

IMPLEMENTASI STRATEGI INOVASI PRODUK BAKPIA WALUYO DJATI TERAS MALIOBORO 1 YOGYAKARTA

Angga Yudha Mulyono¹, Wina Driyan Pradana²

INTISARI

Latar Belakang : Perkembangan pelaku usaha di provinsi D.I Yogyakarta saat ini menghadapi persaingan yang krusial dimana setiap usaha berlomba-lomba menguasai pangsa pasar (*market share*) dan berusaha meningkatkan posisi mereka sebagai pemimpin pasar (*market leader*). Dalam meningkatkan kinerja perusahaan yang optimal, pelaku usaha harus mulai memahami pentingnya strategi inovasi produk dalam memiliki nilai bisnis (*business value*) yang lebih baik di pasar terutama mencari reputasi positif dalam persepsi pelanggan dan sebagai hasil untuk mendapatkan keunggulan di pasar.

Tujuan Penelitian : Menjelaskan implementasi strategi inovasi produk dan hambatan yang dihadapi bakpia waluyo djati.

Metode Penelitian : Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami satu peristiwa yang menarik secara mendalam.

Hasil : Peneliti menemukan bahwa bakpia waluyo djati mengimplementasikan inovasi produk berupa bakpia dengan sembilan inovasi rasa yaitu cokelat, durian, keju, pandan, nanas, stroberi, kacang hijau, ubi ungu, dan kumbu hitam. Mengkombinasikan bakpia menjadi paket hampers, kualitas produk yang terjaga tekstur dan rasanya, konsumen dapat mencampur variasi rasa dalam satu kemasan, dan desain kemasan yang menarik.

Kesimpulan: Bakpia waluyo djati adalah usaha yang berinovasi pada kualitas rasa dan memiliki produk bervariasi. Mereka juga memiliki hambatan dalam mengimplementasikan produk dikarenakan keterbatasan tenaga kerja dan persaingan industri bakpia.

Kata Kunci : *Bakpia, Strategi Inovasi Produk, Teras Malioboro*

¹ Mahasiswa Manajemen (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Dosen Manajemen (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

IMPLEMENTATION OF PRODUCT INNOVATION STRATEGY BAKPIA WALUYO DJATI TERAS MALIOBORO 1 YOGYAKARTA

Angga Yudha Mulyono¹, Wina Driyan Pradana²

ABSTRACT

Background : The development of business actors in Special Region of Yogyakarta is currently facing fierce competition where each business actor is competing to gain market share and try to improve its position as a market leader. In improving optimal company performance, businesses must begin to understand the importance of product innovation strategies in having better business value in the market, especially striving for a positive reputation in positive customer perceptions and as a result to gain an advantage in the market.

Objective : Explaining the implementation of product innovation strategies and the obstacles faced by bakpia waluyo djati.

Method : This research using descriptive qualitative with a case study approach to understand one interesting incident in-depth.

Result : Researcher found that bakpia waluyo djati implements product innovation in the form of bakpia with nine flavor innovations, namely chocolate, durian, cheese, pandan, pineapple, strawberry, green beans, purple sweet potato, and red beans. Combining bakpia into hamper packages, product quality that maintains texture and taste, consumers can mix flavor variations in one package, and attractive packaging design.

Conclusion : Bakpia waluyo djati is a business that innovates on flavor quality and has varied products. They also have obstacles in implementing products due to limited labor and competition in the bakpia industry.

Keywords : Bakpia, Product Innovation Strategy, Teras Malioboro

¹ Management Student at University of Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Management Lecturer at University of Jenderal Achmad Yani Yogyakarta