

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DI BIDANG KULINER

Kurnia Dwi Septy¹, Hendra Riofita²

dwisepty23022003@gmail.com¹, hendra.riofigita@uin-suska.ac.id²

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Artikel ini membahas analisis strategi pengembangan produk di bidang kuliner dengan fokus pada pentingnya inovasi dan adaptasi terhadap tren pasar. Melalui pendekatan analitis, penelitian ini mengevaluasi berbagai strategi yang dapat diimplementasikan oleh pelaku industri kuliner untuk meningkatkan daya saing dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah. Metode yang digunakan mencakup studi kasus dan wawancara dengan para ahli di bidang kuliner, yang memberikan wawasan tentang praktik terbaik dalam pengembangan produk baru. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan teknologi informasi, pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen, serta kolaborasi dengan pemasok lokal merupakan faktor kunci dalam keberhasilan pengembangan produk. Artikel ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pengusaha dan pemangku kepentingan di industri kuliner untuk merumuskan strategi yang efektif dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Produk Kuliner.

ABSTRACT

This article discusses the analysis of product development strategies in the culinary field with a focus on the importance of innovation and adaptation to market trends. Through an analytical approach, this study evaluates various strategies that can be implemented by culinary industry players to increase competitiveness and meet the changing needs of consumers. The methods used include case studies and interviews with experts in the culinary field, which provide insights into best practices in new product development. The results of the analysis show that the application of information technology, a deep understanding of consumer behavior, and collaboration with local suppliers are key factors in successful product development. This article is expected to serve as a reference for entrepreneurs and stakeholders in the culinary industry to formulate effective strategies in facing dynamic market challenges.

Keywords: Strategy, Development, Culinary Product.

PENDAHULUAN

Produk di bidang kuliner merupakan produk yang akan selalu dibutuhkan setiap orang. Seiring perkembangan zaman, tingkat kebutuhan dan minat orang dalam hal kuliner lebih bervariasi. Tidak hanya itu, persaingan para wirausaha kuliner juga semakin ketat dikarenakan banyak wirausaha yang berjualan dengan jenis produk yang sama, rasa yang sama kebanyakan hanya berbeda dalam segi harga. Di era digitalisasi ini juga sangat memudahkan setiap orang di berbagai kalangan untuk berniaga. Pada hal ini, setiap pengusaha pastinya harus se-kreatif dan inovasi mungkin untuk bisa bersaing dengan baik dan mencapai keberhasilan dari usaha tersebut.

Para wirausaha harus mengetahui bagaimana strategi agar produk mereka tetap berkembang dan memiliki mitra sehingga akan terus berjalan serta mencapai keberhasilan dalam jangka waktu yang lama. Pada product development para wirausaha tidak perlu menunggu produk itu sempurna dulu. Hal ini dapat dilakukan dengan jalan tengah dengan mengetahui batas minimal dimana customer bisa terima untuk sebuah produk. Strategi pengembangan produk tidak hanya untuk lini produk bisnis baru. Pada bisnis yang sudah berdiri, strategi pengembangan produk juga sangat dibutuhkan. Strategi pengembangan

produk sangat diperlukan agar menghindari kegagalan produk, meminimalisir risiko perlawanan pesaing yang lebih keras dari pada yang diperkirakan.

Beberapa alasan mengapa strategi pengembangan produk dalam bidang kuliner sangat dibutuhkan, yaitu: Pertama, pengembangan produk memungkinkan perusahaan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk yang ada; Kedua, pengembangan produk dapat menambah variasi produk baru atau memperbanyak kegunaan produk; Ketiga, strategi pengembangan produk dapat menanggapi persaingan bisnis. Pengembangan produk di bidang kuliner merupakan aspek penting dalam meningkatkan daya tarik wisata dan memperkuat identitas budaya suatu daerah. Dalam konteks ini, banyak penelitian telah dilakukan untuk mengeksplorasi potensi kuliner, dan kuliner tradisional merupakan salah satu kuliner yang memiliki daya tarik wisata, serta menjadi fokus para peneliti pada metode pengembangan yang efektif.

METODE PENELITIAN

Pada artikel ilmiah ini, peneliti menggunakan metode kajian pustaka atau studi kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data melalui pengumpulan teori-teori yang relevan dengan masalah-masalah dalam penelitian yang diambil peneliti. Dalam penelitian studi kepustakaan ada empat ciri utama yang perlu diperhatikan, yaitu: Pertama, bahwa penulis atau peneliti berhadapan langsung dengan teks (nash) atau data angka, bukan dengan pengetahuan langsung dari lapangan. Kedua, data pustaka bersifat “siap pakai” artinya peneliti tidak terjun langsung kelapangan karena peneliti berhadapan langsung dengan sumber data yang ada di perpustakaan. Ketiga, bahwa data pustaka tidak dibatasi oleh ruang dan waktu (Zed, 2003:4-5). Berdasarkan dengan hal diatas tersebut, maka pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara menelaah atau mengeksplorasi sebanyak mungkin teori-teori yang membahas masalah-masalah yang akan diteliti melalui jurnal, buku, dokumen-dokumen terkait masalah-masalah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan Produk di Bidang Kuliner, dimana pada pengembangan produk di bidang kuliner merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha untuk tetap bersaing dan memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam konteks ini, strategi pengembangan produk dapat dianalisis melalui beberapa pendekatan, termasuk analisis SWOT, perspektif ekonomi Islam, serta studi kasus spesifik dari berbagai usaha kuliner.

Potensi Kuliner Tradisional

Kuliner tradisional sering kali mencerminkan kekayaan budaya dan sejarah suatu daerah. Penelitian menunjukkan bahwa makanan tradisional tidak hanya berfungsi sebagai konsumsi, tetapi juga sebagai daya tarik wisata yang kuat. Misalnya, di Kota Salatiga, keberagaman makanan yang dipengaruhi oleh kondisi geografi dan budaya lokal memberikan peluang besar untuk pengembangan wisata kuliner. Keunikan rasa, warna, dan presentasi makanan menjadi faktor penting dalam menarik minat wisatawan (Putri et al., 2023).

Pendekatan Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan metode yang umum digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha kuliner. Sebuah penelitian di Kecamatan Sukoharjo menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha rumah makan selama pandemi COVID-19 dilakukan dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal. Hasil penelitian ini mengidentifikasi beberapa strategi, antara lain:

1. Strategi SO (Strengths-Opportunities):
 - Memaksimalkan pemasaran produk dengan memanfaatkan kekuatan yang ada.
 - Meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui pelayanan yang cepat dan mematuhi protokol kesehatan.
2. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities):
 - Mengembangkan sarana promosi yang unik untuk menarik konsumen.
 - Menawarkan layanan pesan antar melalui aplikasi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.
3. Strategi ST (Strengths-Threats):
 - Menghadapi pesaing baru dengan meningkatkan kualitas pelayanan.
 - Memberikan inovasi baru dalam penyajian produk.
4. Strategi WT (Weaknesses-Threats):
 - Menciptakan inovasi produk untuk menarik minat beli masyarakat.
 - Memperluas jaringan kerjasama untuk mengatasi masalah permodalan (Komariah et.al., 2022).

Perspektif Ekonomi Islam

Dalam konteks ekonomi Islam, pengembangan produk kuliner juga harus mempertimbangkan prinsip-prinsip etika dan keadilan. Sebuah studi tentang Kopi Pasir Jogja mengidentifikasi lima konsep strategi pengembangan bisnis kuliner berdasarkan perspektif ekonomi Islam, yaitu produk, promosi, harga, lokasi, dan penjualan. Penelitian ini menekankan pentingnya kualitas produk dan harga yang terjangkau sebagai faktor kunci dalam menarik konsumen, terutama di kalangan mahasiswa (Iqbal, 2022).

Studi Kasus: Toko Sawangan No. 1 Purwokerto

Toko Sawangan No. 1 Purwokerto melakukan pengembangan produk dengan melewati delapan tahap pengembangan untuk menciptakan keunggulan bersaing. Strategi yang diterapkan mencakup:

- Keunikan Produk: Menawarkan variasi rasa dan ukuran yang berbeda dari produk sejenis.
- Harga Bersaing: Melakukan riset pasar untuk menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas.
- Pemasaran Efektif: Menggunakan media sosial dan promosi langsung untuk menjangkau pelanggan (Putri, 2024).

Strategi pengembangan produk dalam fintech syariah harus mempertimbangkan persepsi peluang dan risiko yang dihadapi oleh pengguna untuk meningkatkan adopsi dan rekomendasi serta dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pengguna, perusahaan fintech syariah dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam mengembangkan produk mereka (Riofita, 2024). Strategi pengembangan produk harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna layanan (Riofita, 2018). Pentingnya evaluasi berkelanjutan dalam strategi pengembangan produk pendidikan untuk memastikan bahwa kurikulum dan metode pengajaran tetap relevan dengan kebutuhan siswa dan perkembangan zaman (Riofita, 2016).

Pengembangan produk kuliner di Pusat Kuliner Pratistha Harsa harus mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan yang ada, serta peluang dan ancaman di pasar untuk menciptakan strategi yang efektif. Inovasi dalam menu dan penyajian menjadi kunci dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing produk kuliner di Pusat Kuliner Pratistha Harsa serta melalui analisis SWOT, dapat diketahui bahwa strategi pengembangan produk yang tepat adalah dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman eksternal, sambil memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada (

Purnomo, 2016).

KESIMPULAN

Strategi pengembangan produk di bidang kuliner harus bersifat adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar serta kebutuhan konsumen. Melalui analisis SWOT dan penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam, pelaku usaha dapat merumuskan strategi yang tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial tetapi juga pada keberlanjutan dan etika bisnis. Dengan demikian, pengembangan produk yang baik akan berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang dalam industri kuliner. Keunikan rasa, warna, dan presentasi makanan menjadi faktor penting dalam pengembangan produk kuliner agar tetap menarik banyak peminat atau mempertahankan pelanggan. Strategi pengembangan produk kuliner juga harus mempertimbangkan persepsi peluang dan risiko, tidak berbeda dengan usaha produk selain kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Riofita, H. (2016). Bentuk Peranan Guru Dalam Memberikan Pendidikan Kepemimpinan. *POTENSIA: Jurnal Kependidikan Islam*, 2(1), 85-104.
- Riofita, H. (2018). Analisis Pelayanan Prima dan Kualitas Pelayanan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Provinsi Riau. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 2(1), 29-48.
- Komariah, A., & Sari, M. P. (2022). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER DI MASA PANDEMI DENGAN METODE (SWOT)(Studi Kasus Rumah Makan di Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo). *PROSIDING*, 344-351
- Riofita, H. (2024). Perceived Opportunity and Risk Control Role on Willingness to Recommend Sharia Fintech. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 13(2), 137-151.
- IQBAL, M. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kopi Pasir Jogja Di Sleman).
- PUTRI, S. R. N. STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK MAKANAN KHAS DAERAH KABUPATEN BANYUMAS SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING DALAM INDUSTRI KULINER.
- Purnomo, R. A. (2016). Strategi Pengembangan Produk Kuliner Di Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto. *Jurnal Ekonomi*, 21(1), 91-108.
- Putri, J. A., Rahayu, E., Risyanti, Y. D., Maryani, T., & Yuliamir, H. (2023). Potensi Makanan Tradisional, Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kota Salatiga. *Jurnal manajemen perhotelan dan pariwisata*, 6(1), 207-213.
- Zed, Mestika. 2003. Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.