

KERTAS KERJA
PRAKTEK KERJA LAPANGAN (PKL)

**“PERANAN INOVASI PRODUK SABUN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA PT. MOND NATURE LESTARI”**



DISUSUN OLEH

NAMA : AMRON YAHYA

NPM : 20100935302206

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BANGKINANG
TAHUN AJARAN 2023

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, nikmat serta karunia Nya kepada penulis karena telah dapat menyelesaikan kegiatan PKL. Yang berjudul “PERANAN INOVASI PRODUK SABUN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN” hingga penyusunan laporan ini dengan baik.

Kegiatan praktik kerja lapangan (PKL) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bangkinang bertujuan untuk mengenalkan mahasiswa pada kondisi lapangan.

Laporan hasil praktek kerja lapangan (PKL) merupakan syarat yang harus dipenuhi untuk melengkapi mata kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bangkinang, juga merupan cara untuk membandingkan ilmu yang dipelajari dibangku perkuliahan dengan aplikasi di lapangan.

Dalam penyelesaian laporan ini penulis banyak mendapat bantuan saran, petunjuk, serta bimbingan yang sangat berharga. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Nelfizal, MM Selaku Ketua YLPK Bangkinang
2. Bapak Dr. Zulher, M.S Selaku Ketua STIE Bangkinang.
3. Bapak Ir. H. Zamhir Basem, MM Selaku Pembantu Ketua Bidang Akademik (Puket I) STIE Bangkinang
4. Ibuk Hj. Kasmawati. SE, M.Ak Selaku Pembantu Ketua Bidang Keuangan (Puket II) STIE Bangkinang
5. Bapak Dr. H. Arman. MM Selaku Pembantu Ketua Bidang Kemahasiswaan (Puket III) STIE Bangkinang
6. Bapak Drs. H. Syamsul Bahri, M.Si selaku Dosen Pembimbing Praktek Kerja Lapangan (PKL)
7. Ibu Nurdiyah Sari selaku Direktur dan sekaligus Pembimbing PT. Mond Nature Lestari
8. Bapak/Ibuk Dosen dan Staf Administrasi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bangkinang

9. Rekan-rekan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bangkinang dan kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan laporan ini.

kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan pada kesempatan yang akan datang.

Bangkinang, 2023

Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sabun merupakan produk yang digunakan sebagai pembersih dengan media air. Secara umum berbentuk padatan (batang) dan ada juga yang cair. Sabun kelor adalah suatu sabun alami yang cocok untuk semua jenis kulit, aman untuk kulit sensitive, aman untuk wajah, tidak menyebabkan kulit kering, membersihkan dan merawat diri, tanpa detergen, tanpa SLS, tanpa paraben, tanpa alkohol, tanpa pewarna sintesis, tanpa pewangi sintesis dan tanpa pengawet. Agar dapat menjalankan usahanya, PT. Mond Nature Lestari dituntut untuk memiliki tata kelola keuangan yang baik agar mampu bersaing dengan produk sabun yang lainnya serta mampu meningkatkan kemampuan dan keahlian sumber daya manusia yang dimiliki.

PT. Mond Nature Lestari merupakan usaha yang bergerak dibidang pengelolaan tanaman kelor menjadi produk-produk innovative, seperti produk makanan, produk kecantikan atau kosmetik serta produk herbal. yang beralamatkan di Dusun Kampung Baru, RT/RW 001/002 Kel. Salo Timur, Kec. Salo, Kab Kampar - Riau.

Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian.

Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam Dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi

Produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Disamping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus dan bukan terlaksana secara incidental. Adapun jenis produk sabun yang diproduksi pada usaha sabun kelor seperti yang terlihat pada table 1.1

Tabel 1.1

Jenis Produk Sabun Yang Di Produksi Pada PT. MOND NATURE LESTARI

NO	JENIS SABUN
1.	SABUN KELOR
2.	SABUN KOPI
3.	SABUN SUSU KAMBING
4	SABUN KELOR CAIR

Tabel 1.1

Dari tabel ini dapat dilihat jenis produk sabun yang yang diproduksi pada PT. MOND NATURE LESTARI bervariasi sehingga konsumen dapat memilih jenis sabun sesuai keinginan mereka. Produk sabun ini telah di distribusikan ke bendara Sultan Syarif Kasim Riau II (Pekanbaru), La Moringa (Jakarta), Marketplace (Shopee, Lazada, Tiktok, dan Instagram).

Inovasi produk sabun yang dilakukan PT Mond Nature Lestari ini adalah dengan cara terus menambah dan membuat berbagai macam jenis produk sabun.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan membuatnya dalam bentuk praktek kerja lapangan dengan judul **“PERANAN INOVASI PRODUK SABUN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT. MOND NATURE LESTARI”**.

B. Tujuan penulisan

Tujuan penulisan dari laporan kertas kerja Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara langsung bagaimana peranan inovasi produk dalam meningkatkan penjualan Produk sabun pada PT. MOND NATURE LESTARI.
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan pimpinan direksi dalam mengatasi permasalahan permasalahan terkait penerapan inovasi produk sabun pada PT. MOND NATURE LESTARI.

C. Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah penulis ingin mengetahui secara langsung bagaimana inovasi produk yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada PT. MOND NATURE LESTARI, serta bagaimana upaya yang tengah dilakukan direksi dalam mengatasi permasalahan permasalahan terkait penerapan inovasi produk sabun pada PT. MOND NATURE LESTARI.

D. Batasan

Batasan pada laporan kertas kerja Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini adalah sebagai berikut:

1. Laporan kertas kerja PKL ini hanya membahas tentang inovasi produk yang tengah dilakukan oleh pimpinan direksi dalam meningkatkan penjualan pada PT. MOND NATURE LESTARI
2. Laporan kertas kerja PKL ini dilakukan pada PT. MOND NATURE LESTARI yang menjual beberapa jenis produk sabun seperti sabun kelor, sabun kopi, sabun susu kambing dan sabun kelor cair

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

A. Sejarah PT. Mond Nature Lestari

Potensi bisnis daun kelor ternyata cukup luas. Daun kelor tidak hanya diperjual belikan mentah di pasar tradisional tetapi daun kelor dapat diolah menjadi beragam jenis seperti makanan, herbal, dan kosmetik. Kelor merupakan salah satu tanaman yang banyak ditemukan di Indonesia dan tanaman kelor sangat mudah ditanam.

Pada awalnya PT. Mond Nature Lestari bernama Dapur Aru (UMKM) yang berdiri pada tanggal 20 Agustus 2020 dan merupakan salah satu binaan balai penerapan standard dan instrument lingkungan hidup dan kehutanan kuok dan PT. PLN (persero) Unit Induk Pembangunan Sumatera Bagian Tengah. Kemudian pada tanggal 20 Mei 2022 melalui Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0032824.AH.01.01. Tahun 2022 UMKM Dapur Aru menjadi PT. Mond Nature Lestari. Adapun produk-produk yang dihasilkan yaitu diversifikasi kelor Kampar.

Saat ini, Dapur Aru telah memberdayakan dan melatih lebih dari 15 Kelompok Wanita Tani (KWT) di Kecamatan Salo dan Kecamatan Bukit Sembilan serta dari Ikatan Pengusaha Muslim Indonesia Kabupaten Kampar dalam pembudidayaan dan pengolahan produk berbahan dasar kelor dan sebagai pemasok bahan baku kelor dengan rata-rata kebutuhan 80 kg daun kelor setiap bulannya.

Tahun ini, Dapur Aru yang merupakan binaan dari PLN UIP Sumbagteng melalui Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) mendapatkan bantuan untuk peningkatan kapasitas produksi dengan pembangunan rumah produksi kelor pertama di

Riau serta sudah memiliki legalitas badan usaha dari Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia dengan nama PT. Mond Nature Lestari.

Berdirinya rumah produksi PT. Mond Nature Lestari, diharapkan mampu meningkatkan produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Walaupun dunia tak selebar daun kelor, akan tetapi manfaat daun kelor akan dirasakan oleh dunia.

B. Visi Dan Misi PT. Mond Nature Lestari

1. Visi

Adapun visi PT. Mond Nature Lestari (Dapur Aru) adalah menjadikan PT. Mond Nature Lestari Salo sebagai badan usaha yang maju, inspirasi, inovatif dan produktif bersama kelompok usaha kelor dan kelompok wanita tani.

2. Misi

Misi yang akan dilakukan oleh PT. Mond Nature Lestari adalah untuk menciptakan inovasi baru berbagai macam olahan kelor, menghadirkan produk-produk lezat dan bergizi serta produk-produk yang ramah lingkungan, bersama kelompok wanita tani mengolah tanaman kelor menjadi produk-produk yang bernilai tinggi dan mampu bersaing di tingkat nasional dan internasional di tahun 2023.

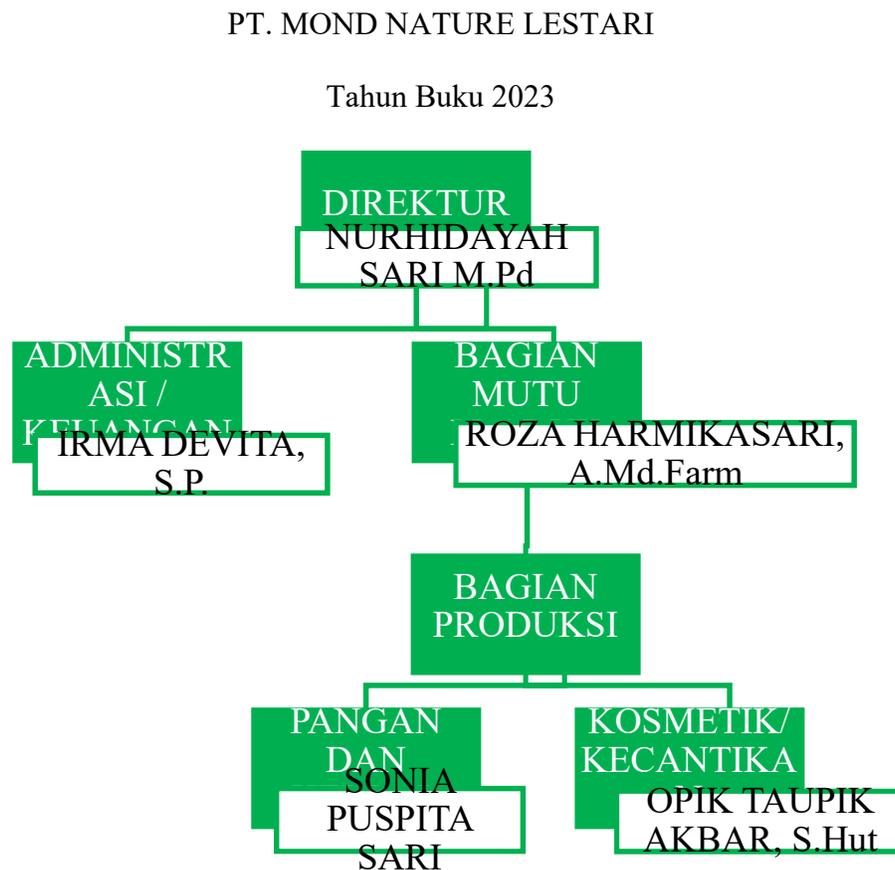
C. Logo Perusahaan



Gambar II.1

Logo merupakan sebuah karya seni rupa dan tidak bisa lepas dari elemen-elemen seni rupa yang mendasar yang membentuk garis, warna, peluang, dan tipografi dan masih banyak lagi. Logo juga harus mencerminkan sebuah citra positif ialah dengan cara memberikan pesan yang menguntungkan pada bentuk lambang dan gambar. Logo PT. Mond Nature Lestari ini sesuai dengan bahan baku yang dipakai yaitu daun kelor.

D. Struktur Organisasi



Gambar II.2

Keterangan

1. Direktur

Tugas dan wewenangnya adalah :

- a. Mengawasi dan mengontrol setiap aktivitas di semua divisi
- b. Bertanggung jawab atas berlangsungnya operasional usaha
- c. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan
- d. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan
- e. Menyusun strategi bisnis sesuai dengan kebijakan perusahaan
- f. Mengorganisasi visi dan misi perusahaan
- g. Memberikan laporan kepada jajaran direksi

2. Bagian Administrasi

Tugas dan wewenangnya adalah :

- a. Mengelola keuangan perusahaan
- b. Mengetahui jalannya keuangan
- c. Mampu mengembangkan keuangan perusahaan
- d. Mengetahui arus kas
- e. Membuat surat perjanjian
- f. Menghitung gaji karyawan
- g. Membuat laporan bulanan
- h. Bertanggung jawab dalam kegiatan pembelian bahan baku, bahan tambahan, label/merk, plastik, dan bungkus.
- i. Melaporkan hasilnya ke pada pimpinan

3. Bagian Produksi

Tugas dan wewenangnya adalah :

- a. Bertanggung jawab dalam kegiatan proses produksi
- b. Mencatat hasil produksi
- c. Mencatat belanja barang produksi
- d. Mengendalikan tingkat rusak pada produk yang disebabkan oleh proses produksi yang menyimpang

E. Aktivitas Perusahaan

Aktivitas perusahaan adalah seluruh kegiatan yang terjadi baik di dalam maupun di luar perusahaan yang secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kelancaran jalannya perusahaan. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, maka sangat diperlukan kerja sama yang baik diantara berbagai elemen atau unit kerja dalam perusahaan. Dengan modal kerja sama inilah seluruh target yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat terealisasi dengan baik.

PT. Mond Nature Lestari adalah PT yang bergerak dibidang produksi kelor yang berada di Salo Kabupaten Kampar. Sebuah usaha yang memproduksi kelor dengan higienis dan menggunakan mesin modern. Keunggulan kelor ini dapat menghilangkan bekas luka dan jerawat, serta meredakan rasa gatal-gatal pada tubuh.

1. Proses Produksi

- a. Penimbangan bahan

Langkah awal yang dilakukan oleh perusahaan dalam memproduksi sabun kelor dari bahan bakunya adalah minyak. Adapun bahan tambahannya yaitu bubuk

kelor, madu, dan soda api. Lalu melakukan penimbangan bahan-bahan yang sudah ditentukan sesuai takaran yang diberikan perusahaan.

b. Pembentukan dan Pengisian

Setelah ditimbang, seluruh bahan dicampur ke dalam toples untuk diaduk agar bahan-bahan tersebut menyatu secara keseluruhan. Pembentukan dan pengisiannya dilakukan ketika warna adukan pada bahannya telah berubah seperti yang terlihat pada gambar II.3



Gambar II.3

c. Pendinginan

Setelah dibentuk maka tahap selanjutnya yaitu pendinginan, dimana sabun yang telah dibentuk diletakkan ke dalam ruangan yang disediakan atau ruangan berAC.

d. Pengemasan

Tahap selanjutnya yaitu pengemasan/pembungkusan, dimana semua sabun yang sudah didinginkan dimasukkan dalam kotak sabun kemudian dipress seperti digambar II.4



GAMBAR II.4

2. Pendistribusian

Produk yang sudah dipacking akan di distribusikan kepada retailer atau konsumen selain konsumen sabun kelor juga didistribusikan di :

- a. Bandara Sultan Syarif Kasim II (Pekanbaru)
- b. La Moringa (Kemang, Jakarta)
- c. Marketplace (Shopee, Lazada, Tiktok, dan Instagram)

BAB III

RENCANA, FAKTA DAN ANALISA

A. Rencana

Rencana merupakan ketetapan tentang langkah atau tindakan yang akan dilakukan di masa mendatang dan menjadi tolak ukur keputusan yang akan diambil dalam rangka mencapai target yang diinginkan. Rencana ini juga dapat digunakan sebagai pedoman pengarahan kegiatan dan juga sebagai pedoman proses pengendalian usaha. Dengan membuat sebuah perencanaan maka diharapkan akan mampu menghasilkan realisasi yang baik sesuai dengan yang diharapkan.

Sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan produk sabun kelor, sabun kopi sabun susu kambing dan sabun kelor cair yang saat ini di distribusikan pimpinan direksi PT. MOND NATURE LESTARI juga sudah menyiapkan beberapa rencana dalam menginovasikan produknya sehingga konsumen dapat semakin tertarik untuk melakukan pembelian. Adapun rencana inovasi produk yang telah disusun oleh pimpinan direksi tersebut sebagai berikut:

1. Melakukan pengembangan produk dengan cara membentuk sebuah sabun dengan tampilan yang lebih menarik seperti :
 - 1) . Membuat sabun bentuk buah
 - 2) . Membuat sabun bentuk hewan
 - 3) .Membentuk sabun bentuk bunga

2. Menambah jenis produk sabun sehingga konsumen dapat memilih sesuai keinginan sebelum melakukan pembelian seperti:
 - 1) . Sabun Anti Bakteri
 - 2) .Sabun Anti Jerawat
 - 3) .Sabun Herbal
 - 4) .Sabun Pelembab
 - 5) .Sabun Aroma Terapi
3. Menambah Aroma produk sabun sehingga konsumen dapat memilih sesuai keinginan kebutuhan sebelum melakukan pembelian seperti:
 - 1) Sabun Aroma Lemon
 - 2) Sabun Aroma Kayu Cendana
 - 3) Sabun Aroma Bunga Mawar dan Melati
 - 4) Sabun Aroma Kayu cendana
4. Memberikan tester kepada setiap calon konsumen agar merasakan kualitas rasa lembut atau ketidak cocokkannya pada sabun yang akan dibeli.
5. Antusias dalam memperkenalkan jenis produk sabun dengan inovasi dan manfaat yang sangat besar dalam kandungan sabun tersebut di media social seperti:
 - 1) Instagram
 - 2) Tiktok
 - 3) Whatsapp
 - 4) Youtube
 - 5) Facebook

6. Memberikan potongan harga 10% pada setiap produk sabun dengan pembelian apabila konsumen membeli minimal 10 sabun.

B. Fakta

Setiap perusahaan tentunya memiliki tujuannya masing-masing sehingga untuk mewujudkan tujuan tersebut diperlukan perencanaan terlebih dahulu, namun rencana tidak akan bergerak kemana-mana jika tidak di jalankan atau direalisasikan. Fakta merupakan hasil realisasi dari perencanaan yang sudah ditetapkan dan merupakan hasil nyata dari perencanaan yang sudah disusun sebelumnya berdasarkan kondisi riil di lapangan. Fakta yang sesuai dengan perencanaan akan mempermudah perusahaan untuk memenangkan persaingan sehingga akan mempercepat tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Fakta dari hasil inovasi produk sabun kelor, sabun kopi sabun susu kambing dan sabun kelor cair yang sudah diracancang oleh pimpinan direksi dinilai sangat penting untuk melihat apakah perencanannya yang sudah mampu terlaksana dengan baik atau malah mengalami kendala. Adapun inovasi produk yang sudah dilaksanaka pada PT. MOND NATURE LESTARI seperti berikut:

Tabel III.1

Inovasi Produk Pada PT MOND NATURE LESTARI, Tahun 2023

NO	Nama Sabun	Harga
1	Sabun Kelor	Rp. 15.000
2	Sabun Kopi	Rp. 15.000
3	Sabun Susu Kambing	Rp. 15.000
4	Sabun Kelor Cair (500 ml)	Rp. 40.000

Dari tabel III.1 dapat dilihat bahwa sudah terdapat beberapa inovasi jenis sabun yang ditawarkan dengan bentuk dan jenis produk sabun kelor, sabun kopi sabun susu kambing dan sabun kelor cair yang lebih beragam. Inovasi ini dilakukan agar konsumen bisa memilih mana yang sesuai dengan keinginannya dan konsumen saat ini para calon konsumen bisa melakukan taster terlebih dahulu guna menyesuaikan sebelum melakukan pembelian.

Sebagai langkah promosi, pimpinan direksi melalui tim PT. MOND NATURE LESTARI juga sudah antusias dalam melakukan promosi, khususnya untuk produk sabun dengan inovasi bentuk dan jenis produk terbaru melalui instagram, facebook, youtube, tiktok dan whatsapp. Agar bisa semakin menarik konsumen, saat ini pimpinan direksi juga sudah melakukan promo dengan memberikan potongan harga 10% pada produk sabun dengan membeli minimal 10 produk sabun yang sudah ditentukan, Khususnya produk-produk baru dengan bentuk, jenis dan aroma yang berbagai macam.

Bentuk keberhasilan kegiatan inovasi produk sabun tersebut salah satunya dapat dilihat pada tabel berikut. Adapun penjualan sabun kelor, sabun kopi, sabun susu kambing dan sabun kelor cair

Tabel III.2

Target dan Realisasi Penjualan Produk sabun Pada PT MOND NATURE LESTARI

Bulan Januari-Juni

NO	Bulan	Target Penjualan (Pcs)	Sabun Kelor	Sabun Kopi	Sabun Susu Kambing	Sabun Kelor Cair	Total Realisasi (pcs)	(%)
1	Januari	525	195	120	75	129	455	86,7
2	Februari	509	198	90	85	110	473	92,9
3	Maret	508	205	150	50	30	435	85,6
4	April	512	210	130	60	90	490	95,7
5	Mei	502	200	135	50	110	495	98,6
6	Juni	515	209	110	80	110	509	98,8
	Jumlah	3.071	1.217	735	400	579	2.857	558,3
	Rata -Rata	511,83	202,83	122,5	66,66	96,5	476,17	93%

Dari Tabel III.2 dapat diketahui presentase total penjualan penjualan sabun kelor, sabun kopi, sabun susu kambing dan sabun kelor cair sejak bulan januari sampai juni masih berfluktuasi. Penjualan terbanyak yaitu terjadi pada bulan juni dengan total 509 pcs sabun, sedangkan penjualan terendah yaitu terjadi pada bulan maret dengan total penjualan hanya sebanyak 435 pcs sabun. Sejak bulan april sampai dengan bulan juni, total jumlah penjualan sabun mengalami peningkatan, hal ini memberikan arti inovasi produk yang telah dilakukan dalam 3 bulan terakhir ini memberikan hasil yang baik sehingga sudah mampu menarik konsumen baru maupun konsumen lama agar selalu royal untuk memberi sabun yang ditawarkan.

C. Analisa

Inovasi produk sabun yang sudah dilakukan pimpinan direksi PT. MOND NATURE LESTARI bertujuan agar konsumen maupun pelanggan tidak merasa bingung dan ragu dengan jenis sabun yang itu-itu saja serta inovasi produk sabun ini juga ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Keberhasilan penjualan produk yang sudah diinovasikan ini tentunya harus disertai dengan promosi sehingga konsumen bisa semakin tertarik dan kemudia melakukan pembelian

Penjualan produk sabun kelor, sabun kopi, sabun susu kambing dan sabun cair kelor secara umum dalam tiga bulan terakhir sudah mengalami peningkatan, hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk sangat penting dalam menarik minat konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian roti, terlebih untuk cake ultah yang hanya diproduksi ketika ada pesanan karena kue ini bersifat basah dan cepat basi. Inovasi produk roti ini tentu perlu ditingkatkan sehingga kedepannya akan membawa dampak yang semakin baik dalam pengembangan usaha dan profitabilitas yang diperoleh diharapkan akan bisa semakin meningkat.

Pentingnya melakukan inovasi produk ini mendukung pendapat Riyanto (2016:71), inovasi produk (product innovation) adalah pengembangan produk baru atau yang telah dikembangkan. Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa pengganti yang secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern dan up to date, sehingga terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut.

Gitosudarmo (2015:32), inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Jadi inovasi bukanlah sebuah konsep atau suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja tetapi inovasi merupakan gabungan dari semua proses-proses tersebut

Tujuan perusahaan untuk melakukan inovasi produk adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri. Pada saat ini di tengah persaingan yang begitu ketat, barang yang ditawarkan kepada konsumen haruslah bervariasi dengan segala kelebihan dan kecanggihannya. Inovasi produk yang dilakukan haruslah melalui penelitian pasar agar produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen. Adapun tujuan inovasi adalah sebagai berikut (Kotler, 2018:97):

1. Meningkatkan Kualitas

Secara umum tujuan inovasi di berbagai bidang adalah untuk meningkatkan kualitas dan juga nilai sesuatu hal yang sudah ada, baik itu produk atau layanan.

2. Mengurangi biaya

Inovasi juga bertujuan untuk membantu mengurangi biaya, khususnya biaya tenaga kerja. Sebagai contoh, sekarang ini banyak diciptakan mesin peralatan yang dapat menggantikan tenaga kerja manusia dalam proses produksi. Dengan adanya mesin dan peralatan tersebut maka biaya tenaga kerja untuk produksi akan semakin berkurang. Selain itu, penggunaan mesin dan peralatan pada proses produksi barang/jasa tertentu akan menghasilkan kinerja lebih baik.

3. Menciptakan pasar baru

Dengan adanya produk yang lebih bernilai tinggi sebagai hasil dari inovasi, maka hal ini akan menciptakan pasar baru dimasyarakat. Memperluas jangkauan produk salah satu contohnya dapat kita lihat dari bisnis e-commerce seperti saat ini. Para pengusaha memperluas jangkauan produk mereka dengan memanfaatkan internet yang dapat diakses lebih banyak calon konsumen potensial.

4. Mengganti produk atau layanan

Inovasi juga bertujuan untuk mengganti produk/layanan yang dianggap kurang efektif atau efisien. Salah satunya dapat kita lihat inovasi yang terjadi pada mesin sepeda motor yang sekarang lebih hemat bensin.

5. Mengurangi konsumsi energi

Manusia selalu ingin menghemat penggunaan energi, itulah sebabnya ada banyak sekali inovasi yang dilakukan manusia. Salah satunya adalah adanya sumber energi terbarukan yang memanfaatkan alam, misalnya tenaga surya, angin dan air, sebagai sumber energi listrik.

Inovasi produk merupakan cara meningkatkan nilai sebuah komponen kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa perusahaan memiliki.

keunggulan kompetitif dan menjadi pemimpi inovasi dilakukan karena ada tujuan tertentu yang ingin dicapai oleh manusia. Adapun manfaat inovasi produk dalam bisnis adalah sebagai berikut (Widi, 2020:34):

1. Memecahkan masalah yang sulit untuk diselesaikan

Ketika dalam bisnis anda mengalami permasalahan yang tidak bisa dihilangkan maka anda membutuhkan inovasi dan kreatifitas untuk mencari solusi. Inovasi memungkinkan untuk memecahkan masalah serta memberikan wawasan yang memungkinkan anda melihat hal-hal dari prespektif yang berbeda. Pendekatan inovasi ini tergantung dengan bisnis anda dan biasanya berupa peningkatan pada produk atau layanan yang sudah ada, perluasan bisnis dan perubahan arah bisnis. Ketika dalam bisnis anda mengalami permasalahan yang tida...

inovasi dapat meningkatkan produktivitas mereka dan memotivasi mereka untuk terus berkembang. Apapun jenis anda sebaiknya anda harus memasukkan semangat kreativitas yang kuat untuk setiap karyawan.

3. Membuat bisnis anda mejadi unik

Manfaat inovasi selanjutnya adalah inovasi akan membuat bisnis anda menjadi unik dan menonjol dari bisnis pesaing anda. Untuk itu anda membutuhkan ide yang inovatif sehingga orang akan mudah mengingat bisnis anda karena produk anda berbeda dari produk yang lainnya. anda bisa membuat cerita unik dari bisnis anda atau mengembangkan kepribadian unik bisnis anda.

4. Mengalahkan kompetitor yang kuat

Ketika anda memberikan sentuhan inovasi pada bisnis anda maka anda memiliki kesempatan untuk mengalahkan kompetitor.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Sebagai uraian penutup dari laporan kertas kerja PKL. ini, penulis memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi produk pada PT. MOND NATURE LESTARI seperti Inovasi produk untuk sabun kelor, sabun kopi sabun susu kambing dan sabun kelor cair
2. Dalam tiga bulan terakhir total jumlah penjualan pada PT. MOND NATURE LESTARI terus mengalami peningkatan, hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk sangat penting dalam menarik minat konsumen atau pelanggan untuk melakukan pembelian sabun. Inovasi produk sabun ini tentu perlu ditingkatkan sehingga kedepannya akan membawa dampak yang semakin baik dalam pengembangan usaha dan profitabilitas yang diperoleh diharapkan akan bisa semakin meningkat.

B. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pimpinan direksi PT. MOND NATURE LESTARI untuk melakukan pemetaan terhadap beberapa usaha sabun di Bangkinang Kota, sehingga bisa menjadi rujukan dan perbandingan inovasi produk sabun yang akan ditawarkan
2. Diharapkan kepada pimpinan direksi PT. MOND NATURE LESTARI semakin kreatif untuk mengelurakan inovasi produk sabun dengan bentuk dan aroma yang beragam dan semakin aktif mempromosikannya di media sosial.

LAMPIRAN

