

**ANALISIS INOVASI BISNIS DAN KEUNGGULAN PRODUK
RICE BOX LELE.GO! DI KOTA BANDUNG**



DRAF SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Oleh:

Andrew Eka Januar

2016120130

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013

BANDUNG

2021

**ANALYSIS OF PRODUCT INNOVATION AND PRODUCT
EXCELLENCE OF RICE BOX LELE. GO! IN BANDUNG**



DRAFT THESIS

Submitted To Complete The Requirements To Obtain A Bachelor Degree in
Economics

By:

Andrew Eka Januar

2016120130

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

ECONOMICS FACULTY

MANAGEMENT DEPARTMENT

Accredited by BAN-PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013

BANDUNG

2021

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN PRODUK RICE
BOX LELE.GO! DI KOTA BANDUNG**

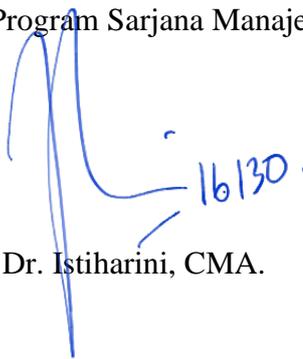
Oleh:

Andrew Eka Januar

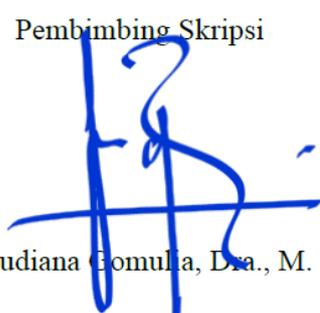
2016120130

Bandung, September 2021

Ketua Program Sarjana Manajemen


Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi


Dr. Budiana Gomulua, Dra., M. Si.

Ko-Pembimbing Skripsi


Probowo Erawan Sastroredjo, S.E., M.Sc.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Andrew Eka Januar
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 1 Januari 1998
Nomor Pokok Mahasiswa : 2016120130
Jenis Naskah : Skripsi

Judul :

ANALISIS INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN PRODUK RICE BOX LELE.GO! DI KOTA BANDUNG

Dengan,

Pembimbing : Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si.

MENYATAKAN

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur, atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa Tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003:
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling Rp 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : September 2021

Pembuatan pernyataan:



(Andrew Eka Januar)

ABSTRAK

Bidang usaha *food and beverage* sangat berkembang pada saat ini. Salah satu dampak yang sangat menonjol adalah inovasi produk itu sendiri. Inovasi produk menjadi sangat penting di industri ini karena dapat menghasilkan nilai unggul kepada perusahaan. Bisnis *ricebox* Lele.Go! di Kota Bandung menghadapi tantangan dalam menciptakan inovasi sejak berdiri di masa pandemi dan masa yang akan datang.

Kajian inovasi produk yang dilakukan oleh Lele.Go! dikaji dalam berbagai atribut. Atribut produk yang dikaji berupa kualitas, *branding*, kemasan, ciri khas (*labeling*), dan pelayanan. SWOT digunakan untuk melakukan evaluasi dari produk dan membuat program yang akan dikembangkan Lele.Go! untuk masa mendatang.

Analisis inovasi produk dan keunggulan produk Lele.Go! ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan melakukan teknik survey kepada konsumen dan melakukan wawancara yang mendalam kepada pemilik dan pekerja perusahaan yang dilakukan pada tahun 2020.

Dari penelitian ini diketahui bahwa inovasi produk menonjol dalam bahan baku, yaitu produk lele yang menjadi keunggulan dari produk *ricebox* Lele.Go! Hasil dari analisis inovasi produk ada pada penggunaan dan kualitas penggunaan bahan baku, yaitu dengan menggunakan ikan lele yang jarang digunakan oleh pengusaha dalam bidang *food and beverage* yang menjadikan bahan baku ikan lele menjadi nilai unggul.

Keyword: Inovasi Produk, Keunggulan Produk, Analisa SWOT

ABSTRACT

The food and beverage business are very developed at this time. One of the most notable impacts is the innovation of the product itself. Product innovation becomes very important in this industry because it can produce superior value to the company. Challenges of Lele.Go! in creating innovation since its establishment in the pandemic period and the future.

Product innovation study conducted by Lele.Go! examined in various attributes. Product attributes studied in the form of quality, branding, packaging, characteristics (labeling), and service. SWOT is used to evaluate the product and create a program that will be developed by Lele.Go! for the future.

Analysis of product innovation and product excellence of Lele.Go! This is done using descriptive methods by conducting survey techniques to consumers and conducting in-depth interviews to company owners and workers conducted in 2020.

From this research it is known that product innovation stands out in raw materials, namely catfish products that are the hallmarks of Lele.Go!. The results of product innovation analysis are on the use and quality of raw material use, namely by using catfish that are rarely used by entrepreneurs in the field of food and beverage that make catfish raw materials a superior value.

Keyword: Product Innovation, Product Excellence, SWOT Analysis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN PRODUK BISNIS RICE BOX LELE.GO! DI KOTA BANDUNG”** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi S-1 Manajemen, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing, dan memberi dukungan kepada penulis. Dengan demikian penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis yang selalu dengan sabar dan memberi dorongan terus kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi. Terima kasih atas doa, dukungan, bantuan, perhatian, dan semangat yang tiada hentinya kepada penulis.
2. Adik penulis, Asyera yang selalu memberikan doa, dukungan, perhatian, dan semangat kepada penulis dan terima kasih selalu mengingatkan penulis setiap harinya untuk menyelesaikan skripsi.
3. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. sebagai pembimbing penulis yang dengan penuh kesabaran dalam menghadapi penulis selama menyelesaikan skripsi. Terima kasih banyak atas bimbingan dan arahan serta masukan dan bantuan Ibu selama penulis menyelesaikan skripsi. Penulis juga mohon maaf kepada Ibu jika selama menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mengalami kesalahan dan kekurangan.
4. Ko Esthe Evan Yundra selaku pemilik Lele.Go! yang telah bersedia memberikan pengetahuan kepada penulis mengenai objek penelitian. Terima kasih atas bantuannya selama penulis menyelesaikan skripsi dan waktu yang telah diluangkan untuk penulis.

5. Ibu Dr. Istiharini, CMA. sebagai Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh dosen, staf, dan pekarya Fakultas Ekonomi UNPAR. Terima kasih atas semua ilmu pengetahuan yang diberikan kepada penulis dan atas semua bantuannya selama penulis berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
7. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa dan nasihat kepada penulis segera menyelesaikan skripsi. Terima kasih untuk semuanya.
8. Sahabat penulis, Kevin Ferdiansyah, Nickolaus Garry, Ferdy Meikur, Natasha Amanda, Paula Marissa, Lisa Tian, Steven Gunawan dan Ferdi yang selalu menemani, menghibur, dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis dari awal perkuliahan hingga penyelesaian skripsi. Terima kasih atas doa, dorongan, dan semangat yang diberikan untuk penulis.
9. Teman – teman seperjuangan penulis, Valeri dan Audy yang telah banyak membantu dalam memberikan informasi penting bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.
10. Keisha Salshabila, sebagai pasangan penulis yang selalu mendengarkan curhatan – curhatan penulis selama perkuliahan dan selalu menemani serta menghibur penulis. Terima kasih atas doa dan semangat yang diberikan kepada penulis.
11. Teman – teman dekat penulis dari semasa sekolah, Valent, Andri, dan Alex. Terima kasih karena selalu menemani, menghibur, memberikan doa, dan semangat kepada penulis.
12. Seluruh teman penulis selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan khususnya Manajemen angkatan 2016 yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas ilmu, hiburan, canda tawa, dan semangat yang diberikan untuk penulis.

Semoga Tuhan membalas semua bantuan dan kebaikan kalian semua. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang dilakukan penulis dalam

Menyusun skripsi ini. Maka dari itu penulis mengharapkan saran dan masukan agar penyusunan skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi. Semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Bandung, September 2021

Andrew Eka Januar

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Bisnis.....	11
2.2 Produk	12
2.3 Inovasi	14
2.3.1 Inovasi Produk	16
2.3.2 Atribut Inovasi Produk	16
2.4 Keunggulan Produk.....	18
2.5 Analisis <i>Strengths, Opportunities, Weaknesses, Threat</i> (SWOT)	20
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Metode Penelitian.....	22
3.1.1 Jenis Data	23
3.1.2 Populasi Penelitian.....	24
3.1.3 Sampel Penelitian	24
3.1.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.1.5 Teknik Pengukuran Variabel	25
3.1.6 Teknik Analisis Data	29
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	31
3.3 Objek Penelitian	32
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Profil Respoden	34
4.2 Inovasi Produk Lele.Go! di Kota Bandung Saat Pembukaan Usaha	36

4.3 Keunggulan Produk Lele.Go! Diantara Pesaing Dalam Industri Kuliner di Kota Bandung	41
4.4 Inovasi Produk Lele.Go! di Kota Bandung yang Dilakukan Untuk Menghadapi Pandemi Covid – 19	48
4.5 Strategi dan Program Inovasi Produk Lele.Go! di Kota Bandung Pada Periode 2021 – 2023	52
4.5.1 Analisis SWOT	52
4.5.2 Hasil Matriks SWOT	54
4.5.3 Strategi dan Program Untuk Periode 2021 – 2023	56
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Laporan Keuangan Lele.Go! Sebelum dan Pada Saat Pandemi.....	3
Tabel 3.1 Kuesioner Inovasi Produk.....	26
Tabel 3.2 Kuesioner Keunggulan Produk.....	27
Tabel 3.3 Hasil Perhitungan Kategori Skala.....	29
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel.....	31
Tabel 4.1 Filterisasi Responden.....	34
Tabel 4.2 Klasifikasi Usia Responden.....	35
Tabel 4.3 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	35
Tabel 4.4 Klasifikasi Pendidikan Responden.....	35
Tabel 4.5 Klasifikasi Penghasilan Responden.....	36
Tabel 4.6 Pernyataan Mengenai Keunikan.....	36
Tabel 4.7 Pernyataan Mengenai Keunikan.....	37
Tabel 4.8 Pernyataan Mengenai Keunikan.....	38
Tabel 4.9 Pernyataan Mengenai Variasi Produk.....	39
Tabel 4.10 Pernyataan Mengenai Variasi Produk.....	40
Tabel 4.11 Pernyataan Mengenai Pengembangan Produk (Rasa).....	40
Tabel 4.12 Pernyataan Mengenai Keistimewaan.....	42
Tabel 4.13 Pernyataan Mengenai Keistimewaan.....	42
Tabel 4.14 Pernyataan Mengenai Kualitas Produk.....	43
Tabel 4.15 Pernyataan Mengenai Kualitas Produk.....	44
Tabel 4.16 Pernyataan Mengenai Harga yang Bersaing.....	45
Tabel 4.17 Pernyataan Mengenai Harga yang Bersaing.....	46
Tabel 4.18 Perbandingan Laporan Keuangan Lele.Go! Sebelum dan Pada Saat Pandemi.....	48
Tabel 4.19 Hasil Analisis SWOT.....	52
Tabel 4.20 Nama – Nama Brand Rice Box di Kota Bandung Menurut Top Rating GoFood.....	53

Tabel 4.21 Hasil Matriks SWOT	54
-------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Jumlah Industri Kafe dan Resto di Kota Bandung.....	2
Gambar 4.1 Promo <i>Flat</i> Ongkir Lele.Go!	49
Gambar 4.2 Promo <i>Flat</i> Ongkir Lele.Go!	50
Gambar 4.3 Program “Traktir Driver Gojek”	51

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, bisnis menggunakan sistem *digital* sudah sangat tidak asing lagi karena penggunaan internet yang sangat mudah untuk diakses dan membuat para pengusaha menjadi lebih mudah dalam menjalankan bisnis. Salah satunya adalah bisnis dalam industri *food and beverage*. Dalam penggunaan sistem *digital* yang semakin mudah, industri *food and beverage* mulai mengandalkan sistem *digital* tersebut. Seperti penggunaan media elektronik berupa aplikasi yang dipakai oleh para pengusaha dalam menjalankan usahanya, baik itu *offline store* ataupun *online store*. Sehingga, para pengusaha makanan telah dipermudah dalam segala aspek terutama dalam aspek penjualan dan penyampaian informasi kepada konsumen.

Inovasi merupakan sebuah aspek penting dalam menjalankan sebuah bisnis karena dapat memberikan sebuah keunggulan produk. Pengusaha harus bisa memunculkan sebuah inovasi dan menciptakan ide – ide agar dapat menimbulkan kekuatan bisnis. Persaingan yang semakin ketat membuat pengusaha harus bisa membuat pertahanan agar bisnis yang dijalankan bisa bertahan dan tetap unggul dari para pesaingnya. Keunggulan bersaing dapat membuat sebuah perusahaan mendapatkan posisi didalam pasar yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan dari konsumen. Dengan begitu, sebuah inovasi produk yang kuat dapat menimbulkan keunggulan produk yang kuat sehingga keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

Banyaknya kuliner di kota Bandung yang sangat berlimpah membuat kota Bandung dijuluki sebagai kota yang menawarkan berbagai macam makanan dan minuman sehingga disebut sebagai kota untuk berwisata kuliner, mulai dari restoran, *cafe*, hingga kaki lima. Selain dari cita rasanya yang khas, tempat-tempat makan di kota Bandung yang menarik dan unik dapat menjadi salah satu potensi untuk menarik perhatian

wisatawan. Wisata kuliner di Kota Bandung berkembang pesat, sehingga menjadi salah satu bisnis yang banyak dilakukan oleh banyak orang. Persaingan di dalam bisnis kuliner ini tentunya menjadi sangat ketat. Tidak hanya soal rasa, sajian yang unik dan menarik serta kreatif juga menjadi faktor yang dapat menarik pelanggan.

Gambar 1.1
Proyeksi Jumlah Industri Kafe dan Resto di Kota Bandung
Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Kafe dan Resto	Presentase Kenaikan
2015	689	5,5%
2016	805	16,83%
2017	921	14,40%
2018	1037	12,60%
2019	1153	11,20%

Sumber: <http://repository.unpas.ac.id/>

Hal tersebut yang dapat menjadi pilihan bagi pengusaha yang ingin membuat bisnis di bidang kuliner. Tidak hanya bertumpu pada pilihan-pilihan tersebut, saat ini sudah banyak para pebisnis makanan yang menggunakan teknologi dan tidak memiliki *offline store* di kota Bandung. Dengan berkembangnya pilihan-pilihan makanan ataupun minuman, salah satunya adalah bisnis makanan *rice box* yang sedang ada peluang untuk dijadikan sebagai peluang bisnis di kota Bandung ini.

Rice box merupakan olahan nasi yang kini sedang dicari banyak orang ketika sedang sibuk dan memerlukan kepraktisan. Menu yang ditawarkan juga sangat praktis seperti lauk pauk, rendang, suwir ayam, suwir tongkol, sambal matah, dan masih banyak lagi. Olahan nasi yang ditawarkan dalam *rice box* hampir mirip dengan nasi bungkus atau nasi kotak yang banyak dikenal oleh masyarakat. Tetapi, *rice box* dikemas dengan kemasan yang lebih menarik dan lebih *simple* sehingga praktis untuk dibawa dan disantap kapan pun. Tidak hanya dari menu yang ditawarkan, dari segi harga pun sangat terjangkau untuk konsumen dan bagi

pengusaha tidak perlu memiliki modal yang terlalu besar untuk membuat bisnis makanan *rice box* ini.

Salah satu bisnis *rice box* yang ada di kota Bandung adalah Lele.Go!. Lele.Go! merupakan *rice box* yang diolah menggunakan daging ikan lele dan yang ada pertama di kota Bandung ini. Lele.Go! didirikan pada bulan Desember 2019 yang hanya melayani penjualan pada area kota Bandung saja dan proses pemesanan menggunakan aplikasi Gojek, Grab, atau pun langsung menghubungi pihak penjual. Bisnis ini menggunakan bahan dasar ikan lele yang belum pernah digunakan sebagai bahan dasar untuk *rice box* lainnya yang dipadukan dengan berbagai macam sambal. Bagi orang yang tidak menyukai ikan lele, dapat digantikan dengan daging ayam atau pun telur sesuai dengan selera masing-masing. Selain bahan dasar yang unik dengan menggunakan ikan lele dan menjadi keunggulannya, nama menu yang dibuat juga memiliki keunikan tersendiri dan hal itu juga yang menjadikan sebagai keunggulan juga bagi Lele.Go!.

Dengan masa pandemi Covid-19 yang melanda di tahun 2020, kondisi perekonomian di Indonesia yang belum menentu mengakibatkan tingginya resiko untuk suatu perusahaan yang akan mengalami gulung tikar. Di Indonesia, perusahaan-perusahaan kecil memiliki peran yang cukup besar, salah satunya untuk memperluas lapangan tenaga kerja. Penyebab dari adanya virus ini menyebabkan penjualan menurun, pesanan menurun, mengalami kesulitan bahan baku, dan kredit macet yang menyebabkan pengusaha mengalami kesulitan untuk pengembalian modal. Banyaknya pekerja yang diliburkan akibat pandemi menyebabkan penurunan omset penjualan.

Tabel 1.1
Perbandingan Laporan Keuangan Lele.Go!
Sebelum dan Pada Saat Pandemi

Sebelum Pandemi (Bulan Maret 2020)		Pada Saat Pandemi (Bulan Juli 2020)	
	maret		Juli
Penjualan	2,696,600	Penjualan	1,485,200
HPP		HPP	
Stok awal	157,500	Stok awal	82,500
Pembelian	1,624,700	Pembelian	844,000
Stok akhir	171,000	Stok akhir	71,000
Lele	69,000	Lele	28,000
Ayam	37,000	Ayam	18,000
Beras dan nasi	15,000	Beras dan nasi	20,000
Gas	20,000	Gas	
Kresek	30,000	telur	5,000
Terigu		Kresek	
HPP	1,611,200	Terigu	
(15% omset)	404,490	HPP	855,500
pulsa	28,000	omset	222,780
iklan		pulsa	
profit bersih	652,910	iklan	
	163,228	profit bersih	406,920
	163,228	Cicilan freezer	142,302
	163,228	Profit yang dibagikan	264,618
	163,228		66,155
			66,155
			66,155
			66,155

Sumber: Pemilik Lele.Go!

Di dalam bisnis Lele.Go! juga mengalami penurunan pada saat awal pandemi melanda Indonesia, dimana penjualan produk Lele.Go! sangat turun drastis bahkan di awal masa pandemi, Lele.Go! kehilangan banyak konsumen dan ada beberapa minggu tidak ada konsumen yang membeli produk Lele.Go! ini. Tetapi dengan seiringnya waktu sampai saat ini pada masa *new normal*, Lele.Go! sudah mulai mendapatkan banyak konsumen yang membeli produknya dan perlahan mulai memperbaiki kinerja bisnis dari Lele.Go!.

Melihat dari perkembangan sejak bulan Desember 2019 lalu sampai sekarang ini, Lele.Go! yang mana disebut sebagai *business startup* memiliki daya tahan dan pertumbuhan yang cukup kuat untuk bisnis *startup*. Tidak hanya itu, Lele.Go! juga memiliki keunggulan dalam persaingan di bidang kuliner di kota Bandung terutama dalam bisnis *rice box*. Lele.Go! ini dapat digunakan sebagai *business research* dikarenakan sebuah *startup* yang sudah mampu bersaing dan bertahan dalam menghadapi pesaing-pesaing yang berada di bidang yang sejenis dan juga memiliki keunggulan bersaing yang cukup baik dalam menghadapi para pesaingnya.

Pandemi Covid-19 ini perlahan-lahan mendorong seluruh sektor bisnis ke arah digital, sehingga interaksi antara penjual dan pembeli dipertemukan dengan teknologi. Penggunaan teknologi menguntungkan segala pihak, dari pihak penjual dengan pembeli, pihak pemanfaatan jasa, hingga penggunaan transaksi pembayaran. Walaupun konsep penggunaan teknologi masih tergolong baru, tentu sifat memaksa untuk bertahan hidup di kala pandemi mengharuskan para pembisnis untuk menggunakan media teknologi.

Lele.Go! menggunakan media sosial yang berbasis internet dan disebut sebagai penggunaan digital. Pemasaran yang dilakukan oleh Lele.Go! itu sendiri menggunakan media sosial Instagram. Pengiriman yang dilakukan oleh Lele.Go! sebagai penjual kepada konsumen atau pembeli menggunakan marketplace pula dengan internet yang berbasis internet, baik menggunakan Gojek atau Grab. Dengan demikian, Lele.Go! harus mengembangkan strategi digital untuk sistem operasi yang akan dijalankan, yaitu offline dan online.

Dengan melihat dari banyaknya *brand rice box* di kota Bandung ini maka, dalam penelitian ini akan digunakan sebuah analisis untuk melihat kekuatan dan kelemahan dari segi internal dan eksternal Lele.Go! dengan membandingkan beberapa *brand* yang ada di kota Bandung khususnya yang sudah mempunyai reputasi yang cukup besar. Selain itu, analisis tersebut juga bisa memberikan sebuah strategi yang bisa dipakai oleh Lele.Go! dalam menghadapi pesaingnya. Sehingga pada masa sekarang yang sedang menghampai pandemi ini, setiap bisnis harus memiliki sebuah inovasi yang cukup efektif dalam menjaga kesehatan bisnis. Maka dari itu, dibuatlah penelitian ini yang berjudul **“ANALISIS INOVASI BISNIS DAN KEUNGGULAN PRODUK RICE BOX LELE.GO! DI KOTA BANDUNG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka penulis dapat membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana inovasi produk Lele.Go! di Kota Bandung saat pembukaan usaha?
2. Bagaimana keunggulan produk Lele.Go! diantara pesaing dalam industri kuliner di Kota Bandung?
3. Bagaimana inovasi produk Lele,Go! di Kota Bandung yang dilakukan untuk menghadapi pandemi Covid - 19?
4. Bagaimana strategi dan program inovasi produk Lele.Go! di Kota Bandung pada periode 2021 – 2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dibuat oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui inovasi produk yang dilakukan oleh Lele.Go! sebelum terjadinya pandemi Covid – 19.
2. Mengetahui keunggulan produk Lele.Go! yang diciptakan dari adanya inovasi produk tersebut sebelum terjadinya pandemi Covid – 19.
3. Mengetahui inovasi yang dilakukan pihak Lele.Go! dalam menghadapi pandemi Covid – 19.
4. Mengetahui perencanaan strategi dan program yang dapat dilakukan Lele.Go! pada periode 2021 – 2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian teoritis dan praktis ini adalah sebagai berikut:

1. Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru tentang inovasi produk dan keunggulan produk dari sebuah bisnis.

2. Praktis

- a. Bagi Penulis

Penulis dapat mempelajari dan mengetahui bagaimana penerapan teori ilmu manajemen pada masalah yang ada dan sedang terjadi di lapangan dan apa dampak yang dapat terjadi. Dengan penelitian ini, penulis berharap dapat menambah pengetahuan sehingga penulis dapat mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.

b. Bagi Pihak Lele.Go!

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai gambaran dalam mengetahui keunggulan produk Lele.Go! yang diciptakan dari adanya inovasi produk yang dibuat dan mengetahui seberapa besar sebuah inovasi produk tersebut dapat membuat Lele.Go! dapat bersaing dengan pesaingnya.

c. Bagi Pihak Lain

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberikan pengetahuan tentang pentingnya sebuah inovasi produk dan keunggulan produk dalam sebuah bisnis.

1.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Hardjanto Amirullah (2005:2), bisnis merupakan sebuah aktivitas yang dijalankan oleh sekelompok orang dengan tujuan menciptakan sebuah nilai (create of value) dengan melalui pembuatan barang dan jasa sehingga dapat memenuhi kebutuhan sosial dan mendapatkan keuntungan melalui sebuah transaksi.

Menurut Louis E. Boone, David L. Kurtz, Susan Berston (2019:2) bisnis merupakan kegiatan dan cara yang memiliki tujuan dalam berburu

laba dengan mempersiapkan produk (barang dan jasa) sesuai dengan kebutuhan perekonomian.

Maka bisnis merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok yang menghasilkan sebuah komponen tertentu yang memiliki nilai dan berupa produk baik itu barang maupun jasa yang bertujuan untuk melengkapi kebutuhan konsumen dan mencari profit.

Menurut Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Hongwei He (2020:233) produk adalah seluruh entitas yang diberikan ke pasar dengan tujuan memperoleh minat untuk dikonsumsi sehingga memenuhi kebutuhan pasar. Dengan begitu setiap produk yang dibuat baik itu barang maupun jasa akan membutuhkan sebuah inovasi yang bertujuan untuk menimbulkan sebuah keunggulan tersendiri.

Menurut Suryani (2008:304) berpendapat bahwa inovasi memiliki persepsi yang sangat luas. Inovasi berbentuk ide, aturan, dan materi yang dapat dipahami oleh seseorang sebagai materi baru. Maka, inovasi berupa bentuk hal yang baru dan dapat dirasakan oleh konsumen baik itu sebuah cara yang baru ataupun berupa pembetulan dari hal yang sudah ada sebelumnya.

Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Maka, kesuksesan inovasi wajib bersifat terus menerus dan tidak dijalankan secara insidental (Ellitan dan Anatan, 2009:4).

Hal ini sangat perlu untuk diperhatikan karena dengan adanya inovasi produk tersebut dapat membuat perusahaan menjadi lebih unggul dari pesaingnya dan juga dapat membuat konsumen yakin bahwa inovasi produk itu benar-benar ada dan dirasakan oleh mereka. Dengan adanya sebuah inovasi produk yang dilakukan oleh pihak pembisnis, maka inovasi tersebut dapat memberikan dampak yang sangat baik pada bisnis yang

dijalankan karena dapat memberikan dan memunculkan keunggulan bersaing didalam dunia bisnis. Keunggulan tersebut dihasilkan dari adanya keunggulan produk yang tercipta dimana keunggulan produk merupakan kelebihan yang akan menghasilkan nilai lebih tinggi dibandingkan dengan para pesaingnya.

Menurut Kotler dan Keller (2009:389), keunggulan produk dapat dilakukan dengan melakukan riset pasar yang bertujuan untuk mencari kebutuhan, keinginan, preferensi, dan perspektif konsumen, lalu melakukan analisis atas produk kompetitif, dan terakhir melakukan tes dan verifikasi atas semua asumsi yang ada. Maka dengan begitu setiap bisnis yang dijalankan baik itu yang bergerak dibidang barang maupun jasa pasti membutuhkan sebuah inovasi produk agar produk – produk yang ditawarkan dapat memberikan nilai unggul. Hal ini berlaku untuk bisnis yang menerapkan sistem *online* maupun *offline* baik produk yang ditawarkan adalah barang maupun jasa. Tetapi untuk saat ini lebih banyak pembisnis yang melakukannya secara *online* dan sistem *online* sendiri pun sudah termasuk kedalam sebuah inovasi yang baru untuk dijalankan.

Bisnis yang bergerak di bidang *food and beverage* dan memberlakukan sistem *online* sudah pasti harus melakukan dan membuat sebuah inovasi produk yang berkelanjutan agar setiap produk yang ditawarkan selalu membuat konsumen *loyal* dan *aware* pada produk yang ditawarkan tersebut sehingga dapat memunculkan sebuah keunggulan bersaing untuk menghadapi para pesaingnya.

Brand ricebox sendiri sudah banyak sekali di Kota Bandung ini tetapi ada satu *brand* yang merupakan *startup business* yaitu Lele.Go!. Lele.Go! ini merupakan bisnis yang memiliki sebuah inovasi produk yang sangat baik sekali karena inovasi tersebut membuat Lele.Go! menjadi sangat unggul dalam bidang *ricebox*. Dengan adanya sebuah fenomena tersebut dimana Lele.Go! merupakan *startup business* tetapi sudah bisa bersaing dengan *brand* lainnya yang sudah lebih lama berjalan maka, penelitian ini

dibuat untuk mencari tahu apakah dengan adanya sebuah inovasi produk yang dilakukan akan menciptakan keunggulan produk.