

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**ANALISIS INOVASI PRODUK KERAJINAN ROTAN PADA
CV. RATATIA INDONESIA BERKAH KECAMATAN
RUMBAI KOTA PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



ANGGI ANISTIAWATI

NPM : 167210404

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2020

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Anggi Anistiawati
NPM : 167210404
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV.
Ratatia Indonesia Berkah Jl. Yos Sudarso Kec.
Rumbai kota Pekanbaru

Format sistematika pengawasan materi masing-masing bab dan sub-bab dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui dalam sidang ujian konferhensif.

Pekanbaru, 13 Maret 2020

Turut Menyetujui
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua

Pembimbing

La Ode Syarfan, SE., M.Si

Dr. Nurman S.Sos., M. Si



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

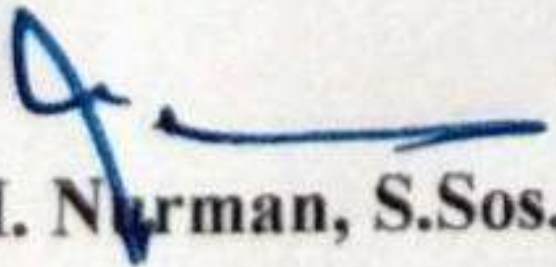
Nama : Anggi Anistiawati
NPM : 167210407
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV.
Ratatia Indonesia Berkah Jl. Yos Sudarso Kec. Rumbai
Kota Pekanbaru

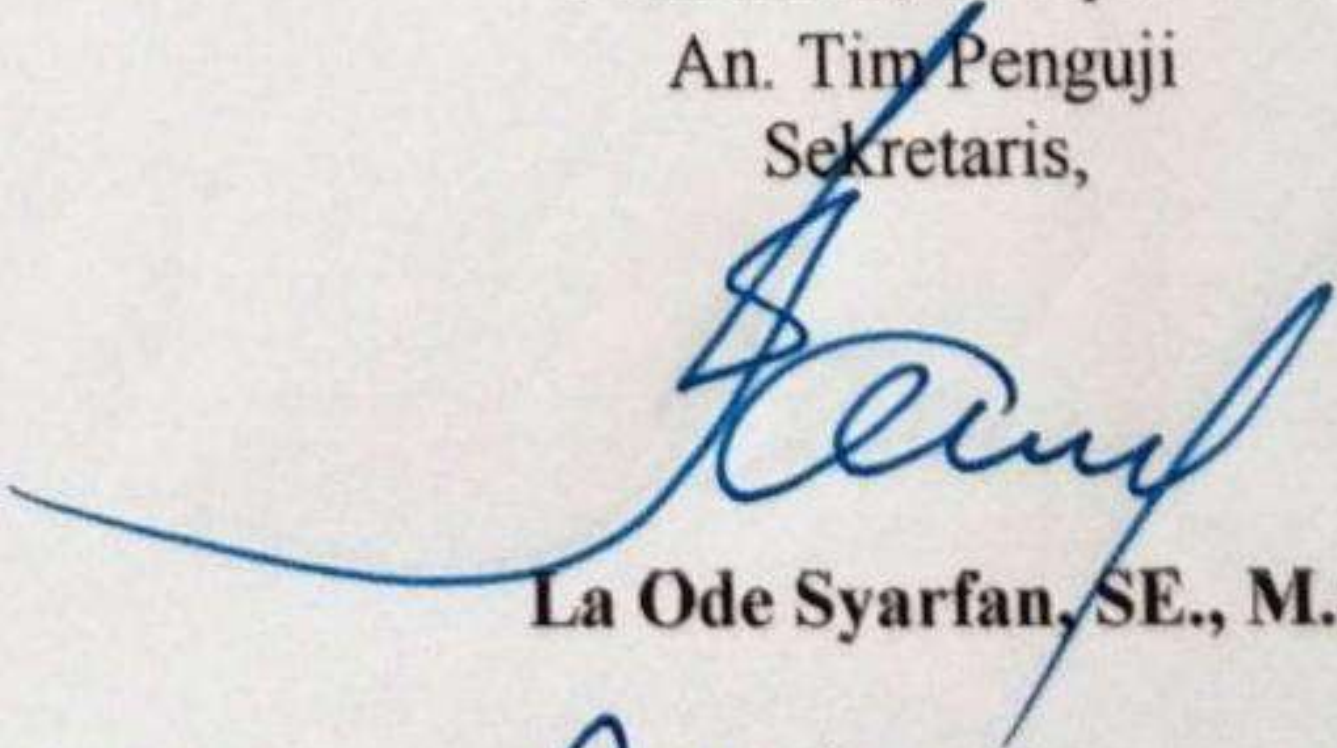
Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian, oleh karena itu tim penguji ujian komprehensif skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Administrasi Bisnis.

Pekanbaru, 16 April 2020

An. Tim Penguji
Sekretaris,

Ketua,


Dr. H. Nurman, S.Sos., M.Si


La Ode Syarfan, SE., M.Si

Anggota,


M. Faisal Amrillah, S.Sos., M.Si

Mengetahui,
Wakil Dekan I,


Dr. Panca Setyo Prihatin, S.Ip., M.Si

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR :152/UIR-FS/KPTS/2020
TENTANG TIM PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI MAHASISWA

DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menimbang : 1. Bahwa untuk mengevaluasi tingkat kebenaran penerapan kaidah dan metode penelitian ilmiah dalam naskah Skripsi Mahasiswa maka dipandang perlu untuk diuji dalam forum ujian komprehensif.
2. Bahwa Tim Penguji dimaksud perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan.

Mengingat : 1. UU Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Pendidikan Nasional
2. PP Nomor: 60 Tahun 1999 Tentang Sistem Pendidikan Tinggi
3. SK. Mendiknas RI Nomor 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi.
4. SK Rektor UIR Nomor: 141/UIR/KPTS/2009 tentang Kurikulum Baru Fisipol UIR
5. SK Rektor UIR Nomor: 081/UIR/KPTS/2017, tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas dan Direktur Pascasarjana UIR masa bakti 2012-2016.

Memperhatikan : Rekomendasi Ka Prodi dan Wakil Dekan I Bidang Akademik (WD.I) tentang Usulan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : 1. Dosen Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa atas nama yang tersebut dibawah ini :

Nama : **Anggi Anistiawati**
N P M : 167210404
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan Pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru.

1. Dr. H. Nurman.,S.Sos.,M.Si Sebagai Ketua merangkap Penguji
2. La Ode Syarfan.,S.Sos.,M.Si Sebagai Sekretaris merangkap Penguji
3. M. Faisal Amrillah.,S.Sos.,M.Si Sebagai Anggota merangkap Penguji
4. Afrizal.,SE.,M.Si Sebagai Notulen

2. Tim Penguji melaksanakan tugas dan mengisi serta menandatangani berkas ujian sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Fakultas.

3. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.



Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 08 April 2020
An. Dekan

Dr. H. Panca Setyo Prihatin.,S.IP.,M.Si
Wakil Dekan I Bid. Akademik

Tembusan Disampaikan Kepada :

1. Yth. Bapak Rektor UIR
2. Yth. Sdr. Ka. Biro Keuangan UIR
3. Yth. Ketua Jurusan ADM Bisnis.....
4. Arsip -----sk.penguji

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

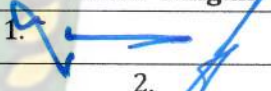
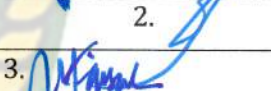
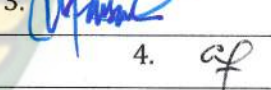
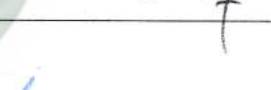
=====

BERITA ACARA UJIAN KONPREHENSIF SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Nomor: 152 /UIR-Fs/Kpts/2020 tanggal 08 April 2020 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini, Kamis tanggal, 09 April 2020 jam 10.00 – 11.00 Wib, bertempat di ruang sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian konprehensif skripsi atas mahasiswa:

Nama : Anggi Anistiawati
NPM : 167210404
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : **Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai Kota Pekanbaru.**

Nilai Ujian : Angka : " 85 " ; Huruf : " A "
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / Tidak Lulus / Ditunda
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. H. Nurman, S.Sos, M.Si	Ketua	1. 
2.	La Ode Syarfan, SE., M.Si.	Sekretaris	2. 
3.	M. Faisal Amrillah, S.Sos., M.Si.	Anggota	3. 
4.	Afrizal, SE., M.Si.	Notulen	4. 

Pekanbaru, 09 April 2020

An. Dekan,

Dr. H. Panca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si.
Wakil Dekan I Bid. Akademik





UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anggi Anistiawati
NPM : 167210404
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Jl. Yos Sudarso Kec. Rumbai kota Pekanbaru

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh mahasiswa yang bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan tim penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administrasi dan akademis, oleh karena itu dapat disahkan sebagai sebuah karya ilmiah.

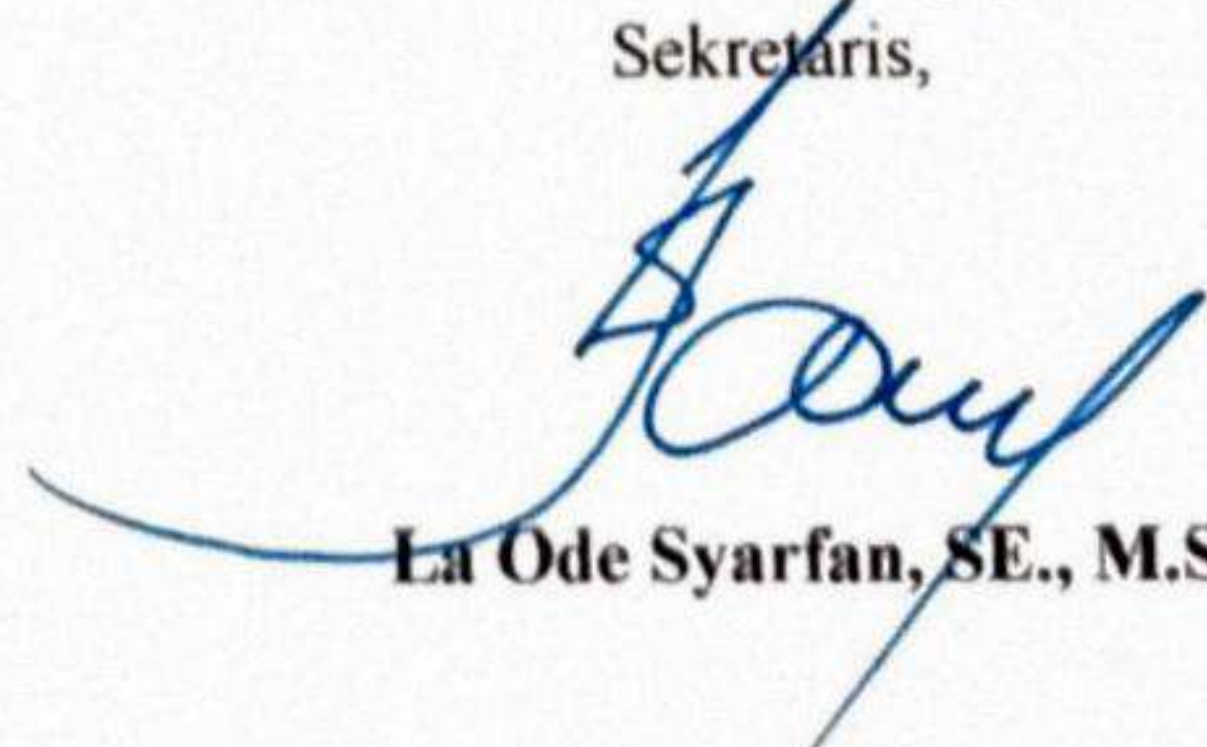
Pekanbaru, 16 April 2020

An. Tim Penguji

Sekretaris,

Ketua,


Dr. H. Nurman, S.Sos., M.Si

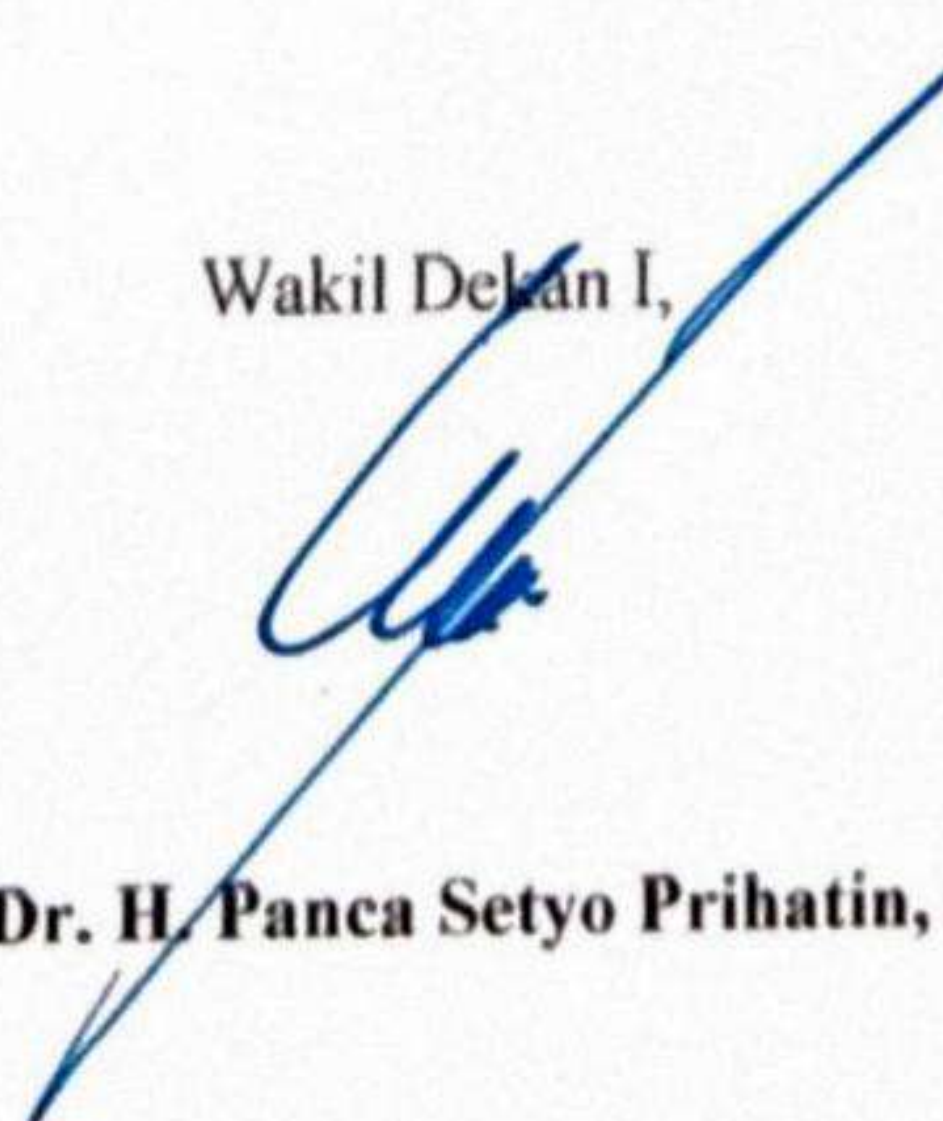

La Ode Syarfan, SE., M.Si

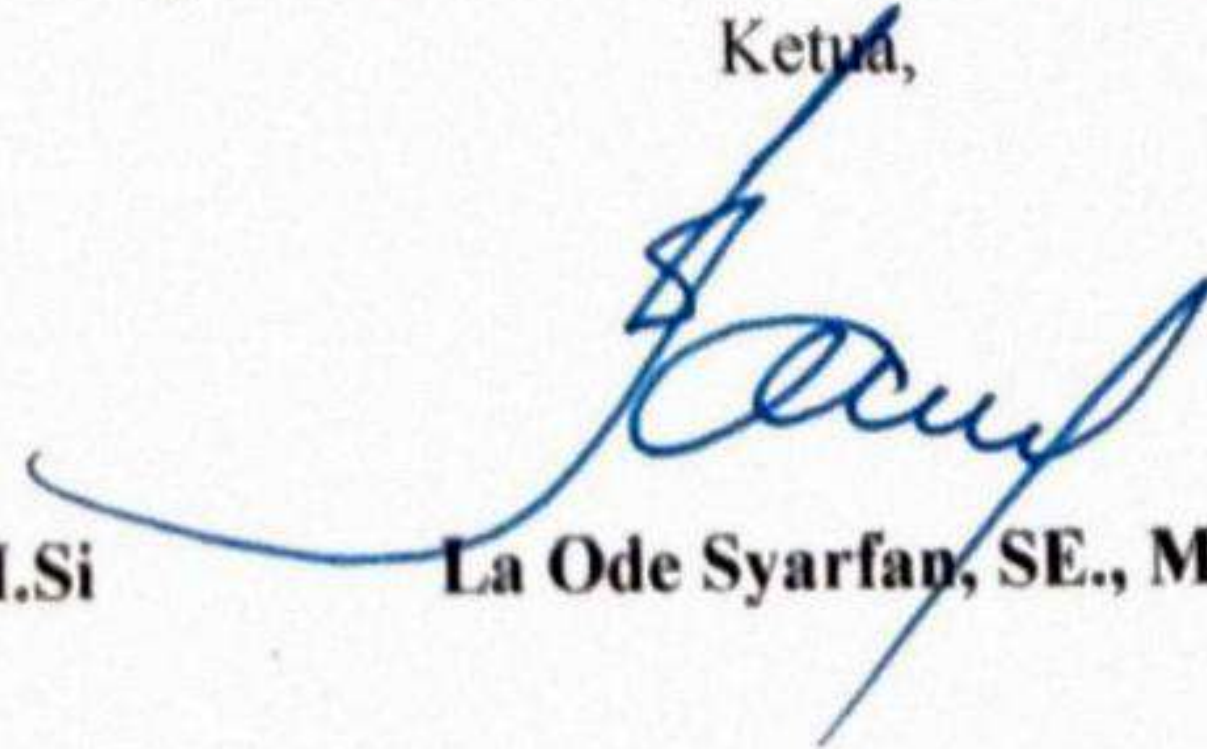
Turut Menyetujui,

Wakil Dekan I,

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Ketua,


Dr. H. Panca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si


La Ode Syarfan, SE., M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian komprehensif yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggi Anistiawati
NPM : 167210404
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Jl. Yos Sudarso Kec. Rumbai Kota Pekanbaru

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian komprehensif beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya nyatakan :

1. Bahwa, naskah komprehensif ini adalah benar asli karya saya sendiri (tidak plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulis karya ilmiah.
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh fakultas dan universitas.
3. Bahwa, apabila kemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya akan menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian komprehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara Republik Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 15 April 2020
Pelaku Pernyataan,



Anggi Anistiawati

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR: 595/UIR-Fs/Kpts/2019
TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA DEKAN FISIPOL UIR

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk mengarahkan mahasiswa dalam penulisan skripsi perlu difasilitasi oleh Dosen Pembimbing.
2. Bahwa Dosen Pembimbing dimaksud perlu ditetapkan dalam bentuk surat keputusan Dekan
- Mengingat** : 1. Undang - Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang - Undang Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 tahun 2013 tentang Standar Nasional Pendidikan;
4. Peraturan Presiden Nomor 08 tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia;
5. Permenristek & Dikti 50 tahun 2014 tentang Penjamin Mutu Pendidikan Tinggi;
6. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2019;
7. SK Rektor No. 344/UIR/ Kpts/2015 tentang Kurikulum Fisipol UIR;
8. SK Rektor No. 112/UIR/ Kpts /2016 tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas dan Direktur Pascasarjana UIR masa bakti 2016-2020.
- Memperhatikan** : Rekomendasi Ketua Program Studi dan Wakil Dekan I tentang usulan Dosen Pembimbing penulisan skripsi mahasiswa;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Dosen yang identitasnya tertera berikut ini:

Nama	: Dr. Nurman S.Sos.,M.Si
NIP/NPK	: 860702056
Pangkat/ Jabatan	: IV/A-Lektor Kepala
Kedudukan	: Pembimbing

Sebagai **Pembimbing** pada proses penulisan skripsi mahasiswa yang identitasnya tertera berikut ini :

Nama	: Anggi Anistiawati
NPM	: 167210404
Program Studi	: Ilmu Administrasi / Administrasi Bisnis
Judul Skripsi	: Analisis Inovasi Produk Pada Kerajinan Rotan " Rattan Handmade " Di Pekanbaru.

2. Pembagian dan pelaksanaan tugas Pembimbingan berpedoman kepada **Peraturan Akademik Universitas Islam Riau Nomor 1 Tahun 2018 Pasal 39 tentang Kualifikasi Dosen Pembimbing dan Penguji Program Diploma dan Sarjana dan Pasal 42 tentang Tugas Dan Tnggung Jawab Dosen Pembimbing**;
3. Kepada Dosen Pembimbing diberikan honorarium sesuai ketentuan yang berlaku di UIR;
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kesalahan di dalamnya segera diperbaiki sebagaimana seharusnya.

- Kutipan** : Surat Keputuasan ini disampaikan Kepada Dosen bersangkutan untuk dilaksanakan secara baik dan penuh tanggung jawab.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 12 Juli 2019

Hormat Kami,
Wakil Dekan Bid. Akademik

Dr. H. Pauca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si
NPK: 160702589

Tembusan, disampaikan kepada :

1. Yth. Bapak Rektor UIR
2. Yth. Ketua Prodi Adm Bisnis
3. Yth. Ka. Labor Adm Bisnis
4. Arsip. --SK Pembimbing.



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia 28284
Telp. +62761674674 Fax. +62761674834 Email: fisipol@uir.ac.id Website : www.uir.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI SKRIPSI

Nomor : 683/A_UIR/5-FS/2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau menerangkan bahwa :

Nama : Anggi Anistiawati
NPM : 167210404
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai Kota Pekanbaru
Persentase Plagiasi : 15%
Jumlah Halaman : 105 (**Abstrak s/d Daftar Pustaka**)
Status : **Lulus**

Adalah benar-benar sudah lulus pengecekan plagiasi dari Naskah Publikasi Skripsi, dengan menggunakan aplikasi *Turnitin* (terlampir).

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 3/10/2020

Hormat Kami,
Wakil Dekan Bid. Akademik



Dr. H. Panca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si
NPK. 160702589



REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/31797
T E N T A N G



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, Nomor : 562/E-UIR/27-FS/2020 Tanggal 6 Maret 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- 1. Nama : **ANGGI ANISTIAWATI**
- 2. NIM / KTP : 167210404
- 3. Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
- 4. Jenjang : S1
- 5. Alamat : PEKANBARU
- 6. Judul Penelitian : **ANALISIS INOVASI PRODUK KERAJINAN ROTAN PADA CV. RATATIA INDONESIA BERKAH KEC. RUMBAI KOTA PEKANBARU**
- 7. Lokasi Penelitian : KERAJINAN ROTAN CV. RATATIA INDONESIA BERKAH JL. YOS SUDARSO NO. 149 KEC. RUMBAI KOTA PEKANBARU

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
- 2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
- 3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 6 Maret 2020



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU**

Tembusan :
Disampaikan Kepada Yth :

- 1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- 2. PIMPINAN CV. RATATIA INDONESIA BERKAH JL. YOS SUDARSO NO. 149 KEC. RUMBAI KOTA PEKANBARU
- 3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau di Pekanbaru
- 4. Yang Bersangkutan

PERSEMBAHAN

***Yang Utama Dari Segalanya Sembah Sujud Syukur Kepada Allah
Swi Yang Telah Memberiku Kekuatan, Membekaliku Dengan Ilmu.
Dan Atas Nikmat Kesempatan Serta Kemudahan Yang Engkau
Berikan Akhirnya Karya Jemiah Yang Sederhana Ini Dapat
Terselesaikan.
Sholawat Dan Salam Selalu Terlimpahkan Kepada Baginda
Rasulullah Muhammad Saw.***

***Ku Persembahkan Karya Sederhana Ini Kepada Orang Yang Sangat
Kukasih Dan Kusayangi Yang Senantiasa Ada Dalam Sukla Dan
Duka (Bapak Dan Ibu Tercinta) Yang Selalu Memanjatkan Do'a
Kepada Puteri Tercintanya Dalam Setiap Sujudny. Memberikan
Dukungan, Cinta Dan Kasih Yang Tiada Henti Dan Tiada Mungkin
Untuk Dapat Kubalas.***

***Teruslah bermimpi untuk sebuah tujuan yang diimbangi dengan
tindakan nyata, agar mimpi dan juga angan tidak hanya jadi semua
bayangan.***

Alhamdulillahakhirabbil alamin

Satu cita telah kugapai

Namun aku menyadari

Ini bukan akhir perjalanan

Akan tetapi awal dari sebuah perjuangan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT Tuhan yang Maha Esa dan Sholawat kepada Nabi Muhammad Saw, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Jl. Yos Sudarso Kec. Rumbai Kota Pekanbaru”**.

Penulis dengan segala keterbatasan ilmu dan pengalaman sudah berupaya semaksimal mungkin untuk menyusun setiap lembar bab perbab skripsi ini sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah dan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas. Walaupun demikian penulis menyadari bahwa pada lembar tertentu dari skripsi ini mungkin ditemukan berbagai kesalahan dan kekurangan. Untuk membenahi hal itu penulis berharap kemakluman serta masukan dari para pembaca.

Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu semua kritikan dan saran akan diterima dengan besar hati. Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dorongan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. DR. H. Syafrinaldi, SH., MCL. Selaku rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.
2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah memberikan fasilitas yang memadai

dalam proses belajar mengajar dan mampu memotivasi penulis untuk dapat menyelesaikan studi strata satu dengan tepat waktu.

3. Bapak La Ode Syarfan, SE., M.SI selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memfasilitasi dan sangat membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Nurman S. Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/ibu dosen, khususnya pada jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Islam Riau yang dalam hal ini tidak dapat penulis sebutkan penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama dibangku perkuliahan dengan mendidik dan mengajar serta memberikan dorongan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu, karyawan dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
7. Terkhusus dan teristimewa penulis mengucapkan terimakasih yang tiada terhingga kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Samirin dan Ibunda Nuril Inayati, serta Kakak Febriana Leygan yang tiada henti-hentinya memberikan do'a serta dukungan dan motivasi baik itu secara moril maupun secara materi selama penulis menyelesaikan studi.
8. Terimakasih kepada Ardi Rianto yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

9. Terimakasih untuk sahabat-sahabat khususnya kepada Rika Kurnia, Windi Gustiana, Elzha Oktafiani, Nofia Ayu, Anita, Maini Irtiya, Prapti Kumala, dan teman-teman seperjuangan yang sama-sama menggali ilmu khususnya teman-teman angkatan 2016 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis.
10. Terimakasih kepada senior yang telah banyak membantu terutama Hendri Halim, Shafira Amalia, Fauzie Rifa'i, Edo Prastianto, Desi Nofitri, Suci Eka Lestari, Hasbi Pratama, Indah Purnama Sari, Wahyu Karima.
11. Terimakasih kepada pimpinan dan karyawan CV. Ratatia Ratatia yang telah bersedia memberikan bantuan kepada penulis berupa informasi dan data selama penelitian ini berlangsung.

Semoga Allah SWT Senantiasa memberikan pahala atas jasa dan kebaikan mereka semua. Dan penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karenanya penulis tidak menutup diri untuk mendapat kritik dan saran yang tentunya lebih membuka cakrawala penulis dalam menyelesaikan skripsi ini lebih baik lagi.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukan di masa yang akan datang.

Pekanbaru, 15 April 2020

Penulis

Anggi Anistiawati

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iii
BERITA ACARA KOMPREHENSIF	v
PENGESAHAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	20
C. Tujuan	20
D. Kegunaan Penelitian	20
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR	
A. Studi Kepustakaan	22
1. Konsep Administrasi	22
2. Konsep Organisasi	22
3. Konsep Manajemen	23
4. Konsep Manajemen Pemasaran	24

5. Konsep Pemasaran	25
6. Konsep Inovasi	30
7. Manajemen Inovasi	32
8. Inovasi Produk	33
9. Konsep UMKM	36
10. Penelitian Terdahulu	39
B. Kerangka Pikir	43
C. Konsep Operasional	44
D. Operasional Variabel	47
E. Teknik Pengukuran	48

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian	53
B. Lokasi Penelitian.....	53
C. Populasi dan Sampel	54
D. Teknik Penarikan Sampel	55
E. Jenis dan Sumber Data.....	56
F. Teknik Pengumpulan Data	56
G. Teknik Analisis Data	58
H. Jadwal Waktu Kegiatan	59

BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Usaha CV. Ratatia Indonesia Berkah	60
B. Struktur Organisasi	63
C. Fungsi dan Tugas Jabatan	65
D. Visi dan Misi Usaha.....	69
E. Aktivitas Usaha.....	70

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden	74
1. Menurut Jenis Kelamin	74
2. Identitas Responden Menurut Umur	75
3. Identitas Responden Menurut Pekerjaan	77
4. Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan	78
5. Identitas Responden Menurut Minimal Pembelian.....	79
B. Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia	80
Indonesia Berkah kota Pekanbaru	
1. Indikator Fitur Produk.....	80
2. Indikator Desain Produk	85
3. Indikator Kualitas Produk.....	90
 BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	98
B. Saran	100
 DAFTAR KEPUSTAKAAN	103
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
I.1 Data Pendapatan CV. Ratatia.....	7
I.2 Jumlah Tenaga Kerja pada CV. Ratatia.....	9
I.3 Daftar Nama Usaha Kerajinan Rotan Kec. Rumbai	9
I.4 Daftar Harga Produk Rotan Alami	11
I.5 Daftar Harga Produk Rotan Sintetis	17
II.1 Penelitian Terdahulu.....	39
II.2 Operasional Variabel.....	47
II.3 Pengukuran Skala Likert	48
III.1 Jumlah Informan Peneliti	54
III.2 Jadwal Kegiatan Penelitian	59
V.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
V.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	76
V.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
V.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	78
V.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	79
V.6 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Fitur Produk	81
V.7 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Desain Produk.....	86
V.8 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kualitas Produk.....	91
V.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hlmn
I.1 Beberapa Inovasi Terhadap Produk yang dihasilkan CV. Ratatia	14
II.1 Kerangka Pikir Analisis Inovasi Produk CV. Ratatia Kec. Rumbai kota Pekanbaru	43
IV.1 Struktur Usaha CV. Ratatia Indonesia Berkah.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Wawancara Penelitian Bersama Direktur CV. Ratatia.....	106
Lampiran 2 : Wawancara Penelitian Karyawan CV. Ratatia.....	110
Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian.....	113
Lampiran 4 : Rekap Teli Jawaban Responden Konsumen CV. Ratatia.....	121
Lampiran 5 : Dokumetasi Penelitian.....	124

SURAT PERNYATAAN

Saya Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian komprehensif yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggi Anistiawati
NPM : 167210404
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Jl. Yos Sudarso Kec. Rumbai Kota Pekanbaru

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian komprehensif beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya nyatakan :

1. Bahwa, naskah komprehensif ini adalah benar asli karya saya sendiri (tidak plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulis karya ilmiah.
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh fakultas dan universitas.
3. Bahwa, apabila kemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya akan menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian komprehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara Republik Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 15 April 2020
Pelaku Pernyataan,

Anggi Anistiawati

ANALISIS INOVASI PRODUK KERAJINAN ROTAN PADA CV. RATATIA INDONESIA BERKAH KEC. RUMBAI KOTA PEKANBARU

ABSTRAK

Oleh

ANGGI ANISTIAWATI

167210404

Penelitian ini dilaksanakan pada Kerajinan Rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah kota Pekanbaru, peran inovasi produk sangat penting terhadap suatu perusahaan karena dengan adanya inovasi produk maka dapat mengatasi titik jenuh konsumen terhadap hasil produk yang tidak mengalami perubahan ataupun pengembangan untuk itu inovasi produk perlu dilakukan untuk menjaga kepercayaan terhadap konsumen. Penelitian bertujuan untuk menganalisa pelaksanaan inovasi produk kerajinan rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif dan metode kuantitatif. Adapun data dari penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder terdiri dari observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner sementara data sekunder diperoleh dari buku literatur, jurnal, dan internet. Dari hasil penelitian melalui kuesioner dan wawancara bersama konsumen, direktur CV. Ratatia Indonesia Berkah dan Karyawan, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh pihak CV. Ratatia Indonesia Berkah berada dalam kategori Baik, dengan pengaruh signifikan yaitu pada indikator desain produk.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Fitur Produk, Desain Produk, Kualitas Produk

**INNOVATION ANALYSIS OF ROTAN CRAFTS PRODUCTS IN CV. RATATIA
INDONESIA BERKAH KEC. RUMBAI KOTA PEKANBARU**

ABSTRACT

By

ANGGI ANISTIAWATI
167210404

This research was carried out on the Rattan Crafts CV. Ratatia Indonesia Blessing Pekanbaru city, the role of product innovation is very important to a company because with product innovation, it can overcome the consumer's saturation point of product results that have not changed or developed for that product innovation needs to be done to maintain consumer confidence. The research aims to analyze the implementation of rattan handicraft product innovation in the CV. Ratatia Indonesia Blessing city of Pekanbaru. This research uses descriptive type and quantitative methods. The data from this study consisted of primary data and secondary data, primary data consisted of observations, interviews, documentation, and questionnaires and then secondary data was obtained from literature, journals, and the internet. From the results of the study through questionnaires and interviews with consumers, the director of CV. Ratatia Indonesia Blessing and Employees, it can be concluded that the product innovation carried out by the CV. Ratatia Indonesia Blessing is in the Good category, with the most significant influence on product design indicators.

Keywords: Product Innovation, Product Features, Product Design, Product Quality

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia usaha di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat saat ini terlebih dengan adanya usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami peran yang cukup penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi serta dalam usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah memberikan pengaruh penting karena dapat mengurangi angka kemiskinan dan dapat membuka lapangan pekerjaan sehingga mengurangi angka pengangguran pada suatu negara atau daerah.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diatur dalam undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah, pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah :

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Kriteria kelompok usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini :

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

Kriteria Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini :

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah

Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil

atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini :

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang cukup besar dalam pembangunan ekonomi nasional, dimana Usaha Mikro Kecil dan Menengah selain berperan dalam perkembangan ekonomi baik daerah maupun dalam tingkat nasional juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja sehingga Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat mengurangi angka pengangguran. Karena dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini pengangguran akibat tenaga kerja yang tidak terserap secara keseluruhan oleh lapangan kerja yang tersedia sehingga menjadi alternatif dalam memperoleh pendapatan.

Arti penting usaha mikro kecil dan menengah dalam pengembangan dan teknologi dapat memberikan dampak positif bagi usaha dan hasil produk yang dihasilkan sehingga dapat berdaya saing, pemanfaatan teknologi dalam usaha kecil dan menengah dapat memberikan kemudahan serta tingkat waktu proses produksi yang lebih cepat, adapun kendala yang dihadapi dalam usaha mikro kecil dan menengah ialah kendala dalam memasarkan produk pada pasar domestik secara keseluruhan khususnya dan pemasaran pada pasar internasional pada

umumnya dikarenakan mahalnya biasa ekspedisi dalam mengirimkan produk dengan ukuran yang besar.

Dalam setiap usaha yang dijalankan penerapan inovasi pada produk yang dihasilkan pelaku usaha dapat memberikan kesan berbeda dimata konsumen sehingga konsumen merasa kepuasan terhadap produk terpenuhi dengan adanya inovasi yang dilihat dari aspek desain, fitur atau kualitas produk. Untuk menerapkan inovasi terhadap produk pelaku usaha harus memperhatikan minat konsumen terhadap produk karena inovasi produk disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan begitu perusahaan tidak mengalami penurunan pada jumlah konsumen maupun keuntungan pendapatan yang diperoleh.

Inovasi terhadap produk merupakan sebuah bentuk dalam meningkatkan mutu produk baik dari segi bahan baku, bentuk fisik ataupun kemampuan dari barang sebelumnya yang pernah dipasarkan. Selain itu inovasi produk dilakukan oleh suatu perusahaan pembuat produk dengan tujuan untuk mengatasi dan melihat kesempatan dalam mengisi kekosongan yang terjadi dipasar sehingga kebutuhan konsumen yang semakin berkembang dapat terpenuhi.

Kerajinan rotan merupakan suatu kerajinan khas bangsa Indonesia dimana hampir setiap daerah yang ada di Indonesia memiliki produk yang dihasilkan dari rotan tak terkecuali pada CV. Ratatia di Pekanbaru yang merupakan usaha yang menghasilkan produk rotan dengan nilai jual yang cukup tinggi.

Menurut Permenkumham No. 17 Tahun 2018 bahwa Persekutuan komanditer atau (Commanditaire Vennotschaap) yang selanjutnya disebut CV adalah persekutuan yang didirikan oleh satu atau lebih sekutu komplementer,

untuk menjalankan usaha secara terus menerus. Sekutu Komplementer adalah sekutu yang berhak bertindak untuk dan atas nama CV dan bertanggung jawab terhadap pihak ketiga secara tanggung renteng sampai harta kekayaan pribadi. Syarat pendaftaran CV harus dilakukan melalui Sistem Administrasi Badan Usaha (SABU) pada Direktorat Administrasi Hukum Umum (AHU).

CV. Ratatia Indonesia Berkah berdiri pada tahun 2013 dengan usaha yang termasuk dalam usaha kecil sesuai dengan pendapatan yang diperoleh dan proses pengembangan atau inovasi yang dilakukan terkait modal yang terbatas dimana usaha pada mulanya melakukan pemasaran yang dilakukan secara online dan produk yang ditawarkan lebih didominasi oleh produk-produk dari bahan sintesis sedangkan memulai bisnis secara *offline* dan fokus pada rotan alami dilakukan sejak tahun 2017 dengan membuka galery usaha dengan nama CV. Ratatia Indonesia Berkah. Kerajinan rotan CV. Ratatia dipimpin oleh seorang direktur yaitu Ibu Tia Juwita yang beralamat di Jl. Yos Sudarso Kecamatan Rumbai No. 159 kota Pekanbaru Riau dengan jam operasi dimulai pada pukul 09.00-21.00 WIB. Kerajinan rotan pada Ratatia sendiri menawarkan berbagai produk dengan hasil yang terbilang cukup kreatif dan inovatif dengan harga yang berbeda-beda dimana harga tertinggi disesuaikan dengan tingkat kesulitan dalam pembuatan suatu produk.

Pemilik CV. Ratatia mengatasi titik jenuh konsumen terhadap produk rotan dengan membuka galery Ratatia di Kec. Rumbai karna masyarakat Pekanbaru secara umum mengenal produk rotan di Kec. Rumbai maka CV. Ratatia mengatasi titik jenuh konsumen terhadap produk rotan dengan menawarkan

produk rotan sintesis sebagai pengganti rotan alamimhal ini dikarenakan rotan sintetis menghasilkan produk dengan berbagai jenis warna yang memenuhi selera konsumen, berbeda dengan rotan alami apabila produk dengan bahan baku rotan alami dibuat dengan merubah warna sesuai kebutuhan maka dapat mengurangi unsur keasliannya dan rotan alami apabila dirubah warna menghasilkan produk dengan warna yang tampak lebih kaku berbeda dengan rotan sintetis yang menghasilkan warna lebih *soft* atau lembut. Sebagaimana alasan utama pemilik membuka usaha kerajinan rotan bermula pada hasil desain atau warna produk rotan yang hanya itu-itu saja sehingga pemilik memiliki inisiatif untuk mengemas kerajinan rotan dengan desain yang lebih kekinian. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa permintaan produk rotan alami berkurang pengrajin masih memproduksi rotan alami secara rutin maupun dalam bentuk pesanan konsumen.

Dan untuk akhir tahun 2019 hingga saat ini konsumen lebih tertarik pada rotan alami sehingga produksi terhadap rotan alami mengalami kenaikan, proses pembuatan produk sendiri memakan waktu antara 1 s/d 7 hari tergantung pada kerumitan bentuk produk yang diminta oleh konsumen sehingga barang-barang yang tergolong mudah dalam pembuatan tentu tidak akan memakan waktu lama dalam proses pembuatan dan cepat atau lambat proses pembuatan produk tergantung pada cuaca karena ada beberapa tahap penjemuran rotan sebelum dilakukan pengamayan, warna pada rotan alami secara umum hanya dua yaitu warna natural dan *dark brown*.

Kerajinan rotan CV. Ratatia telah mengikuti berbagai pelatihan atau pembinaan yang dilakukan oleh beberapa pihak diantaranya pada tahun 2018

mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh salah satu Bank Swasta dan mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Besar pendapatan yang diperoleh kerajinan rotan Ratatia sendiri bervariasi namun puncak kenaikan pendapatan rotan Ratatia terjadi pada waktu-waktu tertentu yaitu pada awal bulan Ramadhan hingga menjelang hari raya Idul Fitri. Sedangkan penurunan pendapatan terjadi ketika zona sekolah akan dimulai sehingga permintaan terhadap produk dan pendapatan pada CV. Ratatia mengalami penurunan.

Tabel I.1 : Data Pendapatan pada CV. Ratatia Kec. Rumbai kota Pekanbaru

No	Tahun	Jumlah
1.	2016	Rp. 63.476.000
2.	2017	Rp. 98.351.000
3.	2018	Rp.167.143.000

Sumber: CV. Ratatia Pekanbaru, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pendapatan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah mengalami kenaikan setiap tahunnya dapat dilihat pada tahun 2016 merupakan pendapatan yang diperoleh dengan penjualan sistem online, dimana pada tahun 2016 penjualan produk tidak sebanyak penjualan produk pada tahun 2017 dan 2018, penjualan pada sistem online tahun 2016 dapat dikatakan hanya beberapa produk yaitu kursi teras, kursi sudut, kursi santai, kursi goyang, berbagai macam rak, tudung saji, baki dan lain-lain sehingga permintaan dan pendapatan masih minim diperoleh oleh CV. Ratatia Indonesia Berkah.

Sementara pada tahun 2017, jumlah pendapatan mengalami kenaikan seiring dengan bertambahnya produk *furniture* dan produk pelengkap kebutuhan rumah

tangga lainnya, kenaikan pendapatan diperoleh dengan menjual produk dari rotan sintetis secara offline dimana pada kec. Rumbai hanya CV. Ratatia yang menjual produk rotan sintetis lebih banyak sehingga masyarakat kota Pekanbaru pada khususnya dan luar kota Pekanbaru pada umumnya yang berkunjung di Kec. Rumbai tertarik dan memilih produk rotan sintetis sebagai produk yang digunakan untuk melengkapi dekorasi rumah tangga karna memiliki ragam warna yang dihasilkan dan juga adanya beberapa inovasi yang dilakukan terhadap produk memberikan nilai positif bagi CV. Ratatia dalam meningkatkan pendapatan.

Dan pada tahun 2018, kenaikan pendapatan diperoleh dengan menerapkan sistem arisan pada produk baik pada rotan alami maupun rotan sintetis, akan tetapi arisan terbanyak diikuti pada rotan sintetis. Dan dengan menerapkan sistem arisan tersebut banyak produk yang terjual setiap bulannya, selain itu Ratatia menjadikan inovasi sebagai bentuk dalam mengatasi titik jenuh pada konsumen yaitu dengan melakukan pengembangan atau inovasi terhadap beberapa produk ataupun mengembangkan produk yang telah ada sehingga dapat meningkatkan jumlah pendapatan CV. Ratatia Indonesia Berkah seperti cermin yang sekaligus tempat *make up*, meja makan lengkap dengan kursi, tas dari rotan dan lain-lain.

Untuk mempermudah dalam pembuatan dan pemasaran produk berikut merupakan jumlah tenaga kerja pada CV. Ratatia

Tabel I.2: Tenaga kerja pada Kerajinan Rotan CV. Ratatia Kec. Rumbai Kota Pekanbaru

No	Tenaga Kerja	Jumlah
1	Leader Pengrajin	1
2	Leader Team	1
3	Admin Sosial media dan desain grafis	1
4	Admin Keuangan dan Pembukuan	1
5	Admin Online	1
Total		5

Sumber: CV. Ratatia Pekanbaru 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa setiap tenaga kerja pada CV. Ratatia Kec. Rumbai kota Pekanbaru memiliki tugas masing-masing yang cukup jelas sehingga memiliki pembagian tugas yang terstruktur pada setiap tenaga kerja.

Tabel I.3 Daftar Nama Usaha Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai kota Pekanbaru

No	Nama	Nama Usaha	Produk yang Ditawarkan	Alamat
1	Tia Juwita	CV. Ratatia	Produk rotan alami, sinteis, produk eceng, sigreas, bambu, jati	Jl. Yos Sudarso No. 149
2	Fahrizal	Perabot Rotan Azil	Produk rotan alami	Jl. Yos Sudarso
3	Andi	Perabot Rotan Razat	Produk rotan alami	Jl. Yos Sudarso
4	Edi	Perabot Rotan Kirana	Produk rotan alami	Jl. Yos Sudarso
5	Dona	Perabot Rotan Dona	Produk rotan alami	Jl. Yos Sudarso
6	Suryanto	Perabot Rotan Elsindo	Produk rotan alami	Jl. Yos Sudarso
7	Ridwan	Perabot USM	Produk rotan alami dan	Jl. Yos Sudarso

1	2	3	4	5
8	Ferizal	Perabot Rotan Farel	Produk rotan alami	Jl. Yos Sudarso
9	Anto	Perabot Roran Maju Bersama	Produk rotan alami dan Sintetis	Jl. Yos Sudarso
10	Emi	Perabot Rotan Kencana	Produk rotan alami	Jl. Yos Sudarso
11	Elza Susila	Perabot Rotan Keluarga	Produk rotan alami	Jl. Yos Sudarso
12	Afrizal	Perabot Rotan Devi	Produk rotan alami	Jl. Yos Sudarso
13	Bisti	Perabot Rotan Furniture	Produk rotan alami	Jl. Yos Sudarso
14	Rizal	Perabot Rotan Furniture	Produk rotan alami	Jl. Yos Sudarso

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Dari tabel daftar pengrajin rotan di Kec. Rumbai di atas, terdapat satu perabot kerajinan rotan yaitu CV. Ratatia yang menjual produk berbagai macam kerajinan buatan tangan yakni kerajinan rotan alami, rotan sintetis, kerajinan bambu, kerajinan sigreas, kerajinan eceng, dan kerajinan jati, hanya saja untuk diproduksi utama dilokasi hanya memproduksi produk rotan alami akan tetapi dapat dikatakan bahwa CV. Ratatia ialah satu-satunya galery atau toko yang menjual produk kerajinan tangan terlengkap dibandingkan dengan pengrajin lainnya. Karena pengrajin lainnya yang dapat dilihat pada tabel no 2 sampai dengan 13 sebagian besar hanya memanfaatkan dan menjual produk rotan alami sebagai bahan baku utama dalam menghasilkan produk.

Dari daftar pengrajin rotan di Kec. Rumbai terdapat beberapa jenis produk rutin dan produk pesanan yang dihasilkan oleh galery Ratatia dengan bahan baku rotan alami maupun rotan sintetis dapat dilihat di tabel berikut ini :

Tabel I.4 Daftar harga produk pada CV. Ratatia dengan bahan baku rotan alami

No	Nama Produk	Harga	Tahun
1	2	3	4
1	Kursi Santai	Rp. 600.000	2013
2	Kursi Goyang Standart	Rp. 540.000	2013
3	Keranjang Laundry Small	Rp. 325.000	2013
4	Keranjang Laundry Medium	Rp. 385.000	2013
5	Keranjang Laundry Big	Rp. 425.000	2013
6	Tudung Saji	Rp. 175.000	2013
7	Keranjang Buah	Rp. 40.000	2013
8	Shoes Storage	Rp. 95.000	2013
9	Kursi Teras Include Jok	Rp. 585.000	2016
10	Kursi Teras Standart Meja Kotak	Rp. 720.000	2016
11	Kursi Teras Standart	Rp. 1.300.000	2016
12	Kursi Sudut	Rp. 2.700.000	2016
13	Rak Rattan 2 Tingkat	Rp. 360.000	2016
14	Rak Rattan 3 Tingkat	Ro. 720.000	2016
15	Meja Makan 4/6 Kursi Anyaman	Rp. 3.600.000 s/d Rp. 5.100.000	2016
16	Rattan Lige	Rp. 1.800.000	2016
17	Kursi Merak	Rp. 540.000	2016
18	Meja Oshin	Rp. 630.000	2016
19	Kap Lampu Standar	Rp. 175.000	2016
20	Piring	Rp. 96.000/ Lusin	2016
21	Partisi	Rp. 270.000 s/d Rp. 315.000	2016
22	Vas Bunga Bulat	Rp. 90.000	2016
23	Kotak Tissue Truk	Rp. 175.000	2016
24	Baki Rotan Kotak	Rp. 120.000	2016

1	2	3	4
25	Kursi Teras Gentong	Rp. 1.440.000	2017
26	Lampu Meja/ Tidur	Rp. 275.000	2017
27	Kursi Raja	Rp. 1.700.000	2017
28	Box Baby Standart	Rp. 450.000	2017
29	Set Kursi Tamu Kotak Jumbo	Rp. 5.550.000	2017
30	Set Kursi Tamu Minimalis	Rp. 4.200.000	2017
31	Set Kursi Tamu Gajah Jumbo	Rp. 5.580.000	2017
32	Set Kursi Tamu Bahama	Rp. 4.250.000	2017
33	Set Kursi Tamu Matahari	Rp. 4.250.000	2017
34	Set Kursi Tamu Gajah Standart	Rp. 5.050.000	2017
35	Set Kursi Tamu L Minimalis (Premium)	Rp. 7.500.000	2018
36	Kursi Goyang Jumbo	Rp. 810.000	2018
37	Meja Makan Polos 6 Kursi	Rp. 3.735.000	2018
38	Meja Makan Polos 4 Kursi	Rp. 2.800.000	2018
39	Cermin dan Tempat <i>Make up</i>	Rp. 275.000	2018
40	Tas Rotan Bulat	Rp. 180.000	2018
41	Box Baby Premium	Rp. 1.100.000	2019
42	Kap Lampu Gantung	Rp. 250.000	2019
43	Cermin modern	Rp. 250.000	2019
44	Vas Bunga Tangkai	Rp. 120.000	2019
45	Baki Rotan Bulat Pegangan Tangan	Rp. 120.000	2019
46	Tas Rotan New dengan Tali Panjang	Rp. 250.000	2019

Sumber: CV. Ratatia Pekanbaru, 2019

Berdasarkan tabel di atas daftar harga dan produk pada CV. Ratatia terdapat produk dengan harga yang berbeda-beda disesuaikan dengan desain, varian maupun kualitas produk itu sendiri. Sementara itu produk-produk diatas diproduksi baik secara rutin maupun secara pesanan dengan desain sesuai dengan

yang diminati oleh konsumen. Selain itu terdapat beberapa produk yang telah diinovasi oleh galery Ratatia seperti misalnya :

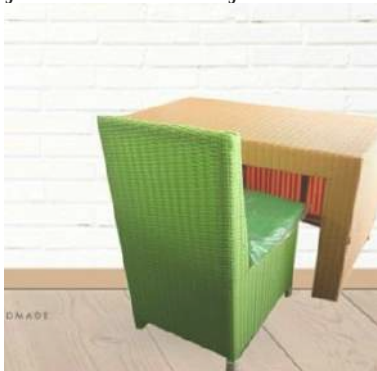
- a. Cermin pada tahun 2018 dibuat dengan menambahkan tempat *make up* sebagai pelengkap yang hanya dapat dipajang pada ruang kamar atau kamar mandi sementara cermin pada tahun 2019 diinovasi dengan desain dan fitur yang lebih kekinian yaitu dengan ukuran yang lebih besar dan bentuk yang cukup menarik sehingga dapat dipajang pada ruangan mana saja termasuk di ruang tamu.
- b. Baki pada tahun 2016 diproduksi hanya berbentuk kotak tanpa ditambah fitur dan desain tambahan, sementara pada tahun 2019 baki rotan diproduksi dan diinovasi dengan berbentuk bulat dengan menambah pegangan tangan agar memudahkan dalam mengangkat baki.
- c. Tas pada tahun 2016 diproduksi hanya berbentuk bulat dengan warna yang sama, sementara pada tahun 2019 tas rotan alami sudah diinovasi dengan desain dan fitur yang kekinian yaitu selain tetap menggunakan tali panjang tas pada tahun 2019 diinovasi dengan menambahkan pegangan tangan kecil pada atas tas yang dapat menambah daya tarik bagi konsumen baik kalangan remaja maupun dewasa.
- d. Vas bunga pada tahun 2016 dibuat dengan bentuk bulat polos tanpa menambahkan aksesoris tambahan lainnya sementara pada tahun 2019 vas bunga dibuat dengan melakukan inovasi atau pengembangan yaitu merubah bentuk menjadi panjang atau bulat dengan merubah bentuk agar dapat digantung.

- e. Box baby standart pada tahun 2017 diproduksi dan dibuat dengan desain dan ukuran yang standar dengan menambah jok busa hanya pada tempat tidur bayi namun dapat digoyang dan diangkat, sementara pada tahun 2019 box bayi dibuat atas pesanan konsumen dengan ukuran yang lebih besar dan desain yang berbeda yaitu tidak dapat digoyang namun menambah jok busa pada sekeliling tempat tidur bayi.
- f. Kursi goyang pada tahun 2013 diproduksi dengan ukuran yang standar dan tidak ada penambah lainnya, sementara pada tahun 2019 kursi goyang diproduksi dengan ukuran yang lebih besar dan menambah fasilitas tempat pijakan kaki yang memberikan kesan *rileks* pada pemakai.

Inovasi atau pengembangan terhadap produk dilakukan oleh CV. Ratatia sebagai bentuk dalam mengatasi titik jenuh konsumen terhadap produk yang sudah ada dalam galery Ratatia.

Berikut merupakan beberapa gambar perubahan inovasi terhadap produk yang dihasilkan oleh Galery Ratatia dari tahun yang berbeda.

Gambar I.1 Inovasi terhadap Beberapa Produk Rotan Alami dan Rotan Sintetis pada CV. Ratatia

No	Aspek Inovasi Produk	
1	Desain Produk	
A	Meja dan Kursi Belajar 2016 	Kursi dan Meja Belajar 2018 

Desain Produk

	Pada tahun 2016 kursi pada meja belajar tidak diberi pegangan tangan dan meja tidak diberi laci sebagai pelengkap selain itu ukuran juga dibuat dalam ukuran yang kecil.	Pada tahun 2018 kursi pada meja belajar sudah diberi tambahan pegangan tangan agar menambah kesan kenyamanan dalam belajar dan menambahkan beberapa laci pada meja belajar, selain itu ukuran meja dibuat dalam ukuran yang cukup besar dibandingkan dengan ukuran tahun 2016 .
b.	Cermin 2016 	Cermin 2019 
	Cermin pada 2016 diproduksi dengan menggabungkan tempat <i>make up</i> sehingga hanya dapat dipajang diruangan-ruangan tertentu seperti kamar tidur dan kamar mandi saja.	Sedangkan cermin pada tahun 2019 diproduksi berbeda dengan tahun 2016 karena didesain dengan ukuran, bentuk dan warna yang berbeda-beda dan dapat dipajang diruangan mana saja termasuk ruang tamu.
c.	Baby Box Standart 2017 	Baby Box Premium 2019 
	Pada tahun 2017 baby box diproduksi dengan desain dan ukuran yang standart pada umumnya dengan jok busa hanya pada bagian dalam box.	Pada tahun 2019 baby box diproduksi dengan ukuran dan desain yang berbeda yaitu pada desain penyangga dibuat berbeda dan jok busa berada secara keseluruhan pada box baby. Persamaan baby box 2017 dan 2019 yaitu dapat diangkat dari penyangga.

2.	Aspek Fitur	
A	Keranjang Telur Rotan Alami 2016 	Keranjang telur Rotan Sintetis 2018 
	Pada tahun 2016 keranjang telur dengan rotan alami tersebut dibuat dengan varian yang unik dengan menambah warna dan bentuk angsa sehingga menambah kesan kenikan pada keranjang telur, hanya saja rotan alami yang ditambahkan dengan warna terang membuat warna terlihat kaku sementara pada rotan sintetis penambahan warna terang atau netral teap memberikan kesan warna yang lebih <i>soft</i> pada produk.	
B	Tas 2016 	Tas 2019 
	Pada tahun 2016 tas diatas dibuat hanya dengan bentuk bulat dan menambahkan tali pada kedua samping tas.	
		Sementara tahun 2019 tas dibuat dengan memberikan keunikan pada bentuk dan ukuran tas. Selain menambahkan tali panjang, juga menambahkan pegangan tangan pada bagian tas dan memberikan warna netral yang mudah disesuaikan dengan <i>style fashion</i> konsumen sehingga memberikan kesan kekinian sesuai dengan minat konsumen.

3.	Kualitas Produk	
	a. Penganyaman Penganyaman pada tahun 2013 hingga tahun 2019 masih dilakukan secara manual hanya saja ditambah dengan beberapa lem atau pada bagian yang membutuhkan.	a. Penganyaman Penganyaman masih dilakukan dengan teknik yang sama dengan tahun 2013
	b. Pengecatan Tahap pengecatan pada tahun 2013 masih menggunakan minyak manis	b. Pengecatan Tahap pengecatan pada tahun 2018 sudah menggunakan minyak yang berbeda dengan tahun 2013 yaitu menggunakan minyak pernis yang memberikan kesan kilap pada serat rotan alami.
	c. Pada awal produksi, rotan hanya diproduksi sebagai furniture atau sebagai perabot.	Saat ini produksi rotan tidak hanya menghasilkan perabot atau furniture akan tetapi produksi rotan baik berbahan baku alami maupun sintetis dapat menghasilkan berbagai macam produk baik furnitur maupun barang-barang kebutuhan rumah tangga seperti pajangan ruangan atau barang kebutuhan dapur lainnya yang dibutuhkan.

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa adanya perubahan atau inovasi dari produk yang dihasilkan oleh galery Ratatia baik segi bentuk, warna, penampilan, ukuran dan lainnya yang dapat dilihat dari aspek desain produk, fitur produk dan kualitas produk, dengan memanfaatkan bahan baku rotan alami dan rotan sintetis.

Tabel I.5 Daftar harga produk rotan pada CV. Ratatia dengan bahan baku rotan sintetis

No	Nama Produk	Harga	Tahun
1	Lemari Laci	Rp. 540.000 s/d Rp. 2.210.000	2013
2	Kursi Teras	Rp. 1.485.000 s/d Rp. 2.386.000	2016

1	2	3	4
3	Set Kursi Tamu	Rp. 2.745.000 s/d Rp. 3.780.000	2016
4	Meja Makan	Rp. 2.440.000 s/d Rp. 3.060.000	2016
5	Sofa Lige	Rp. 1.980.000	2016
6	Kerangjang Payung	Rp. 195.000	2016
7	Laundry Petak Brekele	Rp. 250.000	2016
8	Tissue Box	Rp. 120.000	2016
9	Laundry Box	Rp. 250.000	2016
10	Laundry Bulat Brekele	Rp. 250.000	2016
11	Tempat Majalah	Rp. 220.000	2016
12	Meja belajar Tanpa Pegangan Tangan	Rp. 1.350.000	2016
13	Ayunan Gantung	Rp. 2.300.000 s/d Rp. 3.825.000	2016
14	Bench	Rp. 1.485.000	2016
15	Partisi	Rp. 315.000 s/d Rp. 360.000	2016
16	Meja Belajar dengan Pegangan	Rp. 1.650.000	2018
17	Rak	Rp. 495.000 s/d Rp. 720.000	2018
18	Tempat Telur Ayam	Rp. 135.000 s/d Rp. 155.000	2018

Sumber; CV. Ratatia Pekanbaru, 2019

Berdasarkan tabel I.5 dapat diketahui bahwa produk pesanan rotan berbahan baku rotan sintetis sangat beragam yang disesuaikan dengan keinginan dan minat konsumen. Selain menghasilkan produk rutin dan produk pesanan berbahan baku rotan alami, galery Ratatia juga memberikan kesempatan pada konsumen apabila ingin memesan produk berbahan baku rotan sintetis. Produk berbahan baku rotan sintetis pada CV. Ratatia disediakan hanya berdasarkan pesanan yang diinginkan konsumen atau hanya menyediakan beberapa stock produk dengan bahan baku rotan sintetis sebagai pajangan sehingga tidak menyediakan produk berbahan baku rotan sintetis secara rutin. CV. Ratatia juga menerapkan sistem arisan kepada konsumen yang ingin bergabung dan hampir secara keseluruhan produk

furniture memiliki arisan dengan sistem per sepuluh bulan dari setiap produk tersebut.

Inovasi produk dilakukan dengan tujuan untuk mengatasi titik jenuh pada konsumen terhadap produk yang itu-itu saja dengan begitu pelaku usaha melakukan inovasi dengan menghasilkan produk yang berbeda dengan pelaku usaha lainnya. Selain itu, inovasi produk dilakukan untuk mengubah produk yang telah dihasilkan oleh suatu perusahaan menjadi produk yang berbeda dari sebelumnya yang diharapkan dapat memberikan kepuasan pada konsumen dan meningkatkan nilai jual terhadap produk yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan terdapat fenomena seperti :

1. Dari segi desain, rotan alami memiliki kelemahan terhadap pembentukan produk dan pewarnaan produk karena rotan alami apabila dirubah warna dapat mengurangi unsur keasliannya. Sementara dari segi kualitas produk, rotan alami memiliki ketahanan yang lebih baik, dan menghasilkan produk dengan desain atau bentuk yang rumit, seperti rak bumbu bertingkat selain kerumitan untuk bahan baku dalam membuatnya lebih mahal sehingga akan memberikan harga jual yang tinggi dan CV. Ratatia belum mencoba untuk membuat produk tersebut karna mempertimbangkan ukuran produk yang kecil namun harga jual yang tinggi sehingga khawatir konsumen tidak tertarik dengan harga jual tersebut.
2. Pengrajin beberapa kali mengalami kesulitan memproduksi produk permintaan konsumen yang memperlihatkan referensi gambar, sehingga

terkadang ukuran yang hanya bisa dibuat dalam ukuran sedang konsumen meminta dengan ukuran yang lebih kecil begitu juga dengan warna produk.

3. Dengan banyaknya pengrajin rotan menghasilkan produk yang sama menjadi kendala bagi pihak CV. Ratatia untuk menciptakan ide menghasilkan produk yang memiliki keistimewaan dan ciri khas tersendiri.
4. Dalam segi pemasaran produk CV. Ratatia mengalami permasalahan untuk memasarkan produk dalam pasar domestik secara keseluruhan dan pasar internasional karena tingginya harga ekspedisi pada pengiriman barang dengan ukuran yang besar.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai Kota Pekanbaru”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu ‘Bagaimana Inovasi produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai Kota Pekanbaru?’.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis inovasi produk kerajinan rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai Kota Pekanbaru.

D. Kegunaan Penelitian

Disamping tujuan penelitian yang telah disampaikan diatas penulis mengharapkan agar peneliti ini memberikan suatu bentuk manfaat antara lain :

1. Guna teoritis, hasil penelitian dapat digunakan sebagai sarana informasi untuk mengembangkan ilmu administrasi khususnya yang membahas tentang administrasi bisnis.
2. Guna praktis, sebagai sumbangan pemikiran yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi CV. Ratatia Indonesia Berkah dalam melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan.
3. Guna akademis, dapat dijadikan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya atau pembahasan masalah yang sama dimasa yang akan datang.



BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

1. Administrasi

Berdasarkan pendapat dari Fahmi (2015;1) bahwa administrasi adalah sebuah bangunan hubungan yang tertata secara sistematis yang membentuk sebuah jaringan yang saling berkerjasama satu sama lainnya untuk mendukung terwujudnya suatu mekanisme kerja yang tersusun dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Selanjutnya Siagian (2008;2) bahwa administrasi adalah keseluruhan proses kerjasama antara dua manusia atau lebih yang didasarkan atas tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Kemudian Herbert (dalam Syafri, 2012;8) menyatakan bahwa Administrasi dalam arti luas dapat didefinisikan sebagai kegiatan kelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

Dari beberapa pengertian administrasi di atas yang dikemukakan oleh beberapa ahli dapat diambil kesimpulan bahwa Administrasi merupakan suatu kegiatan atau kerja sama antara dua orang atau lebih yang memiliki tujuan tertentu secara terarah dengan cara mengatur, mengelola, dan mengarahkan sehingga dapat mencapai kesepakatan dan tujuan yang telah direncanakan.

2. Organisasi

Berdasarkan pendapat Griffin, 2002 (dalam Ernietisnawati, 2005) menyatakan bahwa organisasi merupakan sekelompok orang yang bekerja sama

dalam struktur dan koordinasi tertentu dalam mencapai serangkaian tujuan tertentu.

Selanjutnya James D. Money (dalam Zulkifli, 2015;99) bahwa Organisasi yaitu bentuk perserikatan manusia untuk mencapai tujuan bersama.

Kemudian Hayadiningrat (2000;42) menyatakan hal yang sama bahwa Organisasi adalah sarana atau alat untuk mencapai tujuan oleh karena itu dikatakan organisasi adalah wadah kegiatan yang bekerja sama dalam usaha mencapai tujuan

Dari pengertian beberapa pakar ahli di atas dapat diambil kesimpulan mengenai organisasi yaitu adanya sekumpulan orang dalam suatu wadah yang memiliki tujuan yang akan dicapai sesuai dengan kesepakatan dengan adanya pembagian tugas yang terstruktur dari masing-masing individu dengan maksud memudahkan dalam pencapaian tujuan organisasi.

3. Manajemen

Pengertian manajemen menurut G.R. Terry (dalam Hasibuan, 2016;2) manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai seluruh sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

Selanjutnya dari Wahjono (2008;6) menyatakan bahwa Manajemen adalah gabungan ilmu dan seni yang merupakan sekumpulan proses tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pimpinan, serta pengendalian atas penggunaan sumber-sumber daya organisasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sehingga bermanfaat bagi manusia.

Dari pengertian manajemen beberapa pakar di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan suatu proses atau tindakan yang memiliki perencanaan hingga pengendalian dari sumber-sumber daya yang dibutuhkan dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah disepakati.

4. Konsep Manajemen Pemasaran

Berdasarkan pendapat Suparyanto (2015;2) bahwa manajemen pemasaran terdiri dari dua kata *to manage* artinya mengatur atau mengelola. Fungsi manajemen merupakan rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh manajer dimana satu aktivitas merupakan bagian dari aktivitas yang dilakukan oleh manajer dimana satu aktivitas merupakan bagian dari aktivitas lainnya yang saling terkait.

Manajemen pemasaran merupakan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud mencapai tujuan organisasi, hal ini sangat bergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberi tahu, mendorong, serta melayani pasar. Kotler (dalam Basu Swastha, 2008;7)

Hal yang sama juga disampaikan oleh Kotler dan Keller (dalam Nandan, 2009,3) bahwa manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan kegiatan dalam pengelolaan pemasaran yang didalamnya memuat informasi lapangan yang memudahkan dalam pemasaran. Selain itu terdapat

perencanaan, pengarahan dan pengawasan dalam kegiatan pemasaran. Dan pemilihan pangsa pasar yang tepat akan memudahkan dalam pencapaian tujuan dalam manajemen pemasaran sehingga dapat mencapai target yang ditetapkan perusahaan secara efektif dan efisien. Dalam melaksanakan manajemen pemasaran pada suatu perusahaan sangat dibutuhkan masukan atau saran terutama dari konsumen dengan tujuan agar memiliki dasar dalam melakukan perbaikan.

5. Pemasaran

Berdasarkan pendapat Kotler dan Armstrong (dalam Priansa, 2017;3), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.

Kemudian Stanton (dalam Basu Swasta, 2008;5) bahwa pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusi barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Selanjutnya Kotler dan Armstrong (dalam Priansa, 2017;9) Bauran pemasaran merupakan sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dan kumpulan alat pemasar produk, harga, tempat dan promosi yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dipasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri atas 4 komponen diantaranya :

- a. *Product* (Produk)
- b. *Price* (Harga)
- c. *Place* (Tempat)]
- d. *Promotion* (Promosi)

a. *Product* (Produk)

Berdasarkan pendapat Tjiptono (2008;95) bahwa Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Kemudian Tjiptono menambahkan bahwa produk merupakan pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi dan daya beli pasar.

Kemudian Tjiptono (2008;103) atribut produk adalah unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk meliputi :

a) Merk

Merk merupakan nama, istilah, tanda, simbol/lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing (Tjiptono, 2008;104).

b) Kemasan

Pengemasan (*packaging*) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk (Tjiptono,2008;106).

c) Pemberian Label (*Labeling*)

Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual (Tjiptono,2008;107).

d) Jaminan

Jaminan adalah pernyataan resmi kinerja produk yang diharapkan oleh produsen, produk dengan jaminan dapat dikembalikan kepada produsen atau dibawa ke pusat perbaikan untuk perbaikan, diganti, atau dikembalikan uangnya baik tertulis maupun tersirat. Kotler dan Keller (dalam Nandan, 2009;30)

b. Price (Harga)

Kotler dan Amstrong (dalam Priansa, 2017;10) harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli penjual dan pembeli melalui tawar-menawar atau satu harga ditetapkan oleh penjual terhadap semua pembeli.

Selanjutnya Ginting (dalam Tjiptono, 2008;141) pada dasarnya, faktor-faktor yang mempengaruhi pemberian harga seperti:

a. Faktor Internal

a) Tujuan Pemasaran

Perusahaan menentukan survival, bila menghadapi masalah kelebihan, kapasitas, persaingan yang ketat atau perubahan keinginan pelanggan. Untuk bertahan, perusahaan menentukan harga rendah, dengan harapan dapat menaikkan permintaan.

b) Strategi Bauran Pemasaran

Harga hanya salah satu alat pemasaran, karena itu penentuan harga sangat tergantung kepada penggunaan bersama dengan unsur lain: distribusi, desain, dan promosi.

c) Biaya

Menentukan batas bawah dari harga, perusahaan tentu saja harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan.

d) Pertimbangan Organisasi

Penentuan harga menjadi pertimbangan dalam organisasi yang dapat ditentukan oleh anggota organisasi, dalam perusahaan yang kecil yang menjadi penentu harga merupakan manajer puncak.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan pemberian harga adalah pasar dan permintaannya, pesaing dan faktor lain.

a) Pasar dan permintaan

- b) Apabila biaya menentukan batas bawah maka pasar dan permintaannya menentukan batas dan harga.
- c) Biaya, harga dan penawaran pesaing.
- d) Faktor lain yang harus diperhatikan adalah biaya, harga dan penawaran pesaingnya.
- e) Faktor pesaing lainnya.

c. *Promotion* (Promosi)

Berdasarkan pendapat Kotler dan Keller (dalam Nandan, 2009;24) bahwa promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi pada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya (Tjiptono, 2008;221).

Kemudian Tjiptono (2008;221) menjelaskan bahwa pada prinsipnya setiap promosi diharapkan mampu menyadarkan atau memberitahu calon konsumen akan keberadaan suatu produk. Dari informasi yang dimilikinya diharapkan prospek tertarik sehingga menimbulkan suatu aksi pembelian.

d. *Place* (Tempat)

Kotler dan Armstrong (dalam Suparyanto, 2015;160) saluran distribusi merupakan kumpulan perusahaan atau individu-individu yang bertanggung jawab atau membantu dalam pendistribusian sesuatu berupa barang atau jasa

dengan memindahkannya dari produsen kepada konsumen akhir atau konsumen industri.

Selanjutnya Kotler dan Keller (dalam Nandan, 2009;106) bahwa Saluran yang dipilih mempengaruhi semua keputusan pemasaran lainnya. Sistem saluran pemasaran adalah sekelompok saluran pemasaran tertentu yang digunakan oleh sebuah perusahaan dan keputusan tentang sistem ini merupakan salah satu keputusan terpenting yang dihadapi manajemen.

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi permintaan pasar dengan cara menawarkan produk yang memiliki nilai jual, menentukan harga, menentukan tempat dengan melakukan sistem saluran distribusi dari perusahaan atau individu kepada konsumen akhir, dan melakukan promosi yang dapat dilakukan dengan membuat iklan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen serta memaksimalkan keuntungan perusahaan.

6. Konsep Inovasi

Berdasarkan pendapat dari Kotler dan Keller (dalam Dewanto, 2014) bahwa Inovasi adalah produk, jasa, ide dan persepsi yang baru dari seseorang , inovasi adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa baru.

Selanjutnya Setiadi (dalam Dewanto, 2014) menyatakan bahwa karakteristik inovasi terdiri dari 5 hal yaitu :

- a. Keunggulan relatif (*relatif advantage*), pertanyaan terpenting untuk diajukan dalam mengevaluasi keberhasilan potensial dari suatu produk baru yaitu, “apakah produk bersangkutan akan dirasa menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dibandingkan produk yang digantikan?.
- b. Keserasian/kesesuaian (*Compablity*), adalah determinan penting dari penerimaan produk baru. Kesesuaian merujuk pada tingkat dimana produk konsisten dengan nilai yang sudah ada dan pengalaman masa lalu dari calon *adopter*.
- c. Kekomplekan (*complexity*), adalah tingkat dimana inovasi dirasa sulit untuk dimengerti dan digunakan. Semakin kompleks produk yang bersangkutan, semakin sulit produk itu memperoleh penerimaan.
- d. Ketercobaan (*trialability*) merupakan tingkat apakah suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat menggunakannya. Suatu inovasi dapat diuji cobakan pada keadaan sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diinovasi.
- e. Keterlihatan (*observability*), tingkat bagaimana hasil penggunaan suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan inovasi diadopsi oleh orang atau sekelompok orang. Keterlihatan dan kemudahan komunikasi mencerminkan tingkat di mana hasil dari pemakaian produk baru terlihat oleh teman dan tetangga.

Kemudian Oslo (dalam Dewanto, 2015;42) bahwa Inovasi adalah perwujudan atau implementasi dari produk (barang atau jasa) maupun proses baru atau yang mengalami peningkatan secara signifikan, metode pemasaran baru, atau metode praktik bisnis baru pada suatu organisasi, organisasi ditempat kerja atau hubungan eksternal.

7. Manajemen Inovasi

Berdasarkan pendapat Dewanto (2014;4) bahwa manajemen inovasi merupakan alat yang digunakan oleh manajer maupun organisasi atau perusahaan untuk mengembangkan produk dan inovasi organisasi melalui penelitian dan pengembangan perusahaan melakukan respon terhadap kesempatan eksternal atau internal dan menggunakan upaya kreatif untuk memperkenalkan ide-ide baru, proses, atau produk.

Saleh dan Wang (dalam Ellitan, 2009;3) telah mengembangkan satu dari model komprehensif tiga kunci sukses organisasi untuk melakukan inovasi secara efektif yaitu :

- a. *Enterpreneural* Strategis yaitu berani mengambil risiko, melakukan pendekatan bisnis yang proaktif, dan komitmen manajemen.
- b. Struktur Organisasi yaitu dengan struktur yang lebih fleksibel, adanya disiplin interfungsional, dan orientasi pada tim kerja lintas fungsional.
- c. Iklim organisasi yaitu iklim yang promotif dan terbuka, kekuatan dan kekuasaan dalam organisasi disebarkan tidak terpusat pada jenjang atas, dan memberikan sistem imbalan yang efektif.

Oleh karena itu, dengan adanya manajemen inovasi sangat menentukan keberhasilan organisasi atau perusahaan untuk meningkatkan kemampuan dalam persaingan. Manajemen inovasi yang berhasil juga tergantung pada kesediaan

organisasi untuk memungkinkan sumber daya individu dan kelompok mengenali “kebaruan” dan tanggapan yang sesuai. Manajemen inovasi merupakan cara bagaimana perusahaan mengelola inovasi didalam perusahaan yang dimulai dari perencanaan, proses, sampai menuju tahap implementasi.

8. Inovasi Produk

Berdasarkan *Bussines Dictionary* (dalam Dewanto, 2015;105) Inovasi produk bukan hanya merupakan sebuah pengembangan produk, namun inovasi produk juga dapat berupa pengenalan produk baru, mengonsep ulang dalm rangka meningkatkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Penemuan produk baru, meningkatkan spesifikasi dan kualitas produk, atau memasukkan komponen baru, materi baru atau bahkan fungsi yang baru merupakan sebuah bentuk inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan.

Selanjutnya Zakon (dalam Ellitan, 2009;4) bahwa Inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung, disamping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus secara berkelanjutan.

Kemudian Dewanto (2014;67) bahwa Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada atau belum dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebagai inovasi untuk mengganti produk lama tersebut.

Kotler dan Amstrong (dalam Dewanto, 2015;108) menyatakan ada tiga atribut dalam melakukan inovasi produk yaitu :

a. Fitur Produk

Yang dimaksud fitur dari sebuah produk adalah sifat dan sesuatu yang unik, istimewa dan memiliki kekhasan yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai jual tambahan. Produk yang dapat ditawarkan dengan ciri-ciri memiliki

keistimewaan yang berbeda. Dengan adanya karakteristik tersendiri yang melekat pada suatu produk dapat memberikan pengembangan dan penyempurnaan terhadap produk secara terus menerus sehingga akan memberikan nilai jual tambahan terhadap produk yang dihasilkan.

Fitur dapat dianggap sebagai suatu alat atau sarana yang kompetitif dan menjadi pembeda antara produk yang diciptakan oleh suatu perusahaan dengan produk yang diciptakan oleh pesaingnya. Dengan adanya fitur pada suatu produk dapat menjadi modal agar dapat bersaing dan memenangkan perhatian konsumen.

b. Desain atau Rancangan Produk

Desain atau perancangan produk sebagai sebuah keistimewaan yang dapat mempengaruhi bukan hanya penampilan namun juga fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen. Beberapa perusahaan mempunyai reputasi yang baik karena desainnya produk yang dihasilkan memiliki keunggulan dalam desain produk yang dihasilkan. Dengan menghasilkan desain produk yang menarik maka dapat menarik konsumen dan memenangkan persaingan.

Kotler dan Armstrong (dalam Dewanto 2015;109) mengartikan desain atau perancangan produk sebagai sebuah keistimewaan yang dapat mempengaruhi bukan hanya penampilan namun juga fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen.

c. Kualitas Produk

Kualitas merupakan sebuah tingkatan dari produk yang mampu melakukan fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Fungsi yang dimaksud diantaranya

yaitu daya tahan produk, kehandalan, dan ketelitian terhadap produk yang dihasilkan. Daya tahan berkaitan dengan umur ekonomis dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, kemudian kehandalan produk berkaitan dengan konsistensi dari kinerja terhadap produk yang dihasilkan disetiap pembeliannya. Dengan begitu menghasilkan suatu produk yang memiliki kualitas maka harus terbebas dari kecacatan, memiliki kesesuaian kinerja dan konsistensi kemampuan yang sesuai dengan fungsinya. Produk yang berkualitas selain bermanfaat dalam membangun kepercayaan terhadap konsumen yang baru juga dapat membangun kepercayaan terhadap konsumen yang sudah ada sebelumnya. Sehingga dengan kata lain inovasi produk yang berkualitas dapat menambah dan mempertahankan pangsa pasar. Inovasi merupakan suatu perubahan yang dilakukan pada suatu perusahaan yang mencakup kreatifitas dalam menciptakan produk baru, jasa, ide, atau proses baru dengan tujuan menghadapi persaingan dalam lingkungan bisnis serta mempertahankan eksistensi produk yang dihasilkan pada perusahaan.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa inovasi produk merupakan suatu langkah dari perusahaan dalam mempertahankan konsumen sebagai bentuk mengatasi titik jenuh konsumen terhadap produk yang tidak mengalami perubahan atau pengembangan, dengan begitu inovasi produk dilakukan dengan mengembangkan produk yang sudah ada atau mengonsep kembali produk baru dengan materi baru sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mempengaruhi minat beli konsumen sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dalam perusahaan.

9. Konsep Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diatur dalam perundang-undangan No. 20 tahun 2008 yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah, pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah :

4. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Kriteria kelompok usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini :

- c. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - d. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
5. Usaha Kecil

Kriteria Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini :

- c. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- d. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

6. Usaha Menengah

Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini :

- c. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), atau
- d. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah menurut Badan Pusat Statistik merujuk kepada jumlah pekerja yang terdapat di usaha tersebut :

1. Usaha mikro adalah yang memiliki pekerja kurang dari 5 orang, termasuk tambahan anggota keluarga yang tidak dibayar.

2. Usaha kecil adalah usaha yang memiliki pekerja 5 sampai 19 orang.
3. Usaha menengah adalah usaha yang memiliki pekerja 19 sampai 99 orang.



Dokumen ini adalah Arsip Mlik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

10. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu mengenai Inovasi Produk

No	Nama / Tahun	Judul	Variabel	Hasil	Perbedaan
1	2	3	4	5	6
1	Yoshua Ersan Hartono/ Jurnal AGORA Vol.6 No.1 Surabaya 2018	Analisis Inovasi Produk X di PT Nutrifood Indonesia/	Inovasi Produk	Hasil penelitian menunjukkan perusahaan telah melakukan inovasi produk sesuai dengan tahapan pengembangan dengan baik. Selain itu untuk mendapatkan kepercayaan konsumen perusahaan perlu berinovasi secara rutindengan melakukan terobosan baru yang menjadi tren dikalangan masyarakat.	1. Metode penelitian pada Yoshua menggunakan metode kualitatif, sementara penulis menggunakan metode kuantitatif deskriptif. 2. Objek penelitian berbeda, dimana penulis melakukan penelitian pada ukm kerajinan rotan Kec. Rumbai Pekanbaru.
2	Ginanjari Suendro/ 2010 Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol.IX, No. 2 Sep 2010	Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanj	a. Inovasi Produk b. Kinerja Pemasaran c. Keunggulan bersaing	Hasil penelitian menunjukkan inovasi produk dapat ditingkatkan dengan meningkatkan orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan	1. Metode penelitian pada Ginanjari menggunakan metode structural equation model (SEM), sementara penulis menggunakan metode

1	2	3	4	5	6
		an (Studi Kasus pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan) Semarang		koordinasi lintas fungsi, selanjutnya inovasu produk yang semakin tinggi akan mempengaruhi kinerja pemasaran dan selanjutnya meningkatkan keunggulan bersaing berkelanjutan	2. kuantitatif deskriptif Variabel yang digunakan oleh Ginanjar menggunakan variabel, sedangkan penulis menggunakan variabel. Objek penelitian berbeda dengan penulis, dimana penulis memilih usaha kerajinan rotan sebagai objek penelitian
3	Moh. Solekhuudin dan Novi Marlina Jurnal (JPTN) Volume 3 No. 3 Tahun 2017	Analisis Penerapan Inovasi Produk pada Kinerja Pemasaran	1. Inovasi Produk 2. Kinerja Pemasaran	Hasil menunjukan bahwa secara keseluruhan inovasi produk memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.	1. Metode penelitian pada Moh. Soleh menggunakan metode <i>literature review</i> sementara penulis menggunakan metode kuantitatif deskriptif. 2. Variabel yang digunakan pada penelitian Moh. Soleh menggunakan 2 variabel, sementara

1	2	3	4	5	6
					penulis variabel. 1 Objek penelitian penulis dilakukan pada UKM
4	Angelita E.S dan Silvy L.M Jurnal EMBA Vol. 6, No. 4 Manado 2018	Pengaruh Inovasi Produk, Tempat dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Mtor Suzuki (Studi Kasus pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Malalayang	1. Inovasi Produk 2. Tempat 3. Promosi 4. Kinerja Pemasaran	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, variabel tempat tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran dan secara simultan, variabel inovasi produk, tempat dan promosi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.	1. Metode penelitian angelita menggunakan metode assosiatif dan teknik analisis linear berganda, sementara penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. 2. Variabel yang penelitian Angelita menggunakan 3 variabel, sedangkan penulis menggunakan 1 variabel 3. Objek penelitian penulis pada UKM
5	Aang Curatman, dkk Jurnal Logika, Vol. XVIII,	Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi produk	1. Inovasi Produk 2. Keunggulan Bersaing	Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh	1. Metode penelitian pada Aang menggunakan metode pengumpulan

1	2	3	4	5	6
	Cirebon 2016.	yang berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di wilayah Harjamukti kota Cirebon.		positif terhadap keunggulan bersaing sebesar 13,1%.	2. data dengan kuesioner, sementara penulis menggunakan metode kuantitatif deskriptif Variabel penelitian tersebut menggunakan 3 variabel, sedangkan penulis 1 variabel.

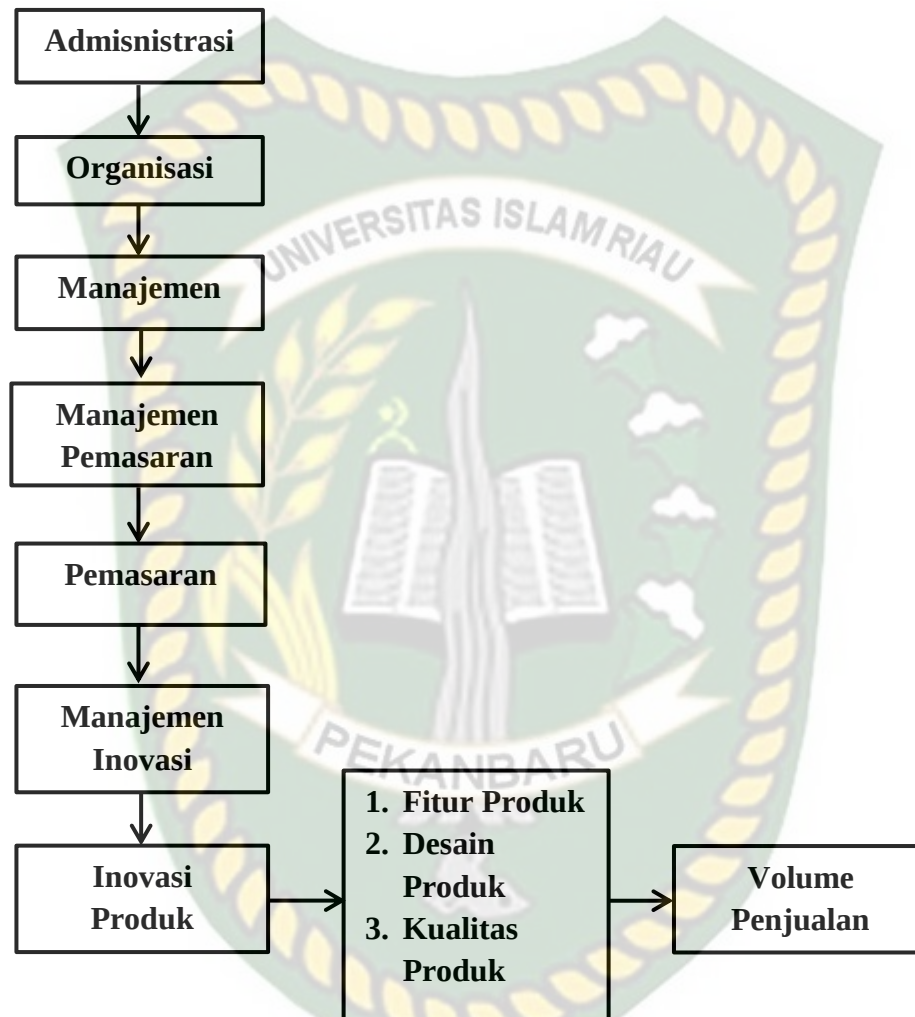
Suumber : Data Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diambil kesimpulan perbebedaan diantaranya:

1. Penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan variabel lebih dari satu, sementara pada penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis berfokus pada satu variabel yaitu “Inovasi Produk”.
2. Metode yang digunakan pada penelitian terdahulu berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis dimana penulis menggunakan metode kuantitatif deskriptif.
3. Objek penelitian pada penelitian terdahulu juga menjadi perbedaan pada penelitian yang sedang dilakukan penulis

B. Kerangka Pikir

Gambar II.1 Kerangka Pikir Analisis Inovasi Produk pada Kerajinan Rotan CV. Ratatia Kec. Rumbai Kota Pekanbaru



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019

C. Konsep Operasional

Guna mempermudah dalam pemahaman konsep terkait penelitian ini, maka terdapat beberapa konsep yang berhubungan dengan penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Administrasi merupakan proses kerja sama yang dilakukan oleh CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai Kota Pekanbaru.
2. Organisasi merupakan suatu wadah untuk mengelompokkan dan mengatur serta membagi tugas diantara para anggota untuk mencapai tujuan CV. Ratatia Indonesia Berkah dengan membentuk struktur organisasi.
3. Manajemen adalah suatu proses yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai tujuan dengan memanfaatkan berbagai macam sumber daya yang ada baik sumber daya manusia, modal dan lainnya yang ada dalam CV. Ratatia Indonesia Berkah.
4. Manajemen pemasaran merupakan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program pada CV. Ratatia Indonesia Berkah yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan menentukan harga, maupun saluran distribusi agar tujuan tercapai.
5. Pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan CV. Ratatia Indonesia Berkah untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada konsumen untuk mendatangkan keuntungan.

6. Manajemen inovasi merupakan alat yang digunakan oleh pelaku usaha untuk mengembangkan produk dan inovasi organisasi melalui penelitian dan pengembangan kerajinan rotan melakukan respon terhadap kesempatan eksternal atau internal dan menggunakan upaya kreatif untuk memperkenalkan ide-ide baru, proses, atau produk.

7. Inovasi produk merupakan proses dalam mengembangkan produk baru oleh kerajinan rotan CV. Ratatia, baik pada produk yang sudah ada atau belum dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebagai bentuk dalam mengganti produk lama yang telah ada sebelumnya.

8. Fitur Produk

Yang dimaksud dengan fitur dari sebuah produk ialah sifat dan sesuatu yang unik, istimewa dan kekhasan yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai jual tambahan dimana produk tersebut diproduksi dengan karakteristik tersendiri.

a. Keunikan adalah karakteristik dari produk rotan yang berbeda dengan produk rotan lainnya.

b. Keistimewaan adalah karakteristik produk rotan yang dapat menjadi kelebihan tertentu dari produk rotan tersebut.

c. Kekhasan adalah karakteristik dari produk rotan yang memiliki ciri khas tertentu yang tidak ada pada produk rotan lainnya.

d. Desain Produk

Yang dimaksud dengan desain merupakan sebuah rancangan produk yang dapat mempengaruhi bukan hanya penampilan namun warna ukuran dan

berat produk dari segi kebutuhan konsumen dimana desain produk yang menarik dan memiliki keunggulan akan memberikan daya tarik terhadap konsumen CV. Ratatia Indonesia Berkah.

- a. Warna adalah pewarnaan menggunakan cat tertentu pada produk rotan.
- b. Penampilan adalah bentuk atau hasil dari rancangan produk yang dapat memberikan daya tarik bagi konsumen produk rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah.
- c. Ukuran adalah kesesuaian antara besar dan kecilnya produk yang dihasilkan oleh CV. Ratatia Indonesia Berkah sehingga sesuai dengan permintaan konsumen.
- d. Berat adalah berkaitan dengan ringan atau tidak terhadap hasil produk yang dihasilkan oleh CV. Ratatia Indonesia Berkah.
- e. Kualitas Produk

Yang dimaksud dengan kualitas produk merupakan suatu aspek dalam melakukan inovasi terhadap produk dengan memperhatikan beberapa kategori dalam menghasilkan produk dengan daya tahan produk yang berkaitan dengan jaminan atau garansi yang diberikan, kehandalan dan ketelitian dari produk yang dihasilkan.

- a. Daya Tahan adalah jaminan atau garansi yang diberikan oleh CV. Ratatia terhadap produk rotan.
- b. Kehandalan adalah komponen-komponen produk yang dapat berfungsi dan tidak mengalami kemungkinan kerusakan dalam kondisi-kondisi tertentu.

- c. Ketelitian adalah kecermatan pengrajin dalam memproduksi rotan agar menghasilkan produk dengan tingkat kerapian yang tinggi.

D. Operasional Variabel

Tabel II.2 Tabel Operasional Variabel Penelitian Analisis Inovasi Produk pada Kerajinan Rotan CV. Ratatia Kec. Rumbai Kota Pekanbaru.

Konsep	Variabel	Indikator	Subindikator	Pengukuran
1	2	3	4	5
Produk merupakan pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi dan daya beli pasar. (Tjitptono, 2008;95).	Inovasi Produk	A. Fitur Produk	1. Keunikan Produk 2. Keistimewaan Produk 3. Kekhasan Produk	Likert
		B. Desain Produk	1. Warna Produk 2. Penampilan Produk 3. Ukuran Produk 4. Berat Produk	Likert
		C. Kualitas Produk	1. Daya Tahan Produk (Jaminan/Garansi) 2. Kehandalan 3. Ketelitian Produk	Likert

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019

D. Teknik Pengukuran

Sebagai bahan pertimbangan dalam menganalisa data yang terkumpul, maka penulisan menggunakan pengukuran masing-masing konsep, yaitu: pengukuran pada setiap variabel penelitian ini menggunakan skala likert.

Skala likert (Sugiono,2017;158) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan pengukuran indikator variabel diklasifikasikan menjadi tiga bagian kategori penelitian yaitu baik, cukup baik, dan tidak baik. Untuk setiap item pertanyaan yang diajukan per indikator variabel, masing-masing alternatif jawabannya terdiri dari lima kategori dengan nilai skor sebagai berikut :

Tabel II.3: Pengukuran Skala Likert

Pilihan Jawaban	Bobot
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Tidak Baik	1

Sumber : Skala Likert

Variabel inovasi produk memiliki 3 indikator yaitu : fitur produk, desain produk, kualitas produk. Untuk variabel ini penulis mengajukan 10 item pertanyaan berdasarkan nilai skor untuk 30 orang responden dengan presentase sangat baik 100%, presentase baik 80%, cukup baik 60%, kurang baik 40%, dan presentase tidak baik 20%. dengan demikian penilaian terhadap variabel dinyatakan:

Untuk mengetahui masing-masing penilaian atas variabel inovasi produk yang terdiri dari 3 indikator yang dapat dilihat sebagai berikut :

- Sangat Baik : Apabila indikator keunikan produk, keistimewaan produk, kekhasan produk, warna produk, penampilan, ukuran, berat, daya tahan, ketelitian produk, kehandalan produk merupakan yang dipilih responden berada pada presentase 81%-100%.
- Baik : Apabila indikator keunikan produk, keistimewaan produk, kekhasan produk, warna produk, penampilan, ukuran, berat, daya tahan, ketelitian produk, kehandalan produk merupakan yang dipilih responden berada pada presentase 61%-80%.
- Cukup Baik : Apabila indikator keunikan produk, keistimewaan produk, kekhasan produk, warna produk, penampilan, ukuran, berat, daya tahan, ketelitian produk, kehandalan produk merupakan yang dipilih responden berada pada presentase 41%-60%.
- Kurang Baik : Apabila indikator keunikan produk, keistimewaan produk, kekhasan produk, warna produk, penampilan, ukuran, berat, daya tahan, ketelitian produk, kehandalan produk merupakan yang dipilih responden berada pada presentase 21%-40%.

Tidak Baik : Apabila indikator keunikan produk, keistimewaan produk, kekhasan produk, warna produk, penampilan, ukuran, berat, daya tahan, ketelitian produk, kehandalan produk merupakan yang dipilih responden berada pada presentase 1%-20%.

Selanjutnya untuk mengetahui lebih terperinci masing-masing penilaian atas variabel Inovasi Produk Rattan Handmade yang terdiri dari tiga indikator dapat dilihat sebagai berikut :

1. Fitur Produk

Sangat Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator fitur produk, berada pada presentase 81%-100%.

Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator fitur produk, berada pada presentase 61%-80%.

Cukup Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator fitur produk, berada pada presentase 41%-60%.

Kurang Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator fitur produk, berada pada presentase 21%-40%.

Tidak Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator fitur produk, berada pada presentase 1%-20%.

2. Desain Produk

Sangat Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator fitur produk, berada pada presentase 81%-100%.

Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator desain produk, berada pada presentase 61%-80%.

Cukup Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator desain produk, berada pada presentase 41%-60%.

Kurang Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator desain produk, berada pada presentase 21%-40%.

Tidak Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator desain produk, berada pada presentase 1%-20%.

3. Kualitas Produk

Sangat Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator fitur produk, berada pada presentase 81%-100%.

- Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kualitas produk, berada pada presentase 61%-80%.
- Cukup Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kualitas produk, berada pada presentase 41%-60%.
- Kurang Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kualitas produk, berada pada presentase 21%-40%.
- Tidak Baik : Apabila jumlah presentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kualitas produk, berada pada presentase 1%-20%.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe penelitian survey deskriptif dengan metode kuantitatif karena penelitian ini mengumpulkan data dengan menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan ditempat penelitian. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari objek penelitian.

Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017;23).

B. Lokasi Penelitian

Dalam Penelitian ini peneliti memilih lokasi atau tempat penelitian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Jl. Yos Sudarso No.149. Meranti Pandak, Rumbai Pesisir, Pekanbaru-Riau. Alasan penulis melakukan penelitian pada kerajinan rotan galery Ratatia Kec. Rumbai Kota di Pekanbaru adalah ketertarikan penulis karena pada galery Ratatia yang merupakan kerajinan rotan satu-satunya yang ada di kec. Rumbai kota Pekanbaru yang tidak hanya menggunakan rotan alami dalam menghasilkan produk tetapi juga memanfaatkan

rotan sintetis sebagai bentuk dalam mengatasi titik jenuh konsumen pada produk rotan yang dikemas dengan desain atau warna yang tidak mengalami perubahan sehingga menjadikan rotan sinteis sebagai bentuk inovasi dan menjual dengan berbagai desain produk yang beragam mulai dari furniture dan berbagai aksesoris pelengkap dekorasi rumah tangga yang berbeda dengan produk rotan alami.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017;136).

Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli produk rotan CV. Ratatia Kec. Rumbai yang berjumlah tak terhingga.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015;90).

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 konsumen sebagai responden yang bersifat mewakili. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

Tabel III.1 : Tabel Jumlah Informan Penelitian

No	Informan	Populasi (Orang)	Sampel (Orang)	Presentase (%)
1	Pemilik Usaha	1	-	100%
2	Tenaga Kerja	5	-	100%
3	Konsumen	∞	30	100%
Total		5	30	

Sumber : *Data Olahan Penelit, 2019*

Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini yang bersifat mewakili ditetapkan 30 orang konsumen pada CV. Ratatia. Diperoleh sampel sebanyak 30 orang tersebut sudah cukup *representatif* atau mewakili untuk dapat menjawab

permasalahan dalam penelitian ini. Penetapan sampel didasarkan pada pendapat Roscoe dalam buku *Research Methode For Business* (dalam Sugiyono, 2017;155) menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500. Sedangkan pemilik usaha dan tenaga kerja CV. Ratatia Indonesia Berkah dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini.

D. Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik penarikan sampel sampling insidental.

Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut dapat dijadikan sebagai sumber data. (Sugiyono,2017;144).

Dalam melakukan penarikan sampel pada penelitian ini, cara yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan memberikan kuesioner kepada konsumen yang sudah pernah membeli produk rotan pada CV. Ratatia

Cara penulis menemukan dan memberikan kuesioner kepada konsumen galery Ratatia yaitu dengan mendatangi lokasi penelitian tersebut dan menunggu konsumen untuk diberikan kuesioner, penelitian ini dilakukan selama 13 hari dari jam 11.00 sampai jam 17.00. Peneliti mengambil sampel konsumen sebanyak 30 orang dikarenakan keterbatasannya bertemu dengan si pembeli di lokasi penelitian dilakukan. Maka dengan itu peneliti hanya mengambil 30 orang pembeli yang sudah pernah membeli produk rotan pada CV. Ratatia yang secara langsung bertemu di lokasi penelitian.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data untuk penelitian ini terdiri dari : (1) data primer, dan (2) data sekunder. Kedua jenis dari sumber dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dilapangan seperti hasil wawancara dan pengisian angket. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari data wawancara dan data hasil pembagian angket yang penulis bagikan kepada responden terkait dengan inovasi produk CV. Ratatia Kec. Rumbai kota Pekanbaru.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada seperti buku, jurnal, surat kabar, katalog, dokumentasi dan lain-lain. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa catatan, arsip maupun keterangan lainnya yaitu meliputi : sejarah perkembangan CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai Kota di Pekanbaru.

F. Teknik dan Pengumpulan Data

Guna memperoleh data dan informasi secara lengkap maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data baik secara langsung maupun tidak langsung dalam perolehan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti diantaranya sebagai berikut :

a. Teknik Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang

harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dan jumlah responden sedikit/kecil. (Sugiyono,2014;194).

Penulis mengumpulkan data dengan melakukan wawancara secara langsung di tempat penelitian untuk mendapatkan data mengenai permasalahan yang berkaitan dengan masalah penelitian ini. Teknik wawancara digunakan sebagai data pendukung dalam melakukan teknik kuesioner, agar data yang diperoleh lebih teruji keakuratannya.

b. Teknik Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017;225) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Dalam teknik kuesioner peneliti membuat beberapa daftar pertanyaan tertulis tentang Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai kota Pekanbaru untuk di isi oleh responden sesuai dengan jawaban yang baik, cukup baik, dan kurang baik.

c. Teknik Dokumentasi

Menurut Arikunto (2006;231) adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen sapat, agenda dan semua yang dapat menambah informasi untuk data penelitian, dengan melakukan pengeumpulan dokumentasi-dokumentasi yang ada dan pengambilan dokumentasi di saat penelitian. Dalam teknik dokumentasi peneliti mengumpulkan data dengan cara mengambil data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan

masalah yang diteliti atau dengan mengambil gambar atau foto tempat penelitian dilakukan.

d. Teknik Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan pengamatan mengenai analisis inovasi produk kerajinan rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai kota Pekanbaru secara langsung oleh penulis terhadap konsumen dimana objek penelitian dilapangan tempat penelitian dilaksanakan, sehingga data yang dikumpulkan lebih lengkap.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisa data informasi yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif yaitu analisa yang dilakukan dengan cara mengelompokan data yang telah disusun, ditabulasikan atau menempatkan data dalam bentuk tabel sesuai dengan kebutuhan analisis dan kemudian menghubungkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh usaha.

H. Jadwal Waktu Kegiatan Penelitian

Tabel III.2 : Jadwal dan waktu kegiatan penelitian Analisis Inovasi Produk pada Galery Ratatia Kec. Rumbai Kota Pekanbaru

No	Jenis Kegiatan	Bulan dan Minggu Ke-																							
		Aug'19				Okto'19				Nov'19				Des'20				Feb'20				Mar'20			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan UP																								
2	Seminar UP																								
3	Revisi UP																								
4	Revisi Kuisisioner																								
5	Survey Lapangan																								
6	Analisis Data																								
7	Penyusunan Laporan hasil Penelitian (Skripsi)																								
8	Konsultasi Revisi Skripsi																								
9	Ujian Komprehensif Skripsi																								
10	Revisi Skripsi																								
11	Pengadaan skripsi																								

Sumber: Modifikasi Penelitian 2019

BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai Kota Pekanbaru

CV. Ratatia Indonesia Berkah merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang kerajinan rotan yang berlokasi di Jl. Yos Sudarso No.149 Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru, Riau dengan jam operasi dimulai pada pukul 09.00-21.00 WIB. Alasan pemilihan lokasi di Kec. Rumbai sendiri karena masyarakat Pekanbaru khususnya dan diluar kota Pekanbaru pada umumnya lebih mengenal tentang produk rotan dengan lokasi di Kec. Rumbai, sehingga pemilihan lokasi di Rumbai menjadi peluang bagi pemilik usaha mendirikan kerajinan rotan dengan nama usaha CV. Ratatia Indonesia Berkah.

Di Kec. Rumbai terdapat 14 kerajinan rotan dengan tempat usaha yang saling berdekatan bahkan berada dalam satu jalur jalan sebelah kanan Jl. Yos Sudarso. Akan tetapi untuk menjadikan kesan pembeda antara Ratatia dengan perabot lainnya, Ratatia menjual produk rotan dengan memanfaatkan dua jenis bahan baku, yaitu rotan alami dan rotan sintetis hanya saja rotan sintetis tidak seperti rotan alami yang diproduksi secara langsung di lokasi melainkan melakukan pemesanan terhadap produk dari luar kota yaitu kota Cirebon dimana produk rotan sintetis diangkut dari Cirebon ke Pekanbaru menggunakan transportasi truk dengan biaya mencapai 4.000.000 s/d 8.000.000 dan penjualan produk rotan sintetis jauh lebih tinggi dibandingkan dengan rotan alami karena produk rotan sintetis memberikan berbagai macam warna pada setiap produk

sementara rotan alami identik hanya dengan warna natural dan dark brown. Pada tahun 2020 CV. Ratatia tidak hanya menjual produk yang berasal dari kerajinan rotan melainkan terdapat beberapa produk dari kerajinan lain yang tersedia dan dijual sebagai produk jadi pada CV. Ratatia seperti hasil produk dari kerajinan eceng, kerajinan sigres, kerajinan jati dan kerajinan bambu.

Usaha yang dirintis oleh pemilik tunggal sekaligus direktur pada CV. Ratatia Indonesia Berkah yaitu ibu Tia Juwita dimulai pada tahun 2013 dengan pemasaran yang dilakukan dengan sistem online dengan menggunakan sosial media instgram dan whatsapp yang dengan nama akun media sosial instgram @rattan_handmade, sehingga inovasi terhadap produk pada pemasaran yang dilakukan pada pemasaran online terbilang belum dilaksanakan karna hanya menjual beberapa produk dekorasi atau hiasan pelengkap rumah tangga dan belum merambah pada produk-produk *furniture* atau perabot rumah tangga lainnya, kemudian membuka galery/ toko pada tahun 2017 dengan memproduksi dan menjual berbagai macam kebutuhan pelengkap rumah maupun ruang kerja serta studio foto meliputi perabotan dengan ukuran yang berbeda dari perabot, seperti hiasan dinding, hiasan pelengkap diatas meja dan lain-lain yang dikemas dengan desain, fitur dan kualitas yang sesuai dengan minat konsumen, meskipun begitu pemasaran online tetap dijalankan sampai saat ini dengan nama akun media sosial yang sama yaitu @rattan_handmade dan melalui melalui whatsapp dengan cara menawarkan produk dengan mengirimkan file katalog produk yang diperbaharui setiap jangka waktu tertentu sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian produk.

Sebelum merubah nama usaha menjadi CV. RATATIA INDONESIA BERKAH pada tahun 2019 tepatnya pada bulan agustus, usaha yang dirintis dari tahun 2013 sampai 2019 menggunakan nama usaha *Rattan Handmade Ratatia*, alasan berganti nama usaha yaitu karena untuk lebih mempermudah dalam kepengurusan hal-hal tertentu, terlebih pada saat mengikuti beberapa kompetisi yang mengharuskan untuk jenis usaha yang berbadan hukum. Terutama pada saat mengikuti sebuah kompetisi yang diadakan oleh BEKRAF, sehingga Ratatia diharuskan untuk mengganti jenis usaha yang berbadan hukum sehingga pemilik memilih nama CV. Ratatia Indonesia Berkah sebagai pengganti Rattan Handmade Ratatia. Selain itu alasan utama yang mendasari CV. Ratatia untuk mengganti nama usaha CV. Ratatia Indonesia Berkah adalah dengan tujuan agar memiliki perizinan yang lengkap serta untuk kepengurusan hal-hal tertentu dengan syarat memiliki izin dan berbadan hukum, bentuk kepengurusan tersebut meliputi pembayaran pajak, branding produk yang dihasilkan oleh CV. Ratatia dan keikutsertaan dalam kegiatan bantuan-bantuan dana tertentu.

Untuk meningkatkan kesejahteraan pegawai CV. Ratatia memberikan upah/ gaji pokok pada setiap pegawai yang diberikan setiap bulan ditanggal 3, selain itu bentuk kesejahteraan lainnya yang berikan ialah adanya jaminan berupa BPJS Kesehatan dan Ketenagakerjaan, dan beberapa tunjangan lainnya yang diberikan seperti :

- a. Tunjangan Hari Raya
- b. Tunjangan Paket Internet
- c. Tunjangan Transportasi
- d. Tunjangan Bensin

B. Struktur Organisasi Kerajinan Rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai Kota Pekanbaru

Struktur organisasi menjadi hal yang penting dalam menjalankan kegiatan organisasi atau suatu perusahaan, dengan adanya struktur organisasi akan memberikan koordinasi yang jelas antara pimpinan dan bawahan serta memudahkan dalam pengawasan, dimana pimpinan unit usaha atau perusahaan atau mempunyai wewenang dalam mengkoordinir pembagian kerja atau tugas pada setiap bawahan yang ada dalam organisasi atau perusahaan. Struktur organisasi dapat digambar secara skema atau diagram yang menunjukkan pembagian tugas, wewenang, tanggung jawab, serta hubungan dari setiap masing-masing bidang dengan masing-masing fungsi berbeda yang ada dalam organisasi.

Untuk mengetahui lebih jauh mengenai struktur organisasi pada Ratatia sebelumnya penulis akan menjelaskan mengenai jenis-jenis struktur organisasi diantaranya :

a. Organisasi Garis

Organisasi garis diciptakan oleh Henry Fayol dan merupakan bentuk struktur organisasi dimana wewenang dilimpahkan secara vertical dan sepenuhnya dari pemimpin kepada bawahan.

b. Organisasi Lini dan Staff

Organisasi lini dan staff diciptakan oleh Harrington Emerson dan merupakan kombinasi dari organisasi lini dan azaz komando dipertahankan tetapi dalam kelancaran tugas pemimpin dibantu oleh para staff, dimana staff berperan

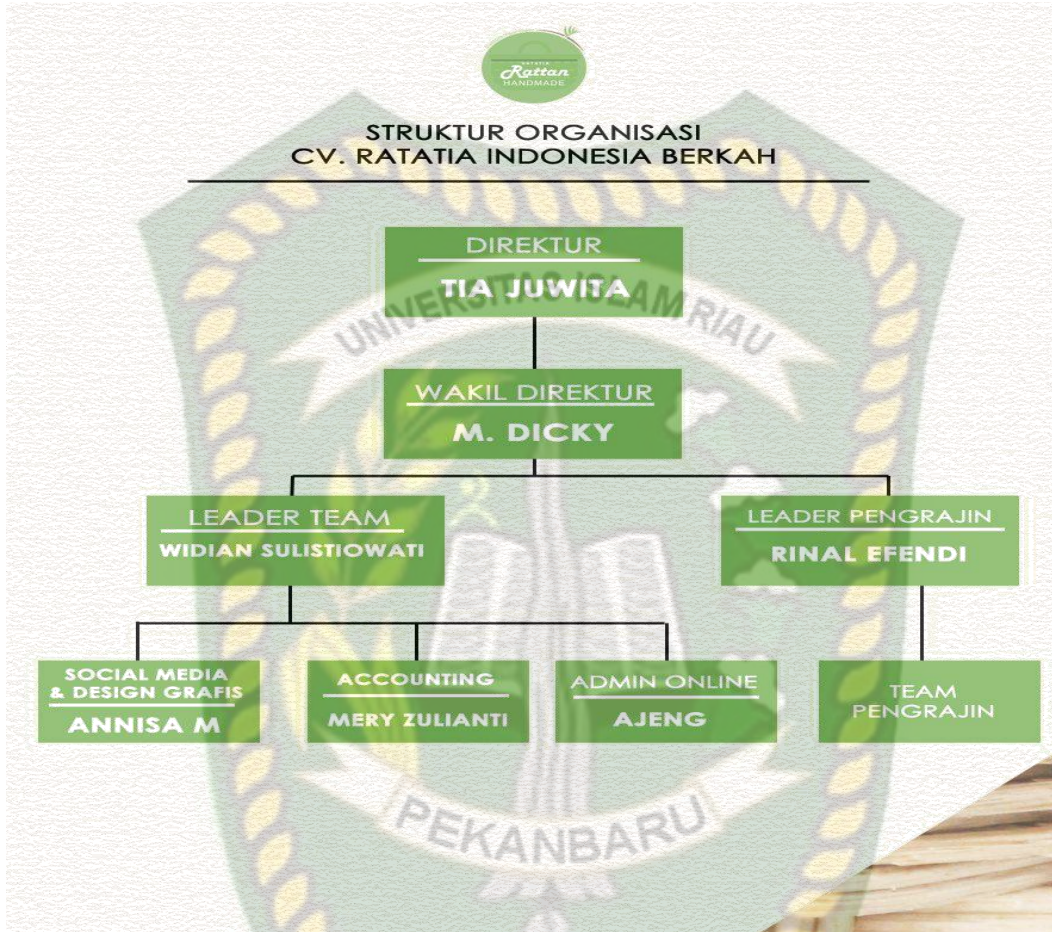
untuk memberi masukan, bantuan pikiran, saran-saran, dan data informasi yang dibutuhkan.

c. Organisasi Fungsional

Organisasi fungsional diciptakan oleh Frederick W. Taylor dan merupakan struktur organisasi yang disusun berdasarkan pada sifat dan macam-macam pekerjaan yang harus dilakukan, masalah pembagian kerja merupakan masalah yang menjadi perhatian yang sungguh-sungguh.

Berdasarkan jenis-jenis struktur organisasi di atas, maka struktur organisasi yang digunakan pada CV. Ratatia kota Pekanbaru ini menggunakan struktur organisasi garis/ lini dimana pimpinan memiliki wewenang untuk memberikan tugas kepada bawahan secara langsung. Untuk lebih jelasnya berikut merupakan struktur organisasi pada CV. Ratatia kota Pekanbaru yang dapat dilihat pada gambar berikut

Gambar IV.1 Struktur Organisasi CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai Kota Pekanbaru



Sumber: CV. Ratatia Indonesia Berkah, 2020

C. Fungsi dan Tugas Wewenang Jabatan

Adapun yang menjadi tugas dan wewenang pada masing-masing bidang kerja dalam struktur organisasi ialah sebagai berikut :

1. Direktur

Fungsi dari Direktur atau pemimpin organisasi/ perusahaan memiliki peran yang penting dalam keberlangsungan dan kemajuan organisasi yang dijalankan.

Tugas dari Direktur atau pemimpin diantaranya :

- a. Memimpin setiap aktivitas atau kegiatan usaha secara keseluruhan
- b. Melakukan perencanaan, mengendalikan dan mengkoordinasikan setiap pelaksanaan kegiatan organisasi dengan tujuan agar visi dan misi tercapai.
- c. Membuat dan menetapkan sebuah kebijakan untuk kemajuan usaha atau organisasi yang dipimpin
- d. Mengelola dan meminta kepada setiap tugas masing-masing bidang melaporkan pekerjaan seluruh tenaga kerja setiap periode tertentu
- e. Menerima laporan pengeluaran dan pendapatan dari tenaga kerja sesuai pada bidangnya
- f. Memberikan binaan dan motivasi kepada bawahan agar dapat bertanggung jawab menjalankan setiap pembagian tugas masing-masing karyawan secara efektif dan efisien
- g. Mengatur gaji dan upah pada setiap tenaga kerja

2. Wakil Direktur

Fungsi dari wakil direktur yaitu melaksanakan sebagian tugas pokok dari direktur, dimana wakil direktur bertanggung jawab kepada direktur.

Tugas dari wakil direktur diantaranya:

- a. Memimpin dan mengatur setiap bidang/ bagian yang berada dibawahnya
- b. Berwenang untuk menetapkan kebijaksanaan yang hendak diberikan pada langganan

- c. Merumuskan harga jual dan menetapkan harga jual bersama dengan keseluruhan anggota organisasi
- d. Merumuskan alat promosi yang akan digunakan dalam menarik konsumen

3. Leader Team

Fungsi dari admin penjualan merupakan melayani konsumen yang datang pada galery Ratatia, dan bertanggung jawab terhadap admin lainnya.

Fungsi dari admin penjualan diantaranya :

- a. Mengelola arisan yang telah dibuat oleh Ratatia
- b. Mengurus reseller yang tergabung dalam Ratatia
- c. Mengola supplier akan bahan-bahan yang diperlukan dalam kegiatan produksi
- d. Mengelola gudang dengan memperhatikan stock bahan baku untuk produksi
- e. Mengatur design terhadap produk yang akan dihasilkan baik dari pesanan konsumen maupun produk baru yang akan dipasarkan

f. Leader Pengrajin

Tugas dan fungsi dari pengrajin ialah membuat dan menghasilkan produk sesuai dengan permintaan konsumen, kemudian melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan. Ketua pengrajin biasanya dibantu oleh team pengrajin dengan jumlah team yang tidak menentu tergantung pada kerumitan dan jumlah pesanan dari konsumen.

4. Admin Accounting

Fungsi dari accounting yaitu mengatur arus masuk dan keluar uang yang digunakan untuk keperluan produksi dan kebutuhan lainnya dalam perusahaan atau organisasi dan bertanggung jawab atas segala aktivitas keuangan perusahaan dan membuat laporan keuangan perusahaan agar jelas dan terperinci setiap keuangan masuk dan keluar sehingga dapat dipertanggung jawabkan.

Tugas dari bagian keuangan diantaranya :

- a. Memberikan pelayanan pada saat terjadi transaksi pembelian barang oleh pelanggan
- b. Melaksanakan tugas yang diberikan atasan sesuai dengan perintah yang diberikan oleh atasan atau pimpinan
- c. Memberikan sejumlah uang untuk keperluan produksi sesuai dengan kebutuhan
- d. Mengontrol dan membuat laporan keuangan sesuai dengan aktivitas perusahaan

5. Admin Sosial Media Dan Design Grafis

Fungsi dari admin sosial media ialah mengatur dan mengelola sosial media milik Ratatia baik instgram, facebook, dan web *Rattan Handmade Ratatia*.

Tugas dari admin sosial media diantaranya :

- a. Menjadi fotografer produk sehingga hasil foto produk dapat menarik konsumen untuk dipajang di sosial media Ratatia.

- b. Membuat katalog untuk memudahkan dalam pemasaran yang dapat dibagikan dalam bentuk *file* maupun *print out*
- c. Membuat design grafis seperti brosur sebagai bentuk strategi promosi

6. Admin Online

Memiliki fungsi dan tugas yaitu:

- a. Melayani customer yang memesan produk melalui sosial media
- b. Mempublikasikan setiap kegiatan yang ada di Ratatia

C. Visi dan Misi CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai kota Pekanbaru

Visi CV. Ratatia Indonesia Berkah

“Menjadi Pusat Kerajinan Rotan Terbesar Dan Terlengkap Di Indonesia Yang Berorientasi Export Pada Tahun 2022”.

Misi CV. Ratatia Indonesia Berkah

1. Memberikan dan menjual produk handmade berkualitas terbaik
2. Mengembangkan pengrajin-pengrajin profesional dengan memberikan training/ pelatihan
3. Memberikan pelatihan berkala bagi seluruh karyawan
4. Mengupgrade ilmu pengetahuan terutama di bidang Export

D. Proses Produksi atau Pembuatan Produk Rotan Alami pada Rattan Ratatia Kec. Rumbai Kota Pekanbaru

Proses produksi merupakan proses kegiatan dalam membuat dan menghasilkan produk rotan.

CV. Ratatia Indonesia Berkah menghasilkan produk dengan menggunakan jenis-jenis rotan diantaranya :

1. Rotan Patrick

Dengan kelebihan mudah dalam pembentukan dan menghasilkan produk yang lebih ringan. Akan tetapi memiliki kelemahan mudah patah dalam proses pembungkakan.

2. Rotan Manau

Memiliki kelebihan dalam segi ketahanan produk dan memberikan hasil produk yang lebih berat serta tidak mudah patah dalam proses atau pembungkakan. Akan tetapi memiliki kelemahan dalam proses pembentukan produk karna bahan baku yang terlalu keras.

3. Rotan Kulit

Memiliki kelebihan dalam proses pembentukan akan tetapi tidak semua produk menggunakan rotan kulit untuk dijadikan bahan tambahan dalam menghasilkan produk.

Berikut beberapa tahapan dalam membuat produk rotan alami diantaranya :

1. Tahap Produksi

Proses produksi merupakan tahapan awal pengrajin dengan berimajinasi mengenai bentuk produk yang akan dihasilkan, baik dengan gambaran terhadap produk yang sudah ada maupun produk baru.

2. Tahap Pembentukan produk kerajinan rotan

Pembentukan dan pembuatan produk rotan dilakukan dengan beberapa tahapan diantaranya :

a. Proses Pengukuran

Bahan baku rotan yang akan digunakan untuk memproduksi sebuah produk terlebih dahulu dilakukan pengukuran secara teliti sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk, dan biasanya pengrajin memberi tanda pada saat pengukuran produk guna memudahkan dalam pemotongan.

b. Proses Pemotongan

Proses pemotongan ini dilakukan ketika rotan telah diukur sesuai dengan yang dibutuhkan, pemotongan rotan dilakukan sesuai dengan tanda yang diberi pengrajin pada saat proses pengukuran. Proses pemotongan dilakukan untuk membuat sambungan-sambungan terhadap kerangka rotan yang akan diproduksi.

c. Proses Pembengkokan

Proses selanjutnya setelah bahan baku rotan dipotong adalah membengkokkan rotan pada bagian rotan yang perlu untuk dibengkokkan atau dilengkungkan.

d. Proses Perakitan

Proses perakitan dilakukan dengan menggabungkan bahan-bahan rotan yang sudah dipotong atau dilengkungkan, perakitan pada bahan baku rotan dilakukan dengan cara merangkai potongan-potongan rotan baik yang dibengkokkan atau tidak sesuai dengan bentuk produk yang diinginkan.

e. Proses Pengikatan dan Penganyaman

Proses pengikatan dilakukan untuk memberikan kekuatan pada rangkaian produk sehingga tidak mudah lepas dan copot, pengikatan dilakukan dengan menyesuaikan sambungan pada produk yang dibutuhkan. Proses penganyaman biasanya dilakukan pada saat kondisi bahan baku sedang basah karna penganyaman ketika dilakukan pada kondisi rotan yang kering dapat menyebabkan rotan mudah patah. Kemudian jenis rotan yang digunakan dalam proses pengikatan ialah jenis rotan kulit.

f. Proses Seding/ Amplas

Produk yang telah dianyaman kemudian diampas dengan tujuan untuk menghaluskan bahan baku dan buku-bulu yang ditimbulkan dari bahan baku rotan.

g. Proses Pewarnaan

Proses pewarnaan dilakukan untuk memberikan kesan keindahan pada produk yang dihasilkan yang dilakukan dengan kuas maupun cat semprot, biasanya produk rotan dibuat dengan menggunakan dua jenis warna diantaranya :

a) Warna Natural dan

b) Warna Dark Brown

h. Proses Seding/ Amplas

Proses seding dilakukan kembali setelah proses pewarnaan dilakukan agar cat yang timbul dapat dihaluskan dengan cara diampas.

i. Proses Penjemuran

j. Proses Furnis

Furnis merupakan proses memberikan suatu bahan tambahan yang berbentuk cairan yang dapat memberikan kesan kilap pada produk rotan.

k. Produk siap untuk dipasarkan

Produk yang siap diproduksi dengan beberapa tahap kegiatan produksi kemudian produk tersebut dipasarkan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. IDENTITAS RESPONDEN

Identitas responden merupakan keterangan yang diperoleh dari responden berdasarkan data kuesioner yang telah disebar oleh penulis yang didalamnya memuat mengenai jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan tingkat pendidikan responden. Identitas responden diperlukan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran yang signifikan dan jelas antara data yang disajikan untuk responden dengan analisis yang dilakukan, dan untuk menjawab tujuan dari penelitian.

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis melakukan wawancara dengan pemilik CV. Ratatia Indonesia Berkah dan menyebarkan kuesioner sebanyak 30 rangkap kepada responden yang ditujukan konsumen CV. Ratatia Indonesia Berkah.

1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden dari masyarakat yang menjadi konsumen atau pembeli pada kerajinan rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin pada Karajinan Rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	11	37%
2	Perempuan	19	63%
Jumlah		30	100%

Sumber : data olahan peneliti, 2020

Berdasarkan data pada tabel V.1 dapat diterangkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki 11 orang dengan persentase 37% sementara responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 19 orang dengan persentase 63%. Dengan jumlah keseluruhan responden berjumlah 30 orang dengan persentase 100%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap inovasi produk pada CV. Ratatia Indonesia Berkah lebih didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan yang berjumlah 19 orang hal ini dikarenakan sebagian besar produk rotan adalah barang perlengkapan rumah tangga seperti perabotan dan dekorasi pelengkap rumah tangga dan dalam hal ini perempuan terutama ibu-ibu lebih dominan dalam mengurus, memperhatikan, dan mengutamakan perabotan rumah tangga sehingga minat dalam memberi produk rotan paling banyak adalah perempuan.

2. Identitas Responden Berdasarkan Umur Responden

Umur atau usia merupakan suatu tingkat kematangan seseorang dalam berpikir dan bertindak mengambil keputusan terhadap sesuatu yang seharusnya dan yang tidak seharusnya dilakukan.

Identitas responden berdasarkan usia pada kerajinan rotan CV. Ratatia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel V.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden pada Karajinan Rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah

Range usia	Jumlah	Persentase
21-30	7	23%
31-40	14	47%
41-50	7	23%
51-60	2	7%
JUMLAH	30	100%

Sumber : data olahan peneliti, 2020

Pada tabel V.2 di atas, maka dapat dijelaskan bahwa tingkat usia responden pada kerajinan rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah pada rentan usia 21-30 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase 23%, sementara usia 31-40 tahun berjumlah 14 orang dengan persentase 47%, usia 41-50 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase 23%, dan usia 51-60 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 7%, dengan jumlah keseluruhan berjumlah 30 orang responden dengan persentase 100%.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terbanyak pada usia 31-40 tahun yang berjumlah 13 orang dikarenakan pada usia tersebut konsumen sudah memiliki pekerjaan yang layak dan pekerjaan yang sudah tetap sehingga memiliki pendapatan dan daya kemampuan dalam melakukan pembelian produk, selain itu konsumen yang didominasi umur 31-40 tahun dikarenakan pada umur tersebut telah menunjukkan tingkat kemapanan dalam berumah tangga sehingga membutuhkan perabotan rumah tangga dan tertarik untuk melengkapi dekorasi rumah dengan perabotan produk rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah.

3. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Untuk mengetahui identitas responden masyarakat yang menjadi konsumen pada kerajinan rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah berdasarkan tingkat pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel V.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis pekerjaan pada Kerajinan Rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS	6	20%
2	Pegawai Swasta	5	17%
3	Wiraswasta	9	30%
4	IRT	6	20%
5	Lainnya	4	13%
Total		30	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2020

Pada tabel V. 3 di atas, maka dapat diketahui bahwa tingkat pekerjaan responden pada kerajinan rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah yaitu sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) berjumlah 6 orang dengan persentase 20%, sementara Pegawai Swasta berjumlah 5 orang dengan persentase 17%, kemudian pekerjaan Wiraswasta berjumlah 9 orang dengan persentase 30%, kemudian sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) berjumlah 6 orang dengan persentase 20%, dan pekerjaan lainnya berjumlah 4 orang dengan persentase 13%. Dengan jumlah keseluruhan 30 orang responden dengan persentase 100%.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terbanyak pada tingkat pekerjaan sebagai wiraswasta yang berjumlah 9 orang dikarenakan wiraswasta sendiri merupakan kumpulan pengusaha yang memiliki penghasilan dengan jumlah yang besar, sehingga memiliki tingkat

kemampuan dalam melakukan pembelian yang cukup tinggi terhadap produk rotan dengan harga jual yang cukup tinggi, dengan begitu wiraswasta lebih mendominasi dalam melakukan pembelian produk rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah.

4. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian adapun identitas responden dalam penelitian ini berdasarkan tingkat pendidikan dalam dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan pada Kerajinan Rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMP	3	10%
2	SMA	8	27%
3	DIPLOMA	5	17%
4	S1	10	33%
5	S2	4	13%
Jumlah		30	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan data tabel V.4 di atas, dapat dijelaskan bahwa tingkat pendidikan responden pada kerajinan rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah pada tingkat pendidikan SMP berjumlah 3 orang dengan persentase 10%, sedangkan pendidikan SMA berjumlah 8 orang dengan persentase 27%, kemudian pendidikan Diploma berjumlah 5 orang dengan persentase 17%, pendidikan S1 berjumlah 10 orang dengan persentase 33%, dan pendidikan S2 berjumlah 4 orang dengan persentase 13%. Dengan jumlah keseluruhan 30 orang responden dengan persentase 100%.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terbanyak ialah pada tingkat pendidikan S1 dengan jumlah 10 orang, hal ini dikarenakan tingkat pendidikan mempengaruhi jenis dan mutu dalam mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk, sehingga dalam hal ini pendidikan S1 merupakan jenjang pendidikan terbanyak dalam melakukan produk rotan karena mutu dan jaminan produk daya tahan produk rotan memiliki umur ketahanan produk yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk lain.

5. Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Minimal Pembelian Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian identitas responden konsumen menurut jumlah minimal pembelian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Minimal Pembelian pada Karajinan Rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah

No	Intensitas Pembelian	Jumlah	Persentase
1	Lebih dari 3 Kali	17	57%
2	Kurang dari 3 kali	13	43%
Jumlah		30	100%

Sumber : data olahan peneliti, 2020

Pada tabel V.5, dapat diketahui bahwa jumlah minimal pembelian konsumen lebih dari 3 kali berjumlah 17 orang dengan persentase 57%, sedangkan kurang dari 3 kali berjumlah 13 orang dengan persentase 43%, dengan jumlah keseluruhan 30 orang responden konsumen CV. Ratatia Indonesia Berkah, Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terbanyak melakukan pembelian lebih dari 3 kali yaitu berjumlah 17 orang hal ini dikarenakan konsumen produk rotan merasakan kualitas yang diberikan dalam menggunakan produk rotan begitu memuaskan sehingga menjadikan konsumen

tersebut melakukan pembelian secara berulang, terlebih lagi dengan adanya katalog online dan sistem arisan sehingga memberikan keringanan terhadap konsumen dalam membeli produk meskipun dengan harga yang tinggi.

B. Analisis Inovasi Produk Pada Kerajinan Rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah Kec. Rumbai Kota Pekanbaru

Untuk mengetahui analisis inovasi produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Jl. Yos Sudaraso Kec. Rumbai kota Pekanbaru maka peneliti menganalisis indikator inovasi produk menurut Kotler dan Amstrong (dalam Dewanto, 2015;108), yaitu :

- a. Fitur Produk
- b. Desain Produk
- c. Kualitas Produk

a. Fitur Produk

Yang dimaksud fitur dari sebuah produk adalah sifat dan sesuatu yang unik, istimewa dan memiliki kekhasan yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai jual tambahan. Produk yang dapat ditawarkan dengan ciri-ciri memiliki keistimewaan yang berbeda. Dengan adanya karakteristik tersendiri yang melekat pada suatu produk dapat memberikan pengembangan dan penyempurnaan terhadap produk secara terus menerus sehingga akan memberikan nilai jual tambahan terhadap produk yang dihasilkan Kotler dan Amstrong, (dalam Dewanto, 2015;108).

Sub indikator fitur produk meliputi :

- a) Keunikan
- b) Keistimewaan
- c) Kehandalan

Berikut ini merupakan tabel tanggapan konsumen kerajinan rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai analisis inovasi produk kerajinan rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Jl. Yos Sudarso Kec. Rumbai kota Pekanbaru

Tabel V.6 :Tanggapan Responden Untuk Indikator Fitur Produk pada Karajinan Rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden					Jumlah
		Sangat baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
1	Keunikan	1	20	7	2	-	30
		3%	67%	23%	7%	0%	100%
2	Keistimewaan	-	23	5	2	-	30
		0%	77%	16%	7%	0%	100%
3	Kekhasan	-	13	15	2	-	30
		0%	43%	50%	7%	0%	100%
Jumlah		1	56	27	6	0	91
Rata-rata		0	18	9	3	0	30
Persentase		1%	62%	30%	7%	-	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel V.6, untuk item penilaian pertama yaitu keunikan dapat dilihat bahwa 1 orang responden atau sama dengan 3% menyatakan sangat baik dengan alasan karena produk pernik-pernik rotan begitu unik, sedangkan 20 orang responden atau sama dengan 67% menyatakan baik dengan alasan karena produk rotan alami tidak hanya diproduksi berupa furniture akan tetapi produk

pelengkap kebutuhan lainnya juga diproduksi dengan unik, kemudian 7 orang responden atau sama dengan 23% memberikan nilai cukup baik, 2 orang responden atau sama dengan 7% menyatakan kurang baik.

Kemudian untuk item penilaian sub indikator keistimewaan dapat dilihat bahwa dari 30 orang responden tidak ada yang memberikan jawaban sangat baik, 23 orang responden atau sama dengan 77% menyatakan, kemudian 5 orang responden atau sama dengan 17% memberikan jawaban cukup baik karena secara keseluruhan tidak ada pembeda untuk keistimewaan dari produk rotan, selanjutnya 2 orang responden atau sama dengan 7% memberikan jawaban kurang baik, sementara tidak ada responden yang menjawab tidak baik terhadap indikator keistimewaan.

Dan untuk item penilaian yang ketiga yaitu sub indikator kekhasan dapat dilihat bahwa dari 30 orang responden tidak ada memberikan jawaban sangat baik, sedangkan 13 orang responden atau sama dengan 57% memberikan penilaian baik, selanjutnya 15 orang responden atau sama dengan 37% memberikan penilaian cukup baik dengan alasan ciri khas tersendiri dari produk rotan hampir tidak memiliki perbedaan, 2 orang responden atau sama dengan 7% memberikan penilaian kurang baik.

Berdasarkan dari hasil rekapitulasi dari ketiga sub indikator diantaranya rata-rata responden yang menjawab sangat baik ialah dengan persentase 1%, kemudian rata-rata yang menjawab baik 19 dengan persentase 62%, selanjutnya rata-rata yang menjawab cukup baik ialah 9 dengan persentase 30%, dan yang menjawab kurang baik 2 dengan persentase 8%.

Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban terbanyak yang dijawab oleh responden yang berjumlah 30 orang terhadap indikator Fitur Produk termasuk kategori “Baik” karena dalam hal ini Fitur produk rotan pada CV. Ratatia sudah memproduksi produk sesuai dengan minat konsumen hanya saja untuk keistimewaan dan ciri khas produk secara keseluruhan produk rotan CV. Ratatia dan pengrajin lainnya tidak memiliki perbedaan.

Faktor pendukung sub indikator keunikan dan keistimewaan produk dikatakan baik ialah berdasarkan identitas responden menurut usia bahwa pembelian terbanyak ialah pada usia 20-30 tahun dan intensitas pembelian menyatakan lebih dari 3 kali, dimana hal ini menjadi pendukung bahwa pada usia tersebut termasuk dalam usia muda yang pada umumnya memperhatikan keunikan terhadap produk yang dibeli. Sementara faktor kendala sub indikator kekhasan mendapat jawaban terbanyak cukup baik ialah karena secara umum produk rotan tidak memiliki ciri khas tertentu terhadap produk yang dihasilkan. Faktor kendala mengenai fitur produk ialah banyaknya pesaing yang menghasilkan produk dengan bentuk yang sama menjadi kendala bagi CV. Ratatia untuk lebih mencari ide dalam memproduksi produk yang memiliki keistimewaan dan kekhasan.

Kemudian berdasarkan dari wawancara yang penulis lakukan dengan pemilik kerajinan rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah kota Pekanbaru yaitu Ibu Tia Juwita di galery Ratatia pada hari Selasa, 25 Februari 2020 pukul 16.00 WIB terkait Fitur Produk.

“Terkait Fitur Produk terutama keunikan kami CV. Ratatia sedang berusaha dalam berinovasi semaksimal mungkin menghasilkan produk

yang unik dengan fokus pada pernik-pernik atau kebutuhan pelengkap termasuk aksesoris dinding, sekalipun bentuk produk tidak memiliki ciri khas kami akan terus berupaya memberikan yang terbaik untuk produk yang akan ditawarkan pada konsumen”. (Ibu Tya, di Galery Ratatia pada hari Selasa, 25 Februari 2020 pukul 16.00 WIB).

Hasil wawancara penulis lakukan dengan *Leader Team* Kak Widian Sulistiowati CV. Ratatia Indonesia Berkah Pekanbaru mengenai indikator Fitur Produk ialah

“Untuk Fitur Produk kami team karyawan bersama pengrajin rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah sedang berupaya dalam meningkatkan keunikan, upaya yang kami lakukan ialah membuat produk hiasan yang unik dengan bentuk yang kecil sehingga digunakan sebagai hiasan meja tamu atau meja kerja sekaligus produk aksesoris dinding, karena secara merata pengrajin rotan menghasilkan produk dengan jenis dan bentuk yang sama, sehingga dari CV. Ratatia tidak memiliki keistimewaan dari segi produk namun dari segi pelayanan dengan memberikan keistimewaan untuk custom atau memesan sesuai keinginan baik bentuk dan ukuran yang diinginkan (Kak Widi, di Galery Ratatia pada hari Selasa, 25 Februari 2020 pukul 16:10 WIB).

Untuk keunikan sendiri terkadang pengrajin kesulitan dalam menghasilkan produk yang sama persis dengan gambar referensi yang diberikan konsumen atau team karyawan, sehingga beberapa kali konsumen melakukan komplain terhadap produk yang kurang sesuai atau terdapat kekurangan, karna pada dasarnya pengrajin belum pernah mengikuti kegiatan pelatihan khusus untuk pengrajin. (Kak Widi, di Galery Ratatia pada hari Selasa, 25 Februari 2020 pukul 16:13 WIB).

Berdasarkan hasil observasi penulis pada indikator Fitur Produk bahwa upaya CV. Ratatia dalam menghasilkan produk unggulan terus diupayakan baik dengan banyaknya pesaing terlebih pengrajin produk rotan menghasilkan produk dengan jenis dan bentuk maka CV. Ratatia berusaha untuk terus mencari ide baru dan fokus dalam memproduksi produk pernik-pernik sejenis souvenir dengan ukuran yang kecil sehingga tidak hanya fokus pada furniture melainkan produk aksesoris dinding atau aksesoris lainnya, dengan begitu konsumen tidak hanya

melihat furniture secara keseluruhan melainkan terdapat produk yang unik pada CV. Ratatia, seperti aksesoris gantung dan lain-lain. dan memberikan keistimewaan dari segi pelayanan dengan memberikan sistem custom atau *request* sesuai dengan permintaan konsumen.

b. Desain Produk

Kotler dan Armstrong (dalam Dewanto 2015;109) mengartikan desain atau perancangan produk sebagai sebuah keistimewaan yang dapat mempengaruhi bukan hanya penampilan namun juga fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen. Desain produk dibutuhkan dalam merancang produk yang akan dihasilkan termasuk dalam desain produk meliputi warna, penampilan, ukuran, dan berat produk.

Sub indikator Desain produk meliputi :

- a) Warna produk
- b) Penampilan Produk
- c) Ukuran Produk
- d) Berat Produk

Berikut ini merupakan tanggapan responden kerajinan rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah dari 30 orang responden yang mengisi jawaban kuesioner mengenai analisis inovasi produk kerajinan rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Jl. Yos Sudarso Kec. Rumbai kota Pekanbaru yang dilihat pada tabel berikut.

Tabel V.7 :Tanggapan Responden Untuk Indikator Desain Produk Karajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden					Jumlah
		Sangat baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
1	Warna	1	20	9	-	-	30
		3%	67%	27%	0%	0%	100%
2	Penampilan	-	21	9	-	-	30
		0%	73%	27%	0%	0%	100%
3	Ukuran	-	18	12	-	-	30
		0%	60%	40%	0%	0%	100%
4	Berat	-	19	11	-	-	30
		0%	63%	37%	0%	0%	100%
Jumlah		1	78	38	0	0	120
Rata-rata		0	20	10	0	0	30
Persentase		1%	65%	34%	0	-	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel V.7 untuk item penilaian sub indikator warna dapat dilihat bahwa 1 orang responden atau sama dengan 3% memberikan jawaban sangat baik dengan alasan pemberian warna sesuai dengan kebutuhan produk yang dihasilkan, kemudian 20 orang responden atau sama dengan 67% memberikan jawaban baik dengan alasan warna produk menggunakan cat yang sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen dengan hasil warna yang lebih natural, selanjutnya 9 orang responden atau sama dengan 27% memberikan jawaban cukup baik dengan alasan warna yang dihasilkan terhadap produk tidak terang atau *full colour* sehingga sesuai dengan keinginan konsumen untuk kebutuhan dalam rumah tangga dengan minat konsumen yang menjunjung unsur keaslian rotan.

Untuk item penilaian sub indikator penampilan dapat dilihat bahwa dari 30 orang responden konsumen tidak ada yang menyatakan sangat baik atau sama

dengan 0%, kemudian 21 orang responden atau sama dengan 73% memberikan jawaban baik dengan alasan penampilan terhadap produk yang ditawarkan sesuai dengan yang diinginkan, selanjutnya 9 orang responden atau sama dengan 27% memberikan jawaban penilaian cukup baik.

Untuk item penilaian pada sub indikator ukuran dapat dilihat bahwa dari 30 orang responden tidak ada yang menjawab sangat atau sama dengan 0%, sedangkan 18 orang responden atau sama dengan 60% memberikan jawaban penilaian baik dengan alasan ukuran produk sesuai dengan keinginan konsumen selain itu konsumen juga mendapatkan kesempatan untuk *request* ukuran besar dan kecil produk yang diinginkan, selanjutnya 12 orang responden atau sama dengan 40% memberikan jawaban cukup baik.

Untuk item penilaian sub indikator berat produk dapat dilihat bahwa dari 30 orang responden tidak ada yang menyatakan jawaban sangat baik atau sama dengan 0%, kemudian 19 orang responden atau sama dengan 63% menjawab baik dengan alasan produk yang dihasilkan cukup berat sesuai dengan jenis bahan dan bentuk produk yang dihasilkan, selanjutnya 11 orang responden atau sama dengan 37% menyatakan cukup baik dengan alasan produk rotan alami memiliki berat yang sesuai dengan kebutuhan karena hasil produk rotan alami memang berat.

Berdasarkan dari hasil rekapitulasi dari keempat sub indikator diantaranya rata-rata responden yang menjawab sangat baik ialah dengan persentase 1%, kemudian rata-rata yang menjawab baik ialah 20 dengan persentase 65%, selanjutnya rata-rata yang menjawab cukup baik 10 dengan persentase 34%, dan

Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban terbanyak yang dijawab oleh responden yang berjumlah 30 orang terhadap indikator Desain Produk termasuk kategori “Baik” karena dalam hal ini Desain produk rotan pada CV. Ratatia menghasilkan produk dengan desain yang beragam sesuai dengan minat dan keinginan konsumen. Terkait warna, berat dan ukuran produk disesuaikan dengan produk yang akan diproduksi baik dari jenis cat atau jenis rotan yang digunakan dan permintaan konsumen sesuai *custom* yang dipesan konsumen tertentu.

Faktor pendukung desain produk dikatakan baik menurut tanggapan responden baik dilihat dari usia responden yang terbanyak menjawab baik ialah usia 31 tahun keatas dimana pada usia tersebut sudah tidak tergolong usia muda yang cenderung memilih produk dengan warna natural karna secara umum rotan tidak menghasilkan produk *full colour* sehingga produk rotan menjadi pilihan dan intensitas pembelian menunjukan responden terbanyak melakukan pembelian lebih dari 3 kali. Kemudian faktor kendala dari desain produk ialah sulitnya pengrajin untuk menghasilkan produk dengan ukuran yang sesuai dengan permintaan konsumen ditambah dengan tingkat kerumitan yang tinggi dan ukuran produk yang lebih kecil sementara pengrajin hanya mampu membuat produk dengan ukuran yang sedang.

Hal ini sesuai dengan wawancara yang penulis lakukan dengan Direktur kerajinan rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah kota Pekanbaru Ibu Tia pada hari Selasa, 25 Februari 2020 ialah:

“Untuk Desain Produk bahwa desain dan jenis produk rotan secara umum adalah sama maka CV. Ratatia terutama pengrajin berusaha untuk terus meningkatkan rancangan desain produk untuk menghasilkan produk dengan warna yang semenarik mungkin dengan cat yang berkualitas

ditambah dengan furnis agar sesuai dengan kebutuhan produk maupun bentuk dan permintaan warna produk yang sesuai dengan selera konsumen pada umumnya” (Ibu Tia, di galery Ratatia, pada hari Selasa, 25 Februari 2020 pukul 16.13 WIB).

Hasil wawancara yang penulis lakukan dengan kak Widian sebagai *Leader Team CV. Ratatia* mengenai indikator Desain Produk ialah :

“Untuk indikator Desain Produk kami sebagai karyawan dan pengrajin akan meningkatkan ide dalam mengembangkan produk sehingga lebih berinovasi mengenai warna, rancangan atau bentuk dari produk yang dihasilkan guna menambah nilai jual dan pendapatan serta mempertahankan konsumen baru atau konsumen yang telah ada. Untuk warna kami menggunakan cat yang terbilang menurut kami berkualitas sehingga berani menawarkan harga jual tinggi selain itu pemilihan warna disesuaikan dengan minat konsumen dimana ada beberapa waktu konsumen tertarik dengan warna produk yang full colour namun pada awal tahun 2019 sampai saat ini konsumen lebih tertarik pada warna natural produk rotan pada umumnya sehingga pemilihan warna menyesuaikan minat konsumen”. (Kak Widi, di Galery Ratatia pada hari Selasa, 25 Februari 2020 pukul 16:13 WIB).

“Untuk berat serta ukuran produk biasanya disesuaikan dengan jenis bahan rotan dan bentuk produk yang akan dihasilkan serta permintaan konsumen karena ketika menghasilkan produk dengan bahan baku yang membutuhkan jenis rotan manaw maka akan menghasilkan produk yang jauh lebih berat dibanding dengan produk yang hanya menggunakan jenis rotan patrik, untuk ukuran saat ini kami sedang berupaya untuk memproduksi produk-produk yang berukuran kecil sehingga dapat dijadikan sebagai bahan soufenir, dan memberikan gambaran serta arahan kepada pengrajin agar memproduksi sesuai dengan trend dan permintaan konsumen untuk meminimisir adanya komplain dari konsumen atas permintaan produk pesanan”. (Kak Widi, di Galery Ratatia pada hari Selasa, 25 Februari 2020 pukul 16:15 WIB).

Berdasarkan hasil observasi pada indikator Desain Produk bahwa dengan banyaknya pesaing yang bergerak pada bidang usaha yang sama dengan hasil produk yang secara keseluruhan juga sama maka CV. Ratatia Indonesia Berkah

bekerjasama memberikan arahan pada pengrajin untuk memproduksi produk sesuai dengan keinginan konsumen dan memberikan arahan pada produk yang sedang mengalami trend dikalangan masyarakat serta menciptakan ide baru dalam berinovasi untuk menghasilkan produk, dengan begitu konsumen akan semakin tertarik dengan produk-produk yang dihasilkan oleh CV. Ratatia Indonesia Berkah, selain itu upaya yang digunakan oleh CV. Ratatia dalam segi warna ialah konsisten menggunakan cat dengan kualitas yang tinggi sehingga memberikan nilai jual yang tinggi guna menambah pendapatan dan warna sendiri pihak CV. Ratatia menyesuaikan dengan minat konsumen, serta berat produk dan ukuran disesuaikan dengan jenis rotan yang digunakan.

c. Kualitas Produk

Kotler dan Amstrong (dalam Dewanto, 2015;108) Kualitas Produk merupakan sebuah tingkatan dari produk yang mampu melakukan fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Fungsi yang dimaksud diantaranya yaitu daya tahan produk, kehandalan, dan ketelitian terhadap produk yang dihasilkan. Daya tahan berkaitan dengan umur ekonomis dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, kemudian kehandalan produk berkaitan dengan konsistensi dari kinerja terhadap produk yang dihasilkan disetiap pembeliannya, keelitian berkaitan dengan kerapian anyaman dan hasil pewarnaan terhadap produk.

Sub indikator Kualitas Produk diantaranya :

- a) Daya Tahan
- b) Kehandalan
- c) Ketelitian

Berikut ini merupakan tabel tanggapan konsumen kerajinan rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai analisis inovasi produk kerajinan rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Jl. Yos Sudarso Kec. Rumbai kota Pekanbaru.

Tabel V.8 :Tanggapan Responden Untuk Indikator Kualitas Produk Karajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden					Jumlah
		Sangat baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
1	Daya Tahan	3	20	7	-	-	30
		10%	67%	23%	0%	0%	100%
2	Kehandalan	-	16	12	2	-	30
		0%	53%	40%	7%	0%	100%
3	Ketelitian	-	19	9	2	-	30
		0%	63%	30%	7%	0%	100%
Jumlah		3	55	28	4	0	90
Rata-rata		1	18	9	2	0	30
Persentase		3%	61%	32%	4%	-	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel V.8 untuk item penilaian sub indikator daya tahan dapat dilihat bahwa 3 orang responden atau sama dengan 10% memberikan jawaban sangat baik, sedangkan 20 orang responden atau sama dengan 67% memberikan jawaban baik dengan alasan daya tahan produk rotan dapat bertahan hingga belasan tahun tergantung bagaimana perawatan dan penggunaannya, selanjutnya 7 orang responden atau sama dengan 23% menyatakan cukup baik, dari 30 orang responden tidak ada yang memberikan jawaban kurang dan tidak baik terhadap sub indiktator daya tahan.

Untuk item penilaian sub indikator kehandalan dapat dilihat bahwa dari 30 orang responden tidak ada yang menjawab sangat baik, sedangkan 16 orang

responden atau sama dengan 53% memberikan jawaban baik, selanjutnya 12 orang responden atau sama dengan 40% memberikan jawaban cukup baik, 2 orang responden atau sama dengan 7% memberikan jawaban kurang baik.

Untuk item penilaian sub indikator ketelitian dapat dilihat bahwa dari 30 orang responden tidak ada yang menjawab sangat baik, sedangkan 19 orang responden atau sama dengan 63% memberikan jawaban baik dengan alasan ketelitian produk sudah begitu baik terlihat dari anyaman dari hasil dan ketelitian terhadap pewarnaan yang baik, selanjutnya 9 orang responden atau sama dengan 30% memberikan jawaban cukup baik, 2 orang responden atau sama dengan 7% memberikan jawaban kurang baik, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban tidak baik terhadap sub indikator tidak baik.

Berdasarkan dari hasil rekapitulasi dari ketiga sub indikator diantaranya rata-rata responden yang menjawab sangat baik ialah 1 dengan persentase 3%, kemudian rata-rata responden yang menjawab baik 18 dengan persentase 61%, selanjutnya rata-rata responden yang menjawab cukup baik 9 dengan persentase 32%, dan rata-rata responden yang menjawab kurang baik ialah 2 dengan persentase 4%.

Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban terbanyak yang dijawab oleh responden yang berjumlah 30 orang terhadap indikator Kualitas Produk termasuk kategori “Baik” karena dalam hal ini Kualitas produk baik dalam segi ketahanan maupun ketelitian dinilai baik sebagaimana masyarakat telah mengenal daya tahan produk rotan sendiri sebagai produk yang tidak mudah mengalami kerusakan dengan pembuatan secara manual sehingga memberikan ketelitian yang cukup

tinggi membuat produk dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Faktor pendukung indikator kualitas produk dikatakan baik ialah berdasarkan identitas responden yang memberikan tanggapan bahwa jawaban terbanyak didominasi oleh responden dengan pendidikan S1 dan usia 31 tahun keatas dimana hal tersebut menjadi pendukung jawaban bahwa pendidikan dan usia memberikan pengaruh terhadap pola pikir untuk memilih produk dengan kualitas yang memberikan jaminan serta hasil produk dengan tingkat ketelitian yang sesuai dengan permintaan.

Kemudian berdasarkan dari wawancara yang penulis lakukan dengan Direktur CV. Ratatia Indonesia Berkah Ibu Tia di Galery Ratatia Selasa, 25 Febuari 2020 ialah

“Kami segi kualitas selalu mempertahankan jenis bahan baku yang digunakan terlebih rotan pekanbaru dan padang jauh lebih baik dibanding rotan jawa sehingga kami selalu memberikan produk unggulan yang memuaskan konsumen,karena ketika menggunakan bahan yang berkualitas akan memberikan ketahanan yang baik dari produk, proses produksi dengan menggunakan tenaga manual akan lebih memberikan tingkat ketelitian yang tinggi dengan penggunaan bahan baku yang terpilih akan memberikan kualitas yang tinggi terhadap produk yang dihasilkan. Ketelitian dalam menganyam maupun dalam proses cat atau pemberian warna produk juga akan terus diperhatikan agar tidak ada komplain dari konsumen atas produk yang telah ditawarkan oleh CV. Ratatia Indonesia Berkah”.(Ibu Tia Juwita, di Galery Ratatia, Selasa 25 Februari 2020, pukul 16:25).

Berikut merupakan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan kak Widian sebagai *Leader Team* di Galery Ratatia mengenai indikator Kualitas Produk ialah

“Kami sebagai tim karyawan selalu memberikan arahan pada pengrajin dengan memilihkan bahan yang berkualitas tentunya karena kenapa

produk rotan mahal salah satunya adalah pemilihan jenis bahan rotan dengan kualitas tinggi agar daya tahan produk juga akan bertahan dalam jangka waktu yang lama dan jaminan ketahanan juga kami berikan pada konsumen bilamana produk yang kami tawarkan mengalami kerusakan atau tidak sesuai dengan pesanan yang berasal dari pengrajin sehingga akan kami ganti dengan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, untuk ketelitian sendiri saya sebagai leader team selalu melakukan pengecekan kembali produk dari pengrajin sehingga bilamana ada kekurangan dalam hasil produk maka produk akan dikembalikan untuk diperbaiki kembali sebelum sampai ditangan konsumen” (Widian, di Galery Ratatia Selasa 25 Februari 2020 pukul 16:35).

Berdasarkan hasil observasi kualitas produk dalam CV. Ratatia Indonesia Berkah selalu memberikan jenis bahan baku dengan kualitas yang tinggi, meskipun dengan harga jual tinggi akan tetapi memberikan daya tahan dalam jangka waktu yang panjang sehingga dapat memuaskan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, karena apabila menggunakan jenis bahan baku yang tidak berkualitas akan berdampak pada komplain konsumen atas produk yang ditawarkan karena mudah mengalami kerusakan dan tidak bertahan lama, serta bentuk ketelitian yang dilakukan karyawan ialah selalu mengecek kembali setiap produk dari tangan pengrajin sehingga apabila ada kecacatan atau kekurangan akan dikembalikan pada pengrajin untuk diperbaiki dan memberikan jaminan daya tahan apabila produk yang dibeli mengalami kerusakan atau tidak sesuai dengan pesanan sehingga pihak CV. Ratatia bersedia mengganti dengan produk baru sesuai dengan keinginan konsumen.

Selanjutnya agar lebih tertata dalam menghitung setiap indikator yang telah ditetapkan pada tabel beserta dengan penjelasan setiap item penilaian pada

lembar halaman yang tertera sebelumnya, maka dalam hal ini untuk mengetahui lebih jelas tentang hasil dari Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah. Dimana tabel berikut berisi 3 indikator lengkap dengan jumlah persentase dari keseluruhan hasil kuesioner setiap indikator inovasi produk berikut ini rekapitulasi dari keseluruhan jawaban 30 orang responden, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.9 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Seluruh Indikator Inovasi Produk pada CV. Ratatia Indonesia Berkah

No	Item Yang Dinilai	Jawaban Responden					Jumlah
		Sangat baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
1	Fitur Produk	-	18	9	3	-	30
		1%	62%	30%	7%	0%	100%
2	Desain Produk	-	20	10	-	-	30
		1%	65%	34%	0%	0%	100%
3	Kualitas Produk	1	18	9	2	-	30
		3%	61%	32%	4%	0%	100%
Jumlah		1	57	28	4	0	90
Rata-rata		0	19	9	2	0	30
Persentase		1%	63%	32%	4%	-	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Dari tabel V.9 rekapitulasi tanggapan keseluruhan 30 orang responden konsumen terhadap produk kerajinan rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah kota Pekanbaru. Maka dapat disimpulkan bahwa untuk kategori penilaian Sangat Baik yaitu sebesar 1%, untuk kategori penilaian Baik adalah sebesar 63%, kemudian untuk kategori penilaian Cukup Baik adalah sebesar 32%, untuk kategori penilaian Kurang Baik adalah sebesar 4%.

Berdasarkan keseluruhan tanggapan responden konsumen produk kerajinan rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah kota Pekanbaru melalui kuesioner

sebanyak 30 orang dan hasil wawancara bahwa Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah termasuk kategori “**Baik**”.

Berdasarkan hasil rekapitulasi tersebut, bahwa jawaban terbanyak dijawab oleh responden terhadap Inovasi Produk dengan 63% responden menjawab pada kategori “**Baik**” sesuai dengan penjelasan di depan bahwa mengenai persentase 61%-80% termasuk dalam kategori baik. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa inovasi produk kerajinan rotan CV. Ratatia Indonesia Berkah adalah baik, terkait inovasi terhadap produk pihak CV. Ratatia berusaha untuk berinovasi dalam menciptakan ide dan mencari referensi dari bahan lain untuk diterapkan pada bahan baku rotan sehingga mencoba menghasilkan produk berbentuk *souvenir* yang dapat menjadi oleh-oleh dari kota Pekanbaru, selain itu pemilihan jenis bahan baku dan cat yang digunakan juga mempengaruhi dalam daya tahan dan nilai jual terhadap produk untuk itu penggunaan jenis bahan dan cat yang berkualitas akan memberikan hasil yang lebih maksimal serta ketelitian dalam menganyam dan proses finishing dalam pewarnaan perlu untuk diperhatikan agar tidak menimbulkan kecacatan terhadap produk seperti munculnya serat-serat halus pada permukaan rotan.

Jadi untuk keseluruhan inovasi produk rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah adalah sudah baik, hanya pada sub indikator keistimewaan dan kekhasan tidak memiliki pembeda tertentu atau ciri khas tertentu dengan bentuk dari kerajinan rotan lainnya, karena pada umumnya produk rotan memiliki bentuk yang sama, akan tetapi untuk menyiasati hal tersebut CV. Ratatia perlu mencari ide dalam menghasilkan produk baru yang tidak hanya fokus pada produk

furniture atau produk perabot melainkan produk-produk kebutuhan lainnya terkait pernik-pernik kebutuhan dapur, ruang tamu, hiasan dinding sehingga tidak terfokus pada produk dengan ukuran yang besar serta produk yang berat, melainkan produk yang dapat digunakan sebagai produk hiasan atau pajangan rumah tangga maupun ruang kerja.



BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk Kerajinan Rotan pada CV. Ratatia Indonesia Berkah Jl. Yos Sudarso Kec. Rumbai kota Pekanbaru termasuk dalam kategori **“Baik”** yang mencakup semua aspek dengan pengaruh signifikan pada aspek desain produk dan adanya pelayanan yang diberikan dalam bentuk servis terhadap produk yang mengalami kerusakan, dengan penjelasan dari indikator sebagai berikut :

1. Indikator Fitur Produk

Indikator fitur produk yang meliputi keunikan produk, keistimewaan produk, dan kekhasan produk dapat dikatakan sudah baik dikarenakan produk-produk yang dihasilkan tidak hanya berupa perabot rumah tangga melainkan berbagai macam kebutuhan tambahan konsumen seperti *sling bag*, cermin, tempat *make up*, produk-produk gantung seperti vas bunga dan kap lampu dan lain- lain dengan keunikan tersendiri dan keistimewaan yang sangat menarik konsumen sehingga dapat dikatakan baik dan sudah sesuai dengan keinginan konsumen sementara untuk keistimewaan dan kekhasan secara keseluruhan hasil dari produk rotan adalah sama maka CV. Ratatia memberikan keistimewaan dalam segi pelayanan dengan memberikan kesempatan sistem *custom* atau menyesuaikan permintaan konsumen meskipun beberapa kali produk pesanan konsumen mengalami kekurangan

karna kurangnya keterampilan dan pengetahuan pengrajin untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan referensi dari konsumen.

2. Indikator Desain Produk

Indikator desain produk meliputi warna produk, penampilan produk, ukuran produk dan berat produk dikatakan baik karna produk-produk dihasilkan menggunakan jenis cat yang berkualitas mulai dari pewarnaan hingga finishing proses furnis menggunakan jenis bahan yang berkualitas, untuk ukuran dan berat produk menyesuaikan jenis bahan baku yang digunakan dan bentuk permintaan produk yang ingin diproduksi karena apabila menggunakan jenis rotan manaw akan menjadikan produk lebih berat dan ketahanan produk yang lebih tinggi sementara jenis rotan patrik menghasilkan produk yang lebih ringan akan tetapi mudah patah..

3. Indikator Kualitas Produk

Indikator kualitas produk yang meliputi daya tahan produk, kehandalan produk, dan ketelitian produk dapat dikatakan baik dengan hasil produksi yang memberikan tingkat ketahanan produk lebih tinggi sehingga dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama karena menggunakan bahan baku rotan pilihan yang berkualitas, produk dengan kualitas bahan yang baik akan memberikan harga jual tinggi namun memberikan tingkat kepuasan terhadap konsumen sehingga akan menambah jumlah pendapatan serta dengan adanya garansi servis atau perbaikan dan ganti rugi apabila mengalami kerusakan yang disebabkan kesalahan CV. Ratatia maka akan diberikan garansi ganti produk.

Untuk ketelitian pengrajin dalam menganyam dan proses finishing maka team karyawan akan melakukan pengecekan kembali sebelum sampai pada tangan konsumen dengan tujuan meminimalisir adanya komplain terhadap produk yang dihasilkan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang dapat penulis berikan kepada pimpinan CV. Ratatia Indonesia Berkah dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk indikator Fitur Produk, CV. Ratatia Indonesia Berkah kota Pekanbaru dalam mengatasi aspek ciri khas maka perlu untuk menciptakan ide baru atau mencari referensi gambar yang dapat dijadikan produk baru yang memiliki ciri khas tertentu seperti produk-produk souvenir.

Untuk aspek keistimewaan pelayanan pengrajin perlu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan untuk menghasilkan produk sesuai dengan referensi permintaan pesanan dari konsumen guna meminimlisir adanya *complaint* atas kekurangan produk yang dihasilkan serta memberikan servis pelayanan pasca jual guna mempertahankan konsumen yang telah ada.

2. Untuk indikator Desain produk, sebaiknya CV. Ratatia Indonesia Berkah memperhatikan hasil cat warna produk karena beberapa produk dengan warna natural terlihat permukaan produk yang tampak kurang halus dimana serat-serat rotan pada produk dengan warna natural masih terlihat pada permukaan kulit rotan.
3. Untuk indikator Kualitas Produk, sebaiknya CV. Ratatia Indonesia Berkah mempertahankan konsistensi terhadap jenis bahan baku yang digunakan

sehingga terus menggunakan bahan baku pilihan yang berkualitas agar tidak kehilangan kepercayaan konsumen, karena apabila menggunakan jenis bahan baku dengan kualitas rendah dapat menyebabkan mudahnya kerusakan terhadap produk yang dihasilkan.

4. Sebaiknya pengrajin rotan CV. Ratatia Indonesoia Berkah diikutsertakan dalam kegiatan pelatihan-pelatihan karna sejauh ini berdasarkan wawancara pengrajin belum pernah mengikuti kegiatan-kegiatan pelatihan, sehingga tidak hanya tenaga kerja admin yang ikut serta dalam pelatihan atau kelas kerajinan melainkan pengrajin perlu ikut serta dalam hal tersebut guna menambah wawasan dan pengetahuan dalam proses pembuatan sehingga lebih kreatif, inovatif dan profesional.
5. Sebaiknya pimpinan CV. Ratatia perlu mempertimbangkan untuk menambah karyawan, baik karyawan galery maupun karyawan pengrajin. Penambahan karyawan dilakukan dengan tujuan untuk mengurangi banyaknya tugas dan tanggung jawab dari leader team karna selain mengatur reseller dan admin pelayanan toko dan sosial media, leader team juga yang mengatur bagian gudang, mengatur persediaan bahan baku, mengelola arisan, sementara pengrajin lainnya hanya diperlukan pada saat pesanan meningkat.
6. Dari persentase secara keseluruhan yang telah mencakup keseluruhan aspek baik fitur, desain dan kualitas produk dan termasuk kategori baik maka saran yang dapat peneliti berikan kepada peneliti selanjutnya untuk melengkapi sisa persentase dengan memperhatikan terkait keterampilan pengrajin, mengatasi pemasaran produk secara global atau domestik secara keseluruhan dan

internasional yang berkaitan dengan tingginya harga ekspedisi sehingga sulit mencapai pasar internasional.



Dokumen ini adalah Arsip Mlik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

- Curatman, Aang. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di wilayah Harjamukti*. Jurnal Logika, Volume XVIII, No. 3, Cirebon.
- Dhewanto Wawan, . 2014, *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: CV Andi.
- Dhewanto, Wawan. 2015, *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- Ellitan, Lena. 2009, *Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung, Alfabeta.
- Elisabeth, Angelita S. 2018. *Pengaruh Inovasi Produk, Tempat dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki*. Jurnal EMBA, Volume 6, No. 4, Halaman 3348-3357, Manado.
- Fahmi, Irham. 2015, *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Hasibuan, Malayu. 2016, *Manajemen, Dasar, Pengertian, dan Masalah*. jakarta: Bumi Aksara.
- Hayadiningrat, 2000. *Pengantar Ilmu Administrasi dan Manajemen*, Jakarta : Haji Masagung
- Juni, Donni Priansa. 2017, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Limakrisna, Nandan. 2012, *Manajemen Pemasran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta, Mitra Wacana Media.
- Pratiwi Sintia D, dan Suryani Lilis. 2017. *Strategi Pemasaran Produk Rangka Atap Baja Ringan pada PT. Hari REzeki Kita Semua Pekanbaru*. Jurnal Valuta, Vol 3, No. 2, Halaman 241-275, Pekanbaru .
- Siagian, Sondang. P. 2008, *Filsafat Administrasi*, Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Sule, Ernitisnawati dan Kurniawan, 2005, *Pengantar Manajemen*, Jakarta : PT. Fajar Interpratama Mandiri

- Suparyanto, RW. dan Rosad, 2015, *Manajemen Pemasaran*, Bogor : IN Media.
- Swastha, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Suendro, Ginanjar. 2010. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Kenggulan Bersaing Berkelanjutan*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Volume IX, No. 2, halaman 230-243, Semarang.
- Sugiyono. 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto. 2015, *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN Media.
- Syafri, Wirman, 2012. *Studi Tentang Administrasi Publik*, Jakarta : Erlangga
- Tjiptono, Fandi. 2008, *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.
- Wahjono, Sentot I, 2008, *Manajemen Tata Kelola Organisasi Bisnis*, Jakarta : Indeks
- Wahyudi Septian. 2019. *Teori Inovasi: Sebuah Tinjauan Pustaka*. Jurnal Valuta, Vol 5, No. 2 , Pekanbaru .
- Yoshua, Hartono, 2018. *Analisis Inovasi Produk X Di PT Nutrifood Indonesia*. Jurnal Agora Vol. 6, No. 1, Surabaya.
- Zulkifli, 2013, *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru: Fisipol UIR.
- Zulkifli, dan Nurmasari. 2015, *Pengantar Manajemen*. Pekanbaru: Marpoyan Tujuh.

Dokumen :

UU. Nomor. 20 Tahun 2008 Tentang: *Usaha Mikro Kecil dan Menengah*.

Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2018 Tentang: *Pendaftaran Persekutuan Komanditer, Persekutuan Firma, dan Persekutuan Perdata.*



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau