian naratif adalah studi yang menggali pengalaman individu melalui cerita-cerita yang mereka bagikan serta makna yang terkandung dalam pengalaman tersebut (James Schreiber & Kimberly Asner-Self, 2011; Nugrahani, 2014. dalam Agnes., 2022). Narasi adalah metode penelitian di bidang ilmu sosial yang fokus pada pemahaman identitas dan pandangan dunia seseorang melalui cerita-cerita yang mereka ceritakan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi apa yang efektif untuk membantu perusahaan-perusahaan nasional dalam mempertahankan kualitas produk mereka agar tetap relevan dalam persaingan bisnis yang semakin sengit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis

Inovasi produk memegang peran krusial dalam meningkatkan daya saing bisnis di berbagai sektor industri, termasuk industri makanan dan minuman. Konsep inovasi produk tidak hanya mencakup pengembangan produk baru, tetapi juga perbaikan atau modifikasi produk yang sudah ada, serta penggunaan teknologi terbaru untuk memperbaiki proses produksi atau kualitas produk. Secara umum, inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk menanggapi perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen dengan lebih baik, memungkinkan mereka untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan pangsa pasar mereka (Irvanto, O., & Sujana, D. 2020). Dalam konteks industri makanan dan minuman, di mana persaingan sangat ketat dan tren konsumsi terus berubah, inovasi produk menjadi kunci untuk memenangkan persaingan. Dengan memperkenalkan produk-produk baru yang unik, menarik, dan memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang, perusahaan makanan dan minuman dapat memperluas pangsa pasar mereka, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan diferensiasi yang signifikan dari pesaing mereka.

Pentingnya inovasi dalam industri makanan dan minuman tidak hanya terletak pada penciptaan produk baru, tetapi juga pada peningkatan kualitas, keamanan, dan kenyamanan produk yang sudah ada (Rifa, M. et al. 2019). Dengan menerapkan inovasi dalam formulasi, proses produksi, kemasan, dan strategi pemasaran, perusahaan dapat memperbaiki daya tarik produk mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan memenuhi standar keamanan dan regulasi yang semakin ketat. Selain itu, inovasi juga memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan produk mereka dengan tren kesehatan dan keberlanjutan yang semakin penting bagi konsumen modern. Dengan demikian, inovasi produk tidak hanya memperkuat daya saing bisnis perusahaan makanan

dan minuman di pasar lokal, tetapi juga memungkinkan mereka untuk bersaing secara lebih efektif di pasar global yang semakin terhubung dan beragam.

Strategi Inovasi untuk Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Indonesia

Suatu strategi inovasi yang bisa dijalankan adalah mengembangkan produk-produk baru dengan memanfaatkan sumber daya bahan baku lokal yang berlimpah di Indonesia. Misalnya, dengan memanfaatkan kekayaan rempah-rempah dan bahan alami lainnya yang hanya bisa ditemukan di Indonesia, perusahaan makanan dan minuman dapat menciptakan produk-produk unik yang menarik minat konsumen domestik maupun internasional. Contoh konkret dari strategi ini adalah pengembangan minuman fungsional seperti minuman berbasis jamu atau minuman berenergi yang menggunakan bahan-bahan tradisional Indonesia (Khotimah, K., et al. 2022). Untuk meningkatkan usaha jamu memerlukan pengembangan inovasi, dan meningkatkan kualitas jamu yang dijual agar masyarakat lebih tertarik. Untuk mendapatkan rasa dan khasiat jamu yang baik, kualitas dan kesegaran bahan baku harus diperhatikan. Selain itu, sediaan jamu dapat diubah menjadi bentuk serbuk atau permen jelly. Nilai konsumen adalah ketika konsumen merasa puas atau setia dengan kualitas jamu yang di berikan. Hal ini berkontribusi pada peningkatan Kesehatan dan pelestarian generasi muda. (Khotimah, K., et al. 2022).

Selain itu, pentingnya dukungan pemerintah, investasi perusahaan, dan partisipasi masyarakat dalam mendorong inovasi tidak bisa diabaikan. Pemerintah dapat memberikan insentif dan fasilitas untuk mendorong riset dan pengembangan produk baru di sektor makanan dan minuman. Ini termasuk insentif pajak, akses lebih mudah terhadap pendanaan riset dan pengembangan, serta pembentukan kebijakan yang mendukung inovasi (Rosmadi, M. L. N. 2021). Perusahaan juga perlu mengalokasikan sumber daya yang cukup untuk riset dan pengembangan agar dapat menghasilkan produk-produk inovatif yang memenuhi ekspektasi konsumen.

Tidak kalah pentingnya adalah partisipasi masyarakat dalam mendukung inovasi produk. Konsumen yang terlibat dalam proses pengembangan produk dapat memberikan masukan berharga kepada perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan relevansi produk dengan kebutuhan pasar. Selain itu, partisipasi konsumen dalam mengadopsi produk-produk inovatif juga merupakan faktor penting dalam keberhasilan strategi inovasi perusahaan (Nasrullah, M. H., & Faizin, M. 2020). Secara keseluruhan, strategi inovasi yang efektif dalam meningkatkan daya saing bisnis dalam industri makanan dan minuman melibatkan kolaborasi antara pemerintah, perusahaan, dan masyarakat. Dengan adanya dukungan yang kuat dari semua pihak terkait, Indonesia dapat memanfaatkan potensi besar dalam industri makanan dan minuman untuk menjadi pemain utama dalam pasar global dan meningkatkan daya saing ekonominya secara keseluruhan.

Tantangan dalam Meningkatkan Tingkat Inovasi

Tantangan dalam meningkatkan tingkat inovasi di industri makanan dan minuman merupakan isu penting yang perlu dipahami secara mendalam. Faktor-faktor seperti kurangnya dukungan pemerintah, investasi yang rendah, dan kurangnya akses terhadap sumber daya manusia berkualitas menjadi hambatan utama yang menghambat kemajuan inovasi dalam sektor ini (Yuhendri L.V. 2022). Dukungan pemerintah dalam bentuk regulasi yang kondusif, insentif pajak, dan program pelatihan serta pendidikan yang berkualitas akan menjadi kunci untuk memfasilitasi lingkungan yang mendukung inovasi. Selain itu, perusahaan-perusahaan dalam industri ini juga memiliki peran penting dalam mengatasi tantangan tersebut dengan meningkatkan investasi dalam riset dan pengembangan produk serta menciptakan budaya inovasi yang

merangsang kreativitas. Di samping itu, melibatkan masyarakat dalam proses inovasi melalui partisipasi dalam pengujian produk dan memberikan umpan balik juga dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendorong terciptanya produk-produk baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Peran kolaboratif antara pemerintah, perusahaan, dan masyarakat menjadi krusial dalam mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan mendorong inovasi dalam industri makanan dan minuman. Pemerintah dapat berperan sebagai fasilitator dalam menciptakan kebijakan yang mendukung inovasi, seperti melalui alokasi anggaran untuk riset dan pengembangan serta menyediakan infrastruktur yang memadai. Di sisi lain, perusahaan perlu memperkuat komitmen mereka terhadap inovasi dengan mengalokasikan sumber daya yang cukup, baik itu dalam bentuk dana, tenaga kerja, maupun waktu, untuk memajukan riset dan pengembangan produk baru. Sementara itu, masyarakat juga memiliki peran yang tidak kalah penting dalam memberikan dukungan terhadap produk-produk inovatif melalui penerimaan dan adopsi produk, serta memberikan umpan balik yang konstruktif bagi perusahaan. Dengan kolaborasi yang sinergis antara ketiga pihak ini, diharapkan dapat tercipta lingkungan yang kondusif bagi inovasi produk dalam industri makanan dan minuman, sehingga daya saing bisnis dapat terus meningkat.

KESIMPULAN

Inovasi produk-produk baru memegang peranan krusial dalam meningkatkan kemampuan bersaing sebuah bisnis, khususnya di industri makanan dan minuman. Dengan melakukan inovasi seperti mengembangkan produk baru, menyempurnakan produk yang telah ada, serta memanfaatkan teknologi terkini, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar, menumbuhkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan pembeda dari para pesaing. Inovasi produk merupakan kunci untuk unggul dalam persaingan bisnis. Pentingnya inovasi tidak hanya pada penciptaan produk baru, tetapi juga pada peningkatan kualitas, keamanan, dan kenyamanan produk yang sudah ada. Selain itu, inovasi strategis seperti memanfaatkan bahan baku lokal dapat membantu meningkatkan daya saing perekonomian Indonesia di pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- IGREYA, A. P. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SESEORANG MENJADI LESBIAN (Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).
- Irvanto, O., & Sujana, D. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/JIMKES.V8I2.331>
- Khotimah, K., Octavia, D. R., Rahmawati, E., & Fistalia, D. I. A. A. (2022). Peningkatan produktivitas kelompok usaha jamu melalui peningkatan skill inovasi produk tehrosela. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 571-581.
- Nasrullah, M. H., & Faizin, M. (2020). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Penjualan Di Pt. Ayu Indah Group Cabang Paciran LAMONGAN. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(2), 172–184. <https://doi.org/10.52166/HUMANIS.V12I2.1977>

- PUTRA, D. S. (2021). PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA TERHADAP DAYA SAING DIMEDIASI OLEH STRATEGI PEMASARAN HOME INDUSTRY DI TUREN KAB. MALANG (Doctoral dissertation, STIE Malangkecwara).
- Rifa, M., Sasongko Fakultas Ekonomi, T., Tribhuwana Tunggadewi, U., & Indrihastuti, P. (2019). Meningkatkan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Inovasi Dan Orientasi Pasar Pada Usaha Sektor Industri Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal Ekbis*, 20(1), 1194–1205. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i1.203>
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Inovasi dan kreativitas pelaku usaha UMKM di era Covid-19. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(2), 87-94.
- Sarita, J., Farid, I., Triono, G., Zainiyah, I. L. L., Hermawati, R., Fiani, C. N., & Setyawati, P. (2023). ANALISIS PERAN GENERASI MUDA DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF SEBAGAI UPAYA PENANGGULANGAN PENGANGGURAN DI KOTA SIDOARJO. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara dan Niaga*, 1(2), 11-24.
- Yuhendri LV. (2022). Inovasi untuk Keberlanjutan Usaha Kuliner. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 12(1), 32–40.