

PERKEMBANGAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEGIATAN PEMASARAN DALAM RUANG LINGKUP MASA PANDEMI COVID 19.

Yayan Andriani

Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo

Email : yayanandriani86@gmail.com.

ABSTRAK

Di negara Indonesia ini, sangatlah beragam terkait adanya inovasi produk terhadap kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat dengan mengedepankan proses pemasaran. Perkembangan ini juga dikaitkan tentang hal hal perusahaan-perusahaan yang bersaing dengan beragam inovasi dalam mengembangkan bisnisnya agar lebih maju. Dalam suatu bisnis dibutuhkan sekali banyak pertimbangan bagaimana agar keuntungan atau profit yang didapatkan lebih banyak daripada modal yang dikeluarkan tetapi kualitas tetap diutamakan. Salah satunya dalam riset pemasaran yang merupakan tempat penyedia produk atau barang yang akan diperjual-belikan. Aspek Pasar dan Pemasaran sangat dibutuhkan agar proses jual beli tersebut dapat berjalan dengan lancar dan adanya transaksi. Dapat diketahui seberapa pentingnya Aspek Pasar dan Pemasaran dalam suatu bisnis. Dimana dalam suatu bisnis aspek ini merupakan aspek yang paling utama. Aspek Pasar dan Pemasaran digunakan dalam metode pemasaran yang didalamnya dapat mengetahui seberapa besar permintaan yang ada sehingga bisnisnya berjalan dengan tepat. Banyak pesaing yang terjadi di Pasar membuat studi aspek pemasaran dibutuhkan untuk mengurangi hal-hal yang bersifat dapat merugikan perusahaan. Posisi pemasaran yang tepat akan membuat perusahaan mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Dalam riset pemasaran juga menyatakan adanya berbagai metode yang dapat dipergunakan dalam masyarakat guna menunjang perekonomian dengan mengedepankan produk inovasi, akan tetapi permasalahan dalam inovasi produk pasti adanya keterhambatan adanya modal usaha dan adanya keuntungan ataupun kerugian, dengan adanya masalah pandemi covid 19 dengan sektor industri mengalami penurunan yang sangat drastis sehingga mengurangi inovasi yang akan dijalankan.

Kata kunci: Inovasi, Pemasaran, Riset, Kegiatan, Ekonomi

ABSTRACT

In Indonesia, there is a wide variety of product innovations related to activities carried out by the community by promoting the marketing process. This development is also related to the matters of companies that compete with various innovations in developing their business to be more advanced. In a business, a lot of considerations are needed so that the profit or profit obtained is more than the capital spent but the quality is still prioritized. One of them is in marketing research which is a place for providers of products or goods to be traded. Market and Marketing Aspects are needed so that the buying and selling process can run smoothly and for transactions. It can be seen how vital the Market and Marketing Aspects are in a business. Where in a business this aspect is the most essential aspect. Market and Marketing Aspects are used in marketing methods in which you can find out how much demand there is so that the business runs properly. Many competitors that occur in the market make a study of the marketing aspects necessary to reduce things that can harm the company. The right marketing position will make the company get the desired profit. In marketing research, also states that there are various methods that can be used in society to support the economy by prioritizing innovative products, but problems in product innovation must be constraints with business capital and advantages or disadvantages, with the COVID-19 pandemic problem with the industrial sector experiencing a decline. Which is very drastic, thereby reducing the innovation that will be carried out.

Keywords: Innovation, Marketing, Research, Activities, Economics

PENDAHULUAN

Inovasi produk merupakan suatu pemikiran dari seseorang guna memperlancar suatu bisnis yang akan dijalankan agar tidak adanya sifat kebosanan yang dilakukan oleh para pelanggan, kegiatan ini juga dilakukan oleh masyarakat dengan mengedepankan proses pemasaran [1]. Perkembangan ini juga dikaitkan tentang hal hal perusahaan-perusahaan yang bersaing dengan beragam inovasi dalam mengembangkan bisnisnya agar lebih maju. Dalam suatu bisnis dibutuhkan sekali banyak pertimbangan bagaimana agar keuntungan atau profit yang didapatkan lebih banyak daripada modal yang dikeluarkan tetapi kualitas tetap diutamakan.

Dalam perkembangan bisnis usaha pemasaran, tidak hanya keuntungan yang didapat akan tetapi dalam usaha pasti adanya kerugian, kerugian ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor yang dapat menimbulkan adanya kerugian dalam usaha tersebut, sehingga dalam riset pemasaran bisa dikatakan kurangnya signifikansi dalam proses penelitian. Masalah yang dialami juga dikaitkan dengan adanya musibah yang menyebabkan beberapa faktor dalam bidang industri maupun usaha menjadi terhenti dikarenakan adanya wabah pandemi covid 19 ini, dengan adanya pemutusan hubungan kerja (PHK), adanya faktor pengurangan gaji dan sebagainya, dikarenakan dalam jumlah pemasukan yang ada sangatlah menipis apabila kita survey dengan adanya keperluan ataupun kebutuhan sehari-hari [2].

Dalam dunia usaha pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling memengaruhi satu sama lainnya [3], setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk suatu proses social dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Dari pengertian ini dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran. Pemasaran yang hampir sama dengan pengertian di atas adalah upaya menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu.

Dalam kegiatan pemasaran berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen di pasar. Penciptaan produk tersebut didasarkan pada kebutuhan dan keinginan pasar [4]. Konsumen yang menginginkan dan membutuhkan suatu produk adalah individu (perorangan) atau kelompok tertentu (industri). Kelompok pasar terdiri dari beberapa jenis terdiri dari beberapa jenis sebagai berikut :

1. Pasar konsumen

Pasar konsumen adalah pasar di mana individu dan rumah tangga dapat membeli atau memperoleh barang dan jasa untuk dikonsumsi.

2. Pasar industrial

Pasar industry adalah pasar di mana pihak-pihak (perusahaan) yang membeli barang dan jasa menggunakannya kembali untuk menghasilkan barang dan jasa lain atau disewakan kepada pihak lain untuk mengambil untung.

3. Pasar reseller

Pasar reseller adalah suatu pasar yang terdiri dari individu dan organisasi yang melakukan penjualan kembali barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan.

4. Pasar pemerintahan

Pasar pemerintahan adalah pasar yang terdiri dari unit-unit pemerintahan yang membeli atau menyewa barang dan jasa untuk melaksanakan fungsi utama pemerintah, baik pusat maupun daerah. Pemasaran dalam rangka memenuhi kebutuhan.

METODE

1. Metode penelitian secara survey, dengan melihat kronologi masalah dalam riset pemasaran yang dikaitkan dengan masalah pandemi covid 19
2. Metode Kajian yang relevan, dalam memilih data data yang akurat dengan melihat alur proses dana yang masuk ataupun dana yang keluar.
3. Tambahan belanja APBN 2020 senilai Rp 405,1 triliun jokowi menyatakan pemerintah memutuskan untuk menambah anggaran belanja dan pembiayaan APBN 2020 untuk penanganan covid-19.
4. Prioritas anggaran di bidang kesehatan sesuai dengan keterangan jokowi.
5. Prioritas anggaran untuk perlindungan sosial
6. Prioritas untuk anggaran intensif dunia usaha pemerintah memberikan sejumlah intensif sebagai stimulus ekonomi untuk para pelaku UMKM.

Sebelumnya Bank Indonesia (BI) memutuskan untuk menurunkan rasio Giro Wajib Minimum (GWM) Valuta Asing Bank Umum Konvensional dari semula 8 persen menjadi 4 persen, yang berlaku mulai 16 Maret 2020. Hal ini dalam rangka mitigasi dampak virus corona..

Kebijakan ini sangat diperlukan di tengah dampak virus corona yang merambah ke dunia usaha. Proses ekspor-impor menjadi salah satu sektor ikut terdampak. Diharapkan dengan kebijakan ini bisa membantu mempermudah ekspor-impor. Agar, perbankan bisa memberikan biaya ekspor-impor lebih murah.

1. Teknik Pengumpulan Data

Maka dapat disimpulkan, mengenai informasi dan artikel diatas dapat saya simpulkan bahwa inovasi produk mulai dari tahun 2019 memang mengalami kenaikan, akan tetapi cenderung tidak stagnansi dikarenakan dari tahun ke tahun adanya peningkatan serta penurunan. Pada awal tahun 2021 ini memang pertumbuhan sangat menurun karena adanya wabah pandemi covid 19.

2. Teknik Pengecekan Keabsahan data

Menurut Teori Sukirno Setelah itu pada awal tahun 2018, pertumbuhan menurun dikarenakan kebanyakan orang mengkonsumsi akan suatu barang kebutuhan serta juga banyaknya impor yang mengakibatkan pengeluaran yang cukup besar. Akan tetapi dari mulai awal tahun 2019 mengalami kenaikan kembali setelah adanya penurunan pada awal tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keabsahan data tersebut benar benar terelevansi secara akurat sesuai data dan grafik sebelumnya, bahwa pengangguran yang berada di Jawa timur masih ada.

3. Teknik Pengolahan Data

Dalam Teknik pengolahan data diperlukan deskripsi masalah yang terjadi pada saat pengangguran, dengan adanya sistem penanggulannya sesuai pengolahan data yang ada diantaranya :

1. memberikan pendidikan gratis bagi yang kurang mampu, rata rata jumlah pengangguran itu dimiliki oleh orang yang tidak berpendidikan, sehingga masalah utama pengangguran adalah tidak memiliki pengetahuan yang cukup dan sangat sulit untuk mendapatkan pekerjaan.

Sebaiknya pemerintah menyediakan tempat lapangan kerja agar membantu dan mengatasi tingkat pengangguran.

2. Tidak hanya pemerintah masyarakat setempat pun seharusnya juga di himbau menyediakan lapangan pekerjaan bagi orang lain atau orang-orang yang selayaknya membutuhkan.
3. Mampu menyediakan tempat keterampilan seperti kursus menjahit, kerajinan tangan dan lain lain. Walaupun tidak punya pendidikan tetapi mereka
4. mempunyai modal ketrampilan untuk bekerja sesuai dengan skillnya, karena di dunia kerja yang dibutuhkan adalah keterampilan skillnya.
5. Memperbaiki kondisi ekonomi makro yang dapat merangsang penciptaan lapangan kerja dan memberi dampak positif bagi kaum muda yang menganggur. Pemerintah harus memberi perhatian khusus pada sektor industri yang ramah terhadap pencari kerja muda untuk menghasikan tenaga muda yang berkualitas.
6. Program pelatihan pendidikan dengan tujuan pembentukan keterampilan dan pengembangan potensi dapat membantu dan dapat mengurangi angka pengangguran. Tenaga kerja yang terampil memiliki kesempatan lebih besar untuk mendapatkan pekerjaan dibandingkan mereka yang tidak memiliki ketrampilan maupun pekerjaan.
7. Menerapkan tim junior senior solusi dengan mengatasi hal ini sekaligus cara mengatasi pengangguran dengan menerapkan konsep tim junior senior dimana kedua kelompok tergabung menjadi satu. Keterampilan pekerja muda dan tua bisa saling melengkapi sehingga mendorong efektifitas kerja yang dilakukan.
8. Mengadakan pelatihan kerja dengan meningkatkan kemampuan para pencari dapat dilakukan dengan mengadakan pelatihan kerja yang merupakan cara untuk mendapatkan, meningkatkan dan mengembangkan kemampuan untuk mencari kerja sebab semakin banyak kemampuan (*bakat*) yang dimiliki maka semakin mudah pula seorang pencari kerja untuk mendapatkan pekerjaan.
9. Mengalakkan transmigrasi, didalam transmigrasi perpindahan penduduk dari suatu tempat yang padat dihuni penduduk ke tempat yang masih jarang dihuni penduduk, sehingga dapat mengurangi data pengangguran yang terjadi.
10. Meningkatkan Ekspor dan menekan Impor, meningkatkan investasi, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, memperbanyak proyek proyek umum, menstabilkan politik, menambahkan kerjasama dengan negara lain, lalu dapat meningkatkan daya beli masyarakat.

4. Teknik Analisis Data

Berdasarkan analisis data dalam pengangguran ini diperoleh adanya data akurat dari Jawa Timur, dengan melihat kondisi permasalahan perekonomian yang ada, dan juga bisa melihat gejala yang disebabkan terhadap adanya pengangguran ini serta adanya kebijakan dari pemerintah untuk menanggulangi masalah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Klarifikasi Variabel Segmentasi Berdasarkan Ancangan Objektif dan Subjektif

- 1) Manfaat Segmentasi Pasar
 - a) Mengidentifikasi pengembangan produk baru Analisis tentang berbagai segmen pelanggan potensial.
 - b) Membantu dalam mendesain program-program pemasaran yang paling efektif.
 - c) Memperbaiki alokasi strategi sumber daya pemasaran.

Segmentasi-segmentasi yang didefinisikan dengan baik, ketika berpadu dengan produk-produk spesifik bertindak sebagai pusat investasi potensial untuk bisnis.

2) Identifikasi Segmen Pasar

Para pemasar membagi deskriptor segmentasi menjadi empat:

- a) Deskriptor fisik, menggambarkan konsumen berdasarkan faktor-faktor demografi.
- b) Deskriptor perilaku umum, gaya hidup, kegiatan, minat, dan opini
- c) Kelas sosial, pengelompokan status kesamaan penghasilan, pendidikan dan pekerjaan.

Ada tiga nilai yang ternyata bisa dijadikan tumpuan untuk memenangkan persaingan pada pasar sasaran.

- 1) *Strategy approach*. Tujuan dari strategi ini adalah menjadi pemimpin di dalam industri pada masalah harga dan kemudahan. Strategi ini cocok untuk segmen pasar yang menginginkan suatu produk atau pasar dengan mudah tapi tidak mahal.
- 2) *Strategy operational excellence*. Perusahaan harus mau mengeluarkan biaya lebih besar untuk memuaskan konsumen secara jangka panjang atau perusahaan berusaha untuk selalu menyesuaikan produk maupun jasa dengan apa yang menjadi keinginan konsumen.
- 3) *Product leadership*. Mendasarkan pada keunggulan untuk terus menerus melakukan inovasi pada produk maupun jasa yang dihasilkan.
- 4) Perusahaan sebaiknya menerapkan strategi semacam ini secara kreatif dan inovatif didalam melakukan perubahan.

Strategi pemasaran diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah strategi produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana yang merupakan atribut-atribut perusahaan. Strategi ini merupakan faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan.

1. Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi: jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

2. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi : tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

3. Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran. Penelitian dalam hal ini meliputi: iklan produk dan jasa, diskon barang dan pemberian hadiah-hadiah.

4. Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap atribut lokasi meliputi : lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

5. Pelayanan Karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen. Dasar penilaian dalam hal ini pelayanan karyawan meliputi : kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

6. Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen. Dasar penilaian meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

7. Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri. Dasar penilaian meliputi : sirkulasi udara, kenyamanan dan keamanan.

Alasan Aspek Pasar dan Pemasaran

Penetapan pasar ini dilakukan setelah meninjau lebih lanjut golongan konsumen potensi yang akan menjadi sasaran bisnis. Peninjauan dilakukan dengan cara daya tarik yang relatif dari setiap golongannya. Kemampuan golongan tersebut dimanfaatkan kedalam golongan ekonomis sebagai pengguna dalam suatu produk. Setelah itu, akan adanya tahap evaluasi dengan melihat kemanfaatan suatu bisnis yang ada.

Variasi dari aspek pasar dan pemasara ini adalah sebagai acuan untuk membenarkan diadakannya penentuan pasar geografis, variasi ini mungkin adanya dari produk budaya lokal sehingga dapat memperkuat alasan aspek pasar dan pemasaran untuk memahami perilaku konsumen dalam pangsa pasar.

Alasan lainnya yaitu dalam demografis sebagai dasar acuan faktor yang digunakan bagi pemangsaan pasar yang nantinya dapat berguna bagi konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

1. Teknik Pengumpulan Data

Maka dapat disimpulkan, mengenai informasi dan artikel diatas dapat saya simpulkan bahwa inovasi produk mulai dari tahun 2019 memang mengalami kenaikan, akan tetapi cenderung tidak stagnansi dikarenakan dari tahun ke tahun adanya peningkatan serta penurunan. Pada awal tahun 2021 ini memang pertumbuhan sangat menurun karena adanya wabah pandemi covid 19.

2. Teknik Pengecekan Keabsahan data

Menurut Teori Sukirno Setelah itu pada awal tahun 2018, pertumbuhan menurun dikarenakan kebanyakan orang mengkonsumsi akan suatu barang kebutuhan serta juga banyaknya impor yang mengakibatkan pengeluaran yang cukup besar. Akan tetapi dari mulai awal tahun 2019 mengalami kenaikan kembali setelah adanya penurunan pada awal tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keabsahan data tersebut benar benar terelevansi secara akurat sesuai data dan grafik sebelumnya, bahwa pengangguran yang berada di Jawa timur masih ada.

3. Teknik Analisis Data

Berdasarkan analisis data dalam pengangguran ini diperoleh adanya data akurat dari Jawa Timur, dengan melihat kondisi permasalahan perekonomian yang ada, dan juga bisa melihat gejala yang disebabkan terhadap adanya pengangguran ini serta adanya kebijakan dari pemerintah untuk menanggulangi masalah tersebut.

SARAN

Sebaiknya ada penanggulangan pendidikan gratis bagi yang kurang mampu, rata rata jumlah pengangguran itu dimiliki oleh orang yang tidak berpendidikan, sehingga masalah utama pengangguran adalah tidak memiliki pengetahuan yang cukup dan sangat sulit untuk mendapatkan pekerjaan. Sebaiknya pemerintah menyediakan tempat lapangan kerja agar membantu dan mengatasi tingkat pengangguran.

4. Teknik Analisis Data

Berdasarkan analisis data dalam pengangguran ini diperoleh adanya data akurat dari Jawa Timur, dengan melihat kondisi permasalahan perekonomian yang ada, dan juga bisa melihat gejala yang disebabkan terhadap adanya pengangguran ini serta adanya kebijakan dari pemerintah untuk menanggulangi masalah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Jakfar, Kasmir, 2009 *Studi Kelayakan Bisnis*, Kencana Pernad Media Group
- [2] Gilalaw, 2010” *pasar dan pemasaran,*” jurnal gilalaw Gilalaw, 2010 *pasar dan pemasaran,* jurnal gilalaw
- [3] swastha Banu dan Sukotjo Ibnu, *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta : Liberty : 1993
- [4] Taofik Slamet dan Hilmi Aulawi “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Teknologi Garut*” Jurnal Kalibrasi. Vol. 13 No. 1 2015