



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Inovasi pada Oseng Mercon Bandung**

Skripsi

Oleh

Putri Atan

2014320011

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Inovasi pada Oseng Mercon Bandung**

Skripsi

Oleh

Putri Atan

2014320011

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



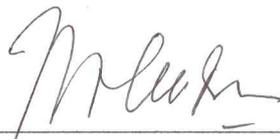
**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Putri Atan  
Nomor Pokok : 2014320011  
Judul : Analisis Strategi Inovasi Pada Oseng Mercon Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 24 Juli 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**  
Sanerya Hendrawan, Ph.D

:   
\_\_\_\_\_

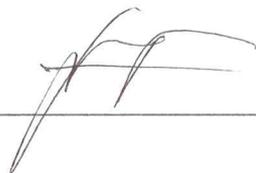
**Sekretaris**

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Atan

NPM : 2014320011

Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Inovasi pada Oseng Mercon Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 16 Juli 2019

Putri Atan

## ABSTRAK

Nama : Putri Atan  
NPM : 2014320011  
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada Oseng Mercon Bandung

---

Pertumbuhan bisnis kuliner semakin meningkat setiap tahunnya. Maka setiap bisnis kuliner harus berusaha untuk bersaing menjadi yang terbaik di mata konsumen, agar konsumen mau terus membeli produk sebuah perusahaan. Inovasi merupakan salah satu kunci yang diperlukan oleh para pembisnis untuk dapat terus bertahan terhadap tantangan bisnis yang ada. Penelitian ini akan menganalisis strategi inovasi pada Oseng Mercon di Kota Bandung. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi inovasi apa yang telah dilakukan oleh Oseng Mercon Bandung dan mengetahui *value chain* yang ada di dalamnya sehingga peneliti dapat merekomendasikan strategi inovasi yang selanjutnya perlu dilakukan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan serta studi lapangan, yang terdiri dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder untuk menunjang validitas dan reliabilitas sebuah penelitian.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Oseng Mercon memiliki inovasi terhadap sistem yang digunakan dalam menjalankan bisnis yaitu sistem ERP (*Enterprise Resource Planning*) dan manajemen sumber daya manusia. Berdasarkan hasil analisis PEST dan Model Lima Kekuatan Porter, analisis lingkungan internal, rantai nilai, SWOT matriks dan kerangka kerja empat langkah maka alternatif strategi terbaik yang dapat di terapkan yaitu dari segi pemasaran, manajemen bisnis dan inovasi pada produk

Kata Kunci: Strategi Inovasi, Analisis PEST, Model Lima Kekuatan Porter, Rantai Nilai, SWOT Matriks, Kerangka Kerja Empat Langkah

## ABSTRACT

*Name* : Putri Atan  
*NPM* : 2014320011  
*Title* : *Analysis Innovation Strategy of Oseng Mercon Bandung*

---

*The growth of the culinary business is increasing annually. So every culinary business should strive to compete to be the best in the eyes of consumers so that consumers will continue to buy a company's products. Innovation is one of the keys required by businesses to be able to survive the challenges of an existing business. This research will analyze the strategy of innovation on Oseng Mercon in the city of Bandung. The purpose of this research is to know what innovation strategy has been done by Oseng Mercon Bandung and know the value chain that is in it so that researchers can recommend the next innovation strategy need to be done.*

*This research uses a descriptive-analytical method with a qualitative approach. The data collection techniques used in this study are literature studies and field studies, consisting of interviews, observations, and documentation. This research uses primary and secondary data sources to support the validity and reliability of a study.*

*This research concluded that Oseng Mercon has innovations on the system used in conducting business that is ERP system (Enterprise Resource Planning) and human resource management. Based on the results of PEST analysis and model five force'sr porter, internal environmental analysis, value chain, SWOT Matrix and a four-step framework, the best alternative strategy that can be implemented is in terms of marketing, business management and Innovations in a product.*

*Keywords: Innovation Strategy, PEST Analysis, Model Five Forces Porter, Value Chain, SWOT Matrix, Four-Step Framework*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang selalu tercurah memberikan kesehatan dan hikmah kepada penulis sehingga dalam penulisan skripsi yang berjudul Analisis Strategi Inovasi pada Oseng Mercon di Bandung ini dapat diselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program Strata 1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan juga saran kepada penulis baik selama kuliah maupun pada saat penyusunan skripsi ini berlangsung sehingga dapat terselesaikan dengan baik, terutama kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan kasih sayang, rahmat dan karunia-Nya kepada penulis.
2. Orang tua tercinta Mami dan Papa yang selalu memberikan doa, nasihat, motivasi dan dukungan tiada henti.
3. Ibu Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil. selaku dosen pembimbing seminar dan skripsi yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulisan skripsi ini.
4. Pihak Oseng Mercon Bandung yaitu Bapak Arif selaku pemilik yang telah membantu penulis dalam memperoleh data selama penelitian.

5. Seluruh Dosen dan Staf Falkultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politi di Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu dan waktu
6. Ibu M. Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku ketua jurusan Ilmu Administrasti Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
7. Teman – teman yang telah membantu pengerjaan skripsi: Nurfitriana, Reva Sumeru, Egar Muhammad, Yuni NF, Luthfia P, Hanifahasnah, Ajeng Amanda
8. Teman – Teman yang selalu menanyakan kapan lulus sehingga memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi: Silvia Lolyta, Sari Ramadhani, Reitwi Manggala, Kania Noviany, Tsaniya Faza, Diana Cintia, Rizki Arafat, Joko Purnomo, Fikri, Ridwan, Haifa, Ayu, Nurul, Acay, Gaius
9. Teman – teman Mahitala Unpar dan Tim WISSEMU yang selalu memberikan dukungan dan tekanan agar bisa lebih baik terutama untuk Yosua Daniel, Raymond, Egi Tampenawas, Kamalia NF, Umbu
10. Seluruh teman-teman kuliah dan Bisnis 2014 terimakasih atas kerjasama dan segala pengalaman berharga dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis selama ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semuanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna karena keterbatasan dalam pengalaman, sarana, dana kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat

penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta dapat menjadi salah satu bahan informasi bagi pembaca.

Bandung, Juli 2019

Penulis

Putri Atan

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II DASAR TEORI .....	8
2.1 Strategi .....	8
2.1.1 Strategi Generik.....	8
2.1.2 Manajemen Strategi.....	14
2.2 Analisis Lingkungan Eskternal .....	15
2.2.1 Lingkungan Industri .....	18
2.2.2 Matriks Profil Kompetitif .....	26
2.3 Analisis Lingkungan Internal.....	30
2.4 Inovasi.....	31
2.4.1 Konsep Inovasi .....	31
2.4.2 Manajemen Inovasi.....	33
2.5 Analisis Rantai Nilai .....	36
2.6 Analisis SWOT .....	40
2.7 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	43
BAB III METODE PENELITIAN .....	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian.....	47

3.3 Sumber Data.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5 Teknik Analisis Data.....	50
3.6 Obejek Penelitian .....	52
<b>BAB IV OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Sejarah Pendirian Oseng Mercon Bandung .....	53
4.2 Lokasi.....	54
4.3 Visi.....	55
4.4 Misi .....	55
4.5 Core Value .....	55
4.6 Struktur organisasi .....	57
4.7 Job Description .....	58
4.8 Produk .....	59
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
5.1 Analisis Inovasi Bisnis Oseng Mercon .....	63
5.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	66
5.2.1 Analisis PETS.....	66
5.2.2 Porter Five Forces.....	69
5.3 Analisis Lingkungan Internal.....	73
5.3.1 Pemasaran .....	73
STP (segmenting, targeting, dan positioning).....	74
5.4 Analisis Rantai Nilai .....	84
5.4.1 Primary Activities.....	84
5.4.2 Support Activities .....	93
5.5 Analisis SWOT .....	105
5.5.1 Strengths (kekuatan) .....	105
5.5.2 <i>Weakness</i> (kelemahan) .....	106
5.5.3 Opportunity (Peluang) .....	106
5.5.4 <i>Treath</i> (Ancaman).....	107
5.6 Matriks SWOT .....	108
5.7 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	110

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	111
6.1 Kesimpulan .....	111
6.2 Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA .....	117
LAMPIRAN.....	119

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung Tahun 2016.....	2
Tabel 2.1 Matriks Profil Kompetitif .....	30
Tabel 2.2 Perbedaan inovas inkremental dan inovasi radikal .....	32
Tabel 2.3 Matriks SWOT .....	41
Tabel 5.1 Competitive Profile Matrix .....	72
Tabel 5.2 Value chain Oseng Mercon .....	99
Tabel 5.3 Kekuatan dan Kelemahan Oseng Mercon Berdasarkan Value chain ..	101
Tabel 5.4 Anlisis SWOT Oseng Mercon.....	108
Tabel 5.5 Kerangka Kerja Empat Langkah .....	110

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Strategi Generik Michael Porter.....	9
Gambar 2.2 Model Lima Kekuatan Porter .....	19
Gambar 2.3 Analisis Rantai Nilai.....	37
Gambar 2.4 Kerangka kerja empat langkah .....	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Oseng Mercon Bandung.....	57
Gambar 4.2 Produk Oseng Mercon .....	61
Gambar 4.3 Produk Oseng Mercon .....	62
Gambar 5.1 Promosi Oseng Mercon Melalui Media Sosial.....	82
Gambar 5.2 Pemesanan Produk Oseng Mercon Melalui Website.....	89
Gambar 5.3 Media Pemasaran Oseng Mercon .....	91

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Menurut badan ekonomi kreatif kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) semakin meningkat dari segi nilai, Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif pada tahun 2016 sudah mencapai 922,59 triliun dan diproyeksikan telah melampaui 1.000 triliun pada 2017 dan meningkat mendekati 1.102 triliun pada 2018, Pada 2016, Tiga subsektor ekonomi kreatif dengan pendapatan tertinggi pada tahun 2016 yaitu, Kuliner (41,69%), Fesyen (18,15%), dan Kriya (15,70%)

Tidak dipungkiri bisnis kuliner yang merupakan penyumbang tertinggi pada PDB ekonomi kreatif membuat bisnis kuliner menjadi salah satu pilihan para pembisnis untuk membuka bisnis kuliner. Berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), jumlah usaha kuliner di Indonesia pada 2018 mencapai 5,55 juta unit atau 67,66% dari total 8,20 juta usaha ekonomi kreatif. Menurut Badan Pusat Statistik Jawa Barat di Kota Bandung sendiri sudah ada 795 bisnis kuliner, dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung Tahun 2016**

Kategori	Jumlah
Restoran	396
Rumah Makan	372
Café	14
Bar	13

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Dilihat dari tabel 1.1 di atas, maka dapat diketahui banyaknya pesaing dalam bisnis kuliner di Kota Bandung yang dimana banyak jenis makanan yang disajikan seperti makanan nusantara, makanan *western*, makanan bercitarasa pedas, *fast food*, dan lain-lain maka dari itu setiap pembisnis kuliner dituntut untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kinerja perusahaan secara optimal sehingga diharapkan dapat mencapai tujuan dari perusahaan. Inovasi merupakan salah satu kunci yang diperlukan oleh para pembisnis untuk dapat terus bertahan terhadap tantangan bisnis yang ada.

Pembisnis kuliner sangat memerlukan sebuah inovasi dalam mengelola bisnisnya maupun inovasi dalam produk agar pelanggan tidak merasa bosan dengan produk yang ada pada sebuah perusahaan dan juga pelanggan tidak akan lari ke kompetitor. Inovasi yang dilakukan dalam bisnis kuliner juga akan bisa menarik minat para calon konsumen baru untuk mau mencobanya, jika konsumen tersebut merasa cocok maka konsumen itu mungkin bisa menjadi pelanggan tetap.

Oseng Mercon merupakan salah satu bisnis kuliner yang terkenal dengan makanan nusantara bercitarasa pedas di Kota Bandung yang didirikan oleh Bapak Arif Maulana pada tahun 2009, awal mula bisnis kuliner Oseng Mercon ini

dikeola oleh teman – teman dari Bapak Arif Maulana. Setiap tahunnya Oseng Mercon mengalami peningkatan penjualan yang sangat besar dan pada tahun 2015, Oseng Mercon sudah memiliki delapan *outlet* yang berada di daerah Sarijadi, Cihampelas, Dipatiukur, Lembang, Setiabudi, Kopo, Jati Nangor, dan Surya Sumantri. Namun pada awal tahun 2015 semua *outlet* Oseng Mercon ditutup oleh Bapak Arif karena alasan manajemen yang buruk seperti tidak adanya pengawasan kepada tiap divisi dan banyaknya tindak korupsi oleh beberapa orang. Pada akhir tahun 2015 Oseng Mercon mulai membuka kembali bisnis kulinernya yang di kekola oleh Bapak Arif beserta Istrinya yang terletak di Jalan Sarimanah no.74 dan hingga sekarang Oseng Mercon sudah memiliki dua *outlet* yang berlokasi di Jalan Gegerkalong Girang no.27D dan Jalan Sarimanah no.16. *Outlet* pertama yang didirikan, sekarang sudah ditutup dan akan digantikan dengan bisnis kuliner lainnya yaitu bisnis kuliner gudeg.

Dari pengalaman bisnis Oseng Mercon sebelumnya yang dirasa tidak ada manajemen yang baik dalam pengelolaan bisnis membuat Bapak Arif berpikir agar pengalaman tersebut tidak terulang lagi, lalu Bapak Arif membuat sebuah *software* dengan sistem ERP (*Enterprise Resource Planning*) yang dibuatnya sendiri. Sistem ERP yang digunakan oleh Oseng Mercon ini berfungsi untuk mengontrol keuangan serta agar mengetahui jumlah minum stok yang harus ada di dapur pusat agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen dan masih banyak lagi kegunaan dari ERP. Cara kerja sistem ERP ini adalah dengan menginput semua aktifitas jual beli produk dan bahan baku yang terjadi di Oseng Mercon, data yang

dimasukan harus dibuktikan dengan sebuah faktur penjualan dan pembelian agar data tersebut dianggap valid.

Selain itu Oseng Mercon juga mempunyai sebuah sistem untuk meningkatkan kinerja sumber daya manusia yang dimana semua pegawai di Oseng Mercon pasti didapat melalui proses seleksi. Para pegawai harus melewati beberapa tahap yaitu yang pertama tahap pengumpulan CV beserta berkas lainnya, kemudian para calon pegawai yang lulus tahap awal akan di wawancarai, diberikan tes *personality plus* untuk mengetahui kepribadian calon pegawai, tes grafologi, dan terakhir adalah tes ketelitian. Semua tes itu dibuat sendiri oleh pemiliki Oseng Mercon. Jika ada calon pegawai yang dapat melewati semua tahap sesuai standar maka calon tersebut akan di terima kerja di Oseng Mercon. Semua pegawai Oseng Mercon akan diberikan banyak pelatihan agar bisa memberikan yang terbaik untuk para konsumen dan untuk meningkatkan motivasi para pegawai, Oseng Mercon menggunakan gamifikasi di dalamnya.

Selain Oseng Mercon masih sangat banyak bisnis kuliner di Bandung yang menyajikan makanan nusantara yang memberikan citarasa pedas seperti Sambal Khas Karmila, Iga Bakar Si Jangkung, Bebek Garang, Se'i Lamalera, Nasi Goreng Rempah Mafia, Ayam Bakar Pedas Parahyangan, Si Jeletot dan masih banyak lagi, maka dari itu Oseng Mercon memerlukan sebuah inovasi dalam menjalankan bisnisnya agar Oseng Mercon bisa meningkatkan keunggulan daya saing serta terus bisa mengembangkan bisnisnya.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Banyaknya bisnis kuliner di Kota Bandung sekarang dan mungkin kedepannya akan semakin bertambah. Maka setiap bisnis kuliner harus berusaha untuk bersaing menjadi yang terbaik di mata konsumen, agar konsumen mau terus membeli produk sebuah perusahaan. Dengan seiring berkembangnya teknologi berbagai kemudahan bisa didapatkan oleh para pembisnis kuliner untuk membantu proses penjualan produksi dan manajemen di dalam perusahaan agar terus bisa berkembang. Dan perkembangan teknologi ini bisa dimanfaatkan oleh para pembisnis kuliner untuk membuat sebuah inovasi. Namun dalam bisnis kuliner tidak hanya perkembangan teknologi yang dapat dijadikan sebagai bahan inovasi, masih banyak hal lainnya yang perlu dilakukan untuk dijadikan sebuah inovasi contohnya seperti inovasi manajemen, inovasi produk dan lain – lain.

Berdasarkan kasus di atas, inovasi merupakan strategi yang cocok untuk menghadapi situasi saat ini yang dimana banyaknya pesaing dalam bidang kuliner. Jika sebuah perusahaan tidak melakukan inovasi maka kemungkinan besar perusahaan tersebut akan tertinggal jauh oleh para pesaingnya, maka dari itu inovasi diperlukan untuk bisa menarik pembeli baru dan untuk bisa mempertahankan pelanggan serta bisa untuk mengembangkan bisnisnya.

Oseng Mercon adalah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner di Kota Bandung. Oseng Mercon memiliki banyak pelanggan di setiap *outlet*nya bahkan jika *outlet* sedang ramai banyak yang rela mengantri untuk mendapatkan produk Oseng Mercon. Oseng Mercon sendiri memiliki sebuah inovasi dalam perusahaannya dalam segi teknologi agar operasi dalam perusahaan berjalan

dengan efektif dan efisien, selain itu Oseng Mercon juga memiliki manajemen sumber daya manusia yang dirangkai sedemikian rupa oleh pemilik agar para pegawai bisa bertahan lama dan juga bisa membantu perkembangan bisnis Oseng Mercon ini, namun banyaknya pegawai yang dimiliki membuat pertumbuhan Oseng Mercon di rasa terlalu lambat serta dua *outlet* yang dimiliki Oseng Mercon belum cukup luas atau belum memadai untuk bisa menampung pembeli yang membeludak di jam – jam tertentu dan hari – hari tertentu.

Dari inovasi yang telah dijalankan dan masalah yang sedang di hadapi oleh Oseng Mercon membuat penulis ingin mengetahui strategi inovasi yang diambil oleh Oseng Mercon apakah sudah tepat dalam menghadapi pesaing. Berdasarkan uraian tersebut, penulis mendapat tiga pokok permasalahan, yaitu:

- a. Strategi inovasi apa saja yang telah dilakukan oleh Oseng Mercon?
- b. Bagaimana analisis *value chain* dari Oseng Mercon ?
- c. Strategi inovasi apa yang dapat direkomendasikan kepada Oseng Mercon berdasarkan analisis *value chain*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui strategi inovasi yang telah dilakukan oleh Oseng Mercon.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis *value chain* yang ada di Oseng Mercon.
- c. Untuk mengetahui strategi inovasi yang dapat direkomendasikan kepada Oseng Mercon berdasarkan hasil analisis *value chain*

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat memberi masukan ataupun saran sehingga dapat digunakan oleh Oseng Mercon untuk meningkatkan target penjualan
- b. Bagi akademis, untuk menambah referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan strategi inovasi dibidang kuliner.