

## STRATEGI INOVASI KRIPIK SINGKONG AESY DALAM MENINGKATKAN NILAI TAMBAH

### *AESY CASSAVA CHIP INNOVATION STRATEGY IN INCREASING ADDED VALUE*

Srikurnia Wati<sup>1</sup>, Benedhikta Kikky Vuspitasari<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan, Institut Shanti Bhuana, Bengkulu

E-mail: [srikurniawati0502@gmail.com](mailto:srikurniawati0502@gmail.com)

Dikirim 5 Juni 2024, Direvisi 12 Juli 2024, Disetujui 29 Juli 2024

**Abstrak:** Dalam menjalankan suatu usaha perlu adanya sebuah strategi agar dapat membantu dalam mengembangkan usaha. Industri merupakan usaha pengolahan dari bahan mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual supaya mendapatkan keuntungan. Salah satu contoh upaya yang dapat dilakukan untuk mengolah barang mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual adalah membuat kripik singkong. Singkong merupakan tanaman yang mudah sekali ditanam dan ditemui dimana saja. Kripik singkong menjadi cemilan yang sangat disukai masyarakat Bengkulu, hal ini tentunya menjadi peluang usaha. Adanya suatu strategi yang diterapkan maka akan diharapkan dapat mencapai tujuan dalam menjalankan usaha. Dalam penelitian ini memiliki latar belakang adalah adanya inovasi baru pada produk baik dari segi rasa, bentuk, maupun kemasan yang diberikan oleh produk kripik singkong AESY. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui strategi inovasi apa saja yang digunakan untuk dapat meningkatkan nilai tambah. Adapun penelitian ini dilakukan di kabupaten Bengkulu. Dalam penelitian ini diambil sampel 5 responden yang merupakan pelanggan dari produk kripik singkong AESY untuk diwawancara. Penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif melalui teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara dengan responden terkait strategi inovasi produk kripik singkong AESY dapat dilihat bahwa melalui strategi inovasi yang dilakukan dapat mengembangkan produk kripik singkong AESY. Adanya strategi inovasi yang diberikan produk kripik singkong AESY ini membuat pelanggan memilih rasa sesuai dengan selera masing-masing. Strategi inovasi yang dilakukan adalah inovasi rasa dan inovasi pengemasan produk.

**Kata Kunci:** Strategi inovasi, Kualitas Produk, Pengemasan Produk, Produk singkong.

**Abstract:** In running a business, it is necessary to have a strategy so that it can help in developing the business. Industry is a processing business from raw materials into finished goods that have selling value in order to make a profit. One example of an effort that can be made to process raw goods into finished goods that have sales value is making cassava chips. Cassava is a plant that is very easy to grow and can be found anywhere. Cassava chips are a snack that the people of Bengkulu really like, this is of course a business opportunity. The existence of a strategy that is implemented it will be expected to achieve goals in running the business. In this research, the background is that there are new product innovations in terms of taste, shape, and packaging provided by AESY's cassava chip products. The purpose of this research is to be able to increase added value. This research was conducted in Bengkulu district. In this study, a sampel of 5 respondents who were customers of AESY's cassava chips products was taken to be interviewed. This research was also conducted using qualitative methods through data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. From the results of research that has been conducted through interviews with respondents regarding the innovation strategy carried out to develop AESY cassava chip products. The innovation strategy provided by AESY's cassava chip products makes customers choose flavors according to their individual tastes. The innovation strategy carried out is based on product quality in the form of taste and product packaging innovation.

**Keywords:** Innovation strategy, product quality, product packaging, cassava products.

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara yang kaya akan sumber daya alam. Kekayaan sumber daya alam membuat perindustrian di Indonesia memiliki jenis yang beragam

misalnya saja industri pertambangan, tekstil, pangan, manufaktur, dan sebagainya. Perkembangan infrastruktur juga menjadi faktor pendukung dari berkembangnya perindustrian di Indonesia. Industri sendiri merupakan

usaha pengolahan dari bahan mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual supaya mendapatkan keuntungan. Salah satu contoh upaya yang dapat dilakukan untuk mengolah barang mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual adalah membuat kripik singkong.

Singkong merupakan tanaman yang mudah sekali ditanam dan ditemui dimana saja. Hal ini disebabkan oleh karakteristik singkong yang tergolong ke dalam tanaman yang mudah tumbuh dan beradaptasi, hampir di semua cuaca, jenis tanah dan daerah. Singkong mengandung banyak nutrisi yang sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia seperti karbohidrat, serat, vitamin, dan mineral. Singkong memiliki manfaat bagi manusia sehingga membuat singkong diolah sebagai pengganti nasi. Manfaat lain dari singkong adalah menambah energi, mencegah sembelit, dan lain-lain. Singkong juga memiliki kemampuan untuk mencegah sembelit dan menambah energi, tidak terlepas dari karakteristiknya mengandung unsur serat dalam gizi dengan jumlah yang cukup tinggi. Pati resistan ini termasuk ke dalam jenis serat tidak larut yang kaya akan selulosa. Jenis serat ini memiliki manfaat yang sangat berguna untuk membantu kelancaran pencernaan sehingga dapat mencegah sembelit, mengendalikan kadar gula darah, karena serat didalam singkong memperlambat penyerapan gula ke dalam aliran darah.

Bengkayang merupakan salah satu daerah yang memanfaatkan singkong sebagai bahan baku olahan yang dapat dikonsumsi dan dijadikan oleh-oleh khas Bengkayang. Kripik singkong merupakan salah satu oleh-oleh khas dari Bengkayang, dengan membuka usaha kripik singkong kita dapat menambah nilai daya tarik pada singkong. Pelaku usaha melakukan berbagai inovasi pada produk agar dapat bersaing dan menjadikan produk tersebut sebagai produk yang unggul. Sama seperti halnya

yang kripik singkong *AESY* lakukan sekarang ini, dimana saat ini kripik singkong *AESY* menjalankan usaha melalui inovasi rasa dan bentuk yang berbeda dari kripik singkong lainnya yang ada di Bengkayang.

Kripik singkong menjadi cemilan yang sangat disukai masyarakat Bengkayang, hal ini tentunya menjadi peluang usaha. Tetapi, masih banyak pelaku usaha kripik singkong yang kurang memperhatikan inovasi dan juga kreativitas olahan produk yang dibuat. Kripik Singkong *AESY* hadir karena melihat masih kurangnya inovasi yang diterapkan sehingga menjadi peluang yang cukup besar. Kripik Singkong *AESY* adalah usaha yang dibuat dengan singkatan nama dari saudara-saudara pemilik usaha kripik singkong *AESY* dan dikembangkan tepatnya di desa Tanjung, Kecamatan Teriak, Kabupaten Bengkayang. Masyarakat Desa Tanjung kebanyakan berpikir bahwa singkong hanya dijadikan sebagai makanan untuk ternak saja, padahal singkong juga dapat diolah menjadi kripik singkong, tape, kue talam, singkong keju, dan lain-lain.

Kripik singkong *AESY* memiliki ide inovasi dalam mengolah singkong menjadi makanan ringan yaitu kripik dengan bentuk yang unik dan segi rasa prduk seperti coklat dan sambal rujak. Inovasi lainnya yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pengemasan produk yang menarik agar dapat menambah minat konsumen. Harga kripik singkong *AESY* masih terjangkau yaitu Rp.10.000 perbungkus. Kripik Singkong *AESY* memanfaatkan media sosial seperti *Facebook* dan *WhatsApp* sebagai sarana untuk promosi. Strategi inovasi merupakan suatu alat dasar yang menentukan arah inovasi bisnis berdasarkan strategi bisnis dan tujuan strategis serta konsep manajemen yang terdiri dari banyak kegiatan baik internal maupun eksternal yang meningkatkan potensi inovasi bisnis

(Suhaeni 2018). Strategi didefinisikan oleh Johnson dan Scholes sebagai tujuan dan sasaran jangka panjang organisasi atau institusi, dengan tujuan akhir menghasilkan keuntungan dengan memenuhi kebutuhan pasar dan kepentingan individu melalui alokasi sumber daya strategis dalam lingkungan yang menantang (Sudiantini 2024). Inovasi merupakan sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran, gagasan yang baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan (Mathematics 2016). Inovasi adalah jantung atau pusat aktivitas dari setiap perusahaan karena inovasi berperan penting pada kelangsungan perusahaan, serta Manajemen dari semua aktivitas antara lain proses pembentukan ide, pengembangan teknologi, proses pabrikan, dan pemasaran atas produk baru atau produk yang dikembangkan (Fernanda and Frinaldi 2023). Inovasi produk merupakan inovasi produk diperlukan untuk memenuhi permintaan pasar, diikuti dengan terwujudnya daya saing perusahaan (Efendi et al. 2022). Tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan (Pandjo et al. 2023). Tujuan inovasi secara umum adalah menciptakan suatu kondisi agar bidang usahanya dapat berkembang dengan baik (Fernanda and Frinaldi 2023). Tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan (Sholehah 2022). Peningkatan nilai tambah merupakan suatu penambahan akan nilai pada suatu komoditas yang mengalami sebuah proses pengolahan dan penyimpanan didalam suatu proses kegiatan produksi (Sa'adah 2021). Nilai tambah merupakan penambahan nilai suatu

komoditi karena adanya input fungsional yang diperlukan pada komoditi yang bersangkutan. Besarnya dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis terdiri dari kapasitas produksi, penerapan teknologi, kualitas produk, kualitas bahan baku, dan input penyerta (Milliani Fitri Ismaulidia 2021). Nilai tambah merupakan penambahan nilai yang terjadi karena suatu komoditi mengalami proses pengolahan, pengangkutan dan penyimpanan dalam suatu produksi (Agribisnis, Pertanian, and Udayana 2023).

a.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana dengan menggunakan metode ini peneliti dapat meneliti secara utuh terhadap suatu subjek penelitian dimana menjadi sebuah kunci dalam melakukan penelitian. Menurut Usman & Hapsari (2022), Metode deskriptif kualitatif yang dapat dipakai sebagai salah satu cara untuk dapat memecahkan suatu masalah yang diamati dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang ada. Penelitian ini menggunakan beberapa cara dalam mengumpulkan data yaitu dengan Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Dalam melakukan penelitian ini, teknis dan langkah-langkah analisis dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dan langkah analisis data yang dilakukan menggunakan tiga tahap yaitu mengumpulkan data, reduksi dan kategori data, serta menarik kesimpulan. Teknik analisis data ini digunakan untuk proses penelitian dalam mengolah data sehingga menjadi suatu informasi yang baru dengan tujuan agar mudah mengerti dalam memahami karakteristik data dan berguna sebagai suatu solusi dalam permasalahan yang terjadi (Fadilla and Wulandari 2023).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kripik singkong AESY merupakan jajanan kuliner yang berbentuk kripik terbuat dari olahan Singkong yang dikemas dalam kemasan pouch. Nama usaha ini diambil dari singkatan huruf depan nama saudara dari pemilik usaha tersebut yang kemudian dibentuk menjadi *AESY*. Produk yang ditawarkan kepada konsumen adalah berupa kripik singkong yang telah diolah dengan varian rasa yang berbeda dengan kripik singkong lainnya. Konsep dari usaha bisnis kripik Singkong *AESY* ini yaitu membuat kantong aman, menjaga kualitas produk, dan memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan.

Jenis singkong yang diolah dalam pembuatan kripik singkong *AESY* ini menggunakan singkong yang bagus dan berwarna kuning, dan varian rasa seperti Coklat. Kripik Singkong *AESY* merupakan suatu produk yang terbuat dari bahan dasar singkong yang diolah dengan cara digoreng kemudian dicampurkan dengan rasa coklat. Proses pembuatan kripik singkong ini sangat mudah dan praktis pembuatan kripik singkong dilakukan melalui beberapa tahapan saja yaitu mengupas singkong, mencuci singkong sampai bersih, kemudian singkong langsung dipotong-potong menggunakan alat dan pisau, setelah itu singkong digoreng sampai matang dan berwarna kuning keemasan.

Di masa sekarang ini banyak makanan yang dibuat menggunakan bahan kimia yang sangat berbahaya. Untuk itu, kami memproduksi dan menjual cemilan ringan dengan rasa yang enak, tekstur yang gurih, dan harga yang cukup murah tetapi aman untuk dikonsumsi. Alasan mengembangkan usaha ini karena kripik singkong sangat diminati oleh semua orang tanpa memandang usia dan peluang usaha ini juga cukup besar, proses pembuatan kripik singkong juga tidak memakan waktu dan biaya yang besar, cukup dengan kreatifitas dan inovasi dari pemilik usaha kripik tersebut agar dapat menjadikan produk kripik olahannya unggul dan

banyak diminati oleh konsumen.



**Gambar 1.** Logo Usaha Kripik Singkong AESY

## B. Sumber data penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif untuk memberikan suatu gambaran terhadap objek yang telah diteliti. Data hasil penelitian ini diperoleh dengan cara melakukan wawancara bersama dengan beberapa narasumber, wawancara yang dilakukan secara langsung berinteraksi kepada narasumber yang sudah dipilih. Wawancara dilakukan bersama Sembilan narasumber dari pelanggan usaha Kripik Singkong *AESY*.

## C. Hasil wawancara

Berikut pertanyaan beserta hasil wawancara yang telah direkapitulasi dari responden. Pertanyaan yang dilampirkan sesuai dengan indikator yang diperlukan, adapun pertanyaan sebagai berikut :

### 1. Inovasi kualitas Produk

Inovasi kualitas Produk berkaitan dengan rasa. Konsumen akan merasa senang dan puas membeli produk karena produk Kripik Singkong *AESY* memiliki kualitas rasa yang enak dan bisa direquest sesuai dengan keinginan seperti yang disampaikan oleh konsumen sebagai berikut :

*“Rasanya enak trus gurih juga, banyak varian rasa jadi ga mudah bosan ( E.S.B 23 tahun)”.*

*“Kalau menurut aku sih rasanya enak dan aku lebih suka ke rasa coklat ( S.S 22 tahun)”.*

“Kalau menurut saya pribadi sih kripik kamu sih enak dari segi rasanya itu kek ada pedas manisnya ( S 24 tahun)“.

“Menurut saya sendiri rasa keripiknya pas dan gurih juga ( P.S 22 tahun)“.

“Menurut aku sih kak rasa kripik kakak ni enak karna coklatnya kental jadi pas dimakan tu kek nyatu antara si kripik singkong ni sama coklatnya tu manisnya pas ( N 20 tahun)“.

“Eee perbedaannya sih yang kripik singkong yang biasanya tu kek ada pahit- pahitnya gitu ubinya kan kalau punya kamu tu ga ada ( S.S 22 tahun)“.

“Yang menjadi perbedaannya itu ya karna saya kan pernah ngerasa kripik dari kamu kan ya rasanya agak sedikit beda lainnya seperti kek rasa nya tu enak sih cuman kan kalau kita mau bisa minta rasa lain juga enak gitu cuman kalau dengan yang lain tu rasanya agak kadang asin sih berbeda dengan kripik singkong AESY ni kan kadang ada rasa manis-manisnya gitu. Jadikan ya buat saya tu jadi lebih enak merequest gitu sesuai rasa yang saya mau itu sih yg menjadi perbedaannya ( S 24 tahun)“.

“Dari segi rasa sih ( P.S 22 tahun)“.

“Cukup puas karna ya aku kan suka nih kripik singkong apalagi kalau pedas, kamu kan pertama ada tu rasa saru nah aku lebih suka yang rasa saru karna pedas (P.S 22 Tahun)“.

“Cukup puas kak karna rasanya ada varian jadi bisa request sesuai selera ( N 20 tahun)“.

“Pertahankan kualitas produk kripik singkong dari segi rasanya ( P.S 22 tahun)“.

“Membuat produk baru dengan inovasi yang baru dan membuat kripik dengan topping gula merah gitu, kan udah digoreng tu udah jadi kripik kamu oles pake itu goreng lagi pake gula gitu loh ( E.S.B 23 tahun)“.

“Kalau aku sendiri aku kan paling suka rasa coklat sama keju ya, jadi kalau menurut aku ditambah keju keknya

lebih enak karna ada asin sama manisnya gitu ( S.S 22 tahun)“.

“Kalau menurut saya pribadi sih eee inovasi kan ya, nah dimanakan kita bisa berkreasi gitu agar pelanggan itu banyak membelinya biar misalnya kek dari segi kemasan, nah segi kemasan kita menambahkan logonya biar orang tau gitu konsumen tu tau bahwa ini tu kripik dari kamu ( S 24 tahun)“.

“Boleh tambahkan varian rasa lainnya kek selain coklat bisa tambah rasa pedas karna kan ga semua orang tuh suka yang manis doing pasti ada yang suka pedas juga ( P.S 22 tahun)“.

“Kalau aku sih kak harus nambah banyak rasa lagi gitu kak biar ga bosan sama satu rasa aja ( N 20 tahun)“.

## 2. Strategi inovasi pengemasan produk

Pengemasan berkaitan dengan kemasan produk. Pengemasan ini merupakan sebuah wadah atau tempat menyimpan produk agar tetap aman dan terjaga serta terhindar dari kerusakan. Konsumen akan merasa senang jika produk dikemas dalam kemasan yang menarik karena bagi konsumen kepuasan bukan hanya dari rasa namun kemasan atau tampilan produk juga dapat menjadi daya tarik minat pembeli sama seperti yang disampaikan oleh konsumen sebagai berikut :

“Kalau bagi aku sih ya dari segi ini apa tempatnya ni beda kalau yang lainkan kek biasa aja gitu nah kalau punya kakak ni pake ada tutupnya jadi bedanya di kemasannya sih kak, trus rasanya juga beda ( N 20 tahun)“.

“Kalau menurut aku segi kemasan sih cukup bagus sih udah pas dan menurut aku sih kemasan yang bagus tu segi empat tu aja sih keknya bagus karna bisa menarik minat konsumen gitu ( S.S 22 tahun)“.

“Dari segi kemasan udah cukup bagus sih Cuma harus tambahkan logo dari brand produk kamu ini biar lebih menarik dan mudah juga dikenal banyak orang ( S 24 tahun)“.

*“Udah cukup bagus sih karna kalau pake yang biasa tu kadang agak ribet apalagi ini kan rasa coklat jadi susah ngambilnya, kalau kek segi empat ni tinggal buka tutupnya langsung ambil gitu ( P.S 22 tahun)”*.

*“Kemasannya keknya harus ada logonya biar lebih bagus ( E.S.B 23 tahun)”*.

#### **D. Pembahasan**

Kripik singkong *AESY* merupakan salah satu cemilan ringan yang diolah dengan bahan utama dari singkong. Hasil dari produk kripik singkong *AESY* ini diharapkan dapat memberikan kemajuan produk kripik singkong sehingga dapat mengikuti perkembangan zaman. Produk kripik singkong *AESY* ini dapat diketahui oleh banyak orang melalui adanya strategi inovasi produk seperti varian rasa, bentuk, dan juga kemasan.

Kripik singkong *AESY* merupakan cemilan ringan yang diproduksi karena melihat banyaknya masyarakat yang menyukai kripik dan dapat dijadikan teman saat santai ataupun melakukan hal lain seperti mengerjakan tugas, dan sebagainya. Produk kripik singkong *AESY* hadir dengan inovasi baru agar dapat menjadi daya tarik pembeli dan dapat dipasarkan sehingga dapat dinikmati kapanpun dan dapat dijadikan sebagai oleh-oleh khas daerah. Usaha ini mulai dijalankan sejak tahun 2022 sampai sekarang dengan inovasi-inovasi yang telah dilakukan agar dapat membantu dalam meningkatkan nilai tambah pada produk melalui kualitas produk dan pengemasan. Adanya kedua hal tersebut dianggap dapat menjadi strategi inovasi agar dapat meningkatkan nilai tambah pada produk dan dapat menjadi daya tarik minat pembeli.

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, dapat digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu (Nurhafifah, 2020).

Kualitas produk menjadi hal yang harus diperhatikan karna konsumen akan melihat kualitas dari produk yang ditawarkan, jika produk dengan kualitas buruk maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas dengan produk tersebut sehingga dapat mempengaruhi minat beli, namun jika konsumen melihat produk dengan kualitas bagus maka konsumen tidak ragu-ragu untuk menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut, konsumen akan merasa senang dan puas dengan produk yang memiliki kualitas terbaik dan terbagus.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, produk kripik singkong *AESY* ini memiliki kualitas yang cukup bagus dari segi rasa yang enak dan berbeda dengan kripik lainnya. Kripik Singkong *AESY* ini menyediakan berbagai varian rasa tetapi yang lebih diminati adalah rasa coklat karena semua kalangan masyarakat dapat menikmati.

Pengemasan merupakan suatu wadah atau pembungkusan untuk suatu produk. Pengemasan ini juga menjadi hal yang harus diperhatikan oleh produsen karena pengemasan produk dapat menjadi hal yang mempengaruhi minat beli konsumen. Produk yang dikemas dengan kemasan yang menarik juga menjadi perhatian para konsumen saat melihat produk yang ditawarkan, jika produk dikemas dengan kemasan yang biasa saja konsumen akan melihat tidak ada daya tarik sehingga tidak menarik minat beli konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, kemasan produk kripik singkong *AESY* sudah cukup bagus namun perlu ditambah logo saja agar lebih terlihat menarik saat dilihat. Pengemasan produk yang semula menggunakan standing pouch biasa dengan tampilan sederhana tanpa logo sangat kurang menarik minat beli konsumen sehingga saat masih menggunakan kemasan sederhana peminat produk kripik singkong *AESY* ini sangat sedikit, kemudian dilakukan strategi inovasi pengemasan produk menggunakan

tempat yang berbentuk bulat kemudian ditambahkan dengan logo membuat tampilan produk menjadi sedikit lebih menarik sehingga konsumen juga menjadi meningkat.

Strategi inovasi pengemasan produk ini dilakukan sejak mulai bulan September karena melihat peminat yang masih sangat sedikit dan juga tampilan yang kurang menarik sehingga dilakukan strategi inovasi pengemasan pada produk dengan tujuan supaya memiliki daya tarik yang bisa menarik minat beli konsumen. Produk kripik singkong *AESY* ini berkaitan dengan inovasi pengemasan produk karena dengan adanya inovasi pengemasan produk maka akan membantu dalam meningkatkan minat beli konsumen sehingga dapat meningkatkan nilai tambah pada produk kripik singkong *AESY* dan dapat bersaing dengan pesaing produk.

## KESIMPULAN

Strategi inovasi yang telah diterapkan dalam produk kripik singkong *AESY* dapat menarik minat pembeli sehingga dapat meningkatkan nilai tambah dan produk kripik singkong *AESY* dapat berkembang. Dengan melalui inovasi kualitas produk dan strategi inovasi pengemasan produk maka konsumen tidak merasa bosan karena konsumen dapat memilih kripik singkong sesuai dengan selera masing-masing. Bagi pelaku usaha produk kripik singkong *AESY*, strategi inovasi dapat membuat produk kripik singkong *AESY* berkembang dan dapat menarik minat pembeli melalui inovasi yang sudah diterapkan mulai dari segi rasa, bentuk, dan juga kemasan produk yang membuat konsumen tidak akan merasa bosan dengan produk kripik singkong *AESY*.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap 5 responden yang merupakan pelanggan dari produk kripik singkong *AESY*, dapat disimpulkan bahwa melalui strategi inovasi kripik singkong *AESY* yang telah dilakukan dapat mengembangkan produk kripik singkong

*AESY* sehingga dapat meningkatkan nilai tambah. Produk kripik singkong *AESY* melakukan strategi inovasi mulai dari inovasi kualitas produk dari segi rasa yaitu rasa coklat lumer dan strategi inovasi pengemasan produk yang semula menggunakan kemasan sederhana menjadi kemasan yang memiliki tampilan yang menarik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, Miza Nina et al. 2022. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6(1): 974–80.
- Afriliyandha, Vira, Mustafa Usman, and T. Saiful Bahri. 2022. "Identifikasi Faktor-Faktor Internal Dan Eksternal Pada Usaha Keripik Singkong Industri Rumah Tangga Di Desa Tulaan Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil (Studi Kasus Pada Indutri Rumah Tangga Cap Murti)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 7(3): 114–20.
- Agribisnis, Program Studi, Fakultas Pertanian, and Universitas Udayana. 2023. "Analisis Rantai Pasok Dan Nilai Tambah Kopi Arabika Kintamani Bali ( Studi Kasus Di Desa Catur Kecamatan Kintamani , Kabupaten Bangli , Provinsi Bali )." 12(2): 713–24.
- Ananda Galuh, Cindy Claudia, Erika Rahma. 2022. "Pentingnya Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Kios Buah 'Simo Buah.'" *Jurnal Akuntansi* 03(02): 1–22. <https://osf.io/mf9jk/download>.
- Ayu Rizkia, Amanda, and Suci Rahmawati. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat : Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha. (Literature Review Etika)." *Jurnal Ilmu*

- Manajemen Terapan* 2(5): 631–43.
- Bismala, Lila. 2022. “Perencanaan Strategi Usaha Kecil Menengah Keripik Singkong Dengan Matrix Strategic Position and Action Evaluation.” *Jurnal Manajemen Daya Saing* 24(1): 36–51.
- Cesariana, Carmelia, Fadlan Juliansyah, and Rohani Fitriyani. 2022. “Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3(1): 211–24.
- Dahiri. 2022. “Analisis Nilai Tambah Komoditas Unggulan Subsektor Perkebunan.” *Jurnal Budget* 7(1): 114–33.
- Efendi, Khasan, Tumija Tumija, Nur Handayani, and Mohammad Rifai. 2022. “Model Inovasi Pelayanan Publik Di Kabupaten Sragen Provinsi Jawa Tengah.” *Jurnal Media Birokrasi* 1: 34–46.
- Fadilla, Annisa Rizky, and Putri Ayu Wulandari. 2023. “Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data.” *Mitita* 1(3): 34–46.
- Fernanda, M, and Aldri Frinaldi. 2023. “Inovasi Budaya Organisasi Dalam Menciptakan Perilaku Inovatif.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 7(2): 855–65.
- Garis, Regi Refian, R. Rindu Garvera, and Purnama Sari. 2019. “Pemberdayaan Masyarakat Prasejahtera Melalui Inovasi Keripik Pisang Rumput Laut Di Desa Pajaten Kecamatan Sidamulih.” *Abdimas Galuh* 1(1): 83.
- Hadiyati, Ernani. 2011. “Kreativitas Dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 13(1).
- Hasibuan, Panarengan, Rezki Azmi, Dimas Bagus Arjuna, and Sri Ulfa Rahayu. 2023. “Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method.” *Gabdimas* 1(1): 8–15. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.
- Hasna, Nisrina. 2021. “Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Proses Dan Inovasi Layanan Terhadap Kinerja UMKM.” *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*: 713–19. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/4693>.
- Khayati, Asri, Roro Diah Puspita Sari, and Axel Giovanni. 2022. “Nilai Tambah Modal Manusia Dan Keberlangsungan Bisnis Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals.” *Borobudur Management Review* 2(2): 169–89.
- Lionarto, Lionarto, Melitina Tecoalu, and Soegeng Wahyoedi. 2022. “Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen.” *Journal of Management and Bussines (JOMB)* 4(1): 527–45.
- Nisa, Ana Fadilatun, Versiandika Yudha Pratama, and Mohammad Rosyada. 2022. “Strategi Pemasaran Produk Keripik Singkong Di Banyurip Alit.” *Jurnal Sahmiyya* 1(1): 97–106.
- Pandjo, Sahrul Fat K et al. 2023. “Inovasi Produk Metode Manual Brew Aero Press Di Re . Kreasi.” 2(2).
- Rachmah, Dina Aulia, and Astrid Juniar. 2018. “Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Daya Saing Usaha (Studi Kasus Pada Industri Sasirangan Banjarmasin).” *Sains*



- Manajemen dan Kewirausahaan* 2(1): 51–60.
- Sa'adah, Wachidatus. 2021. "Analisis Nilai Tambah Pengolahan Ikan Mujair Menjadi Ikan Asin Di Desa Weduni Kecamatan Deket Kabupaten Lamongan." *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 7(1): 466.
- Sari, Mayang et al. 2022. "Manajemen Perpustakaan Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Merangin." *Sosio Akademika* 12(2): 139–50. <https://journal.iaismqbangko.ac.id/index.php/sosio/article/view/48>.
- Simanungkalit, Ratih, Nelly A Sinaga, and Jeniusman Hutagalung. 2023. "Pengaruh Diskon Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv. Mitra Cahaya Nauli Pandan." *Jurnal Ilmiah Penalaran* 5(1): 1–12. <https://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/jurnalmahasiswa/article/view/511%0Ahttps://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/jurnalmahasiswa/article/download/511/420>.
- Situmeang, Fauziyah Nur Simamora dan Eva Yanti. 2018. "Analisa Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Showroom Garuda Sibolga." *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan Juripol* 1(1): 68–79.
- Sudaryanti, Dwiyani, Mohamad Bastomi, and Sulton Sholehuddin. 2022. "Peningkatan Penjualan Produk Industri Kreatif Melalui Pelatihan Packaging Dan Packing Di Rw 01 Kelurahan Kedungkandang Kota Malang." *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(2): 434–41.
- Sudiantini, Dian et al. 2024. "Strategi Harga Dan Kualitas Pelayanan Pada Penjual Bakso Terhadap Kepuasan Pelanggan (UMKM Bakso Pakde Universitas Bhayangkara) Fakultas Ekonomi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia." 3(1).
- Suhaeni, Tintin. 2018. "Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan Di Kota Bandung)." *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 4(1): 57.
- Tehuayo, Erlinda. 2021. "Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, Dan Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen Shampo Sunsilk Di Kota Ambon." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 2(2): 69–88.
- Vivi, and Ibnu Harris. 2020. "Pengaruh Inovasi Lingkungan Dan Inovasi Layanan Pada Kinerja Bisnis Yang Berkelanjutan (Studi Pada Perusahaan Teknologi Di Batam)." *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen* 15(1): 82.
- Wiyono, Harsoyo Dwijo. 2020. "Kreativitas Dan Inovasi Dalam Berwirausaha." *Jurnal USAHA* 1(2): 19–25.
- Wulandari, Elvina Endah Puspa. 2021. "Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Cafe Di Kota Bengkulu." (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains* 2(1): 74–86.

*Halaman Kosong*