

SKRIPSI

ANALISIS INOVASI PROSES DAN INOVASI PRODUK BAKSO PADA UMKM BAKSO DESA PANDAU JAYA KABUPATEN KAMPAR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memproleh
Gelar Sarjana (S1) Pada
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau*



OLEH

MUSABIR
165210679

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2021/2022



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jalan Kaharudin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan
 Telp. (0761) 674674 Fax: (0761) 6748834 Pekanbaru 28284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MUSABIR
 NPM : 165210679
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
 Jurusan : Manajemen
 Konsentrasi : Manajemen Operasional
 Judul Skripsi : ANALISIS INOVASI PROSES DAN INOVASI PRODUK BAKSO PADA
 UKM BAKSO DESA PANDAU JAYA KABUPATEN KAMPAR

Disahkan Oleh:
 Pembimbing

Kamar Zaman, SE., M.M

Diketahui :



Dr. Eva Sundari, SE.,MM, CRBC)

Ketua Program Studi

(Abd.Razak Jer, SE.,M.Si)



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS Alamat:
 Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoan Telp.
 (0761) 674674 Fax. (0761) 674834 Pekanbaru – 28284

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : MUSABIR
 Npm : 165210679
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 Program Studi : Manajemen SI
 Konsentrasi : Manajemen Operasional
 Judul Skripsi : Analisis Inovasi Proses dan Inovasi Produk bakso pada
 UMKM Bakso Pandau Jaya Kabupaten Kampar
 Sponsor : Kamar Zaman, SE., MM
 Dengan Perincian Sebagai Berikut :

No	Tanggal	Catatan Sponsor	Berita Acara	Paraf Sponsor
1	08-08-2020	✓	Tambahkan data inovasi, proses inovasi produk yang ada pada usaha	
2	09-09-2020	✓	Dilengkapi dengan gambar dan penjelasan latar belakang	
3	12-09-2020	✓	ACC seminar proposal	
4	04-02-2021	✓	ACC outline (cetak)	
5	17-03-2021	✓	ACC kuisisioner	
6	05-05-2021	✓	Perbaiki sesuai hasil diskusi	
7	15-07-2021	✓	Perbaiki kesimpulan sesuaikan dengan tujuan penelitian	

8	08-12-2021	✓	ACC seminar hasil
---	------------	---	-------------------



Pekanbaru, 11 Maret 2022

Wakil Dekan 1

Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau No: 48/KPTS/FE-UIR/2022, Tanggal 11 Januari 2022, Maka pada Hari Rabu 12 Januari 2022 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2021/2022.

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Nama | : Musabir |
| 2. NPM | : 165210679 |
| 3. Program Studi | : Manajemen S1 |
| 4. Judul skripsi | : Analisis Inovasi Proses dan Inovasi Produk Bakso Pada UKM Bakso Desa Pandau Jaya Kabupaten Kampar. |
| 5. Tanggal ujian | : 12 Januari 2022 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : Lulus (B+) 70,25 |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan Bidang Akademis

Abd. Razak Jer, SE., M.Si
Ketua Prodi Manajemen

Dosen penguji :

1. Kamar Zaman, SE., MM
2. Hj. Susie Suryani, SE., MM
3. Ramzi Durin, SH., MH

(.....)

(.....)

(.....)

Notulen

1. Rahmat Setiawan, SE., M.B.A

(.....)

Pekanbaru, 12 Januari 2022

Mengetahui
Dekan,


Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor : 48 / Kpts/FE-UIR/2021
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau dilak sanakan ujian skripsi / oral comprehensive sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji.
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.
- Mengingat** : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018.
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

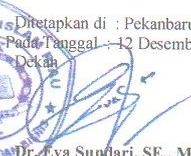
MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:
- N a m a : Musabir
N P M : 165210679
Program Studi : Manajemen S1
Judul skripsi : Analisis Inovasi Proses dan Inovasi Produk Bakso Pada UKM Bakso Desa Pandau Jaya Kabupaten Kampar.
2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Kamar Zaman, SE., MM	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Hj. Susie Suryani, SE., MM	Lektor, C/c	Sistematika	Sekretaris
3	Ramzi Durin, SH.,MH	Assisten Ahli, C/b	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6	Randi Saputra, SE., MM	Non Fungsional C/b	-	Notulen
7			-	Saksi II
8			-	Notulen

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.
Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 12 Desember 2021
Dekan


Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC

- Tembusan : Disampaikan pada :
1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
 2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
 3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru
 4. Yth : Sdr. Kepala BAAK UIR di Pekanbaru

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Musabir
 NPM : 165210679
 Jurusan : Manajemen / SI
 Judul Skripsi : Analisis Inovasi Proses dan Inovasi Produk Bakso Pada UKM Bakso Desa Pandau Jaya Kabupaten Kampar.
 Hari/Tanggal : Rabu 12 Januari 2022
 Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Kamar Zaman, SE., MM		

Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Hj. Susie Suryani, SE., MM		
2	Ramzi Durin, SH., MH		

Hasil Seminar : *)

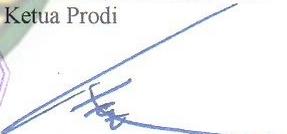
1. Lulus (Total Nilai)
2. Lulus dengan perbaikan (Total Nilai 70)
3. Tidak Lulus (Total Nilai)

Mengetahui
An.Dekan


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan I



Pekanbaru, 12 Januari 2022
Ketua Prodi


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

*) Coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Musabir
NPM : 165210679
Judul Proposal : Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Pada UKM Bakso Pandau Jaya Kabupaten Kampar.
Pembimbing : 1. Kamar Zaman, SE., MM
Hari/Tanggal Seminar : Kamis 19 November 2020

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

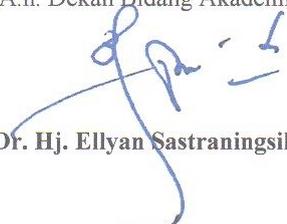
1. Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan *)
2. Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali *)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki *)
4. Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki *)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas *)
6. Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang *)
7. Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas *)
8. Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas *)
9. Sumber data : Jelas/tidak jelas *)
10. Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas *)
11. Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas *)
12. Daftar kepustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian *)
13. Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat *)
14. Kesimpulan tim seminar : Perlu/tidak perlu diseminarkan kembali *)

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Kamar Zaman, SE., MM	Ketua	1. 
2.	Hj. Susie Suryani, SE., MM	Anggota	2. 
3.	Ramzi Durin, SH., MH	Anggota	3. 

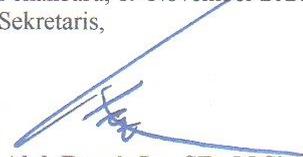
*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
A.n. Dekan Bidang Akademis


Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si



Pekanbaru, 19 November 2020
Sekretaris,


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor: 622 /Kpts/FE-UIR/2020
TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1
Bismillahirrohmanirrohim
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang: 1. Surat penetapan Ketua Jurusan / Program Studi Manajemen tanggal 2 Juli 2020 tentang penunjukan Dosen Pembimbing skripsi mahasiswa.
 2. Bahwa dalam membantu mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga Mendapat hasil yang baik perlu ditunjuk Dosen Pembimbing yang Akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap mahasiswa tersebut

- Mengingat: 1. Surat Mendikbud RI:
 a. Nomor: 0880/U/1997 c.Nomor: 0378/U/1986
 b. Nomor: 0213/0/1987 d.Nomor: 0387/U/1987
 2. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
 a. Nomor : 192/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Eko. Pembangunan
 b. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Manajemen
 c. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Akuntansi S1
 d. Nomor : 001/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/I/2014 Tentang Akreditasi D.3 Akuntansi
 3. Surat Keputusan YLPI Daerah Riau
 a. Nomor: 66/Skep/YLPI/II/1987
 b. Nomor: 10/Skep/YLPI/IV/1987
 4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013
 5. Surat Edaran Rektor Universitas Islam Riau tanggal 10 Maret 1987
 a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

- Menetapkan: 1. Mengangkat Saudara - saudara yang tersebut namanya di bawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu:

No	N a m a	Jabatan/Golongan	Keterangan
1	Kamar Zaman, SE., MM	Lektor, C/c	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah:
 N a m a : Musabir
 N P M : 165210679
 Jusan/Jenjang Pends. : Manajemen / S1
 Judul Skripsi : pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Pada UKM Bakso Pandau Permai
3. Tugas pembimbing adalah berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor: 52/UIR/Kpts/1989 tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa di lingkungan Universitas Islam Riau.
4. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya memperhatikan usul dan saran dari forum seminar proposal.
5. Kepada pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
6. Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini segera akan ditinjau kembali.
- Kutipan: Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan menurut semestinya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
 Pada Tanggal: 2 Juli 2020
 Dekan,


 Dr. Firdaus A. Rahman, M.Si, Ak.,CA

Tembusan: Disampaikan pada:

1. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau
 2. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru.



UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS EKONOMI

الجامعة الإسلامية البريوتية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674834 Email : fekon@uir.ac.id Website : www.ac.uir.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

NAMA : MUSABIR
NPM : 165210679
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS INOVASI PROSES DAN INOVASI PRODUK PADA UKM BAKSO DI PANDAU JAYA, KAB. KAMPAR
PEMBIMBING : KAMAR ZAMAN, SE., MM

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme yaitu 12% (dua belas persen) pada setiap subbab naskah skripsi yang disusun.

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 10 Desember 2021

Ketua Program Studi Manajemen

Abd Razak Jer, SE., M.Si

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (Skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik , baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (Skripsi) di jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai Skripsi dan atau pencabutan gelar akademik keserjanaan dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 11 Maret 2022
Yang Menyatakan,




METERAI
TEMPEL
B02A3AJX744585977

(Musabir)

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

ABSTRAK

ANALISIS INOVASI PROSES DAN INOVASI PRODUKS BAKSO PADA UMKM BAKSO PANDAU JAYA KABUPATEN KAMPAR

MUSABIR

NPM. 165210679

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana inovasi proses dan inovasi produk pada UMKM Bakso di Desa Pandau Jaya, Kabupaten Kampar apakah sudah efektif atau perlu pengembangan. pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan wawancara dan dokumentasi, Jumlah Sampel pada penelitian ini sebanyak lima (5) sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data di dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, yaitu menjelaskan hasil dari tanggapan responden dan menyimpulkannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden belum maksimal dalam melakukan inovasi proses dan inovasi produk bakso pada UMKM Bakso Desa Pandau Jaya, Kabupaten Kampar.

Kata Kunci: *Inovasi proses dan Inovasi produk*

ABSTRACT**ANALYSIS OF PROCESS INNOVATION AND PRODUCTION
INNOVATION OF MEATBALL IN MAKSO SME PANDAU JAYA,
KAMPAR REGENCY****MUSABIR****NPM.165210679**

The purpose of this study was to find out how process innovation and product innovation in Meatball SMEs in Pandau Jaya Village, Kampar Regency were effective or needed development. Data collection was carried out in this study by means of interviews and documentation. The number of samples in this study was five (5) samples using the purposive sampling method. The data in this study are primary data and secondary data. Data analysis in this study is qualitative analysis, which explains the results of respondents' responses and concludes. The results of this study indicate that the respondents have not been maximal in innovating the process and product innovation of meatballs at UMKM Meatballs in Pandau Jaya Village, Kampar Regency.

Keywords: *Process innovation and product innovation*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan rahmat dan kurnia Allah Subhanawata'alla, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **ANALISIS INOVASI PROSES DAN INOVASI PRODUK BAKSO PADA UMKM BAKSO PANDAU JAYA KABUPATEN KAMPAR**. Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa dorongan dari banyak pihak, skripsi ini tidak akan tersusun dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yaitu sebagai berikut.

1. Bapak Prof.Dr. H. Syafrinaldi, SH, M.C.L, selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Ibu DR.Eva Sundari,SE.,MM.,CRBC. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
3. Bapak Abdul Razak, SE., M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen S1.
4. Bapak Kamar Zaman, SE., MM selaku Pembimbing.
5. Seluruh jajaran Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
6. Ayahanda dan Ibunda yang telah memberikan doa serta dukungannya.
7. Teman-teman disemua fakultas yang ada di Univeristas Islam Riau.
8. Perusahaan yang telah bersedia memberikan data-data yang penulis butuhkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan stripsi ini dengan baik.
9. Seluruh anggota BARAK yang telah membantu saya, (Musabir, SE., Roni Surbakti, S.Kom., Al Arif Syaifullah, SE., Satria Rachmad, ST., Surya Pratama Putra Adik kesayangan dan terkusus untuk saudara Noviyanto,

SE., selaku Presiden Mahasiswa UIR

Penulis sangat menyadari penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, karena keterbatasan dari pengetahuan, waktu, pengalaman, dan tenaga yang dimiliki oleh penulis, kritik dan saran yang membangun dibutuhkan oleh penulis untuk membangun hasil tulis karya ilmiah skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis mengucapkan mohon maaf dan terimakasih, semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya dan semua pihak yang membutuhkan.

Perkanbaru, 22 September 2021

Peneliti

MUSABIR

NPM. 165210679



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	10
2.1 Inovasi Proses	10
2.2 Inovasi Produk.....	16
2.3 Penelitian Terdahulu.....	26
2.4 Kerangka Penelitian.....	27
2.5 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Lokasi Penelitian	29
3.2 Populasi dan Sampel.....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data	30
3.4 Teknik pengumpulan data	31
3.5 Teknik Analisi Data.....	33
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	36
4.1 Profil UMKM Desa Pandau Jaya	36
4.1.1 Bakso Pedas Bang Mar	36
4.1.2 Bakso Mas Agus	36
4.1.3 Bakso Frenzy Pedaz	37

4.1.4	Bakso & Mie Ayam Ashiqu	38
4.1.3	Bakso Sedep Roso "Mas Sugeng"	38
4.2	Struktur Organisasi	39
4.2.1.	Bakso Pedas Bang Mar	39
4.2.2.	Bakso Mas Agus	40
4.2.3.	Bakso Frenzy Pedaz	40
4.2.4.	Bakso & Mie Ayam Ashiqu	41
4.2.5.	Bakso Sedep Roso "Mas Sugeng"	41
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
5.1	profil imporman/responden	42
5.1.1	Bakso Pedas Bang Mar	42
5.1.2	Bakso Mas Agus	42
5.1.3	Bapak Frenzy Pratama	43
5.1.4	Bakso & Mie Ayam Ashiqu	44
5.1.5	Bakso Sedep Roso "Mas Sugeng"	45
5.2	Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Desa Pandau Jaya KabupatenKampar	45
5.2.1	Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Pedas Bang Mar.	47
5.2.2	Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Mas Agus.....	50
5.2.3	Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Frenzy Pedaz	53
5.2.4	Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso & Mie Ayam Ashiqu	55
5.2.5	Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Sedep Roso "mas Sugeng"	57
5.3	Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Desa Pandau Jaya Kabupaten Kampar	59
5.3.1	Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Pedas Bang Mar	60
5.3.2	Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Mas Agus.....	63
5.3.3	Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Frenzy Pedaz	64
5.3.4	Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso & Mie Ayam Ashiqu	66

5.3.5	Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Sedep Roso"masSugeng"	68
5.4	Pembahasan	71
5.4.1	Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Pedas Bang Mar.	71
5.4.2	Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Mas Agus.....	72
5.4.3	Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Frenzy Pedaz	73
5.4.4	Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso & Mie Ayam Ashiqu	73
5.4.5	Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Sedep Roso"mas Sugeng"	74
5.5.1	Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Pedas Bang Mar	75
5.5.3	Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Frenzy Pedaz	76
5.5.4	Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso & Mie Ayam Ashiqu	77
5.5.5	Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Sedep Roso "masSugeng"	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		79
6.1	Kesimpulan	79
6.2	Saran	79
Daftar Pustaka		xi
LAMPIRAN		xiv

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data Prasurevei UMKM Bakso Pandau Raya, Kabupaten Kampar3

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu26



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Inovasi proses pembuatan bakso	6
Gambar 2.1 : Kerangka Penelitian	27
Gambar 3.1 : Mode Analisis Data Interaktif	34
Gambar 4.1 : Bakso Pedas Bang Mar	36
Gambar 4.2 : Bakso “Mas Agus”	37
Gambar 4.3 : Bakso Mas Frenzy pedas	37
Gambar 4.4 : Bakso & Mie Ayam Ashiqu	38
Gambar 4.5 : Bakso Sedap Roso “Mas Sugeng”	39
Gambar 4.6 : Struktur Organisasi Bakso Pedas Bang Mar	39
Gambar 4.7 : Struktur Organisasi Bakso Mas Agus	40
Gambar 4.8 : Struktur Organisasi Bakso Frenzy Pedaz	40
Gambar 4.9 : Struktur Organisasi Bakso & Mie Ayam Ashiqu	41
Gambar 4.10 : Struktur Organisasi Bakso Sedep Roso “Mas Sugeng”	41

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi pada saat ini telah membawa perubahan pada lingkungan bisnis dan kompetitif yang semakin meningkat. Suatu perusahaan diuntut agar dapat lebih proaktif dalam menanggapi keinginan konsumen yang semakin beragam akan produk yang memiliki kualitas produk yang lebih baik, sehingga setiap perusahaan harus memiliki standar keunggulan yang baik pula setaiap produk-produknya. Untuk pencapaian keunggulan kompetitif yang berkelanjutan harus mampu bersaing dalam tingkat global dan meningkatkan produktivitas.

Salah satu perubahan yang dihadapi perusahaan adalah adanya perubahan teknologi. Daya saing suatu perusahaan merupakan suatu perubahan teknologi yang menentukan daya saing setiap perusahaan. Kemajuan teknologi membuat perusahaana harus berfikir untuk terus mengembangkan produk yang dihasilkan karna dengan kecanggihan teknologi akan meningkatkan tuntutan konsumen terhadap suatu kemanfaatan suatu produk.

Inovasi dan kreativitas merupakan komponen penting sebagai sumber keunggulan daya saing bagi suatu perusahaan. Semakin ketatatnya suatu persaingan dan kemajuan teknologi yang tidak dapat dihindari saat ini mengakibatkan suatu produk akan tumbuh berkembang sampai pada suatu titik, dimana produk sulit untuk dibedakan dengan produk yang lain. Sehubungan dengan hal tersebut tidak menutup kemungkinan permasalahan ini

juga dapat muncul pada usaha kecil menengah atau biasa disebut dengan UMKM karna masih belum efektifnya strategi yang diterapkan. Cara untuk meghadapi masalah tersebut perlu dilakukan pula strategi yang lebih difokuskan agar menghasilkan suatu produk yang memiliki keunggulan kompetitif tersendiri. Sehingga kecepatan dalam merespon pertumbuhan inovasi yang dikaitkan dengan teknologi dalam perusahaan menjadi suatu yang wajib diperlukan untuk bersaing dengan perusahaan lain.

Usaha Kecil Menengah (UMKM) sebagai salah satu prioritas pembangunan ekonomi di Indonesia. Kegiatan UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang mampu bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. Seperti yang diungkapkan oleh Mudradjad Kuncoro dalam Harian Bisnis Indonesia pada tanggal 21 Oktober 2008 mengemukakan bahwa UMKM terbukti tahan terhadap krisis dan mampu survive karena, pertama, tidak memiliki utang luar negeri. Kedua, tidak banyak utang ke perbankan karena mereka dianggap unbankable. Ketiga, menggunakan input lokal. Keempat, berorientasi ekspor.

Usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam membangun perekonomian suatu negara atau pun daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Pada saat krisis hebat tahun 1998 usaha kecil menengah UMKM menjadi salah satu prioritas dalam agenda pembangunan di Indonesia karna terbukti mampu bertahan dalam krisis dan survive. Apabila UMKM mampu menciptakan inovasi, mereka harus mampu menyusun strategi bisnis agar dapat digunakan sebagai alat untuk menghadapi persaingan, untuk itu UMKM

dituntut kemampuannya dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan bisnisnya yaitu dengan penerapan strategi inovasi. Maka dari itu pelaku UMKM harus mampu berpikir secara kreatif dan inovatif dalam era globalisasi seperti saat ini.

Kelambanan dalam mengantisipasi perubahan pasar akan berdampak pada ketertinggalan perusahaan yang semakin besar dan mengganggu kegiatan operasionalisasi. Sehingga membangun dan mengembangkan strategi inovasi dalam bersaing mampu meningkatkan keberhasilan dan pencapaian tujuan perusahaan yang lebih baik.

Maka pemilik usaha harusnya lebih memperhatikan besarnya dampak strategi inovasi dalam menjalankan suatu usaha baik itu usaha berskala besar maupun skala kecil sebagai contoh objek yang dilakukan peneliti yaitu para pelaku usaha UMKM bakso ini, berikut peneliti melampirkan hasil prasurvei tentang nama dan pemilik usaha UMKM bakso yang ada di pandau jaya, kabupaten kampar.

Tabel 1.1

Data prasurvei UMKM bakso pandau raya, kabupaten kampar.

NO	Nama Usaha	Nama Pemilik Usaha	Alamat Usaha
1	Bakso Pedas Bang Mar	Muhammad Fikri, M.Si	Jl. Kopkar Raya, Pandau Jaya, Kec. Siak Hulu, Kabupaten Kampar, Riau.

2	Bakso Mas Agus	Agus Sunarmo	Jl. Mahang Raya, Pandau Jaya, Kec. Siak Hulu, Kabupaten Kampar, Riau.
3	Bakso Frenzy Pedaz	Frenzy pratama	Jl. Raya Pandau Permai, Pandau Jaya, Kec. Siak Hulu, Kabupaten Kampar, Riau.
4	Bakso & Mie Ayam Ashiqu	Suseno	Jl. Kopkar Raya, Pandau Jaya, Kec. Siak Hulu, Kabupaten Kampar, Riau.
5	Bakso Sedep Roso"mas Sugeng"	Sugeng	Jl. Raya Pasir Putih, Pandau Jaya, Kec. Siak Hulu, Kabupaten Kampar, Riau.

Sumber : Data prasarvei tahun 2020.

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa terdapat 5 UMKM bakso dari hasil prasarvei peneliti di pandau jaya.

UMKM bakso merupakan salah satu produk olahan daging secara tradisional, yang sangat terkenal dan digemari semua kalangan masyarakat, yang bisa diharapkan sebagai sumber pangan yang cukup bergizi. Bakso daging menurut SNI 01-38181995 adalah produk makanan berbentuk bulatan atau behtuk lain yang diperoleh dari campuran daging temak (kadar daging tidal<

kurang dari 50%) dan pati atau sereal dengan atau tanpa Bahan Tambahan Pangan (BTP) yang diizinkan (Dewan Standardisasi Indonesia, 1995).

Menurut Tarwotjo et al (1971), bakso merupakan daging yang dihaluskan, dicampur tepung pati, dibentuk bulatbulat dengan tangan sebesar kelereng atau lebih besar lagi dan dimasak dengan air panas untuk dikonsumsi. Bakso umumnya dibuat menggunakan daging pre-rigor agar dihasilkan bakso yang kenyal dan kompak (Dewan Standardisasi Indonesia, 19~5.).

Menurut Astawan (2008), bahwa bakso adalah produk olahan daging giling yang dicampur dengan tepung dan bumbu-bumbu serta bahan lain yang dihaluskan, kemudian dibentuk bulatan - bulatan dan kemudian direbus hingga matang. Istilah bakso biasanya diikuti dengan nama jenis dagingnya, seperti bakso ikan, bakso udang, bakso ayam, bakso sapi, bakso kelinci, bakso kerbau, dan bakso kambing atau domba. Air merupakan komponen penting dalam bahan makanan karena air dapat mempengaruhi penampakan, tekstur, serta citarasa makanan. Kandungan air dalam bahan makanan ikut menentukan acceptability, kesegaran dan daya tahan bahan tersebut (Winarno, 1993).

Telah dilakukan berbagai macam cara dalam pengolahan bakso dengan tujuan, untuk memperoleh kualitas yang baik, sehingga memiliki daya tarik konsumen. Untuk menghasilkan kualitas bakso yang baik harus menggunakan bahan penyusun yang tepat tidak menimbulkan bahaya kesehatan tubuh. Bakso yang sehat adalah berasal dari daging yang segar dan halal tanpa bahan pengawet.

Dalam proses pembuatan bakso untuk lebih mudah dan cepat perusahaan UMKM bako menggunakan mesin pengiling daging. Mesin giling daging berfungsi untuk menghaluskan dan melembutkan daging. Daging yang belum digiling biasanya masih dalam bentuk potongan-potongan kecil, sehingga dibutuhkan proses penghaluskan lebih dahulu untuk memudahkan pencampuran daging dengan bahan makanan yang lain. Proses penggilingan daging termasuk dalam proses utama dalam pembuatan bakso. Oleh karenanya, hasil penggilingan daging akan menentukan tekstur makanan (lihat Gambar 1).



Sumber : Data prasurvei tahun 2020

Gambar 1.1
Inovasi proses pembuatan bakso

Inovasi produk salah satu dari perusahaan UMKM bakso ini mencerminkan perubahan dalam produk yang ditawarkan perusahaan di pasar. Dalam hal ini, produk harus diperbaharui secara berkala agar dapat memperkuat posisinya di pasar. Inovasi Produk terus meningkat dalam hal pembedaan untuk memenuhi kebutuhan tertentu para pemakai spesifik. Inovasi Produk juga mempengaruhi

mutu produk, tetapi mempunyai suatu efek lebih besar pada rasa, reputasi (gambaran merek) dan nilai atau inovatif.

Dalam hal ini penelitian yang dilakukan pada bidang strategi inovasi adalah area penelitian yang dapat berkembang terus menerus seracara dinamis dan dampak munculnya ide-ide baru yang memiliki potensi untuk diteliti. UMKM bakso merupakan salah satu UMKM yang dapat dijadikan andalan salah satu pembangunan enkonomi Indonesia untuk masa yang akan datang dan harus didukung dengan kebijakan-kebijakan yang mendukung seperti penerapan strategi inovasi yang dapat berdampak positif pada kinerja oprasional usaha atauperusahaan.

Dari latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat topik penelitian mengenai **“Analisis Inovasi Proses dan Inovasi Produk bakso pada UMKM Bakso Pandau Jaya Kabupaten Kampar”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

“Bagaiman inovasi proses dan inovasi produk bakso yang dilakukan oleh usaha kecil menengah (UMKM) Bakso Pandau Jaya Kabupate Kampar”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, maka peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui inovasi proses dan inovasi produk bakso pada usaha kecil menengah (UMKM) Bakso Pandau Jaya Kabupaten Kampar.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama di bangku perkuliahan.

2. Bagi UMKM bakso

Dari hasil penelitian ini dapat sebagai bahan masukan terutama yang berkaitan dengan inovasi proses dan inovasi produk bakso.

3. Bagi peneliti berikutnya

Diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi yang bermanfaat untuk menambah pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengangkat tema yang sama dan sebagai bahan perbandingan serta pengukuran dasar untuk melakukan penelitian yang lebih dalam.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meupakan pendahuluan memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah tujuan dan maanfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TELAAH PUSTAKA

Bab ini menguraikan telaah pustaka dan hipotesis yang mengandung pembahasan penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan dimulai dari lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, sampai analisis data.

BAB IV: GAMBAR UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum perusahaan, struktur organisasi dan aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan.

BAB V: HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan hal penelitian dan pembahasan yang berupa laporan keuangan, perhitungan rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, dan rasio aktivitas.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir atau penutup dari penulisan skripsi, yang berisikan kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan juga saran penulisan sebagai bahan pertimbangan pagi perusahaan.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Inovasi Proses

2.1.1 Pengertian inovasi proses

Inovasi proses adalah proses peningkatan atau pembaharuan metode produksi yang akan mendorong pengurangan dalam unit biaya produksi. Inovasi-inovasi proses menekankan pada metode-metode baru dalam pengoperasian dengan cara membuat teknologi baru atau mengembangkan teknologi yang sudah ada. Sehingga dengan adanya inovasi proses yang lebih di susun dengan baik akan menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai unggul dengan keunikannya, dapat mempersingkat waktu kerja dengan didorongnya penggunaan teknologi yang lebih memadai untuk menciptakan produk sesuai dengan permintaan konsumen hal ini tentu dapat mengefisiensi biaya karena semakin minimnya biaya simpan suatu produk.

Indikator inovasi proses adalah Pengembangan metode proses produksi, Penambahan proses layanan baru, Melakukan perbaikan proses produksi, Memiliki fasilitas yang baik untuk proses produksi, Pengembangan kualitas dan proses bisnis, Pengoptimalan proses produksi.

Inovasi proses merupakan salah satu bentuk inovasi yang berkaitan dengan keterbukaan (Reichstein & Salter, 2006). Inovasi

proses fokus pada bagaimana produk / jasa yang ada diproduksi (Edquist et al., 2001). Inovasi proses juga menjadi pendorong kinerja perusahaan dan sarana strategis penting untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan (Reichstein & Salter, 2006).

Menurut Drucker (2007) inovasi merupakan alat khusus dari pengusaha, sebagai sarana dimana mereka memanfaatkan perubahan sebuah peluang untuk bisnis yang berbeda atau layanan yang berbeda. Hal ini mampu untuk ditampilkan sebagai suatu disiplin, mampu untuk dipelajari, mampu untuk di praktekkan. Pengusaha perlu mencari tujuan tertentu untuk inovasi yang sukses. Dan mereka perlu mengetahui dan menerapkan prinsip-prinsip dari inovasi yang sukses. Goswami dan Matthew (2005); PDMA (2008); De Meyer dan Garg (2005); Senge dkk. (2008) memaparkan definisi-definisi inovasi (dalam Fontana, 2011) :

1. Menciptakan sesuatu yang baru

Merujuk pada inovasi yang menciptakan pergeseran paradigma dalam ilmu, teknologi, struktur pasar, keterampilan, pengetahuan dan kapabilitas.

2. Menghasilkan hanya ide-ide baru

Merujuk pada kemampuan untuk menemukan hubungan-hubungan baru, melihat suatu subyek dengan perspektif baru dan membentuk kombinasi-kombinasi baru dari konsep-konsep lama.

3. Menghasilkan ide, metode, alat baru

Merujuk pada tindakan menciptakan produk baru atau proses baru. Tindakan ini mencakup invensi dan pekerjaan yang diperlukan untuk mengubah ide atau konsep menjadi bentuk akhir.

4. Memperbaiki sesuatu yang sudah ada

Merujuk pada perbaikan barang atau jasa untuk produksi besar-besaran atau produksi komersial atau perbaikan sistem.

5. Menyiapkan ide-ide baru

Menyebarkan dan menggunakan praktik-praktik baru di dunia.

6. Mengadopsi sesuatu yang baru yang sudah dicoba secara sukses di tempat lain Merujuk pada pengadopsian sesuatu yang baru atau yang secara signifikan diperbaiki, yang dilakukan oleh organisasi untuk menciptakan nilai tambah, baik secara langsung untuk organisasi maupun secara tidak langsung untuk konsumen.

7. Melakukan sesuatu dengan cara yang baru Melakukan tugas dengan cara yang berbeda secara radikal.

8. Mengikuti pasar Merujuk pada inovasi yang berdasarkan kebutuhan pasar.

9. Melakukan perubahan Membuat perubahan-perubahan yang memungkinkan perbaikan berkelanjutan.

10. Menarik orang-orang inovatif

Menarik atau merekrut dan mempertahankan kepemimpinan dan manajemen talenta dan manajemen manusia (people management) untuk memandu jalannya inovasi.

11. Melihat sesuatu dari perspektif yang berbeda

Melihat pada suatu masalah dari perspektif berbeda. Berdasarkan pada definisi inovasi di atas, maka inovasi adalah “kesuksesan ekonomi berkat adanya pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi output yang menciptakan perubahan besar dalam hubungan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen dan / atau pengguna.

2.1.2 Tipe Inovasi

Ada empat macam tipe inovasi, antara lain adalah sebagai berikut

(Machfoedsz dan Machfoedz, 2004) :

1. Penemuan

Kreasi suatu produk, jasa atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Konsep ini cenderung disebut revolusioner. Misalnya penemuan pesawat terbang oleh Wright bersaudara, telepon oleh Alexander Graham Bell, dan sebagainya.

2. Pengembangan

Pengembangan suatu produk, jasa atau proses yang sudah ada. Konsep ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada secara berbeda. Misalnya pengembangan McDonald oleh Ray Kroc, perhotelan Holiday Inn oleh Kemmons Wilson, dan sebagainya.

3. Duplikasi

Peniruan suatu produk, jasa atau proses yang telah ada. Meskipun demikian, upaya duplikasi bukan semata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangkan persaingan. Misalnya duplikasi perawatan gigi oleh Dentaland dan sebagainya.

4. Sintesis

Perpaduan konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara yang baru. Misalnya sintesis pada arloji oleh Casio dan sebagainya. Sedangkan Abernathy, Clark, dan Tidd (1993) menyebutkan tipe-tipe dari inovasi adalah:

1. Architectural Innovation

Inovasi seperti ini terletak pada produk dasar, proses dan terkait dengan pemasaran yang digunakan sebagai pedoman untuk perkembangan selanjutnya.

2. Market Niche Innovation

Inovasi seperti ini membuka peluang pasar baru melalui penggunaan teknologi yang sudah ada untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berbeda dengan produk pesaing.

3. Regular Innovation

Inovasi seperti ini melibatkan perubahan yang membangun pada produksi yang sesuai dengan pasar dan pelanggan yang ada.

4. Revolutionary Innovation

Inovasi yang belum pernah ada sebelumnya, namun diterapkan pada pasar dan pelanggan yang ada (dalam Stamm, 2008).

2.1.3 Level dan Kategori Inovasi

Pada tingkat sederhana, setidaknya tiga level dasar inovasi, yaitu incremental, architectural, dan radical. Dengan demikian dapat dijelaskan berdasarkan pendapat Gupta (2007) menunjukkan ada tiga level inovasi yang terdiri dari pengembangan, rancang bangun dan kebaruan. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Inovasi Incremental atau Pengembangan

Inovasi incremental dapat diartikan sebagai perubahan atau penyesuaian sederhana dalam produk, jasa, atau proses yang ada. Terdapat semakin banyak bukti bahwa perusahaan-perusahaan yang berusaha meningkatkan hasil investasi dapat berfokus pada inovasi incremental. Dorongan utama dari inovasi incremental dalam banyak perusahaan selama

beberapa tahun terakhir berasal dari program-program yang ditujukan pada hasil terus-menerus, pengurangan biaya dan pengelolaan kualitas.

2. Inovasi Architectural atau Rancang Bangun

Inovasi architectural dapat diartikan sebagai inovasi yang merupakan penerapan dari teknologi yang sudah ada atau baru muncul (emerging) untuk memecahkan suatu persoalan yang sebenarnya diawal tidak dimaksudkan untuk hal tersebut.

3. Inovasi Radical atau Kebauran

Inovasi radical dapat diartikan sebagai inovasi yang mengubah secara drastis kemampuan, menghasilkan produk atau proses baru yang berbeda dari sebelumnya atau tidak pernah ada sebelumnya.

2.2 Inovasi Produk

2.2.1 pengertian inovasi produk

Inovasi produk sebagai proses memperkenalkan teknologi baru yang dapat di jadikan sebagai alat untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan. Jenis inovasi ini mencerminkan perubahan dalam produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan di pasar. Dalam hal ini, produk atau jasa harus diperbaharui secara berkala agar dapat memperkuat posisinya di pasar.

Inovasi Produk dan jasa terus meningkat dalam hal pembedaan untuk memenuhi kebutuhan tertentu para pemakai spesifik. Inovasi Produk dan jasa juga mempengaruhi mutu produk dan jasa, tetapi

mempunyai suatu efek lebih besar pada reputasi (gambaran merek) dan nilai atau inovatif (Tidd et al. 2005). Indikator variabel ini adalah Menciptakan ide inovatif pada produk, Modifikasi produk-produk lama, Menyediakan produk baru di pasar, Penetapan harga produk.

Disisi lain perubahan lingkungan yang cepat akan mempengaruhi proses pembelajaran, hal ini menentukan efisiensi dalam inovasi produk (Hurley dan Hult, 1998, p.45). Dalam sisi lain produk inovasi menurut Galbraith, 1973; Schon, 1967 (dalam Lukas dan Ferrel, 2000, p.240) didefinisikan sebagai proses dari penggunaan teknologi baru kedalam suatu produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah.

Inovasi dapat dilakukan pada barang, pelayanan, atau gagasan-gagasan yang diterima oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru, sehingga mungkin saja suatu gagasan telah muncul di masa lampau, tetapi dapat dianggap inovatif bagi konsumen yang baru mengetahuinya.

Seringkali orang berpendapat bahwa dengan melakukan inovasi pada suatu hal maka seseorang telah melakukan perubahan yang bersifat positif yang mengarah pada kemajuan. Pendapat tersebut memang benar adanya, tetapi perubahan (dalam bentuk apapun) tersebut bagi sebagian konsumen sesuatu yang sulit diterima begitu saja.

Inovasi adalah perubahan metode atau teknologi bersifat positif yang berguna dan berangkat dari cara-cara yang sudah ada sebelumnya dalam melakukan sesuatu. Untuk inovasi sendiri terdiri dari

dua tipe yaitu inovasi proses dan inovasi produk. Proses inovasi adalah perubahan yang mempengaruhi cara output dalam produksi, sedangkan inovasi produk sendiri memiliki definisi sebaliknya yaitu inovasi produk adalah perubahan dalam output aktual baik itu barang maupun jasa itu sendiri (Bateman & Snell, 2009, p. 610).

Definisi inovasi produk menurut Crawford dan De Benedetto (2008) adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan di mana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/kegunaannya. Inovasi produk diterapkan pada pengoperasian total dengan produk yang baru dibuat dan dipasarkan, dan itu termasuk inovasi dalam semua proses fungsional. Bagi kebanyakan organisasi, inovasi produk adalah upaya penelitian dan pengembangan (R & D). Jenis upaya inovasi yang ditemukan dalam proses R & D meliputi (White dan Bruton, 2007) :

1. Basic Research : Penelitian dan Pengembangan Murni

Basic research melibatkan penciptaan pengetahuan baru. Pengetahuan ini mungkin baru untuk perusahaan, atau mungkin sebuah inovasi yang tidak dikenal sebelum penelitian ini. Basic research pada dasarnya berisiko, tetapi memiliki potensi untuk memberikan manfaat seperti mengarah ke produk baru atau cara untuk melakukan suatu bisnis. Tujuan dari sebuah strategi inovasi adalah untuk menciptakan nilai bagi perusahaan dan pelanggannya.

2. Applied Research : Pengembangan Produk Baru

Setelah membangun basic research perusahaan melakukan applied research. Applied research menggunakan pengetahuan baru yang berkembang pada saat basic research untuk menciptakan produk baru. Pengembangan produk baru dapat menyebabkan perusahaan mengubah posisi strategis dalam industri atau, setidaknya mengubah posisi potensinya dalam industri. Ini harus mengarah pada perusahaan yang mendapatkan beberapa ukuran keunggulan kompetitif. Tujuan applied research adalah untuk menambah nilai perusahaan dan pelanggan di pasar. Resiko dari penerapan inovasi dari jenis penelitian ini adalah kurang dalam jika dibandingkan dengan basic research.

3. Systems Integration : Peningkatan Produk atau Perluasan Pasar.

Jenis ketiga dari R & D adalah yang paling incremental di alam. System integration ditujukan untuk mendukung peningkatan bisnis pada produk yang sudah sukses atau membuka pasar baru dengan produk yang sudah ada. Jenis dari integrasi ini memiliki manfaat dan resiko yang rendah. Sebagian besar resiko adalah negatif dan tidak berubah dapat menyebabkan kerugian strategis. System integration yang paling sesuai di antara bagian-bagian dari organisasi dan bagaimana meningkatkan sesuai dengan basis pengetahuan yang ada.

2.2.2 Kategori Produk Baru

Menurut Crawford dan De Benedetto (2008), produk baru dapat dikategorikan dalam beberapa hal, yaitu:

1. New to the world products or really new products (Produk baru bagi dunia)

Produk ini adalah penemuan yang menciptakan sebuah pasar baru. Contohnya: Polaroid Camera, Sony Walkman, the Palm Pilot, HewlettPackard's laser printer, Rollerblade brand inline skates, P&G's Febreze and Dryel.

2. New to the firm products or new product lines (Lini produk baru)

Produk yang termasuk kategori baru bagi perusahaan. Produk bukanlah produk yang baru bagi dunia tapi baru bagi perusahaan. Contohnya: P&G's first shampoo or coffee, Hallmark gift items, AT&T's Universal credit card, Canon's laser printer.

3. Additions to existing product lines (Tambahkan pada lini produk yang telah ada)

Ini adalah "pematrolian" merek, atau perpanjangan lini yang dirancang untuk menyempurnakan lini produk sebagai puncak yang ditawarkan pasar perusahaan saat ini. Contohnya: P&G's Tide Liquid detergent, Bud Light, Apple's iMac, Hewlett-Packard's LaserJet 7P (laser printer murah yang dirancang untuk komputer rumah).

4. Improvements and revisions to existing products (Perbaikan dan revisi produk yang telah ada)

Produk yang telah ada dan dibuat lebih baik lagi. Contoh: P&G's Ivory Soap and Tide powder laundry detergent telah direvisi beberapa kali sepanjang sejarah mereka.

5. Repositioning (Penentuan kembali posisi)

Produk yang ditargetkan ulang untuk penggunaan dan aplikasi baru. Contohnya: Aspirin direposisi sebagai perlindungan terhadap serangan jantung, juga mencakup produk yang ditargetkan ulang untuk pengguna atau target pasar baru, Rokok Marlboro direposisi dari rokok wanita ke rokok pria.

6. Cost reductions (Pengurangan biaya)

Produk baru yang hanya mengganti produk yang ada, memberikan kinerja pelanggan yang sama tetapi dengan biaya yang lebih rendah. Mungkin lebih dari sebuah "produk baru" dalam hal desain atau produksi dari pemasaran.

2.2.3 Pengembangan Produk Baru

Sebuah studi yang berpengaruh bukan hanya untuk proses pengembangan produk tetapi juga untuk produk baru secara umum dilakukan oleh Booz Allen Hamilton (1982). Ketika meneliti bagaimana perusahaan menetapkan tahap pengembangan produk mereka yang menemukan langkah-langkah sebagai berikut

(dalam Stamm, 2008) :

1. Pemunculan ide

Tahap ini dimulai dari munculnya ide-ide baru. Pada tahap ini pimpinan puncak di perusahaan akan menunjuk seorang manajer ide untuk menampung ide-ide tersebut dan mengidentifikasi inovasi yang akan dilakukan perusahaan. Seseorang yang ditunjuk oleh pimpinan puncak tersebut bertanggung jawab terhadap penyaringan ide untuk peluang bisnis baru dan untuk proyek-proyek baru dengan tujuan pengembangan lebih lanjut. Banyak sumber ide untuk konsep layanan baru dan sumber ide dapat diperoleh dari pendapat para konsumen.

2. Penyaringan

Tahap penyaringan ide terdiri atas sejumlah aktivitas yang dirancang untuk mengevaluasi suatu konsep produk baru. Konsekuensinya, akan ada banyak konsep baru dieleminasi dalam tahap ini. Setidaknya, informasi yang diperoleh dalam tahap penyaringan dapat membantu pihak manajemen untuk:

- a. Memproyeksikan tingkat permintaan potensial
- b. Mengidentifikasi peluang keberhasilan produk, dan
- c. Memperkirakan tingkat kanibalisasi.

Kegiatan-kegiatan penyaringan dapat meliputi studi potensi pasar (market potensial studies), pengujian konsep (concept test), dan model scoring (scoring model). Dalam penyaringan ide, perusahaan harus menghindari dua jenis kesalahan. Yang pertama adalah menolak ide yang sesungguhnya bagus, dan yang kedua adalah menerima dan meneruskan ide yang buruk ke tahap pengembangan dan komersialisasi. Dalam hal ini, kita dapat membedakan tiga jenis kegagalan produk, yaitu:

- a. Kegagalan produk yang absolut, adalah kegagalan yang menimbulkan kerugian, di mana penjualan tidak dapat menutupi biaya variabel.
- b. Kegagalan produk yang bersifat parsial, di mana ini menimbulkan kerugian tetapi penjualannya dapat menutupi biaya variabel dan sebagian biaya tetap.
- c. Kerugian produk relatif, adalah jenis kegagalan produk yang memberikan laba yang lebih kecil daripada sasaran tingkat pengembalian yang diharapkan perusahaan. Tujuan penyaringan ide adalah untuk menolak ide-ide buruk sedini mungkin. Jika sebuah produk telah mencapai tahap berikutnya, maka umumnya pihak manajemen beranggapan bahwa mereka telah melakukan banyak investasi dalam produk tersebut, sehingga produk itu harus diluncurkan untuk mengembalikan investasi yang telah dikeluarkan. Padahal sesungguhnya ide awalnya bukanlah ide yang bagus, karena itu situasi ini dapat menimbulkan kerugian besar bagi perusahaan.

3. Analisa bisnis

Tujuan analisis bisnis adalah untuk mendapatkan gambaran sekomprensif mungkin tentang dampak finansial yang dapat diperoleh dari memperkenalkan suatu produk baru. Sejumlah ukuran (seperti biaya, laba, Return On Investment, dan arus kas) digunakan, demikian pula metode-metode seperti analisis payback period, break-even analysis dan risk analysis. Analisis bisnis membutuhkan informasi rinci mengenai biaya manufaktur, biaya pemasaran, tingkat penjualan yang diperkirakan, dan tingkat kemungkinan kanibalisasi produk. Evaluasi finansial untuk produk baru lebih kompleks dibandingkan produk yang sudah mapan. Hal ini terjadi karena sejumlah faktor, di antaranya rentang waktu, kemungkinan kanibalisasi, dari kebutuhan akan investasi. Dalam hal rentang waktu misalnya, penjualan dan biaya untuk produk baru seringkali sangat bervariasi sepanjang waktu. Jarang sekali ada produk baru yang langsung diadopsi konsumen. Konsekuensinya, biaya pemasaran pada tahun pertama akan sangat besar dibandingkan tahun-tahun berikutnya, oleh karena adanya tuntutan kebutuhan untuk menciptakan awareness (kesadaran) dan insentif untuk distribusi produk serta product trial (percobaan produk).

4. Pengembangan

Ide-ide yang menarik harus disempurnakan menjadi konsep produk yang dapat diuji. Ada perbedaan antara ide produk, konsep produk, dan citra produk. Yang dinamakan ide produk adalah produk yang mungkin ditawarkan perusahaan ke pasar. Konsep produk merupakan versi yang

lebih rinci dari suatu ide yang dinyatakan dalam istilah yang dimengerti konsumen. Sedangkan citra produk adalah gambaran khusus yang diperoleh konsumen mengenai produk yang masih potensial ataupun yang sudah nyata. Pengembangan produk merupakan teknis yang mengubah suatu konsep menjadi produk nyata (working product).

5. Pengujian

Pada proses ini perusahaan memberikan penilaian yang lebih rinci mengenai peluang sukses produk baru, mengidentifikasi penyesuaian-penyesuaian akhir yang dibutuhkan untuk produk, dan menetapkan elemen-elemen penting dalam program pemasaran yang akan digunakan untuk memperkenalkan produk di pasar.

6. Komersialisasi

Tahap komersialisasi menyangkut perencanaan dan pelaksanaan strategi peluncuran (launching strategy) produk baru ke pasar, seperti penentuan waktu introduksi produk baru. Waktu peluncuran produk baru merupakan aspek krusial, baik dari sudut pandang permintaan pelanggan maupun kompetisi. Dalam hal permintaan pelanggan, misalnya, ada tingkat musiman (seasonality) tertentu dalam kategori produk spesifik. Sementara itu, dalam perspektif kompetisi, apabila diferensiasi produk relatif rendah, maka keputusan untuk secepat mungkin memasuki pasar merupakan pilihan yang strategis. Pemimpin pasar cenderung memperoleh keunggulan dalam hal consumer awareness dan pangsa pasar dalam kasus tersebut.

2.3 Penelitian Terdahulu

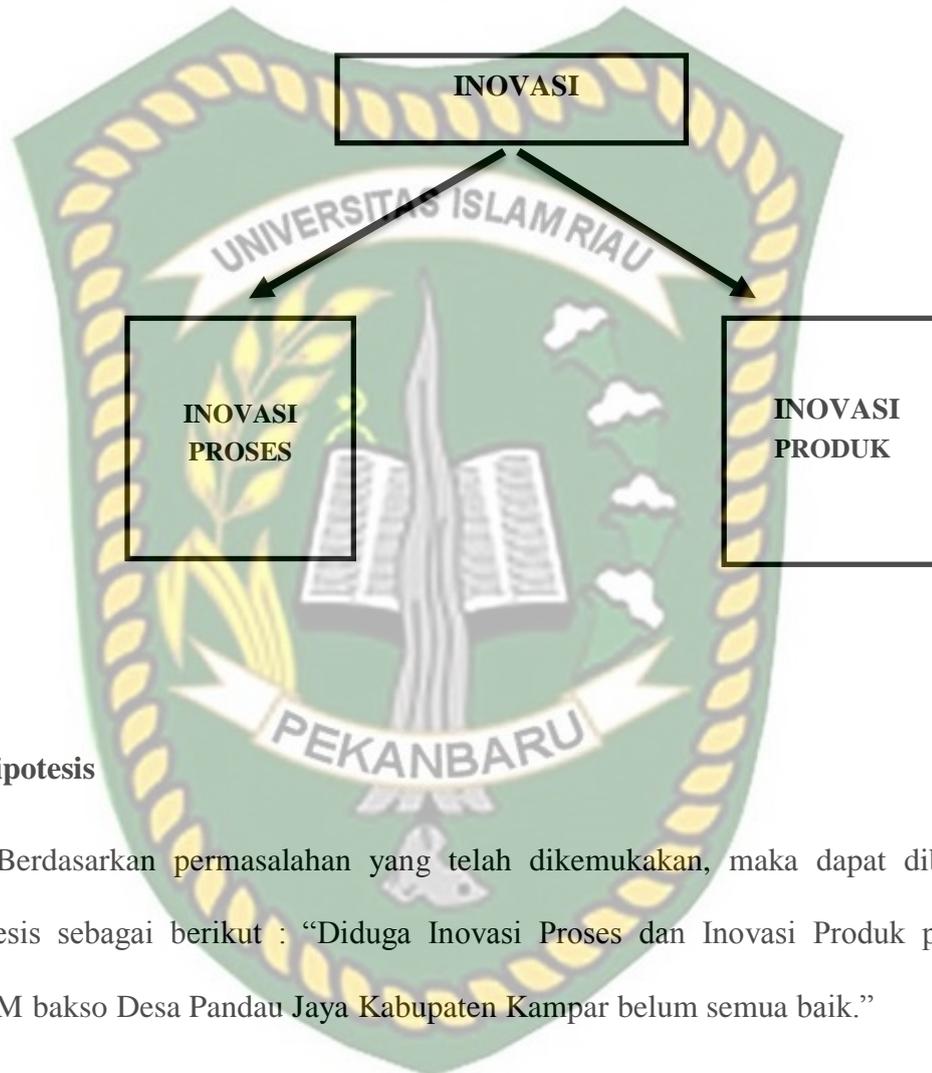
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Alat analisis	Hasil Penelitian
1.	Ivan Steffanus Budimartono (2016)	Analisis Proses Inovasi Produk Pada Pt. Indoplast Makmur	Analisis Inovasi Produk	Kualitatif deskriptif	Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perusahaan telah mengimplementasikan kesepuluh tahapan proses inovasi produk dengan baik.
2.	Kamal Satriya Subagia (2019)	Analisis Inovasi Produk dan Inovasi Proses pada industri Busana Muslim Kota Bandung	Analisis Inovasi Produk dan Inovasi Proses	Deskriptif dan Analisis Regresi	Dari hasil analisis masing-masing dimensi disetiap variabel diketahui diperlukannya untuk melakukan perbaikan..

Sumber: Data olahan (2020)

2.4 Kerangka Penelitian

Gambar 2.1
Kerangka Penelitian



2.5 Hipotesis

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka dapat dibuat Hipotesis sebagai berikut : “Diduga Inovasi Proses dan Inovasi Produk pada UMKM bakso Desa Pandau Jaya Kabupaten Kampar belum semua baik.”

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yang menekankan pada cara pandang, cara hidup, selera ataupun ungkapan emosi dan keyakinan dari masyarakat yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah upaya untuk mencari pemecahan masalah dengan menggambarkan peristiwa-peristiwa berdasarkan fakta dan bukti yang ada.

Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive*, (Sugiyono :2011 dalam Anggito & Johan,2018:8).

Selain itu, Adapun ciri-ciri/karakteristik yang menonjol dari penelitian kualitatif dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Tujuannya untuk melukiskan realita – realita sosial yang berhubungan dengan aspek komunikasi untuk mendapatkan kebenaran, perbandingan dan evaluasi.
2. Permasalahan yang telah diidentifikasi.
3. Instrumen penelitian dapat berupa *interview* (wawancara), observasi, dan dokumentasi”

4. (Moleong,2005:6) Dalam penelitian kualitatif, penentuan fokus dalam proposal lebih didasarkan pada tingkat kebaruan dan oroginalitas informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan) (Anggito & Johan,2018:52).

3.1 Lokasi Penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan pada UMKM bakso yang berada di Desa Pandau Jaya, Kabupaten Kampar.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 populasi

Menurut Hasan (2009:12), populasi diartikan sebagai keseluruhan nilai yang mungkin, hasil pengukuran ataupun perhitungan, kualitatif atau kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya. Populasi dalam penelitian ini yaitu 5 pengusaha UMKM bakso yang ada di Pandau Jaya, Kabupaten Kampar.

3.2.2 Sampel

Menurut Reksoatmodjo (2007:4), sampel adalah sekelompok objek yang dikaji atau diuji, yang dipilih secara acak (*random*) dari kelompok objek yang lebih besar (populasi) yang memiliki karakteristik yang sama.



3.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sutopo (2006 : 56-57), sumber data adalah tempat data diperoleh dengan menggunakan metode tertentu baik berupa manusia, artefak, ataupun dokumen-dokumen.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data berdasarkan dengan sumbernya. Menurut Uma Sekaran (2011), terdapat dua jenis pengumpulan data berdasarkan sumbernya yaitu sebagai berikut.

1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni informasi yang diperoleh secara langsung dari tangan pertama atau narasumber yang diperoleh dari observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah pelaku usaha UMKM bakso di Desa pandauJaya Kabupaten Kampar.

Data primer adalah data yang diambil secara langsung dari objek penelitian. Sugiyono (2012:137) data primer sebagai berikut “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Peneliti menggunakan data primer karena peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan yang bersumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini data primer yang diambil langsung dari UMKM bakso Pandau Jaya, Kabupaten Kampar.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber, tetapi dari pihak ketiga. Data penelitian yang menjadi sumber data sekunder adalah artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiarto,2015:87)

Data skunder juga erupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, biasanya dari pihak kedua yang mengolah data keperluan orang lain. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literatur dan buku-buku perpustakaan atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Sugiyono (2012:137) menyatakan bahwa “Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.”

Peneliti menggunakan data sekunder karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu informasi mengenai data-data terkait dengan UMKM bakso Pandau Jaya, Kabupaten Kampar, berbagai literatur, situs internet, buku-buku dan catatan yang berkaitan erat dengan masalahyang sedang diteliti.

3.4 Teknik pengumpulan data

a) Observasi

Pengumpulan data observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung peristiwa atau kejadian melalui cara sistematis. Kunci keberhasilan observasi sebagai teknik pengumpulan data sangat banyak ditentukan pengamat sendiri, sebab pengamat melihat, mendengar

mencium, atau mendengarkan suatu objek penelitian dan kemudian menyimpulkan dari apa yang diamati itu. Pengamat adalah kunci keberhasilan dan ketepatan hasil penelitian. Ialah yang memberi makna tentang apa yang diamatinya dalam realitas dan dalam konteks yang alami (*natural setting*): dialah yang bertanya, dan dia pulalah yang melihat bagaimana hubungan antara satu aspek dengan aspek yang lain pada objek yang dialami (Yusuf, 2017:384). Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi dengan mewawancarai pelaku usaha UMKM bakso di Desa Pandau Jaya Kabupaten Kampar.

Dalam observasi ini peneliti menggunakan alat untuk mengumpulkan data, yaitu baik pulpen, buku atau pun *handphone* untuk memfoto dan merekam. Alat-alat tersebut peneliti gunakan untuk mencatat yang peneliti amati dan tanyakan pada sumber yang bisa dipercaya.

b) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) dengan pewawancara dan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya (Yusuf, 2017:372). Adapun dalam penelitian ini, Peneliti secara

langsung turun kelapangan dan melakukan wawancara dengan pelaku usaha UMKM bakso di Desa Pandau Jaya Kabupaten Kampar. Setelah mewawancarai informan I untuk mendapatkan informasi dan data maka peneliti akan mewawancarai informan berikutnya.

c) Dokumentasi

Dokumentasi penelitian merupakan pengumpulan data dengan cara melakukan analisis tersebut terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang analisis dalam penelitian. Metode dokumentasi penelitian digunakan untuk mendapatkan data berupa dokumen yang berfungsi untuk melengkapi data penelitian peneliti. Dokumen itu berbentuk seperti tulisan, gambar, ataupun foto (Yusuf, 2017:391).

Dokumen tertulis dapat pula berbentuk sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, karya tulis, dan cerita. Setelah tahap observasi dan wawancara dilakukan pada tahap ini peneliti akan melakukan dokumentasi pada saat melakukan wawancara untuk melengkapi data peneliti dan membuat data peneliti teruji keasliannya. Peneliti juga bisa meminta dokumen seperti kartu keluarga, foto pernikahan, ataupun dokumen-dokumen lainnya.

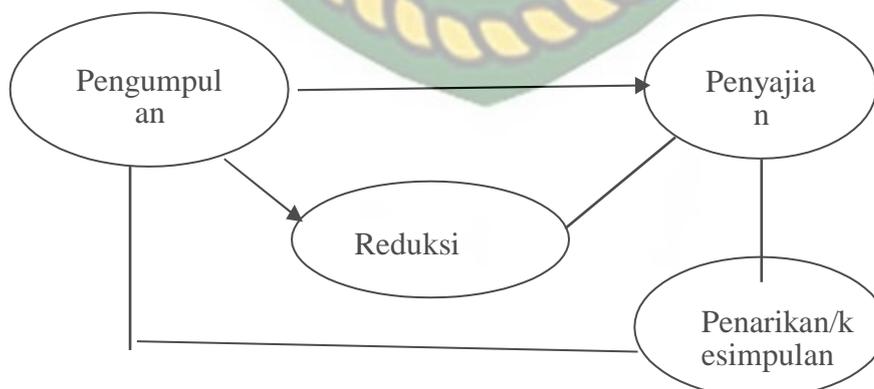
3.5 Teknik Analisi Data

Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan makna terhadap data dan informasi yang telah dikumpulkan dan dilaksanakan dari awal sampai akhir penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan langkah seperti yang dianjurkan oleh Miles dan Huberman menegaskan bahwa dalam penelitian

kualitatif data yang terkumpul melalui berbagai teknik pengumpulan data yang berbeda-beda, seperti wawancara (*interview*), observasi, dan dokumen, catatan-catatan yang lebih banyak berupa kata-kata dari pada angka (Yusuf,2017:407).

Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara diolah kembali oleh peneliti yang kemudian memasuki tahap reduksi data. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang telah di kumpulkan menjadi beberapa bagian dengan kebutuhan tertentu, dimana data yang diperlukan diperkuat sedangkan data yang tidak diperlukan dibuang saja. Setelah itu dilakukanlah penarikan kesimpulan, Oleh karena itu, data tersebut harus diproses dan dianalisis sebelum dapat digunakan . Miles dan Huberman menawarkan pola umum analisis dengan mengikuti model alir sebagai berikut:

Gambar 3. 1 Model Analisis Data Interaktif



Sumber : Miles & Huberman:1984 (Muri Yusuf ,2017:408)

Untuk penjelasan proses Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

a. Reduksi data

Reduksi data menunjuk kepada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pemisahan, dan pentransformasian data “mentah” yang terlihat dalam catatan tertulis lapangan (written-up field notes). Oleh karena itu reduksi data berlangsung selama kegiatan penelitian dilaksanakan.

b. Data *Display* (Penyajian)

Kegiatan utama kedua dalam tata alir kegiatan analisis data adalah data *display*. *Display* dalam konteks ini adalah kumpulan informasi yang telah tersusun yang memperbolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk *display* data dalam penelitian kualitatif yang paling sering yaitu teks naratif dan kejadian atau peristiwa yang terjadi.

c. Kesimpulan /Verifikasi

Kegiatan utama ketiga dalam analisis data yaitu penarikan kesimpulan/ *verifikasi*. Sejak awal pengumpulan data, peneliti telah mencatat dan memberi makna sesuatu yang dilihat atau diwawancarainya. Memo dan memo telah ditulis, namun kesimpulan akhir masih jauh. Peneliti harus jujur dan menghindari bias subjektivitas dirinya (Yusuf ,2017:408-409)

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Profil UMKM Desa Pandau Jaya

Berdasarkan data yang didapat dari *survey* dan wawancara yang dilakukan, maka gambaran umum beberapa UMKM adalah sebagai berikut :

4.1.1 Bakso Pedas Bang Mar

Usaha ini terletak di Jalan Puskopkar dekat bundaran Perumahan Pandau Permai dan dimiliki oleh seorang alumni Universitas Gajah Mada Yogyakarta yang bernama Muhammad Fikri, M.Si. Menu utama dari usaha ini adalah bakso yang diberi kuah saos pedas yang sangat inovatif.



Gambar 4.1

Bakso Pedas Bang Mar

4.1.2 Bakso Mas Agus

Usaha ini terletak di Jalan Mahang Raya Perumahan Pandau Permai dan dimiliki oleh Bapak Agus Sunarmo. Menu utama dari usaha ini adalah

bakso dan mie ayam. Usaha ini cukup ramai karena juga “terkenal” rasa nya yang enak.



Gambar 4.2
Bakso Mas Agus

4.1.3 Bakso Frenzy Pedaz

Usaha ini terletak di Jalan Raya Perumahan Pandau Permai disekitar swalayan Mandiri dan dimiliki oleh Bapak Frenzy Pratama. Menu utama dari usaha ini adalah bakso dengan kuah saos pedas.



Gambar 4.3
Bakso Frenzy Pedas

4.1.4 Bakso & Mie Ayam Ashiqu

Usaha ini terletak di Jalan Kopkar Raya Perumahan Pandau Permai dan dimiliki oleh Bapak Suseno. Menu utama dari usaha ini adalah bakso dan mie ayam.



Gambar 4.4
Bakso & Mie Ayam Ashiqu

4.1.3 Bakso Sedep Roso "Mas Sugeng"

Usaha ini terletak di Jalan Raya Pasir Putih dan dimiliki oleh Bapak Sugeng. Menu utama dari usaha ini adalah bakso mie campur.

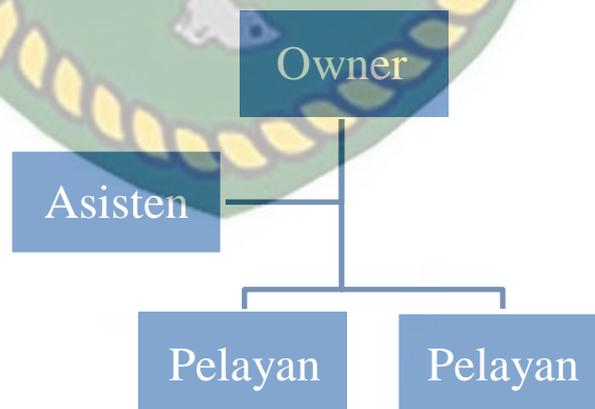


Gambar 4.5
Bakso Sedap Roso "Mas Sugeng"

4.2 Struktur Organisasi

Berdasarkan data yang didapat dari *survey* dan wawancara yang dilakukan, maka stuktur organisasi beberapa UMKM adalah sebagai berikut :

4.2.1. Bakso Pedas Bang Mar



Gambar 4.6
Struktur Organisasi Bakso Pedas Bang Mar

4.2.2. Bakso Mas Agus



Gambar 4.7
Struktur Organisasi Bakso Mas Agus

4.2.3. Bakso Frenzy Pedaz



Gambar 4.8
Struktur Organisasi Bakso Frenzy Pedaz

4.2.4. Bakso & Mie Ayam Ashiqu



Gambar 4.9

Struktur Organisasi Bakso & Mie Ayam Ashiqu

4.2.5. Bakso Sedep Roso "Mas Sugeng"



Gambar 4.10

Struktur Organisasi Bakso Sedep Roso "Mas Sugeng"

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab, penulis akan menguraikan dan memaparkan secara jelas mengenai hasil penelitian yang berdasarkan wawancara, pengamatan dilapangan atau observasi serta dokumentasi. Peneliti memperoleh berbagai macam informasi dan analisis tersendiri tentang analisis analisis inovasi proses dan inovasi produk bakso pada UMKM bakso desa pandau jaya kabupaten Kampar.

5.1 profil imporman/responden

5.1.1 Bakso Pedas Bang Mar

Muhammad Fikri, M.Si adalah pemilik usaha bakso yang bermerk bakso pedas bang mar, Usaha ini terletak di Jalan Puskopkar dekat bundaran Perumahan Pandau Permai, pemilik usaha ini adalah seorang alumni Universitas Gajah Mada Yogyakarta, usahanya ini di teruskan oleh adiknya Ilham putra nanda alumni Universitas Islam Riau, usaha bakso pedas bang mar ini juga membuka cabang di jalan air dingin.

5.1.2 Bakso Mas Agus

Agus Sunarmo adalah pelaku usaha bakso yang bermerk “bakso mas agus” Usaha ini terletak di Jalan Mahang Raya Perumahan Pandau Permai. Mas Agus biasa dipanggil akrab oleh konsumennya pemilik usaha merk Bakso Mas Agus, ia salah satu wirausaha dalam bidang kuliner khususnya bakso. Awal merintis usaha bakso ini sekitar 2010 akhir, ia terinspirasi dari saudaranya yang juga pelaku usaha bakso di kampung.

Mas Agus membuat baksonya dengan tangannya sendiri, di tambah dengan bumbu racikannya ,bakso mas Agus laris dan diminati warga setempat. Mas Agus mulai mengembangkan usahanya dengan membuat warung bakso. Diharapkan usaha ini dapat terus berkembang dan maju.

5.1.3 Bapak Frenzy Pratama

Frenzy Pratama adalah salah satu pengusaha bakso kreatif yang berada di Jalan Raya Perumahan Pandau Permai depan Swalayan Idayu. Bakso merupakan usaha kuliner yang sangat digemari oleh masyarakat baik dewasa maupun anak-anak. Bukan hanya rasanya yang nikmat harganya juga terjangkau bagi kalangan atas, menengah, maupun kebawah. Salah satu usaha bakso yang dikenal dan sangat digemari oleh masyarakat yaitu Bakso pak Frenzy Pratama. Bakso Pak Frenzy ini merupakan bisnis/perusahaan keluarga yang dikelola oleh keluarga Pak Frenzy. Bakso Pak Frenzy Pratama berdiri sejak tahun 2015. Sebelumnya Pak Frenzy Pratama sudah berjualan di kota kelahirannya, yaitu di Palembang. Sebelum pindah ke Kota Pekanbaru Pak Frenzy di Palembang berjualan bakso secara keliling dari usia 20 tahun. Setelah mendapat modal yang cukup dari hasil berjualan bakso keliling, maka Pak Frenzy Pratama pindah ke Pekanbaru untuk berjualan bakso secara menetap dengan menyewa kontrakan.

Sekarang Pak Frenzy dibantu istrinya yaitu Bu Tawit untuk berjualan. berawal dari pemilik bakso yaitu Pak Frenzy yang dari usia muda sudah menggeluti dunia bisnis bakso. Kemudian mendapatkan sebuah ide untuk membangun usaha bakso dengan konsep yang unik, murah dan banyak diminati oleh masyarakat.

Dinamakan dengan Bakso Frenzy Pedas karena diambil dari sebuah nama pemilik bakso tersebut yaitu Frenzy Pratama. Pemilki bakso berharap dengan pengambilan dari namanya tersebut kelak usaha baksonya lebih dikenal oleh kalangan masyarakat.

5.1.4 Bakso & Mie Ayam Ashiqu

Usaha ini terletak di Jalan Kopkar Raya Perumahan Pandau Permai dan dimiliki oleh Bapak Suseno, Bapak suseno adalah seorang kepala rumah tangga memiliki 4 orang anak dua laki-laki dan dua perempuan, pendidikan terakhir bapak suseno tamatan SMA, awal mula usaha bakso ini di tahun 2006, pak suseno menceritakan sebelumnya pernah mengalami kesulitan dalam memulai usahanya, pak suseno pun mulai menata usahanya. Kalang kabut, ia tetap bersemangat untuk kembali bangkit. Pak suseno mengungkapkan di tahun 2009 itu kan semua ludes dan akhirnya pak suseno mulai dari nol lagi, lalu beli gerobak dorongan, yang beli itu ayah ayah pak dengan harga Rp450 ribu.

Salah satu strategi pak suseno yakni dengan mengumpulkan tabungan untuk membeli aset. Kala itu, ia pertaruhkan sebagian keuntungan untuk mendapatkan gerobak yang lebih menunjang. Pak suseno juga menjelaskan dalam mengembangkan usahanya. Dari penjualan ada sisa lalu iya kumpulkan untuk membuat gerobak yang lebih besar lagi. Dengan seiring berjalannya waktu kini pak suseno usanya telah berkembang dan juga dari segi tempat usahanya semakin besar.

5.1.5 Bakso Sedep Roso "Mas Sugeng"

Mas sugeng adalah pemilik usaha bakso yang bermerk "bakso sedap roso "mas sugeng" Usaha ini terletak di Jalan Giam Blok B Perumahan Pandau Permai. Siapa yang tak kenal bakso, hampir di setiap tempat di pandau jaya dapat ditemui tukang bakso salah satunya bakso mas sugeng ini. Awalnya mas sugeng terinspirasi membuka usaha bakso, sewaktu ia kuliah sering menikmati bakso H Suharto sewaktu kuliah. Karena baksonya lezat, mas sugeng jadi tertarik untuk membuka usaha bakso, idenya ini juga didukung ayahnya untuk membuka usaha bakso, ayah mas sugeng juga membatu dana dan ikut serta menjalankan usahanya itu dari awal hingga saat ini.

5.2 Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Desa Pandau Jaya Kabupaten Kampar

Inovasi proses merupakan penetapan metode produksi atau pengiriman barang yang diproduksi oleh sebuah perusahaan yang telah melewati berbagai macam peningkatan yang signifikan. Inovasi proses adalah tindakan untuk memperkenalkan proses produksi baru atau aktivitas harian baru (Najib & Kiminami, 2011). Inovasi proses menggambarkan perubahan dalam cara organisasi menghasilkan produk dan layanan (Hartini, 2012).

Kegiatan inovasi proses menunjukkan apakah sebuah perusahaan memperkenalkan inovasi proses baru dalam proses produksinya atau tidak. Un & Asakawa (2015); Gunday, et al., (2011) mendefinifikan inovasi proses sebagai teknik dan proses baru yang diperkenalkan ke dalam operasi yang

membantu meningkatkan efisiensi atau efektivitas, dan menurunkan biaya produksi.

Inovasi proses merupakan salah satu bentuk inovasi yang berkaitan dengan keterbukaan (Reichstein & Salter, 2006). Inovasi proses fokus pada bagaimana produk / jasa yang ada diproduksi (Edquist et al., 2001). Inovasi proses juga menjadi pendorong kinerja perusahaan dan sarana strategis penting untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan (Reichstein & Salter, 2006).

Pada tahap pertama kita melakukan observasi. Sebagaimana observasi yang dimaksud adalah observasi yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung peristiwa atau kejadian melalui cara sistematis. Kunci keberhasilan observasi sebagai teknik pengumpulan data sangat banyak ditentukan pengamat sendiri, sebab pengamat melihat, mendengar mencium, atau mendengarkan suatu objek penelitian dan kemudian menyimpulkan dari apa yang diamati itu.

“Pengamat adalah kunci keberhasilan dan ketepatan hasil penelitian. Ialah yang memberi makna tentang apa yang diamatinya dalam realitas dan dalam konteks yang alami (*natural setting*): dialah yang bertanya, dan dialah yang melihat bagaimana hubungan antara satu aspek dengan aspek yang lain pada objek yang dialami.” (Yusuf,2017:384). Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi dengan mewawancarai pelaku usaha UMKM baksodi Desa Pandau Jaya Kabupaten Kampar.

Ada beberapa macam persepsi alat indera. Kita melihat, mendengar, dan membaui seseorang. Menurut beberapa peneliti, selama tahap inilah dalam

empat menit pertama interaksi awal kita memutuskan apakah kita ingin melanjutkan hubungan ini atau tidak. Pada tahap inilah penampilan fisik begitu penting, karena dimensi fisik paling terbuka untuk diamati secara mudah. Namun demikian, kualitas-kualitas lain seperti sikap bersahabat, kehangatan, keterbukaan dan dinamisme juga terungkap pada tahap ini. Jika kita menyukai orang ini dan ingin melanjutkan hubungan kita ke tahap kedua (Devito, 2007:219-220).

Kemudian langkah kedua yaitu wawancara yang merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung.

Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) dengan pewawancara dan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya (Yusuf,2017:372). Adapun dalam penelitian ini, Peneliti secara langsung turun lapangan dan melakukan wawancara dengan pelaku usaha UMKM bakso di Desa Pandau Jaya Kabupaten Kampar. Setelah mewawancarai informan I untuk mendapatkan informasi dan data maka peneliti akan mewawancarai informan berikutnya.

5.2.1 Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Pedas Bang Mar

Pertama peneliti mewawancarai Bakso Pedas Bang Mar, yang mana Nama pemiliknya adalah bapak Muhammad Fikri, M.Si. dari

wawancara ini peneliti melaukannya secara langsung atau tatap muka yang dibantu dengan beberapa alat digital guna untuk perekaman data. Begitu pun dengan wawancara-wawancara selanjutnya kepada beberapa pelaku usaha UMKM Bakso yang ada di Pandau Jaya. Mula-mula yang didapati dari narasumber dalam hal ini ialah tentang inovasi proses sebagaimana beberapa pertanyaan yang telah dibuat yang pertama yaitu: apakah usaha anda mampu memiliki efisiensi dalam proses produksi? Berikut jawaban dari pelaku usaha yaitu bapak Fikri

“Selama usaha saya berdiri hampir 3 tahun, memang sempat mengalami naik turun pemasarannya, terkadang lumayan dan beberapa kali juga sempat untuk mendekati rugi. Melalui karyawan saya saya mendapatkan laporan bahwa hal itu membuat pelajaran sehingga sekarang kami tahu untuk menentukan jumlah produksi yang sesuai pada setiap hariinya ketika kami buka dari pukul 14.00 hingga tutup pukul 21.00”

Dari keterangan salah satu pelaku usaha bakso pedas diatas, dirasa cukup bijak untuk mengidentifikasi masalah sehingga menjadikan masalah untuk menghadapi proses produksi dimasa mendatang. Dengan umur usaha yang tergolong masih baru, tetapi dengan karyawan yang teladan pak Fikri bisa mendapatkan efisiensi proses produksi yang komitmen.

Selanjutnya peneliti memberikan pertanyaan kedua kepada bapak Fikri mengenai usaha bakso Pedas Bang Mar apakah sudah memiliki peralatan yang baik? Berikut jawaban dari bapak Fikri

“untuk peralatan masak kami memang dari awal menggunakan alat dapur yang berkualitas, tujuannya agar tahan lama, dan saya selalu berpesan kepada karyawan saya untuk selalu memperhatikan

kebersihan dan selalu mencuci setelah maupun sebelum digunakan guna untuk mendapatkan hasil masakan yang berkualitas dan tingkat higienisnya pun terjaga”

Setelah peneliti mengamati lokasi usaha Bakso Pedas Bang Mar kondisinya memang terlihat bersih dan rapi. Namun ada beberapa alat yang memang tidak biasa kami lihat yaitu alat untuk menakar bumbu supaya terukur, yang juga dijelaskan oleh bapak Fikri pada wawancaranya

“kami menggunakan alat-alat yang standar nasional indonesia demi keamanan dan kenyamanan semuanya, dan saya juga mencoba menginisiasi menggunakan timbangan digital untuk menimbang bumbu pedas, jadi kami menakar bumbu pedas selalu kongsi dan terukur, kebanyakan kalo orang lain cuman menggunakan takaran beberapa sendok saja, tapi kalo saya lain,”

Dari pernyataan bapak Fikri diatas dapat sekilas kita asumsikan bahwa usaha ini mempunyai pandangan yang luas kedepan dengan tidak tertinggalnya penggunaan teknologi juga dengan proses ini cita rasa dan pedas khas dari bakso Bang Mar ini tidak akan mengalami kemunduran.

Lalu pertanyaan selanjutnya adalah tentang kemampuan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dalam proses produksi. Dari pertanyaan ini diharapkan dapat mendapatkan informasi yang valid untuk bagaimana sebuah UMKM kusunya Usaha Bakso yang berada di Pandau Jaya dapat bertahan dan mampu bersaing. Dan berikut sepenggal kutipan dari hasil wawancara dengan Bapak Fikri

“Untuk menjaga kualitas pada dasarnya itu adalah sebuah tanggung jawab dan suatu kewajiban untuk pelaku usaha kuliner seperti saya karena itu adalah prinsip awal menurut saya dalam berdagang. Dan tentu jelas untuk peningkatan kualitas dan kuantitas kita selalu

mengadakan pengecekan setelah penggilingan untuk mengetahui apakah sudah sesuai atau belum demi menjaga cita rasa. Saya juga selalu mencari updating dari internet supaya tidak ketinggalan dan kalah saing dengan pemilik warung lain”

Sedikit salut dengan pemikiran bapak paruh baya yang mempunyai updating informasi dan teknologi yang luar biasa. Dari penggalan wawancara diatas menunjukkan bahwa UMKM ini selalu mengadakan pembaharuan dengan seiring berjalannya waktu.

Pertanyaan berikutnya dilontarkan untuk mengetahui apakah dalam proses pengiriman mempunyai inovasi proses yang efisien. Apakah anda memiliki efisiensi dalam proses pengiriman.?

“kebetulan untuk pengiriman kami sudah mempunyai langganan penggilingan bakso yang tidak begitu jauh, sehingga kami juga dapat menjaga efektifitas waktu yang lumayan memakan waktu karena proses produksi harus mengedepankan kesabaran dan ketekunan jadi membutuhkan aktu yang begitu lumayan lama.”

Untuk manajemen waktu, pak Fikri memilih berlangganan menggilingkan olahan bakso di tempat yang tidak jauh dari lokasi usahanya, karena dinilai untuk menjaga kualitas baksonya pak Fikri tetap fokus pada proses produksi yang cenderung tidak tergesa-gesa.

5.2.2 Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Mas Agus

Informan kedua ialah pemilik Usaha Kecil Menengah Bakso Mas Agus, yang nama usaha nya diambil dari pendiri dan pemilik usaha Bakso Mas Agus. Pada wawancara kali ini peneliti mewawancarai langsung mas Agus demi untuk mendapatkan informasi yang valid dan nantinya mampu dijadikan data

pertimbangan untuk menyelesaikan penelitian ini. Pertanyaan yang di tanyakan pada pemilik usaha ini sama dengan pertanyaan yang ditanyakan dengan pemilik usaha sebelumnya maupun selanjutnya. Pertanyaan yang pertama yaitu apakah usaha anda mampu memiliki efisiensi dalam proses produksi?

“selama usaha kami berdiri, kami rasa cukup mempunya pengalamn untuk memproduksi bakso dengan cepat, didukung dengan sudah terbiasanya dan menjadi kebiasaan jadi kami cukup membutuhkan waktu tidak lama setelah bahan gilingan bakso diambil dan selanjutnya kami buat bulatan bakso dan beberapa varian bakso sesuai dengan kebutuhan menu di warung bakso saya”

Informan kedua pemilik bakso mas Agus, yaitu Mas Agus beranggapan bahwa pengalaman yang dimiliki selama menjalankan usaha baksonya sudah menjadi profesi kesehariannya sehingga dapat mmelakukan produksi dengan tidak membutuhkan waktu yang lama.

Kemudian langsung saja beranjak ke pertanyaan kedua yaitu apakah sudah memiliki peralatan yang baik dalam melakukan proses produksi pada usaha bakso mas Agus?

“untuk alat-alat yang saya gunakan, dari dulu sampai sekarang tidak pernah berubah, kami tetap menggunakan alat tradisional dan menggunakan tangan untuk membentuk bulatan bakso. Kalo untuk penggilingan saya masih ditempat penggilingan, karena untuk memiliki sendiri saya pikir itu terlalu mahal, yang jelas saya tetap menggunakan tangan kosong untuk pembuatan pentul bakso dibantu istri sama anak pas anak libur sekolah”

Untuk peralatan di bakso Mas Agus, pengakuan mas Agus menggunakan alat tradisional. Sesuai dengan yang kami amati dilapangan memang tidak ada alat yang terkesan lain dai pada pengusaha bakso pada umumnya. Dalam hal ini mas agus meyakini pengalamannya selama menekuni usahanya ia percaya alat

tradisional adalah alat yang nyaman dan mampu menjaga kualitas produk pada setiap produksinya.

Kemudin untuk pertanyaan yang selanjutnya yaitupertanyaan yang mengarah tentang peningkatan kualitas dan kuantitas produk. Pertanyaan yang diajukan yaitu apakah anda mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dalam proses produksi sehari-hari? Jawab mas Agus sebagaimana hasil dari wawancara sebagai berikut:

“untuk kualitas saya selalu memperhatikan dari beberapa aspek, seperti kebersihan, tekstur, dan cita rasa tentunya. Setiap kali selesai penggilingan saya selalu memperhatikan tekstur dan mencicip rasanya, dan itu sudah menjadi kebiasaan saya. Saya rasa ini sudah resep terbaik, dan tidak ada yang menandingi rasa bakso saya, jadi saya pikir ini sudah cukup dan kualitasnya juga kualitas terbaik. Kalo untuk kuantitas saya selalu sesuaikan dengan harga bahan pokok di pasaran.”

Dari sepenggal kalimat yang dikutip dari wawancara mas Agus, bisa disimpulkan bahwa tidak ada upaya untuk peningkatan kualitas dan kuantitas, karena Mas Agus meyakini bahwa resep yang sekarang ia punyai adalah rasa terbaik sesuai dengan yang peneliti amati pun tempat usaha baksonya tidak pernah sepi. Itu menunjukkan bahwa pelanggan Mas Agus memang menyukai khas bakso Mas Agus.

Pertanyaan selanjutnya tentang proses pengiriman sesuai dengan pertanyaan yang sebelumnya ditanyakan oleh peneliti untuk informan sebelumnya, maka ini juga patut ditanyakan pada wawancara informan yang kedua. Pertanyaanya adalah apakah usaha anda memiliki efisiensi dalam proses pengiriman.

“kalo untuk pengiriman, dalam bentuk apapun kami selalu memperhatikan kehematan dalam segala hal. Hitung-hitung untuk mengurangi produksi hehe. Kalo untuk pengiriman bahan baku saya kebetulan sudah mempunyai kendaraan pribadi yang biasa saya pakai untuk menggilingkan daging dan untuk belanja bahan baku lainnya kepasar. Jadi saya pikir saya tidak membuang banyak waktu dan banyak biaya untuk harus membayar orang lain.

Dari keterangan Mas Agus diatas, menunjukan untuk tingkat efisiensi dalam proses pengiriman Maas Agus percaya dilakukan sendiri guna untuk memastikan kinerja dan tidak banyak memakan banyaknya biaya. Untuk pelaku usaha yang satu ini memang tergolong usia muda sehingga masi mempunyai tenaga yang kuat untuk melakukan beberapa produksinya dengan dilakukan sendiri.

5.2.3 Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Frenzy Pedaz

Pada wawancara selanjutnya, peneliti langsung mewawancarai pemilik Bakro Frenzy Pedaz, yaitu Bapak Frenzy Pratama. Peneliti langsung menyampaikan beberapa pertanyaan sebelum akhirnya bapak Frenzi bercerita tentang pedasnya bakso yang ia buat. Pertanyaan pertama tetap sesuai dengan pelaku usaha sebelum-sebelumnya yaitu pertanyaan apakah Bapak mampu memiliki efisiensi dalam proses produksi bakso pedas ini Pak?

“untuk efisiensi proses produksi tentu sesekali kita perhatikan, namun yang kami utamakan adalah tetap cita rasa pedas dan tigtat kematangan baksonya. Karena percuma asal jadi tapi pelanggan pada lari.”

Dari jawaban singkat wawancara dengan Bapak Frenzi soal pertanyaan pertama, bisa sama-sama kita sepakati bahwa bapak Frenzi tidak memperdulikan efisiensi proses produksi, melainkan lebih mengutamakan menjaga ciri khas dan cita rasa Bakso Pedas Frenzi. Pelaku usaha yang berprinsip dan banyak yang

mengantree ketika sore peneliti datang dilokasi untuk sebelum melakukan wawancara langsung dengan pak Frenzi.

Kemudian untuk pertanyaan yang kedua, sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan ke setiap pelaku usaha yang terpilih sebagai informan pada penelitian ini pertanyaanya apakah Bapak mempunyai peralatan yang baik?

“untuk peralatan selalu saya perhatikan dan selalu saya rawat dengan baik, saya cuci tidak cuman dengan air biasa tapi beberapa peralatan saya cuci dengan air panas guna menjaga tingkat kebersihan agar tidak mudah bakteri hidup. Untuk alat produksi saya juga punya cetakan untuk beberapa produk tertentu, selebihnya saya produksi menggunakan tangan seperti pembuatan bakso pada umumnya.”

Dari penyampaian bapak Frenzi diatas maka bisa disimpulkan bahwa bapak Frenzi mempercayai bahwa mencuci beberapa alatnya dengan air panas akan menambah alatnya jauh dari bakteri dan juga memperhatikan kebersihan selalu pada semua alat yang digunakan untuk produksi.

Untuk pertanyaan selanjutnya adalah tentang peningkatan kualitas dan kuantitas pada proses produksi Bakso Pedas Frenzi. Bapak Frenzi menjawab pertanyaan tersebut sebagai berikut

“untuk peningkatan kualitas dan kuantitas saya pikir berjalannya dengan waktu tentu saya akan terus memperbaiki kualitas yang sudah ada dan akan meningkatkan kualitas sesuai dengan kebutuhan konsumen saya. Awalnya saya coba sendiri, mintai pendapat dari kerabat terdekat dan tidak sedikit untuk meminta pendapat dari konsumen saya.”

Dari jawaban bapak Frenzi, menunjukkan bahwa usaha yang ditekuninya selalu mencoba untuk menjaga dan selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas. Sesuai penyampaiannya juga prosesnya tidak dilakukan sendiri

melainkan juga dari pendapat-pendapat orang lain untuk mendapatkan hasil yang maksimal tentunya.

Untuk pertanyaan terakhir kusus kepada bapak Frenzi dengan pertanyaan yang sudah ada yaitu apakah Bapaak memiliki efisiensi dalam proses pengiriman? Sontak pak Frenzi menjawab dengan tegas

“untuk efisiensi ya tentu ada. Namanya juga usaha tidak ada yang mau rugi, untuk dapetin untung yang maksimal tentu ya kita harus menghemat, termasuk hemat pengiriman.”

Jawaban Bapak Frenzi diatas menunjukkan bahwa usaha yang ditekuninya memang mengharuskan untuk penekanan efisiensi proses pengiriman. Pak Frenzi meyakini dengan efisiensi proses pengiriman ini akan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

5.2.4 Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso & Mie Ayam Ashiqu

Pada proses wawancara UMKM Bakso & Mie Ayam Ashiqu, peneliti juga lakukan wawancara langsung dengan pemilik usahanya yaitu Bapak H. Suseno. Pada pengajuan pertanyaan pertama dengan bapak H. Suseno, pertanyaanya tentunya sama dengan pertanyaan sebelum-sebelumnya yaitu apakah Bakso dan Mie Ayam Ashiqu ini mempunyai efisiensi untuk proses produksi?

“untuk proses produksi, saya dan karyawan saya mengedepankan kualitas, untuk efisiensi nomer sekian lah, karena sudah terstruktur produksi kami. Jadi kalo ada kekurangan atau tambahan kita sudah siapkan antisipasinya.”

Pelaku usaha kali ini, dalam hal ini yang dimaksud adalah bapak H Suseno yang juga merupakan pemilik usaha yang berdiri sudah lama bahkan sebelum di Pandau Jaya beliau sudah berdagang Bakso Keliling. Bisa dibilang cukup

berpengalaman di bidangnya, jadi cukup profesional menyoyal efisiensi pada proses produksi.

Selanjutnya beranjak ke pertanyaan yang ke dua yaitu pertanyaan tentang kepunyaan alat yang memadai atau tidak? Sontak saja Pak Haji Suseno menjawab dengan lugasnya

“dari dulu sampai sekarang saya selalu menanamkan prinsip sederhana. Termasuk alat proses produksi bakso dan mie ayam saya cenderung menggunakan alat yang tradisional. Dari mie untuk mie ayam saya selalu cetak sendiri dengan resep turun menurun dan terjamin cita rasanya.”

Melalui jawaban yang Bapak H Suseno berikan, maka sama-sama kita dapat pahami bahwa alat yang digunakan pada pelaku usaha kali ini cenderung memanfaatkan alat tradisional. Tidak disebutkan alat apa yang digunakan namun penelitiamati di lapangan terdapat alat pencetak mie yang lumayan kuno dan terawat. Itu menambah peneliti meyakini bahwa memang bapak H Suseno ini sudah lama dan mempertahankan proses produksi dengan cara yang tradisional.

Untuk pertanyaan selanjutnya yaitu pertanyaan yang ke tiga yang mana pertanyaanya adalah bagaimana cara meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dalam proses produksi untuk tetap mampu bersaing. Demikianlah jawaban dari H suseno

“meningkatkan kualitas dan kuantitas itu salah satu prioritas kami. Semakin hari semakin kesini semakin banyak persaingan, jadi selain kami menjaga cita rasa kami juga berupaya untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dengan tetap mempertahankan kualitas bahan baku yang berkualitas bahkan jika perlu kiranya ada produk bahan baku yang lebih berkualitas kami akan mencoba dan menyesuaikannya. Jadi pelanggan dijamin tidak akan kecewa apalagi kabur”

Bapak H Suseno melakukan terobosan yang beresiko untuk mengganti bahan pokok pada produksinya demi mendapatkan kualitas yang terbaik. Kualitas adalah nomor satu untuk pelaku usaha yang satu ini. Tidak heran ketika Pak H Suseno meskipun sudah mempunyai pengalaman yang begitu banyak masih saja tetap mencoba dan memberikan yang terbaik untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil produksinya.

Pertanyaan wawancara berikutnya menyangkut kemampuan efisiensi pelaku usaha dalam proses pengiriman. Dalam hal ini H Suseno tidak terlihat bingung saat menjawab pertanyaan, karena memang sudah pada bidangnya dengan pengalaman yang cukup dan berikut jawabannya

“untuk proses produksi untuk kebiasaannya saya sudah mulai mempersiapkan segala sesuatunya yang kiranya penting dari malam harinya. Sehingga pagi sampai menjelang siang tidak keteteran dan tinggal disiapkan apa yang perlu disiapkan. Untuk keperluan belanja pun jadi tidak ada beban karena semua sudah tinggal di olah menjadi adonan. Untuk penjemputan bahan gilingan bakso juga sudah saya percayakan dengan penggilingan setempat dengan resep dan waktu yang sama pada setiap harinya. Jadi saya juga tinggal jemput sepulang dari pasar,”

Dari jawaban H. Suseno dapat diambil kesimpulan bahwa supaya untuk lebih efisien segala sesuatu yang dapat dipersiapkan lebih awal itu lebih baik, sehingga kedepan tidak terjadi manajemen waktu yang kacau dan semua sudah terstruktur dengan rapi.

5.2.5 Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Sedep Roso"masSugeng”

Selanjutnya wawancara dengan Mas Sugeng pemilik usaha Bakso Sedep Roso. Pertanyaan pertama langsung saja diajukan kepada pemilik usaha Bakso

Sedep Roso ini, langsung dengan mas Sugeng apakah anda memiliki efisiensi dalam proses produksi?

“tentu punya, dalam proses produksi kita harus jeli dan teliti supaya tidak merubah cita rasa, kami selalu terapkan konsep disiplin. Dengan disiplin maka secara tidak langsung produksi akan tercapai sesuai target dan lebih efisien. Dan kami selalu melakukan evaluasi untuk tau apa kekurangan di produksi sebelumnya supaya tidak terjadi diselanjutnya. Itulah yang kami maksud disiplin.”

Dari jawaban diatas, bisa kita sepakati bahwa pelaku usaha yang satu ini memiliki konsep yang berbeda dengan informan sebelumnya, yaitu tentang kedisiplinan kerja. Untuk itu ini sangat mencolok dan peneliti tertarik untuk mewawancarai lebih lanjut dengan pertanyaan yang sama, apakah jawabanya juga bakal sama atau memiliki konsep-konsep baru lainnya.

Langsung saja menuju pertanyaan yang kedua yang mana pertanyaanya adalah tentang peralatan yang baik untuk memproduksi. Dan inilah jawabannya

“alat produksi kami selalu mengadakan pengecekan setiap pemakaian tiap harinya, dan selalu memperbaiki apabila masi bisa di perbaiki, jika tidak tentunya kami beli yaang baru. Untuk penggunaan alat, kita tidak jauh beda dengan orang penjual bakso pada umumnya. Bisa dibilang sama lah.”

Dari jawaban yang diberikan diatas, maka ditarik kesimpulannya bahwa disiplin masih menjadi kunci utama bagi mas Sugeng, terlihat dari rutinitas yang terstruktur dan berkelanjutan dalam pengecekan alat supaya dapat dipergunakan dengan baik.

Beranjak ke pertanyaan berikutnya, yaitu pertanyaan mengenai kemampuan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dalam proses produksi. Lalu dapat jawaban dari mas Sugeng sebagai berikut

“untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas, saya dan karyawan saya sesekali melakukan evaluasi untuk fokus ke bidang kualitas dan kuantitas. Ketika hasil dari evaluasi tersebut perlu kiranya diadakan perubahan di produksinya, maka saya kami akan cari jalan keluarnya bersama-sama.”

Dengan jawaban diatas, kita semua dapat pahami bahwa mas Sugeng melakukan evaluasi dan tindakan-tindakan yang kiranya perlu di ambil dengan tetap secara bersama-sama dengan melibatkan karyawannya, yang nantinya semua aspek dan semua karyawan terlibat sehingga tidak akan ada yang ketinggalan informasi.

Melaju kepada pertanyaan berikutnya yaitu tentang kemampuan perusahaan dalam efisiensi proses pengiriman. Dari jawaban mas Sugeng inilah penggalannya

“untuk efisiensi bidang ini ya, saya selalu berpesan dengan karyawan saya selalu perhatikan waktu, dengan memperhatikan waktu kita tidak akan ceroboh dan apapun kerjaanya pasti tercapai dengan efisien.”

Dari penjelasan jawaban yang dikemukakan oleh mas Sugeng diatas, tentu kita dapat sadari bahwa pekerjaan yang kita lakukan dengan baik dan sesuai dengan prosedural waktu, maka akan mendapatkan hasil yang sesuai pula.

5.3 Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Desa Pandau Jaya Kabupaten Kampar

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 (Setiadi, 2003: 398-399). Inovasi poduk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan

menjujupasar 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 insidental (Ellitan dan Anatan, 2009: 4). Prajogo (2016: 65), menjelaskan jika inovasi produk didefinisikan sebagai pengembangan dan perubahan dalam atribut kinerja dari produk atau layanan yang dipasok. Konsep tersebut mendominasi sebagian besar diskusi tentang inovasi, karena memiliki kepentingan strategis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memasuki pasar baru.

Menghadapi persaingan yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk mencari solusi baru dalam strategi perusahaan demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, khususnya dalam hal pengembangan produk strategi inovasi perlu dikembangkan dan dilakukan, tanpa inovasi perusahaan akan mati sebaliknya perusahaan yang melakukan inovasi secara terus-menerus akan dapat mendominasi pasar, dengan kreatifitas, model dan penampilan produk yang baru. Strategi inovasi ini sangat ditentukan oleh kebutuhan konsumen dan trend masa sekarang, sehingga konsumen tidak bosan akan produk yang dihasilkan.

5.3.1 Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Pedas Bang Mar

Memasuki tahap Inovasi Produk, peneliti juga mewawancarai informan dengan beberapa variasi pertanyaan, dan pertanyaan yang sama juga akan ditanyakan kepada informan-informan selanjutnya. Untuk yang pertama pertanyaannya meliputi tentang apakah inovasi produk yang sudah dilakukan

oleh usaha bapak? Berikut yang diungkapkan oleh Bapak Muhammad Fikri M.Si:

“kami menciptakan menu bakso pedas, menurut saya, bakso pedas yang tidak buat sakit perut dan banyak diminati banyak kalangan cuman bakso pedas kami, itu karena resep pedas yang kami gunakan menggunakan pengukuran yang terukur dan tidak asal-asalan”

Dari penyampaian bapak Fikri, pelaku usaha ini mencetuskan bakso pedas yang dalam penyajiannya menggunakan pengukuran yang terukur, sehingga mengurangi resiko terjadinya sakit perut setelah menyantap kuliner ini.

Kemudian pertanyaan yang selanjutnya adalah tentang mempertahankan keunggulan produk dipasaran agar usaha tidak cepat rugi dan memiliki umur usaha yang panjang.

“untuk supaya usaha bakso kita bisa tetap bersaing di psaran, tentu kita harus selalu menemukan inovasi-inovasi baru sesuai dengan kebutuhan konsumen. Saya selalu mempertahankan yang sudah ada, dan mencoba menerima masukan dari berbagai pihak termasuk karyawan saya sendiri untuk memenuhi kebutuhan konsumen”

Dari jawaban diatas, pak Fikri mencoba untuk menerima masukan-masukan ide dari berbagai pihak terutama dari karyawannya karena karyawannya yang berada dilapangan dan selalu bersentuhan dengan konsumen di setiap harinya. Bapak Fikri juga melakukan analisa bisnis, perusahaan tidak hanya melakukan perkiraan penjualan saja namun melakukan perkiraan biaya produksi juga dimana perkiraan biaya produksi dapat diketahui dari bahan baku yaitu biaya plastik yang digunakan dan biaya operasional yang digunakan.

Merambat pertanyaan selanjutnya yaitu untuk mengetahui penawaran produk dengan harga yang bersaing. Pertanyaanya adalah apakah usaha anda memberikan penawaran produk dengan harga yang bersaing?

“untuk penawaran produk saya rasa sudah bisa bersaing, karena kami menyesuaikan juga dengan pasaran. Tentu tidak mau rugi dan sesuai lah dengan bakso sepedas seperti yang kami jual”

Dari jawaban pak Fikri, sama-sama kita lihat bahwa produk yang ditawarkan pak Fikri mampu dan sangat siap untuk bersaing dipasaran.

Pertanyaan selanjutnya adalah pertanyaan yang diharapkan jawaban yang valid mengenai tentang cara menghadapi pesaing pasar. Bagaimana cara menghadapi pesaing pasar dengan produk anda?

“saya selalu memperhatikan perkembangan usaha saya, maka dari itu saya dan karyawan selalu memperhatikan perilaku pasar”

Untuk menjaga pelanggan dan memperluas pasar pak Fikri melakukan pengujian pasar, pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk baru dapat diterima oleh konsumen atau tidak. Percobaan penjualan produk baru juga dilakukan perlahan melalui penjualan produk barunya dengan memasarkan dan mengenalkan setiap konsumen atau pelanggan yang datang.

5.3.2 Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Mas Agus

Berlanjut ke informan berikutnya yaitu bakso Mas Agus, yang sudah terkenal enak di Pandau Jaya, namun untuk keperluan validasi data maka peneliti tetap harus mewawancarai dengan beberapa pertanyaan. Pertanyaan yang pertama, inovasi produk apa yang dimiliki? Berikut jawaban langsung dari pemilik usaha yaitu Mas Agus

“untuk inovasi produk baru, kami menyesuaikan dengan pasaran. Pada prinsipnya saya menjaga cita rasa khas yang sudah mulai dikenal banyak konsumen dan fokus saya untuk menjaga itu. Kalo produk baru biasanya saya tetap ikuti”

Dari pernyataan pelaku usaha diatas, tidak ada inovasi produk baru melainkan menjaga cita rasa yang khas, namun untuk supaya tetap mampu bersaing, mas Agus akan mengikuti tren model yang berkembang di pasaran.

Dari jawaban diatas juga selaras dengan pertanyaan yang kedua yang menyangkut tentang bagaimana cara mempertahankan keunggulan produk dipasaran. Cenderung pelaku usaha yang satu ini kurang memiliki inovatif dan hanya mengandalkan kelebihan dari cita rasa yang dimilikinya.

Kemudian pertanyaan yang selanjutnya yaitu penawaran produk dengan harga yang bersaing.?

“kami selalu mengevaluasi mingguan dan bulanan melalui laporan pendapatan. Dari situ kami menentukan harga produk setelah ada yang tetap dan ada yang turun. Namun tidak ada yang naik. Kecuali ketika memang harga pasar naik dengan skala bersamaan, tentu kami juga bakal pertimbangkan”

Proses ini selalu menjadi perhatian untuk setiap pelaku usaha, dengan beberapa pertimbangan yang dapat dievaluasi dengan secara berkala sangat

menentukan umur perusahaan dan juga untuk mengukur laba rugi dari usaha yang dijalankan.

Pertanyaan selanjutnya bagaimana cara menghadapi pesaing pasar?

“saya selalu berfikir positif, rizki tidak akan kemana. Yang penting saya yakin, dan saya fokus untuk tetap menjaga kepuasan pelanggan saya dengan memberikan pelayanan dan kualitas yang terbaik.”

Dari pernyataan jawaban diatas, bisa di asumsikan bahwa tingkat kepercayaan dan optimis juga fokus menjadi poin utama dalam menjalani usaha agar usaha tetap mampu bersaing dipasaran.

5.3.3 Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Frenzy Pedaz

Informan selanjutnya yaitu pemilik Usaha Kecil Menengah Bakso Frenzy Pedaz. Usaha bakso yang satu ini bisa dibilang mirip dengan usaha pak Fikri pelaku usaha informan pertama. Namun belum tentu konsep-konsep dan inovasi yang dimiliki memiliki kesamaan. Melalui wawancara dan pertanyaan yang diajukan sama, yang pertama adalah inovasi produk apa yang dimiliki oleh Bakso Frenzy Pedaz?

“untuk inovasi produk yang kami miliki, ada beberapa level tingkat kepedasan yang tentunya memudahkan konsumen untuk memilih sesuai dengan keinginannya. Selain tingkat kepedasan kami juga memberikan banyak menu seperti bakso acil, dan bakso yang dikreasikan sesuai dengan kreatifitas kami.”

Dari jawaban tersebut, dapat disimpulkan bahwa bakso Frenzy Pedas berfokus untuk memperbanyak menu dan memperbanyak level kepedasan agar memudahkan konsumen agar dapat menikmati bakso dengan sesuai selera masing-masing.

Berlanjut ke pertanyaan berikutnya yaitu bagaimana cara mempertahankan keunggulan produk untuk tetap mampu bersaing di pasaran? Berikut jawaban dari bapak Frenzy

“untuk bertahan dan tetap bersaing dipasaran, kami sering mengadakan diskusi kecil dengan karyawan kami, membahas tentang pengujian konsep baru yang sudah didiskusikan sebelum-sebelumnya supaya tetap ada inovasi-inovasi produk kedepannya.”

Dari jawaban bapak Frenzi, bisa kita lihat bahwa strategi pelaku usaha yang satu ini memilih untuk selalu berdiskusi dengan karyawannya dan menerima masukan selalu demi kemajuan bersama.

Pada tahap ini yang terlibat dalam pengujian konsep yaitu Pemilik usaha dan karyawannya. Mengenai konsep produk, apabila pemilik usaha ingin membuat konsep yang efektif, maka produk akan dicoba oleh kerabat yang dipercaya seperti kerabat dekat dan keluarga. Untuk mengukur potensi dari konsep produk, pelaku usaha menganalisa pasar untuk melihat kepotensialan konsep produk yang ada dengan mencoba berkomunikasi dengan pelanggan dan konsumen baru sehingga pelaku usaha akan memperoleh informasi mengenai reaksi terhadap konsep produk yang telah direncanakan oleh pelaku usaha.

Memasuki pertanyaan berikutnya yaitu tentang bagaimana untuk penawaran produk dengan harga yang bersaing.?

“untuk penawaran produk, kami selalu melihat harga pasaran, dan kami akan menyesuaikan pasaran. Kami juga selalu melakukan analisis pasar supaya tidak salah langkah.”

Dari jawaban diatas, bapak Frenzy menyesuaikan pasar dan tidak mau salah langkah sehingga tetap melaksanakan analisis-analisis yang dikiranya perlu.

Pertanyaan terakhir untuk informan Pak Frenzy, sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan untuk informan sebelum-sebelumnya yaitu bagaimana cara menghadapi pesaing pasar?

“untuk menghadapi pesaing pasar kami selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan, dan mempelajari pola konsumen yang datang membeli sehingga kita tau langkah-langkah apa yang bakal diambil kedepan untuk mempertahankan pelanggan”

Dari jawaban diatas, maka ditarik titik kesimpulan bahwa informan ke 3 ini memilih cara membuat pelanggan nyaman supaya tetap mempertahankan pelanggan, sedangkan untuk konsumen baru, pak Frenzy melakukan analisis perilaku konsumen demi menentukan langkah konkrit untuk mempertahankan pasar.

5.3.4 Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso & Mie Ayam

AshiquInforman berikutnya yaitu Usaha Kecil Menengah Bakso dan Mie Ayam Ashiqu yang dimiliki oleh bapak H suseno. Langsung ke pertanyaan awal yaitu

inovasi produk apa yang dimiliki usaha anda?

“kami dari dulu selalu mempertahankan ciri khas kami yaitu pada pangsit, menurut saya ini lah yang membuat usaha kecil saya ini dikenal khas sama masyarakat. Dan dari dulu juga mie yang saya gunakan itu cetakan kami sendiri dan resep turun temurun”

Bakso bapak H Suseno memiliki menu khas pada pangsit, yang dinilai tidak semua warung bakso ada pangsit seperti yang dibuatnya. Selain itu juga mie yang

dibuatnya secara khusus dengan resep turun temurun menambah keunggulan tersendiri yang dimiliki oleh usaha pak H Suseno ini.

Utuk pertanyaan selanjutnya yaitu bagaimana cara mempertahankan keunggulan produk untuk tetap mampu bersaing di pasaran?

“kami sering melakukan evaluasi bisnis kami untuk tetap mempertahankan pelanggan bahkan untuk menambah pelanggan. Yang paling utama adalah kualitas rasa yang harus dipertahankan”

Disini pak H Suseno dengan anggotanya melakukan analisis studi kelayakan bisnis untuk mempertahankan pelanggan. Standar menu baru disesuaikan dengan tetap menjaga ciri khas cita rasa yang sudah dipertahankan bertahun-tahun.

Memasuki pertanyaan selanjutnya bagaimana untuk penawaran produk dengan harga yang bersaing.?

“untuk harga saya menyesuaikan dengan rasa karena saya berani adu resep, jadi kalo harga saya sesuaikan dengan perhitungan yang sudah kami bukukan”

Dari jawaban diatas, Bapak H suseno sangat meyakini dengan kualitas produknya, sehingga beranggapan harga yang di buat sesuai dengan cita rasa yang didapatkan oleh pelanggan.

Pertanyaan selanjutnya adalah bagaiman cara menghadapi pesaing pasar?

“saya selalu ikhtiar dab berusaha, utuk rixki sudah ada yang ngatur. Saya bersaing secara sehat saja tidak neko-neko, innsya Allah bisnis saya lancar”

Untuk menghadapi persaingan pasar bapak H Suseno memiliki keyakinan secara spiritual untuk menjalankan usaha baksonya.

5.3.5 Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Sedep Roso "masSugeng"

Usaha Kecil Menengah Bakso Sedep Roso "Mas Sugeng" dijalankan oleh Mas Sugeng selaku pemilik usaha ini. Sudah terhitung lumayan lama Mas Sugeng bergelut di warung bakso. Langsung saja ke pertanyaan awal untuk mas Sugeng, apakah inovasi produk yang sudah dilakukan oleh usaha anda?

"warung bakso kami terkenal dengan bakso tahunya, dimana ini yang membuat pembeda dengan warung-warung bakso lainnya. Ini juga merupakan menu baru dari kami yang kami jaga"

Dari jawaban yang didapat, maka kita bisa trik kesimpulan bahwa UMKM milik Mas Sugeng ini mengendalikan menu khas nya yaitu bakso tahu. Disamping itu juga upaya mempertahankan menu khas ini menjadi fokusnya untuk tetap menjadi menu yang terbaik.

Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara mempertahankan keunggulan produk untuk tetap mampu bersaing di pasaran?

"kami akan selalu membuka mata untuk melihat pasar dan tren, agar tetap bisa menjaga pelanggan. Kami juga mempertahankan pelayanan karena bagi saya pelayanan adalah prinsip kami yang paling utama. Kemudian baru mempertahankan cita rasa, khas, dan kualitas"

Dari jawaban diatas Mas Sugeng memilih untuk mngedepankan pelayanan. Selain itu juga selalu melakukan pengembangan produk, pembuatan inovasi produk, Mas Sugeng menganut konsep produk lama yang sudah ada sebelumnya dengan tidak mengubah kualitas. Produk baru ditunjukkan kepada konsumen untuk mengetahui apakah sudah sesuai dengan keinginan mereka atau belum.

Dalam melakukan pengujian mengenai ide yang dianggap menarik dan disempurnakan menjadi konsep produk baru, pemilik usaha membuat rancangan kasar produk dalam bentuk resep. Penyaringan ide bertujuan untuk memilih ide yang terbaik untuk dikembangkan ke tahap berikutnya dan mengantisipasi ide yang tidak baik. Ide yang diterima disaring dengan selektif agar tidak terjadi kesalahan. Mas Sugeng mempunyai dasar-dasar pertimbangan dalam tahap penyaringan ide. Mas Sugeng melakukan proyeksi mengenai tingkat permintaan potensial dengan melakukan survey potensi pasar yang dilakukan oleh Mas Sugeng dan karyawannya.

“saya juga melakukan survey ke warung bakso di beberapa tempat dengan melihat tren yang ada di pasar, contohnya pada saat ini tren Bakso Beranak yang sementara diminati konsumen”

Bentuk produk yang seperti apa yang diminati konsumen dan segmentasi pasar bagaimana yang berpotensi menjadi konsumen perusahaan ke depannya. Waktu yang dibutuhkan pelaku usaha untuk penyaringan ide tidak menentu. sekitar 1 sampai 2 minggu

Untuk selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan sebagai berikut. bagaimana untuk penawaran produk dengan harga yang bersaing.?

Sedangkan untuk perencanaan harga produk, Mas Sugeng merencanakan untuk melakukan inovasi produk yang membuat harga produk pelaku usaha dapat tetap atau bahkan turun menjadi lebih rendah dibandingkan harga produk yang ditawarkan pasaran sebelumnya.

“setelah melakukan pembukuan kami akan menganalisa laba kami, dari situ kami akan mencoba untuk mengatur proses produksi dengan cara mengurangi harga bahan pokok atau mengurangi porsi tanpa mengurangi khas rasa sesuai resep yang kami punya”

Untuk produk yang laris terjual, Mas Sugeng akan membuat harga tetap meskipun biaya produksi turun. Dengan begitu, keuntungan yang diperoleh Mas Sugeng dapat lebih besar dari sebelumnya. dalam melakukan analisa bisnis Mas Sugeng melakukan perkiraan penjualan, Mas Sugeng hanya melakukan analisa pasar dengan melihat permintaan pasar dan apakah permintaan tersebut sudah bisa terpenuhi atau belum dan karena pasti diterima oleh pasar serta adanya penurunan harga, maka akan terjadi peningkatan penjualan.

Kemudian pertanyaan yang ditanyakan adalah bagaimana cara menghadapi pesaing pasar?

“kita fokus dengan usaha kita sendiri, fokus memperbaiki, fokus memodifikasi, fokus untuk berinovasi”

Dari jawaban diatas, mas Sugeng fokus untuk fokus pada evaluasi usaha miliknya agar dapat tetap bersaing tanpa melupakan bagian penting yaitu evaluasi.

5.4 Pembahasan

5.4.1 Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Pedas Bang Mar

Sesuai dengan teori yang disebutkan (Tidd et al. 2005). Inovasi Produk dan jasa adalah inovasi yang mempengaruhi mutu produk dan jasa, tetapi mempunyai suatu efek lebih besar pada reputasi (gambaran merek) dan nilai atau inovatif. Indikator variabel ini adalah Menciptakan ide inovatif pada produk, Modifikasi produk-produk lama, Menyediakan produk baru di pasar, Penetapan harga produk.

Disisi lain perubahan lingkungan yang cepat akan mempengaruhi proses pembelajaran, hal ini menentukan efisiensi dalam inovasi produk (Hurley dan Hult, 1998, p.45). Dalam sisi lain produk inovasi menurut Galbraith, 1973; Schon, 1967 (dalam Lukas dan Ferrel, 2000, p.240) didefinisikan sebagai proses dari penggunaan teknologi baru kedalam suatu produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah.

Sesuai dengan yang dilakukan oleh bapak Fikri, untuk mengidentifikasi masalah mengantisipasi terjadinya masalah untuk proses produksi dimasa mendatang. Usaha ini juga menggunakan alat yang tergolong teknologi baru yaitu alat untuk menakar bumbu supaya terukur, demi mendapatkan takaran yang sesuai. Selain itu untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dalam proses produksi pak Fikri menolak untuk tertinggal dari informasi-informasi teknologi dengan cara selalu update dengan teknologi informasi dari berbagai sumber termasuk sosial media.

Dengan menjaga cita rasa dan pedas khas dari bakso Bang Mar ini

Usaha bakso yang satu ini selalu mengadakan pembaharuan dengan seiring berjalannya waktu. Inovasi-inovasi yang dilakukan adalah memoodivikasi produk yang sudah ada dan juga beberapa menciptakan produk baru sesuai dengan tren yang berkembang di pasaran. Usaha yang satu ini sangat peka dengan perkembangan dengan mengandalkan sistem informasi.

5.4.2 Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Mas Agus

Menurut Drucker (2007) inovasi merupakan alat khusus dari pengusaha, sebagai sarana dimana mereka memanfaatkan perubahan sebuah peluang untuk bisnis yang berbeda atau layanan yang berbeda. Hal ini mampu untuk ditampilkan sebagai suatu disiplin, mampu untuk dipelajari, mampu untuk di praktekkan. Pengusaha perlu mencari tujuan tertentu untuk inovasi yang sukses. Dan mereka perlu mengetahui dan menerapkan prinsip-prinsip dari inovasi yang sukses. Goswami dan Matthew (2005); PDMA (2008); De Meyer dan Garg (2005);

Dari teori diatas belum mampu menjawab pada studi kasus usaha bakso Mas Agus, usaha bakso ini lebih cenderung menggunakan metode lama karena beranggapan dengan alat tradisional dapat mempertahankan cita rasa yang sudah cukup untuk mempertahankan pelanggan. Jadi dapat disimpulkan bahwa usaha yang satu ini belum memiliki inovasi proses atau tidak memiliki inovasi alat baru untuk memproduksi produknya sehingga cenderung untuk tingkat efisiensi pun akan tetap menjadi kendala pada pelaku usaha ini.

5.4.3 Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Frenzy Pedaz

Tidak jauh dari informan sebelumnya, pelaku usaha yang satu ini juga cenderung belum melakukan inovasi proses untuk mendapatkan efisiensi waktu proses produksi. Sehingga masih dalam kategori ketertinggalan informasi. Dianggapnya fokus untuk mempertahankan cita rasa adalah suatu yang pokok dan mengabaikan inovasi proses yang sejatinya untuk meningkatkan tingkat produksi.

Tetapi dari usaha ini tidak semuanya tertinggal atau belum menerapkan inovasi proses, dibebberapa sisi usaha ini sudah mulai untuk memodifikasi produknya dari yang sudah ada di modifikasi dengan produk baru yang menyesuaikan dengan alat produksi yang mendukung. Seusai dengan teori berikut “Perpaduan konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara yang baru.” Abernathy, Clark, dan Tidd (1993)

5.4.4 Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso & Mie Ayam Ashiqu

Pada proses wawancara UMKM Bakso & Mie Ayam Ashiqu, peneliti juga lakukan wawancara langsung dengan pemilik usahanya yaitu Bapak H. Suseno. Dari pernyataan pemilik usaha kali ini, lagi-lagi belum maksimal dalam penerapan inovasi proses. Hal ini sesuai dengan yang diyakininya bahwa proses produksi yang digunakan berdasarkan pengalaman dan fokusnya untuk menjaga produksi belum kepada efisiensi. Maka disimpulkan oleh peneliti bahwa usaha bakso dan mie ayam Ashiqu belum bisa dikatakan sudah menerapkan inovasi proses.

5.4.5 Analisis Inovasi Proses Bakso Pada UMKM Bakso Sedep Roso"masSugeng”

Untuk usaha bakso Sedep Roso Mas Sugeng, kali ini dapat disimpulkan bahwa usaha ini mendekati penerapan inovasi proses, dari beberapa inovasi yang dilakukan memang belum semuanya, tetapi ada beberapa yang terfokus untuk menerapkan inovasi proses disiplin untuk mendapatkan efisiensi produksi. Seperti teori yang dijelaskan (Galbraith, 1973) Indikator inovasi proses adalah Pengembangan metode proses produksi, Penambahan proses layanan baru, Melakukan perbaikan proses produksi, Memiliki fasilitas yang baik untuk proses produksi, kedisiplinan tingkat produksi untuk efisiensi produksi.

5.5 Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Desa Pandau Jaya Kabupaten Kampar

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 (Setiadi, 2003: 398-399). Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menjupasar 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 insidental (Ellitan dan Anatan, 2009: 4).

Prajogo (2016: 65), menjelaskan jika inovasi produk didefinisikan sebagai pengembangan dan perubahan dalam atribut kinerja dari produk atau layanan yang dipasok. Konsep tersebut mendominasi sebagian besar diskusi tentang inovasi, karena memiliki kepentingan strategis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memasuki pasar baru.

5.5.1 Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Pedas Bang Mar

Analisis inovasi produk pada UMKM bakso pedas Bang Mar sudah menerapkan inovasi produk, dilihat dari hasil wawancara melalui penjelasan dari pemilik usaha langsung bahwasanya inovasi produk yang dilakukan adalah mengumpulkan masukan-masukan sesuai dengan kebutuhan pasar yang diinginkan konsumen, melalui karyawan dan juga konsumennya itu sendiri. dari masukan-masukan yang ada dilakukakanlah pembuatan produk baru. Bertepatan dengan teori berikut.

Inovasi Produk dan jasa terus meningkat dalam hal pembedaan untuk memenuhi kebutuhan tertentu para pemakai spesifik. Inovasi Produk dan jasa juga mempengaruhi mutu produk dan jasa, tetapi mempunyai suatu efek lebih besar pada reputasi (gambaran merek) dan nilai atau inovatif (Tidd et al. 2005).

Maka dapat disimpulkan bahwa usaha bakso pedas bang mar ini sudah melakukan inovasi produk.

5.5.2 Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Mas Agus

Berlanjut ke informan berikutnya yaitu bakso Mas Agus, yang sudah terkenal enak di Pandau Jaya, namun untuk penerapan inovasi produk usaha ini belum bisa dikatakan maksimal, karena tidak ada ketegasan oleh pelaku usaha untuk menciptakan inovasi produk baru, hanya saja mengikuti tren pasar yang berkembang.

Kegiatan-kegiatan penyaringan dapat meliputi studi potensi pasar (market potensial studies), pengujian konsep (concept test), dan model scoring (scoring model). (Ellitan dan Anatan, 2009).

Dari teori diatas dapat disimpulkan juga bahwa usaha bakso mas agus belum bisa sepenuhnya dikatakan sudah menerapkan inovasi produk. Namun bisa disimpulkan sudah mulai menerapkan inovasi produk sehingga sudah mendekati penerapan inovasi produk.

5.5.3 Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Frenzy Pedaz

Usaha bakso kali ini yaitu usaha bakso pedaz frenzy, dari hasil wawancara meskipun belum menerapkan inovasi proses namun sudah menerapkan inovasi produk. Diliat dari hasil wawancara, untuk mempertahankan pelanggan dan mampu bersaing usaha ini menciptakan inovasi produk baru dan beberapa ada memodifikasi produk lama dengan produk baru. Salah satu produk barunya disebutkan pada wawancara dengan peneliti yaitu pak Frenzy mempunyai produk baru yaitu bakso acil.

Sebuah studi yang berpengaruh bukan hanya untuk proses pengembangan produk tetapi juga untuk produk baru secara umum dilakukan oleh pemilik usaha (dalam Stamm, 2008) :

Dari teori diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya usaha Bakso Frezy Pedaz sudah menerapkan inovasi produk dengan baik.

5.5.4 Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso & Mie Ayam

Ashiqu Pada usaha bakso dan mie ayam ashiqu ini, dari hasil wawancara peneliti dengan langsung nara sumbernya pemilik usaha, dapat disimpulkan pemilik usahanya fokus dengan mempertahankan produk yang sudah ada dan hanya menjaga untuk mempertahankan cita rasa khas yang didapat dari generasi sebelumnya, yaitu resep turun temurun. Dengan teori yang dijelaskan 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 (Setiadi, 2003: 398-399).

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha bakso dan mie ayam Ashiqu ini belum menerapkan inovasi produk. Tetapi dari hasil wawancara tidak jarang sesekali pemilik usaha mempunyai niat untuk menambah menu baru. Ini berarti bakal ada dilakukan inovasi produk baru, tetapi masih dalam tahap perencanaan. Dan ini bukan dari bagian yang bisa dikatakan usaha ini sudah menerapkan inovasi produk.

5.5.5 Analisis Inovasi Produk Bakso Pada UMKM Bakso Sedep Roso "masSugeng"

Definisi inovasi produk menurut Crawford dan De Benedetto (2008) adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan di mana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/kegunaannya.

inovasi produk adalah suatu usaha yang dijalankan perusahaan untuk menciptakan produk baru yang bertujuan untuk menyesuaikan dengan selera konsumen dan dapat meningkatkan penjualan. Indikator variabel ini merujuk pada teori Lukas dan Ferrel (2000: 240)

dari dua teori diatas usaha bakso sedep roso yang dikelola langsung oleh mas sugeng selaku pemilik usaha, dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha bakso ini sudah menerapkan inovasi produk. Dengan produk barunya yang mampu meningkatkan tingkat peminatan pelanggan yaitu dengan produk barunya bakso tahu, usaha bakso ini juga mengaku akan terus menciptakan produk baru demi terjaganya kepercayaan pelanggan dan mampu bersaing dengan para pesaing.

Maka dapat disimpulkan untuk usaha yang satu ini sudah menerapkan inovasi produk sesuai dengan teori yang sudah dikemukakan oleh beberapa referensi yang dapat peneliti kumpulkan.

BAB VI

PENUTUP

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber mengenai tahapan inovasi proses dan inovasi produk pada UMKM bakso Pandau Jaya Kabupaten Kampar., dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Inovasi proses dan inovasi produk yang sudah dilakukan oleh UMKM Baksodi Pandau Jaya belum bisa dikatakan baik dalam penerapan inovasi proses dan inovasi, karena dari 5 sampel yang dikumpulkan hanya ada 1 yang sudah menerapkan inovasi proses dengan maksimal dan yang menerapkan inovasi produk dari 5 sampel yang peneliti lakukan hanya 3 yang melakukan inovasi produk dengan maksimal. Dari inovasi proses dan inovasi produk yang sudah diterapkan oleh pelaku usaha, UMKM ini dapat belajar lebih banyak tentang inovasi proses dan novasi produk terbaru daripada pesaing.

Dari hasil wawancara masing-masing UMKM menerangkan bahwa usaha yang ditekuninya cenderung mengalami peningkatan pendapatan. Namun ditengah kondisi Covid seperti sekarang, tidak dipungkiri setiap usaha mengalami penurunan pendapatan, termasuk lah pelaku UMKM Bakso yang ada di Pandau Jaya, juga mengalami penurunan pendapatan, namun masing-masing UMKM menjelaskan bahwa penurunan pendapatan tidak terlalu ekstrim.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan kepada para pelaku usaha bakso atau UMKM Bakso di Desa Pandau Jaya, Kabupaten Kampar yaitu :

1. Inovasi proses hendaknya dilakukan secara ketat dan intensif sehingga tidak

memakan waktu yang lama.

2. Perusahaan perlu lebih sering melakukan pengembangan produk dengan selisih atau jeda waktu yang tidak terlalu lama agar dapat memaksimalkan peluang bisnis yang ada.
3. Apabila membutuhkan alat untuk membuat suatu produk, maka perusahaan



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

dapat meminjam alat atau tenaga kerja dari perusahaan lain. Karena selain bisa menghemat waktu, perusahaan juga dapat mengurangi tenaga kerja.

4. sebaiknya pelaku usaha memperhatikan aspek strategi yang digunakan oleh pelaku usaha dalam meluncurkan produk barunya kepada konsumen. Melalui penggunaan strategi pemasaran produk baru yang tepat, inovasi produk yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat diterima oleh masyarakat.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Daftar Pustaka

- Anggraeni, d. p., Kumadji, s., & Sunarti. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 37 No. 1*, 171-177.
- Duwila, u. (2015). PENGARUH PRODUKSI PADI TERHADAP TINGKAT KESEJAHTERAAN MASYARAKAT KECAMATAN WAEAPO KABUPATEN BURU. *Vol. IX, No.2,*, 149-158.
- RUMKMin, h. j., Khalid, a., & Rizal, s. (2019). PERANAN SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN PADA PENGADAAN BARANG DAN JASA PEMERINTAH (STUDI KASUS PADA DINAS KESEHATAN KABUPATEN JENEPONTO). *Jurnal Ekonomi Invoice Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Volume 1 No 1*, 173-183.
- Aditya, & Samsuri. (2016). PENGARUH PERUBAHAN DESAIN, PENGEMBANGAN TEHNOLOGI DAN PERFORMA MOTOR TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA MOTORSPORT KAWASAKI NINJA 250 F1 DI KOTA BOGOR. *Visionida, Volume 2 Nomor 1*, 61-81.
- Arischa, s. (2019). ANALISIS BEBAN KERJA BIDANG PENGELOLAAN SAMPAH DINAS LINGKUNGAN HIDUP DAN KEBERSIHAN KOTA PEKANBARU. *JOM FISIP Vol. 6: Edisi I*, 1-15.
- AULAWI, T., & NINSIX, R. (2009). SIFAT FISIK BAKSO DAGING SAPI DENGAN BAHAN PENGENYAL DAN LAMA PENYIMPANAN YANG BERBEDA. *Peternakan Vol 6 No 2*, 44 - 52.
- Chakim, L., Dwiloka, B., & Kusrahayu. (2013). TINGKAT KEKENYALAN, DAYA MENGIKAT AIR, KADAR AIR, DAN KESUKAAN PADA BAKSO DAGING SAPI DENGAN SUBSTITUSI JANTUNG SAPI. *Animal Agriculture Journal, Vol. 2. No. 1*, 97 -104.
- Chandra, G. C., & Haryadi, B. (2016). PROSES INOVASI PRODUK PADA PT MEKAR USAHA NASIONAL. *AGORA Vol. 4, No. 2*, 338-344.
- Curatman, A., Rahmadi, Maulany, S., & Ikhsani, M. M. (2016). Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada. *JURNAL LOGIKA, Vol XVIII, No 3*, 61-75.

- Daulay, I. N., Novrizal, D., & Azelya, V. (2013). Analisis Taguchi Dalam Meningkatkan Utilisasi Produksi Pada Industri Crude Pulm Oil. *EKONOMI Volume 21, Nomor 2*, 1-20.
- Fahmila, S. F. (2018). PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASIONAL. *manajemen operasional*, 1-15.
- Faizuddin, M., Poniman, & jumi. (t.thn.). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Dalam Upaya Mengendalikan Tingkat Kerusakan Produk Ekspor Di Pt. Asia Pacific Fibers, Tbk Kaliwungu. *OF BUSINESS STUDIES*, 11-22.
- FARUQ, M. A., & USMAN, I. (2014). PENYUSUNAN STRATEGI BISNIS DAN STRATEGI OPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH PADA PERUSAHAAN KONVEKSI SCISSORS DI SURABAYA. *Manajemen Teori dan Terapan Tahun 7. No. 3*, 173-179.
- Putra, E. (2014). pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen citra swalayan dengan variabel intervening service quality. *Apresiasi Ekonomi Volume 2, nomor 2*, 89-94.
- Riani, L. P. (2016). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Tahu Putih (Studi Kasus Pada Home Industri Tahu Kasih Di Kabupaten Trenggalek). *AKADEMIKA; Vol. 14. No.1*, 58-63.
- Rottie, R. (2019). Pengendalian Kualitas Tahu Om Melky Dengan Pendekatan Statistical Process Control. *REALTECH Vol. 15, No.1*, 53-58.
- Salenussa, S. (2008). PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASIONAL OERUSAHAAN (STUDI KASUS PT OAI WAISARISSA). *Volume II, No 2*, 115-124.
- Serang, S., & Surachman. (2012). Implementasi Just In Time dan Pengaruhnya terhadap Kinerja. *APLIKASI MANAJEMEN*, 722-732.
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 57-74.
- Sumual, A. K. (2013). PENGARUH KNOWLEDGE MANAGEMENT DAN CORPORATE CULTURE TERHADAP INOVASI (STUDY PADA BANK SULUT CABANG UTAMA MANADO). *EMBA Vol.1 N.3*, 617-625.

- Tanjung, R. (2018). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PRODUKTIFITAS KERJA KARYAWAN SPRAY PAINTING METAL DI PT.RAPALA VMC BATAM. *Volume 5 No. 1*, 78-90.
- Triyana, U. (t.thn.). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Industri Kreatif Sektor Usaha Minuman Thai Tea Di Kota Bandung. *IRWNS*, 1004-1015.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau