

INOVASI PRODUK SELAI PISANG MIMU *Product innovation mimu banana jam*

Yuni Elmaya Santi¹, Aisyah Rabitha Alisi², Hesti Meylinda³

Farmasi, Fakultas Kesehatan, Universitas Duta Bangsa

Jln. Pinang Raya No.83. Sukoharjo

E-mail: yuni.anfarma@gmail.com

ABSTRACT

Jam is a preserved product made by cooking crushed fruit and mixing it with sugar. Bananas have a high nutritional content. Currently, the community's need for bananas has increased drastically so that bananas are sought after for consumption. Processed from bananas that have a high fruit value is jam processing. The main problem is "How is product innovation in the Mimu banana jam business". This study aims to determine product innovation in Mimu Banana Jam. This research is an experimental research type with descriptive type. The results of the Mimu banana jam business research show that 3 innovation bases have been implemented, namely modulation-based innovation using sucrose as a sweetener, size-based innovation using sizes of 150 ml, 200 ml, 300 ml, and packaging-based innovation using practical and well-sealed packaging so that can guarantee the resistance to mas banana jam.

Keywords: Banana, Product innovation, Jam

A. Pendahuluan

Perkembangan bisnis kuliner saat ini semakin pesat dan beraneka ragam seiring dengan tuntutan kebutuhan hidup masyarakat yang semakin kompleks akibat perubahan gaya hidup. Berbagai macam konsep, bentuk dan cita rasa ditawarkan para pelaku bisnis ini untuk memanjakan mata sekaligus lidah para penikmat kuliner. Banyak makanan dan minuman yang ditawarkan dengan harga yang bervariasi menurut target pasar yang dituju.

Selai merupakan produk awetan yang dibuat dengan cara memasak buah yang sudah dihancurkan dan dicampur dengan gula. Selai yang sering kita ketahui kebanyakan menggunakan buah yang populer seperti buah strawberry, nanas dan aneka buah lainnya.

Buah pisang selain mengandung vitamin, mineral, dan karbohidrat juga merupakan salah satu sumber prebiotik yang dibutuhkan untuk menjaga agar tubuh tetap sehat. Pisang adalah jenis buah yang banyak disukai oleh masyarakat Indonesia. Selain mempunyai rasa yang sangat enak pisang juga mempunyai kandungan gizi yang sangat tinggi. Untuk mendapatkan pisang juga mudah karena banyak yang menanam pohon pisang disekitar rumah ada lagi yang menjual pisang di berbagai pasar tradisional.

Saat ini kebutuhan masyarakat mengenai buah pisang sangat meningkat drastis sehingga buah pisang banyak dicari untuk dikonsumsi. Selain bisa dikonsumsi dalam keadaan langsung buah pisang juga bisa diolah menjadi aneka makanan dengan cita rasa yang menarik. Penyimpanan pisang tidak bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama sehingga untuk meningkatkan kualitas pisang sebaiknya membuat olahan dari buah pisang yang mempunyai nilai jual yang tinggi. Olahan dari buah pisang yang mempunyai nilai buah yang tinggi adalah pengolahan selai. Olahan selai pisang mempunyai cita rasa yang lebih nikmat. Selai pisang dapat digunakan untuk bahan pencampur/ bahan isi untuk kue - kue dan untuk olesan roti.

Usaha selai pisang Mimu perlu menciptakan suatu inovasi produk yang lebih baik untuk menarik pelanggan baru, sehingga dapat bersaing dengan usaha – usaha sejenis yang sudah ada sehingga memiliki kemampuan mengembangkan dan menciptakan produk yang memberikan nilai positif dari harapan konsumen dan merancang suatu proses produksi yang mampu menghasilkan produk yang lebih handal dibandingkan pesaing.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan pokok permasalahan yaitu “Bagaimana inovasi produk pada usaha selai pisang Mimu?”

Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi produk pada Selai Pisang Mimu.

Manfaat

Hasil penelitian dapat digunakan meningkatkan kreativitas masyarakat dalam mengolah buah pisang dan meningkatkan nilai ekonomis buah pisang.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya.

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya (Wibowo et al, 2015).

Produk

Setiap manusia memiliki kebutuhan yang berbeda-beda sesuai dengan tingkatan kebutuhannya. Dengan adanya kebutuhan, maka manusia memenuhi kebutuhannya melalui produk. Kotler dan Keller (2009:4), mendefinisikan produk “adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide” (Saputri, 2015).

Inovasi Produk

Untuk mengetahui dan memanfaatkan peluang yang ada perusahaan harus mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing dalam mengembangkan produk yang dihasilkan. Sehingga dengan kata lain konsep inovasi itu sendiri dapat dimengerti secara singkat yang berarti mendefinisikan perubahan yang dilakukan dalam organisasi yang didalamnya. Menurut Roger dan Soemaker dalam Kotler (2002:370) “Inovasi produk merupakan suatu ide baru yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya, inovasi dalam hal ini harus dibedakan dengan penemuan, penemuan merupakan konsep dari suatu ide. Roger merumuskan inovasi sebagai berikut: Inovasi = konsep teori + penemuan + komersil (satu tujuan untuk mendapatkan laba)” (Saputri, 2015).

Tujuan Inovasi Produk

Inovasi produk bertujuan untuk membuat usaha yang akan dilakukan memiliki kualitas, memenuhi kebutuhan konsumen, menciptakan pasar baru, dan mengembangkan dan mengaplikasikan pengetahuan dan wawasan (Accurated.id).

Tipe Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Bes (2004:31) dalam Saputri (2015), pendekatan-pendekatan mengenai pengembangan produk baru yang didasarkan pada asumsi pasar tetap, yaitu:

1. Inovasi berbasis modulasi

Inovasi berbasis modulasi melibatkan pengubahan suatu karakteristik dasar dari produk atau jasa, dengan menaikkan atau menurunkan karakteristik tersebut. Kita secara umum mengacu kepada karakteristik-karakteristik fungsional atau fisik.

Dalam inovasi modulasi bahwa karakteristik dasar dari produk perlu ditingkatkan dan diturunkan. Contoh inovasi yang didasarkan pada modulasi misalnya jus dengan rendah gula, lebih

banyak buah, bukan dari konsentrat, dengan vitamin, tanpa bahan aditif.

2. Inovasi berbasis ukuran

Inovasi berbasis ukuran adalah peluncuran produk baru ke pasar tanpa mengubah apapun kecuali volumenya. Contohnya keripik kentang dengan kantong 5 ons, 12 ons, 20 ons, pak yang terdiri dari beberapa kantong besar untuk konsumsi keluarga dan sebagainya.

3. Inovasi berbasis kemasan

Cara sebuah produk dikemas dapat mengubah persepsi konsumen mengenai manfaat, fungsi, atau alasan konsumsi dari produk atau jasa. Contohnya Nestle memasarkan coklat dengan berbagai tipe kotak, meskipun rasa dan bentuk coklat selalu sama. Salah satu kotak berbentuk kecil dan sederhana serta terbuat dari kertas yang di jual di kios atau toko permen. Fungsi produk ini adalah untuk memenuhi keisengan atau sebagai snack.

4. Inovasi berbasis desain

Inovasi berbasis desain adalah inovasi dimana produk, container, atau kemasan dan ukuran yang dijual sama, tetapi desain atau tampilannya dimodifikasi. Contohnya sebuah produsen mobil akan meluncurkan produk yang sama dengan desain eksterior yang berbeda.

5. Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer

Inovasi berbasis komplemen melibatkan penambahan bahan-bahan komplementer atau layanan tambahan atas produk atau jasa dasar, contohnya biskuit yang ditaburi gula, dengan coklat susu, dengan coklat putih, dan lain-lain.

6. Inovasi berbasis pengurangan upaya

Inovasi berbasis pengurangan upaya tidak merubah produk atau jasa, tetapi menaikkan ukuran dari pasar. Inovasi semacam ini menaikkan nilai dengan menurunkan penyebut, bukan menaikkan pembilang.

A. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian eksperimen dengan tipe deskriptif.

Bahan

Pisang mas yang sudah matang, gula, asam sitrat.

Alat

Pisau, penggiling, panci, timbangan.

B. Pembahasan

Inovasi produk pada Selai Pisang Mimu

Hasil penelitian pada selai pisang Mimu menunjukkan bahwa dari enam basis inovasi yang ada, tiga diantaranya sudah diimplementasikan dan dimiliki oleh selai pisang mimu yaitu :

1. Inovasi berbasis modulasi

Pembuatan selai membutuhkan gula sebagai zat pemanis. Selai pada umumnya menggunakan pemanis sukrosa yaitu gula pasir sebagai perasa manis namun buah pisang memiliki rasa manis dan aroma harum yang khas jika di dibandingkan dengan jenis pisang yang lain. Selain itu pisang mas ini mengandung vitamin, mineral dalam kadar yang cukup tinggi yang terdapat dalam buah pisang, tinggi karbohidrat yang berupa glukosa, sukrosa dan fruktosa sedangkan vitamin yang terkandung didalamnya adalah vitamin A, vitamin B, B2, Dalam pembuatan selai dibutuhkan pemanis dengan tingkat kemanisan yang lebih pekat dari sukrosa, fruktosa yang merupakan jenis gula dengan tingkat kemanisan lebih tinggi dibanding sukrosa sehingga dalam penggunaannya dapat lebih efektif memberikan rasa manis pada selai pisang beberapa gula fruktosa alami yang sering digunakan sebagai pemanis.

2. Inovasi berbasis ukuran

Pada dasarnya merupakan inovasi yang difokuskan pada ukuran produk awalnya ukuran selai 100 ml kemudian dibuat produk dengan ukuran 150 ml, 200 ml, 300 ml, kebijakan ini memiliki keunggulan yaitu memungkinkan peningkatan jumlah konsumsi atau jumlah momen pemakaian, sehingga bisa di bawah kemana saja.

3. Inovasi berbasis kemasan

Cara sebuah produk dikemas yang dilakukan untuk olahan selai pisang yaitu pada ukuran botol kemasan yang bervariasi mulai dari yang kecil, sedang, hingga yang besar juga pada tulisan dan gambar komposisi pada warna kemasan “enak, murah dan tahan lama, Fresh from the wajan” kemasan yang digunakan dari botol yang tersegel baik sehingga dapat menjamin ketahanan pada selai pisang mas. Botol yang digunakan, tahan di segala suhu ruangan.

C. Penutup

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang telah diuraikan maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Inovasi berbasis modulasi

Zat pemanis yang digunakan pada selai pisang mimu yaitu sukrosa yang memiliki kandungan vitamin A.

2. Inovasi berbasis ukuran

Meningkatkan produk dengan menyediakan ukuran 150 ml, 200 ml, dan 300 ml.

3. Inovasi berbasis kemasan

Menggunakan kemasan yang praktis dan botol yang tersegel dengan baik sehingga dapat menjamin ketahanan pada selai pisang mas. Botol yang digunakan, tahan di segala suhu ruangan.

Daftar Pustaka

- Herianto, A., Hamzah, F., And Yusmarini. 2015. Studi Pemanfaatn Buah Pisang Mas (Musa Acuminata) Dan Buah Naga Merah (Hylocereus Polyrhizus) Dalam Pembuatan Selai. Faperta
- Saputri, Y.R., Sasongko, And Julianto, D.E. 2015. Inovasi Produk Pada Roti Ceria Di Jember. UNEJ
- Serang, S., And Arfah, A. 2019. Pelatihan Pembuatan Selai Pisang Bagi Kelompok Tani. Pengabdian Ukhuwah