

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Lembaga

a. Sejarah

Donat Madu Cihanjuang merupakan salah satu usaha yang mengelola produk makanan ringan, yang melakukan kegiatan usahanya di Cimahi, Bandung, Jawa Barat. Donat Madu Cihanjuang berdiri sejak tahun 2010. Didirikan oleh pasangan suami istri Ridwan Iskandar dan Fanina Nisfulaly. Salah satu alasan pemilik memulai usaha ini karena donat adalah kudapan yang sangat digemari hampir semua kalangan. Awalnya pemilik hanya coba-coba membuat donat rumahan yang kemudian dibagikan ke tetangga dan ternyata mendapatkan respon yang cukup baik. Dari sana setiap kritikan dan masukan diterima demi menciptakan kualitas donat yang lebih baik. Juga untuk pemasarannya saya hanya membuat outlate kecil di depan rumah, namun hal itu tidak sia-sia melihat sekarang Donat Madu Cihanjuang berkembang sangat pesat dan juga berhasil menembus pasaran ke berbagai kota bahkan hampir seluruh Indonesia.

Donat Madu Cihanjung memiliki ciri khas tersendiri dan tentunya berbeda dengan donat pada umumnya, dengan menambahkan madu murni Sumbawa sebagai pemanis untuk mengganti gula membuat donat madu menjadi donat yang sehat, sehingga bisa dinikmati bagi penderita gula dan juga orang-orang yang mengurangi asupan gula. Untuk pembuatan formula donat sendiri tidak hanya membutuhkan waktu yang singkat namun pemilik membutuhkan waktu hampir satu tahun untuk membuat formula yang tepat, namun hal itu tidak sia-sia melihat sekarang Donat Madu Cihanjung berkembang sangat pesat dan juga berhasil menembus pasaran ke berbagai kota bahkan hampir seluruh Indonesia.

Untuk penjualan produk yang dihasilkan, Saat ini Donat Madu Cihanjung sudah memiliki 10 cabang milik sendiri dan memiliki 96 outlet milik mitra yang tersebar luas di berbagai daerah. Cabang outlet didirikan di berbagai daerah terutama pusat keramaian, hal ini bertujuan agar produk Donat Madu cihanjung lebih dikenal masyarakat. Salah satu mitranya, milik owner di Ponorogo yang dikelola pasangan suami istri Supri dan Siti Istina. Melihat peluang bisnis pada sektor pangan dan minuman yang saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat besar, ibu siti dan bapak supri mulai berfikir untuk bekerjasama dengan ibu fanina dan

suaminya untuk membeli franchise Donat madu Cihanjuang yang ada di Cimahi, Bandung.

Dengan berjalannya waktu cukup singkat berawal dari mengetes permintaan pasar ternyata peminat Donat madu Cihanjuang tersebut membludak setiap harinya toko sangat ramai. Kemudian awal 2019 ibu Siti mempunyai ide untuk memasarkan produknya secara online dan juga membuka cabang baru di berbagai kota. Salah kota yang yang dipilih adalah kota Tulungagung, karena Tulungagung merupakan kota yang sangat maju dan strategis untuk membuka usaha. Di Tulungagung sendiri nama Donat Madu Cihanjuang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat sekitar, karena dengan tekstur yang empuk seperti donat premium namun dijual dengan harga yang sangat terjangkau membuat Donat Madu Cihanjuang ini langsung mendapatkan perhatian dari konsumen.

b. Letak Geografis

Objek penelitian ini adalah Toko Donat Madu Cihanjuang Tulungagung yang terletak di Jl. Pangeran Diponegoro No. 145, Karangwaru, Tamanan, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66217. Lokasi yang sangat strategis yakni terletak pada pusat Kota Tulungagung.

2. Visi, Misi dan Tujuan

a. Visi :

Donat Madu Cihanjuang menjadi ikon donat Indonesia yang mendunia.

b. Misi :

1. Donat Madu Cihanjuang suatu produk halal dan sehat dengan bersyariat Islam berstandarisasi Internasional dan bermanfaat untuk banyak umat.
2. Menjadi usaha donat yang mandiri dan berkualitas yang dapat bersaing di pasar dan juga dapat mengembangkan usahanya dengan baik di dalam negeri dan memiliki harapan untuk mengembangkan usaha hingga ke manca Negara untuk jangka panjangnya.

c. Tujuan

Adapun dari pendirian Toko Donat Madu Cihanjuang adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh suatu keuntungan dan pendapatan dari usaha mandiri yang didirikan untuk mensejahterakan pemilik dan tenaga kerja.
2. Mengajak masyarakat untuk hidup sehat dengan produk cemilan yang kita tawarkan.
3. Memperoleh kepercayaan yang optimal dari konsumen, sehingga dengan adanya kepercayaan yang diberikan

diharapkan usaha yang telah dijalankan dapat lebih berkembang.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan kerangka yang menunjukkan segenap tugas untuk mencapai tujuan organisasi. Maka dalam suatu usaha diperlukan organisasi yang baik untuk mendapatkan suatu gambaran rencana tentang sekelompok orang yang mengadakan kerja sama dengan pembagian tugas, tanggungjawab dan wewenang yang jelas. Dari pemaparan tentang struktur organisasi di atas, dapat diuraikan pembagian tugas dan tanggungjawab masing-masing dalam usaha Donat Madu cihanjang Tulungagung sebagai berikut:

a. Pemilik DMC Pusat

Tugas utama dari seorang pemilik usaha Donat Madu Cihanjuang Pusat adalah:

1. Mengorganisasi Visi dan Misi perusahaan secara keseluruhan
2. Menyusun formula dan strategi bisnis yang lebih baik
3. Menyediakan bahan-bahan untuk dikirim ke cabang dan mitra

b. Owner DMC Tulungagung

Tugas utama dari seorang owner franchise Donat Madu Cihanjuang cabang Tulungagung adalah:

1. Membuat dan mengambil keputusan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
2. Mengevaluasi tiap kekurangan-kekurangan yang ada diperusahaan.
3. Menerima laporan penjualan Donat Madu Cihanjuang Tulungagung.
4. Menerima laporan kas.

c. Supervisor

Supervisor merupakan orang yang bertugas memimpin kegiatan harian suatu usaha, bertanggungjawab atas seluruh kegiatan operasional suatu usaha. Tugas supervisor adalah sebagai berikut:

1. Membantu owner dalam mengkoordinir dan mengawasi opsional Donat Madu Cihanjuang cabang Tulungagung
2. Memberikan pengarahan, membina dan mengawasi kegiatan karyawan yang ada di cabang Tulungagung
3. Mengupayakan agar tingkat produktivitas dapat sesuai dengan target.

d. Karyawan :

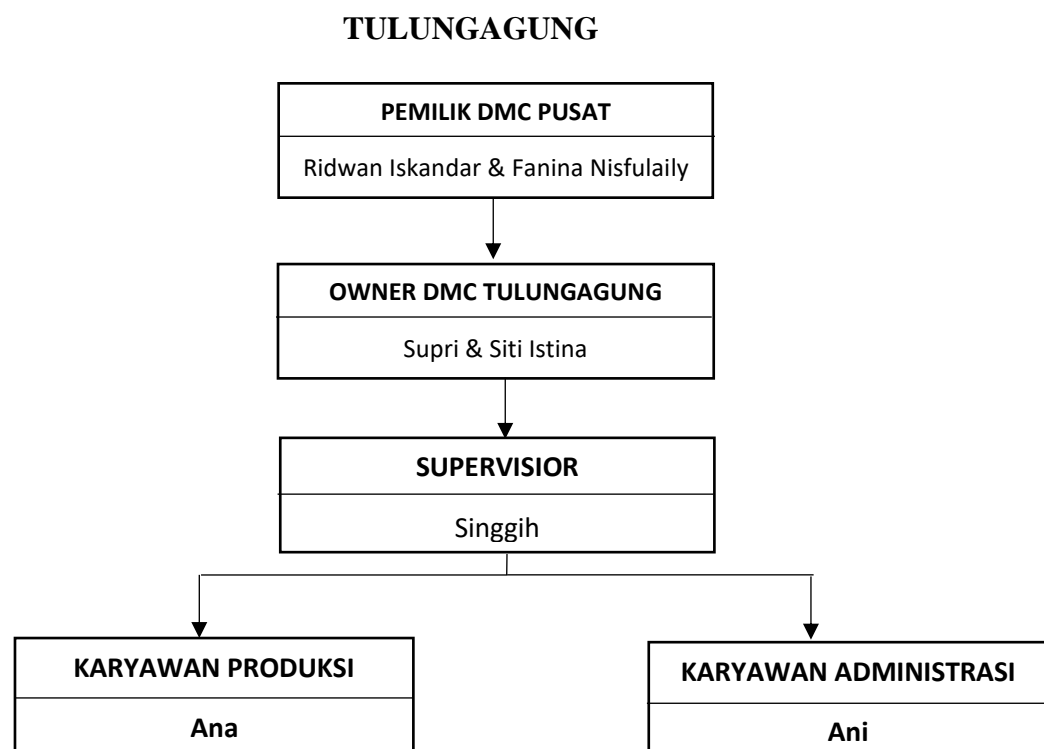
Tugas dari seorang karyawan bagi suatu usaha Donat madu Cihanjuang cabang Tulungagung adalah:

1. Bertanggungjawab dalam pembuatan Donat Madu atas kualitas dan kehygienisan suatu produk.

2. Mengelola keuangan dan segala transaksi yang terjadi di cabang Tulungagung.
3. Melayani konsumen baik secara langsung maupun online.

Tabel 4.1

STRUKTUR ORGANISASI DONAT MADU CIHANJUANG



B. Temuan Data/ Paparan Penelitian

1. Inovasi Produk Donat Madu Cihanjuang Tulungagung untuk Meningkatkan Minat Konsumen

Inovasi memiliki peran yang sangat penting untuk menarik minat konsumen pada suatu produk. Sehingga para pelaku bisnis harus memusatkan perhatiannya kepada konsumen, untuk berusaha

memberikan lebih dari apa yang di harapkan konsumen. Dalam mengantisipasi hal – hal yang tidak diinginkan pebisnis sebelumnya perlu melakukan riset ke pasar guna melihat keinginan dan harapan konsumen.

Berikut uraian Ibu Siti sebagai owner Donat Madu Cihanjuang Tulungagung:

“untuk inovasi saya biasanya menjadikan request konsumen sebagai ide untuk varian terbaru. Sebenarnya dari Donat Madu Cihanjuang pusat selalu melakukan riset pasar dengan cara melihat permintaan konsumen dari berbagai cabangnya dan juga selalu mengikuti setiap ada pembaharuan yang terjadi di pasar. Setelah itu baru melakukan inovasi terhadap produk donat dan dibuat semenarik mungkin agar dapat menarik minat konsumen tentunya berbeda dengan produk donat lainnya. Sehingga Donat Madu Cihannuang memiliki ciri khas tersendiri⁷⁴

Pemilik usaha Donat Madu Cihanjuang berupaya untuk terus mengembangkan bisnisnya dan menjaga kualitas produk atau jasa dan serta mengevaluasi untuk menciptakan kepuasan konsumen di dalam pasar, agar tetap bertahan di pasaran terutama karena adanya pesaing yang menjual produk yang sama. Dari uraian diatas inovasi yang dilakukan oleh Toko Donat Madu Cihanjuang yakni dengan melakukan tiga indicator inovasi yaitu: kualitas produk, varian produk serta gaya dan desain produk. Berikut uraian tiap-tiap tahapan inovasi produk Toko Donat Madu Cihanjuang sebagai berikut:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk menjadi bagian utama untuk menentukan minat konsumen dalam membeli suatu produk.

⁷⁴ Wawancara dengan Ibu siti (Pemilik Donat Madu Cihanjuang cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 16.00 WIB

Produk yang akan ditawarkan kepada konsumen harus benar-benar teruji dan memiliki kualitas yang terbaik. Produk dibuat semenarik mungkin dengan tujuan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Karena ketika ada produk yang sejenis namun memiliki kualitas yang berbeda maka konsumen akan lebih memilih produk dengan kualitas yang lebih baik, meskipun dengan harga yang lebih mahal namun konsumen akan tetap membelinya agar merasakan kesenangan dan kepuasan tersendiri terhadap nilai suatu produk tersebut.

Sebagaimana pernyataan Ibu Siti selaku owner Donat Madu Cihanjuang Tulungagung, sebagai berikut:

“ saya selalu memperhatikan kualitas suatu produk sebelum ditawarkan kepada konsumen, dengan cara membuat produk menjadi semenarik mungkin, menguji ketahanan suatu produk tersebut dan juga memastikan bahan-bahan yang digunakan untuk membuat produk benar-benar bahan baku yang berkualitas agar dapat menghasilkan kualitas produk terbaik. Saya juga memberikan pelatihan untuk karyawan saya cara membuat formula yang pas untuk adonan donatnya, agar rasa serta tekstur yang dihasilkan tetap sama setiap pembuatannya”⁷⁵

Hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan saudari Ani selaku

karyawan pembuat Donat Madu Cihanjuang Tulungagung:

“ Untuk pembuatan donat saya benar-benar memperhatikan takaran adonan yang sudah ditentukan oleh owner. Proses pembuatan donat pun sangat memerlukan ketelitian setaiap detailnya, karena untuk membuat adonannya menggunakan mesin, cetakan, dan juga timbangan agar rasa dan ukurannya tidak berubah dari ukuran yang sudah ditentukan”⁷⁶

⁷⁵ Wawancara dengan Ibu siti (Pemilik Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 16.00 WIB

⁷⁶ Wawancara dengan Mbak Ana (Karyawan Donat madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 14.00 WIB

Hal ini juga dibuktikan dengan pernyataan saudari Devi, selaku konsumen yang sudah menjadi langganan, sebagai berikut:

“ Dari awal saya membeli Donat Madu Cihanjuang tekstur serta rasa manisnya tetap sama dan tidak berubah sama sekali”⁷⁷

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa Toko Donat Madu cihanjuang sangat memperhatikan dan menjaga kualitas produknya.

Dalam upaya meningkatkan minat konsumen terhadap suatu produk. Toko Donat madu Cihanjuang Tulungagung selalu menjaga kualitas produknya, menjaga kebersihan serta kerapian donat, dan memberikan pelayanan yang memuaskan agar mendapatkan loyalitas konsumen. Dari segi promosi produk baru owner melakukan promosi melalui online dan juga offline.

Sebagaimana pernyataan Ibu Siti selaku owner donat madu cihanjuang Tulungagung, sebagai berikut:

“Untuk meningkatkan minat konsumen kami selalu menjaga kualitas produk tanpa mengurangi sedikitpun dari yang sudah ditentukan dari pusat, serta memberikan pelayanan yang terbaik dengan harapan konsumen merasa puas dan menjadi konsumen setia kami. Dan untuk menarik minat konsumen saya melakukan promosi setiap ada inovasi produk baru melalui via medsos instagram, endorse dan promosi secara offline dengan membagikan brosur produk pada event-event tertentu”⁷⁸

⁷⁷ Wawancara dengan Devi (Konsumen Toko Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Sabtu, 05 Juni 2021, Pukul 10.00 WIB

⁷⁸ Wawancara dengan Ibu siti (Pemilik Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 16.00 WIB

Hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan saudari Ana dan Ani Selaku karyawan pembuat Donat Madu Cihanjuang Tulungagung:

“Kami sangat mengutamakan kepuasan dari konsumen, maka dari itu kami selalu memberikan pelayanan terbaik agar konsumen merasa nyaman”⁷⁹

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa Toko Donat Madu Cihanjuang Tulungagung benar-benar memperhatikan menjaga kualitas, dan keaslian dari produk tanpa mengurangi formula sedikitpun, dan juga memberikan pelayanan terbaik serta gencar melakukan promosi setiap ada pinovasi produk baru agar permintaan konsumen mengalami peningkatan setiap harinya. Dari situ memang konsumen lebih puas dan mengetahui kualitas produk dari Donat madu Cihanjuang serta merasa nyaman atas pelayanan yang diberikan.

Hal tersebut juga dibuktikan dengan pernyataan Putri selaku konsumen Toko donat madu cihanjuang tulungagung:

“Karyawannya sangat ramah dalam menjalin komunikasi, kualitas produk serta kebersihannya tetap terjaga. Hal itu yang membuat saya menjadi konsumen setia dan melakukan pembelian secara berulang”⁸⁰

b. Varian Produk

⁷⁹ Wawancara dengan Mbak Ana (Karyawan Donat madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 14.00 WIB

⁸⁰ Wawancara dengan Devi (Konsumen Toko Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Sabtu, 05 Juni 2021, Pukul 10.00 WIB

Varian produk dapat dianggap sebagai sebuah sarana atau alat yang kompetitif dan pembeda antara produk yang diciptakan oleh sebuah perusahaan dengan produk pesaingnya. Usaha di bidang kuliner memang menuntut harus selalu berinovasi menciptakan produk baru agar bisa menarik konsumen. Untuk itu Toko Donat Madu Cihanjuang selalu melakukan inovasi pada varian produk donat, dengan menambah varian rasa, varian karakter baru, dan juga modifikasi sedikit tampilannya dengan taburan topping berwarna ceria agar terlihat imut dan lucu guna memancing perhatian masyarakat untuk menikmatinya.

Sebagaimana pernyataan Ibu Siti selaku owner Donat Madu Cihanjuang Tulungagung, sebagai berikut:

“Agar konsumen tidak merasa bosan dengan produk kami, kami selalu menciptakan inovasi-inovasi baru pada varian rasanya. Biasanya untuk penambahan varian rasa kami selalu mengikuti dari pusat karena semua bahan-bahannya dikirim langsung dari pusat. Sejauh ini inovasi dari pusat untuk varian rasanya ada tambahan rasa coklat, redvelvet, trumbel matcha, taro, dan yang terbaru juga membuat topping glaze. Untuk karakter baru kami selalu mengikuti pada trend yang ada dan juga request dari para konsumen. Sebenarnya kami juga menyediakan banyak gambar untuk contoh donat karakter. Namun kami selalu mengikuti permintaan dari konsumen”⁸¹

Hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan saudara Ana selaku karyawan Toko Donat madu Cihanjuang tulungagung, sebagai berikut:

“Rasa yang paling banyak disukai konsumen adalah rasa coklat, tiramisu, mesis coklat, mesis warna-warni dan juga vanilla. Dan

⁸¹ Wawancara dengan Ibu siti (Pemilik Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 16.00 WIB

untuk permintaannya dari segi segmen usia memiliki permintaan yang berbeda, karena biasanya anak-anak cenderung menyukai donat karakter lucu dan imut Untuk konsumen dewasa biasanya lebih menyukai rasa coklat. Namun ada juga konsumen yang selalu menanyakan produk terbaru dari Donat madu cihanjuang. Untuk hari-hari tertentu kami juga membuat karakter baru misal pada hari ibu, hari pahlawan, dan hari-hari besar lainnya kami membuat tema donat dengan hari itu”⁸²

Hal tersebut juga dibuktikan dengan pernyataan saudara Putri selaku konsumen Toko donat Madu Cihanjuang Tulungagung, sebagai berikut:

“Saya selalu ingin mencoba varian terbaru dari Donat Madu Cihanjuang, jadi saya selalu menanyakan apakah ada tambahan rasa baru setiap saya melakukan pembelian”⁸³

Dalam suatu usaha pembaharuan atau inovasi sangat diperlukan, perlu kreatifitas baru yang lebih menarik untuk diterapkan pada suatu produk agar konsumen tidak merasa bosan dengan produk tersebut. Dan pebisnis juga perlu menciptakan sesuatu yang unik, istimewa dan kekhasan yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai jual tambahan.

c. Gaya dan Desain produk

Desain produk adalah suatu usaha untuk menentukan sejenis produk yang sesuai dengan keinginan para konsumen. Desain merupakan wujud lahiriyah yang tampak mengenai garis (*line*), bentuk (*form*), dan warna (*colour*), kolter

⁸² Wawancara dengan Mbak Ana (Karyawan Donat madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 14.00 WIB

⁸³ Wawancara dengan Putri (Konsumen Toko Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Sabtu, 05 Juni 2021, Pukul 14.00 WIB

menegaskan bahwa desain produk merupakan totalitas keistimewaan yang dapat mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen.⁸⁴

Toko Donat Madu cihanjuang selalu memperhatikan kerapian dari desain dan gaya produknya. Dari segi ukuran, warna ataupun bentuk. Selalu menjaga konsistensi dan juga nilai estetika yang sudah ada.

Sebagaimana pernyataan Ibu Siti selaku owner Donat Madu Cihanjuang Tulungagung, sebagai berikut:

“Untuk desainnya produknya sendiri sudah ditentukan dari pusat yaitu sesuai cirikhas donat kue yang berbentuk bulat dan bolong ditengahnya. Dari segi bentuk, warna dan juga ukurannya sudah ditentukan dan dari dulu hingga saat ini tidak pernah ada perubahan karena kami benar-benar memperhatikan setiap detail desain produk sebelum ditawarkan kepada konsumen. Selain itu untuk desain kemasannya kami menambahkan logo MUI dan dibagian belakang kemasan juga ada cabang-cabang Donat Madu Cihanjuang yang berada diluar kota dengan tujuan agar mudah dijangkau konsumen. Selain itu di kemasannya juga ada media social serta website Donat Madu Cihanjuang agar konsumen lebih mudah jika ingin melakukan pemesanan. Dan di masa pandemi covid ini kami juga melakukan inovasi pada kemasannya dengan menambah desain gambar untuk memenuhi protocol kesehatan.”⁸⁵

Hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan saudara Ana selaku karyawan Toko Donat madu Cihanjuang tulungagung, sebagai berikut:

“Ukuran yang sudah ditentukan dari pusat adalah menggunakan ukuran 36 untuk adonan pertama sebelum mengembang. Setelah mengembang donat bisa mencapai ukuran 40. Apabila ukuran tersebut kurang dari timbangan yang sudah ditentukan maka kami harus mengulang dari awal adonannya. Bentuk, warna, dan juga teksturnya tetap sama tidak ada perubahan sama sekali. Tidak bisa

⁸⁴ Philip Kotler dan G. Amstron, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2010), 97.

⁸⁵ Wawancara dengan Ibu siti (Pemilik Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 16.00 WIB

ditambah ataupun dikurangi. Untuk desain kemasannya Donat Madu Cihanjuang dari pusat menyediakan kemasan isi 1, 3, 4,6,12. Tentunya per ukuran isi memiliki desain yang berbeda-beda agar lebih menarik.⁸⁶

Hal tersebut juga dibuktikan dengan pernyataan saudari Devi selaku konsumen Toko donat Madu Cihanjuang Tulungagung, sebagai berikut:

“Dari awal saya menjadi pelanggan setia Donat madu Cihanjuang ukuran donatnya tidak pernah berubah apalagi teksturnya tetap empuk dan rasa manisnya juga pas, apalagi Donat Madu ini donat yang halal dan sehat jadi selalu menjadi langganan saya. Menurut saya kemasannya sangat tepat dengan mencantumkan media social dan juga websitenya serta cabang-cabang yang berada diluar kota”⁸⁷

2. Kendala-Kendala yang dialami Toko Donat Madu Cihanjuang dalam melakukan Inovasi Produk

Memulai usaha atau mengembangkan bisnis usaha yang sudah ada, tentunya selalu dihadapkan dengan ketidakpastian dan resiko. Resiko dalam hal ini merupakan suatu kendala yang disebabkan berbagai macam faktor. Salah satunya adalah aspek pemasaran produk dan juga persaingan pasar. Dalam berwirausaha harus memiliki kejadian didalam melihat peluang pasar yang akan digunakan, karena hal tersebut akan mempengaruhi omset penghasilan, dan penghasilan tersebut akan menentukan berlangsung atau tidaknya suatu usaha.

⁸⁶ Wawancara dengan Mbak Ana (Karyawan Donat madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 14.00 WIB

⁸⁷ Wawancara dengan Devi (Konsumen Toko Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Sabtu, 05 Juni 2021, Pukul 10.00 WIB

Adapun kendala yang dihadapi Toko dalam melakukan inovasi pada Produk Donat Madu Cihanjuang dalam meningkatkan minat konsumen yaitu:

a. Pemasaran

Berbicara masalah perdagangan maka tidak akan lepas dari pemasaran, karena dalam menjalankan bisnisnya perusahaan akan membutuhkan pemasaran untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat luas. Berhasil tidaknya suatu usaha dalam mencapai tujuan bisnis tergantung bagaimana keahlian mereka dalam memasarkan produknya.

Sebagaimana pernyataan Ibu Siti selaku owner Donat Madu Cihanjuang Tulungagung, sebagai berikut:

“Saya menggunakan strategi pemasaran melalui promosi via medsos, dan juga endorse. Tak hanya itu saya juga melakukan pemasaran secara offline dengan mengikuti beberapa event-event tertentu guna mengenalkan produk saya ke masyarakat. Mungkin strategi pemasaran yang saya lakukan masih kalah jauh dengan produk-produk pesaing yang sudah memiliki brand. Sehingga banyak masyarakat yang masih asing dengan produk Donat Madu Cihanjuang Tulungagung”⁸⁸

Hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan saudara Ana selaku karyawan Toko Donat madu Cihanjuang tulungagung, sebagai berikut:

“ Pada hari tertentu owner juga sering mengadakan promo beli 4 gratis 1 ice cream Aice, promo tersebut diadakan setiap hari-hari besar contohnya pada Hari Ibu, Hari Pahlawan, Hari Kemerdekaan dan juga hari besar lainnya. Dengan begitu konsumen akan lebih tertarik dengan adanya promo-promo akan meningkatkan minat konsumen. Awal di buka dulu masyarakat di Kota Tulungagung masih banyak yang asing dengan produk

⁸⁸ Wawancara dengan Ibu siti (Pemilik Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 16.00 WIB

Donat Madu Cihanjuang namun sekarang produk ini lebih dikenal masyarakat sekitar”⁸⁹

Hal tersebut juga dibuktikan dengan pernyataan saudara Devi selaku konsumen Toko donat Madu Cihanjuang Tulungagung, sebagai berikut:

“Pertama kali saya melihat Produk Donat Madu Cihanjuang ini di endorse salah satu selebgram, kemudian saya tertarik untuk mencobanya. Saya kira Donat Madu Cihanjuang itu hanya nama saja, namun ternyata untuk pemanisnya benar-benar menggunakan madu tanpa menggunakan gula sama sekali. Setelah saya tau ternyata ada cabangnya di kota saya akhirnya saya membelinya, dan bagi saya yang sedang menjalani program diet Donat Madu Cihanjuang ini sangat pas dikonsumsi tanpa takut karena tidak ada gulanya”⁹⁰

Selain itu, mengenai penetapan harga Ibu Siti mengatakan:

“Dalam penentuan harga jual saya menyesuaikan dari pusat, karena ini bisnis franchise jadi saya tidak bisa memberikan harga sendiri semua sudah ditentukan dari pusat sesuai pembagian cabangnya. Karena dari pusat sendiri kebijakan harga yang diberikan sudah memberikan harga yang sangat terjangkau dibandingkan produk pesaing yang serupa”

Hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan Ana dan Ani selaku karyawan:

“Mengenai harga menyesuaikan dengan kualitas, karena setiap produk memiliki daya tarik sendiri dan sudah berada pada standart harga pasar yang terjangkau dikantong semua kalangan. Dan sejauh ini tidak pernah ada konsumen yang memprotes soal harga”⁹¹

Hal tersebut serupa dengan pernyataan Devi selaku konsumen, sebagai berikut:

⁸⁹ Wawancara dengan Mbak Ana (Karyawan Donat madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 14.00 WIB

⁹⁰ Wawancara dengan Devi (Konsumen Toko Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Sabtu, 05 Juni 2021, Pukul 10.00 WIB

⁹¹ Wawancara dengan Mbak Ana (Karyawan Donat madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 14.00 WIB

“Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan lebih murah jika dibandingkan produk pesaing yang serupa. Karena saya pernah order ditempat lain dengan produk yang hamper sama namun produk itu sudah memiliki brand yang lebih besar ternyata produknya sama persis bahkan harga yang ditawarkan sangat beda jauh”⁹²

Hal tersebut juga dikatakan Putri selaku konsumen:

“Kalau menurut saya harganya sangat terjangkau dan sangat pas dikantong saya yang masih anak sekolah”⁹³

Dari penjelasan diatas dapat diketahui mengenai harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.

b. Persaingan

Persaingan tidak selamanya dianggap sebagai sesuatu yang negative, namun dapat berupa berupa sesuatu yang positif sehingga dapat meningkatkan motivasi yang mendorong kearah perbaikan suatu bisnis. Berdasarkan hal tersebut pemilik mengatakan bahwa:

“Saya selalu berfikir positif tentang persaingan. Cara mengatasi kendala persaingan yang dilakukan yakni dengan selalu mengedepankan keunggulan produk namun juga memberikan harga yang lebih terjangkau dikantong tapi tetap berkualitas dari pada pesaing. Dan lebih kreatif dalam berinovasi pada produk agar lebih menarik minat konsumen. Selain itu dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen sehingga konsumen merasa puas dan melakukan pembelian secara berulang-ulang”⁹⁴

Dari pernyataan di atas dengan selalu menjaga keunggulan produk serta memberikan harga yang lebih murah daripada pesaing, tampilan produk lebih kreatif dan pelayanan yang baik,

⁹² Wawancara dengan Devi (Konsumen Toko Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Sabtu, 05 Juni 2021, Pukul 10.00 WIB

⁹³ Wawancara dengan Putri (Konsumen Toko Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Sabtu, 05 Juni 2021, Pukul 14.00 WIB

⁹⁴ Wawancara dengan Ibu siti (Pemilik Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 16.00 WIB

sehingga konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan dan setia dengan produk yang kita jual. Selain itu kendala social juga berpengaruh memperlambat terjadinya inovasi, produk baru harus memenuhi kriteria masyarakat seperti keselamatan konsumen dan keseimbangan lingkungan.

Sebagaimana pernyataan Ibu Siti selaku owner Donat Madu Cihanjuang Tulungagung, sebagai berikut:

“Saya benar-benar menjaga kehegemonian produk serta sudah mendapatkan izin dari MUI bahwa produk yang kami jual benar-benar halal dan sehat sehingga layak untuk dikonsumsi semua kalangan”

Untuk kendala selanjutnya pada ide-ide untuk melakukan inovasi produk, para pesaing mungkin memperoleh ide yang sama pada waktu yang sama, dan kemenangan akan diraih yang paling cepat.

Sebagaimana pernyataan Ibu Siti selaku owner Donat Madu Cihanjuang Tulungagung, sebagai berikut:

“Terkadang ide yang akan kami lakukan untuk inovasi baru, sudah didahului oleh pesaing dalam waktu yang sama. Sehingga produk inovasi dari kami sama dengan produk pesaing”

3. Keberhasilan Inovasi Produk Donat Madu Cihanjuang Tulungagung untuk Meningkatkan Minat Beli

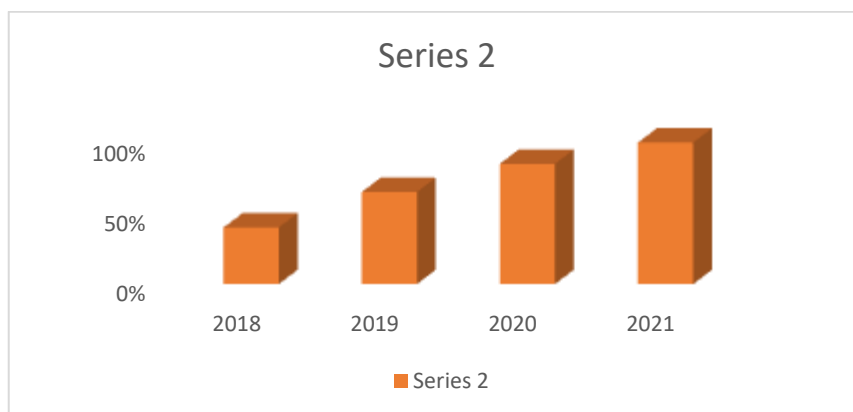
Setiap perusahaan tentu saja ingin bertahan di dalam bisnis, salah satu hal yang harus dicapai oleh sebuah perusahaan dalam rangka mendapatkan kesuksesan jangka panjang adalah inovasi, pada perusahaan manufaktur, inovasi produk merupakan hal yang mutlak dan dibutuhkan. Karena salah satu ciri perusahaan yang sukses adalah

perusahaan yang selalu mengembangkan produk yang dihasilkannya. Perusahaan – perusahaan yang mengenalkan produk yang inovatif memiliki kemungkinan berkembang yang lebih baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan melakukan inovasi pada produk Donat Madu Cihanjuang mampu meningkatkan daya minat konsumen Toko Donat Madu Cihanjuang Tulungagung seperti terlihat pada grafik berikut:

Grafik 4.1

Hasil Peningkatan Penjualan Tahun 2018-2021



Berikut berdasarkan grafik diatas bahwa terdapat peningkatan penjualan atau pendapatan yang meningkat setiap tahunnya selama 2018-2021. Hal tersebut membuktikan bahwa dengan melakukan pembaharuan pada suatu produk dan melakukan inovasi-inovasi yang baru mampu meningkatkan minat konsumen.

Sebagaimana pernyataan Ibu Siti selaku owner franchise Donat Madu Cihanjuang Tulungagung:

“Alhamdulillah dengan melakukan inovasi dan kreasi baru pada Donat Madu Cihanjuang dapat meningkatkan minat konsumen, terbukti dari hasil penjualan yang semakin meningkat setiap tahunnya. Meskipun pada masa pandemi namun kami tidak mengalami penurunan penjualan secara signifikan”⁹⁵

C. Analisis Data

1. Inovasi Produk donat Madu Cihanjuang Dalam Meningkatkan Minat Konsumen

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian pada Toko Donat Madu Cihanjuang mengenai Inovasi seperti apa yang dilakukan. Peneliti akan menganalisis data dari hasil pengamatannya. Dibawah ini akan dijelaskan secara terperinci mengenai inovasi produk yang dilakukan Toko donat madu cihanjuang guna meningkatkan minat konsumen:

a. Kualitas Produk

Dalam upaya meningkatkan minat konsumen terhadap suatu produk. Toko Donat madu Cihanjuang Tulungagung benar-benar memperhatikan, menjaga kualitas dan keaslian dari produk tanpa mengurangi formula sedikitpun serta menjaga kebersihan, kerapian donat, dan memberikan pelayanan yang memuaskan agar

⁹⁵ Wawancara dengan Ibu siti (Pemilik Donat Madu Cihanjuang Cabang Tulungagung), Kamis, 03 Juni 2021, Pukul 16.00 WIB

mendapatkan loyalitas konsumen. Langkah selanjutnya Toko Donat Madu Cihanjuang Tulungagung gencar melakukan promosi setiap ada inovasi produk baru melalui via sosmed, endorse dan juga secara offline.

b. Varian Produk

Varian produk dapat dianggap sebagai sebuah sarana atau alat yang kompetitif dan pembeda antara produk yang diciptakan oleh sebuah perusahaan dengan produk pesaingnya. Usaha di bidang kuliner memang menuntut harus selalu berinovasi menciptakan produk baru agar bisa menarik konsumen. Untuk itu Toko Donat Madu Cihanjuang selalu melakukan inovasi pada varian produk donat, dengan menambah varian rasa, varian topping, varian karakter baru, dan juga modifikasi sedikit tampilannya dengan taburan topping berwarna ceria agar terlihat imut dan lucu guna memancing perhatian masyarakat untuk menikmatinya.

c. Gaya dan Desain produk

Desain produk merupakan totalitas keistimewaan yang dapat mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen. Desain produknya sendiri sudah ditentukan dari pusat yaitu sesuai cirikhas donat kue yang berbentuk bulat dan bolong ditengahnya. Donat Madu juga memiliki ukuran untuk detail produknya. Untuk desain yang sudah ditentukan dari pusat

tidak pernah ada perubahan. Dari segi ukuran, warna ataupun bentuk. Selalu menjaga konsistensi dan juga nilai estetika yang sudah ada.

2. Kendala Inovasi Produk donat Madu Cihanjuang Dalam Meningkatkan Minat Konsumen

Ketika suatu usaha melakukan suatu inovasi produk atau pembaharuan pasti akan mengalami kendala yang dialami oleh para pengusaha. Begitu pula yang dihadapi oleh Toko Donat Madu Cihanjuang dalam melakukan inovasi produk baru. Salah satunya pemasaran dan persaingan.

Berhasil tidaknya suatu usaha dalam mencapai tujuan bisnis tergantung bagaimana keahlian mereka dalam memasarkan produknya. Strategi pemasaran yang dilakukan Toko Donat Madu Cihanjuang melalui promosi via medsos, dan juga endorse. Tak hanya itu saja namun juga melakukan pemasaran secara offline dengan mengikuti beberapa event-event tertentu guna mengenalkan produk saya ke masyarakat. Mungkin strategi pemasaran dilakukan masih kalah jauh dengan produk-produk pesaing yang sudah memiliki brand. Sehingga banyak masyarakat yang masih asing dengan produk Donat Madu Cihanjuang Tulungagung.

Dengan banyaknya persaingan bisnis yang terjadi, selama ini Toko Donat Madu Cihanjung Tulungagung selalu menjaga keunggulan produk serta harga yang lebih murah dari pada pesaing tapi tetap

memberikan kualitas yang terbaik. Apalagi dengan ciri khas Donat Madu Cihanjuang yang memiliki keistimewaan tersendiri mampu bersaing di pasar. Dengan bahan utama yang sama dengan produk JCO namun yang membedakan adalah adanya Madu pada campuran adonannya, serta tampilan produk, varian rasa, varian topping yang dan juga modifikasi sedikit tampilannya dengan taburan topping berwarna ceria dengan harapan mampu meningkatkan minat konsumen.

3. Keberhasilan Inovasi Produk Donat Madu Cihanjuang Tulungagung untuk Meningkatkan Minat Beli

Setelah melakukan inovasi pada produk Donat Madu Cihanjuang kini daya minat konsumen semakin meningkat karena selain terlihat menarik, konsumen juga lebih suka jika ada inovasi-inovasi baru pada varian rasa, varian topping serta modifikasi pada varian karakter-karakter baru yang lucu sehingga membuat konsumen tidak sabar untuk mencicipinya.