

SKRIPSI

ANALISIS INOVASI PRODUK PADA USAHA ROTTE BAKERY BUKIT BARISAN DI PEKANBARU

*Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau*



OLEH:

SYUKRANI WILDA
NPM : 185210292

PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2022**

ABSTRAK

ANALISIS INOVASI PRODUK PADA USAHA ROTTE BAKERY BUKIT BARISAN DI PEKANBARU

Oleh:

SYUKRANI WILDA
185210292

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi produk yang dilakukan Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan mewawancarai karyawan Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru secara mendalam. Analisis yang digunakan adalah analisis taksonomi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru telah menerapkan lima jenis inovasi produk yang terdiri dari: inovasi produk berbasis modulasi, inovasi berbasis kemasan, inovasi berbasis desain, inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer dan inovasi berbasis pengurangan upaya. Maka inovasi yang dilakukan Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru telah dilakukan dengan baik.

Kata kunci: *inovasi produk, inovasi berbasis modulasi, inovasi berbasis kemasan, inovasi berbasis desain, inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer, dan inovasi berbasis pengurangan upaya.*

ABSTRACT

ANALYSIS OF PRODUCT INNOVATION AT ROTTE BAKERY BUKIT BARISAN BUSINESS IN PEKANBARU

By:

SYUKRANI WILDA
185210292

This study aims to analyze product innovations carried out by Rotte Bakery Bukit Barisan in Pekanbaru. The type of research used is qualitative research by interviewing employees of Rotte Bakery Bukit Barisan in Pekanbaru in depth. The analysis used is taxonomic analysis. The results of this study indicate that Rotte Bakery Bukit Barisan in Pekanbaru has implemented five types of product innovations consisting of: modulation-based product innovation, packaging-based innovation, design-based innovation, complementary material development-based innovation and effort-reduction-based innovation. So the innovations made by Rotte Bakery Bukit Barisan in Pekanbaru have been carried out well.

Keywords: product innovation, modulation-based innovation, packaging-based innovation, design-based innovation, complementary material development-based innovation, and effort reduction-based innovation.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang mana pada saat penulisan skripsi ini selalu diberikan kekuatan fisik dan pikiran untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“ANALISIS INOVASI PRODUK PADA USAHA ROTTE BAKERY BUKIT BARISAN DI PEKANBARU**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, karena keterbatasan waktu, pengetahuan dan keterampilan yang penulis miliki, maka dari itu kritikan dan saran akan diterima dengan senang hati. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas ingin mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH, MCL, selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Ibu Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
3. Abd. Razak Jer, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
4. Hj. Susie Suryani, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu dan memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan/ti Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah ikut membantu proses kegiatan belajar mengajar di kampus. Terimakasih sudah membantu dalam pengurusan administrasi dan Bapak/Ibu Dosen yang bersedia mengajari penulis dengan ilmu ekonomi serta ilmu lainnya.
6. Teristimewa untuk kedua orang tua, Ayahanda tercinta Jamalis dan Ibunda Ertati yang telah membesarkan dan memberikan cinta dan kasih sayang kepada penulis serta mendoakan penulis dari menjalankan perkuliahan hingga terselesaikan skripsi ini. Dengan kasih sayang yang tulus, ikhlas, serta memberikan bantuan materil, spritual, dan moral yang tak akan dapat bisa penulis balas, selain selalu berdoa kepada Allah SWT agar ayahanda dan ibunda senantiasa diberi kesehatan umur yang panjang serta selalu dalam lindungan Allah SWT.

7. Kepada abang-abang penulis, Rizky Ramadhoni ST., dan Reza Cahyadi Amd, terimakasih telah memberikan dukungan serta doa tiada hentinya untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
8. Pihak Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru terimakasih sudah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian dan memberi informasi terkait seluruh data yang saya butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat tersayang Khoirun nisa, Mega Sapitri, Mutia Audrina, Nisa Rahmadhani, Sukma Yulianti, Alifia Desriani, Amos Pradeo, Anisa Aulia Karina, Cahya Sari, Nazli Qodri, dan Novi Andini yang terus mensupport dan memotivasi agar bisa menyelesaikan skripsi tepat waktu.
10. Seluruh teman-teman kelas Manajemen E angkatan 2018 terimakasih dukungannya, semangat dan kebersamaan kita selama ini.

Semoga segala kebaikan dan kerja sama Bapak/Ibu, Saudara/I, dan rekan-rekan sekalian dibalas oleh Allah SWT, dan senantiasa mendapatkan rahmat dan hidayahnya-Nya. Demikianlah skripsi ini diselesaikan dengan semampunya penulis, maka itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini lebih baik lagi dan memberikan ilmu yang bermanfaat.

Pekanbaru, 19 Mei 2022

Penulis

Syukrani Wilda
185210292

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	8
2.1 Produksi.....	8
2.1.1 Pengertian Produksi	8
2.1.2 Tujuan Produksi.....	9
2.1.3 Faktor-Faktor Produksi	9
2.2 Inovasi	10
2.2.1 Pengertian Inovasi.....	10
2.2.2 Proses Inovasi	11
2.2.3 Tujuan Inovasi	12
2.2.4 Ciri-Ciri Inovasi.....	13
2.2.5 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Inovasi.....	14
2.3 Inovasi Produk.....	15
2.3.1 Pengertian Inovasi Produk	15
2.3.2 Proses Penerimaan Inovasi Produk.....	16
2.3.3 Tipe Inovasi Produk.....	17
2.3.4 Penggolongan Inovasi Produk	19
2.3.5 Pentingnya Inovasi Produk	20

2.4 Penelitian Terdahulu.....	21
2.5 Kerangka Pemikiran	24
2.6 Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	25
3.2 Operasional Variabel.....	26
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Teknik Analisa Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.1 Sejarah Singkat Usaha Rotte Bakery Pekanbaru	32
4.1.2 Visi dan Misi Rotte Bakery	34
4.1.3 Penghargaan yang di Raih Rotte Bakery	36
4.1.4 Struktur Organisasi	37
4.1.5 Budaya Kerja Perusahaan	39
4.1.6 Jam kerja dan Gaji Pekerja di Rotte Bakery	41
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Proses yang dilakukan dalam pembuatan roti di Rotte Bakery	42
4.2.2 Proses Produksi Yang Dilakukan Rotte Bakery	1
4.2.3 Ide Berinovasi Produk pada Rotte Bakery	52
4.2.4 Inovasi yang dilakukan Rotte Bakery	53
4.2.4 Pesaing	64
4.3 Pembahasan	65
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68

5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	72



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kategori Produk dari Rotte Bakery.....	2
Tabel 1.2 Peralatan dan Perlengkapan yang Digunakan dalam Proses Pembuatan Rotte Bakery di Pekanbaru (studi kasus Bukit Barisan)	4
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	26
Tabel 3.2 Model Analisis Taksonomi Inovasi pada Rotte Bakery di Pekanbaru (studi kasus Rotte Bakery Bukit Barisan).	31
Tabel 4.1 Bahan Baku dan Bahan Penolong yang digunakan Rotte Bakery	44
Tabel 4.2 Kategori dan varian Produk pada Rotte Bakery.....	45
Tabel 4.3 Jumlah Tenaga Kerja	48
Tabel 4.4 Inovasi Berbasis Desain Rotte Bakery	57
Tabel 4.5 Inovasi pengembangan bahan komplementer pada Rotte Bakery	60
Tabel 4.6 Data penjualan roti pada Rotte Bakery di Bukit Barisan.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rotte Bakery Bukit Barisan	37
Gambar 4.2 Proses Pembuatan Roti.....	50
Gambar 4.3 Kardus Kecil.....	55
Gambar 4.4 Kardus Donat.....	55
Gambar 4.5 Logo	56



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis saat ini semakin cepat dan semakin beragam karena tuntutan kebutuhan sehari-hari masyarakat yang cenderung memilih makanan siap saji yang membuat para pengusaha menawarkan produknya mulai dari tampilan hingga cita rasa untuk memanjakan mata dan lidah para penikmat kuliner.

Industri kuliner terutama roti saat ini sangat berkembang pesat yang membuat banyak pesaing tidak hanya datang dari usaha kecil, tetapi juga dari perusahaan besar yang mulai merambah di kota Pekanbaru. Salah satunya usaha Rotte Bakery yang didirikan oleh bapak Syafrizal Abdul Rasyid sejak tahun 2015 yang telah berkomitmen untuk selalu memproduksi produk yang halal, enak, dan lembut dengan harga terjangkau tanpa mengurangi kualitas produk. Hasil wawancara kepala cabang dari Rotte Bakery Bukit Barisan mengatakan setiap harinya Rotte Bakery memproduksi sebanyak 2000 pcs roti dalam sehari bahkan lebih jumlah itu bisa dipastikan habis dalam seharinya dengan kisaran harga mulai dari Rp.2.500 - Rp.15.000 perpicsnya.

Rotte Bakery juga dikenal sebagai usaha yang ramah kalangan muslim karena menerapkan sistem syariah pada usahanya. Selain itu, menurut pengamatan penulis Rotte Bakery memiliki dekorasi toko dan *merchandise* yang tidak terlalu mencolok sehingga tidak memiliki kesan mahal. Toko Rotte Bakery dibuka mulai pukul 06.00 yang selalu diawali dengan pembacaan Al-Qur'an dan

tutup pukul 22.00 WIB, sedangkan toko roti lainnya baru buka diatas pukul 06.00 WIB dan pada saat waktunya sholat toko Rotte Bakery akan tutup tidak menerima transaksi jual beli dan buka kembali saat sholat selesai.

Sebagai perusahaan roti yang sedang berkembang, Rotte Bakery melakukan inovasi yang sangat baik untuk dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru agar dapat bersaing dengan perusahaan yang sejenis.

Produk-produk pada Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru mempunyai banyak varian sebagai bentuk implementasi dari inovasi-inovasi yang telah dilakukan yang terbagi menjadi 7 kategori sebagai berikut:

Tabel 1.1Kategori Produk dari Rotte Bakery

No	Kategori	Jumlah (macam roti)
1.	Roti Manis	54
2.	Healty Bread	4
3.	Family Pack	22
4.	Roti Tawar	19
5.	Donat	7
6.	Cake Rotte	5
7.	Selai	6

Sumber: Rotte Bakery, 2021

Dengan banyaknya inovasi dan variasi produk yang dijual oleh Rotte Bakery seharusnya memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memilih berbagai macam produk sesuai dengan keinginan mereka. Apa yang diinginkan pelanggan adalah bagaimana cara untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan serta menyediakan beranekaragam produk yang semuanya bisa didapat di toko roti Rotte Bakery.

Untuk membuat produk roti yang bervariasi dan berkualitas diperlukan perlengkapan dan kelengkapan untuk menunjang kelancaran operasional dapur. Tanpa adanya perlengkapan dan kelengkapan dapur yang baik tentunya akan dapat menghambat kelancaran produk pembuatan roti, sehingga dapat menimbulkan kerugian yang tidak sedikit bagi perusahaan. Selain peralatan-peralatan berat yang ada dibagian *bakery*, peralatan ringan juga sangat mendukung didalam pembuatan produk roti. Adapun peralatan dan perlengkapan yang khususnya ada dan selalu digunakan untuk membuat roti di Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru sebagai berikut:

Tabel 1.2 Peralatan dan Perlengkapan dalam Proses Pembuatan roti di Rotte Bakery

No.	Nama Peralatan	Jumlah
1.	Timbangan Digital	2
2.	Mixer Adonan	2
3.	Mixer Topping	1
4.	Loyang 30cm X 60cm	200
5.	Show case 2 pintu	1
6.	Show case 1 pintu	1
7.	Kompor Gas 2 tungku	1
8.	Kompor gas 1 tungku	1
9.	Kuali Donat	1
10.	Scrap Besi Pemotong Adonan	2
11.	Proofing Pengembang Adonan	1
12.	Kuas Roti	1
13.	Trolley Roti	30
14.	Mesin Pemotong Roti Tawar	1
15.	Freezer	1
16.	Gelas ukur	2
17.	Alat Press Adonan	1
18.	Oven 3 pintu	2
19.	Rolling Pin	3

Sumber: Rotte Bakery Bukit Barisan, 2021

Dari tabel tersebut ada sekitar 19 peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam pembuatan roti di Rotte Bakery, peralatannya pun sudah modern dan mesin-mesin otomatis yang dipakai juga dapat memudahkan pekerjaan manusia.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, banyak membahas tentang inovasi produk. Nadya Cahya Umi Mashita (2019) melakukan riset penelitian dengan judul inovasi produk kue dalam mempertahankan sirkus hidup pada perusahaan Amanda Brownies. Dari riset yang dilakukan dapat terlihat bahwa perusahaan Amanda Brownies mampu mempertahankan siklus hidup produk sehingga perusahaan Amanda Brownies dapat diminati oleh konsumen dan penjualan perusahaan selalu mengalami peningkatan. Kemudian Vina Ramdona (2020) melakukan riset penelitian dengan judul inovasi roti sehat di toko super roti cake & bakery Semarang. Dari riset yang dilakukan dapat terlihat bahwa toko super roti berinovasi dengan mengelola bekatul menjadi roti sehat tanpa margarin dan gula pasir.

Berdasarkan uraian diatas, perusahaan perlu melakukan sebuah inovasi agar dapat memenangkan persaingan dan produk bisa dikenal lebih luas lagi, oleh karena itu dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Inovasi Produk pada Usaha Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang diambil dari penelitian ini adalah “Apakah inovasi produk pada usaha Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru sudah dilakukan dengan baik”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis inovasi produk yang dilakukan Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terhadap masalah-masalah yang nyata, yaitu dengan melakukan penelitian langsung, khususnya tentang inovasi produk pada Rotte Bakery.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat berguna bagi perusahaan dalam menerapkan inovasi produk untuk meningkatkan performa perusahaan sehingga bisa bersaing dipasar dan perusahaan juga bisa mengembangkan pasar sendiri.

3. Bagi universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi hasil penelitian di perpustakaan serta menjadi bahan informasi dan acuan dalam melakukan penelitian-penelitian berikutnya yang berkaitan.

1.5 Sistematika Penulisan

Daftar isi yang merencanakan akan terbagi menjadi enam bab, dimana masing-masing bab terdiri dari sub sub bab, adapun garis besar sistematik penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Di dalam bab ini berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II: TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang berkaitan dengan inovasi produk yang dilengkapi dengan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan yang terakhir adalah hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengambilan data dan diakhiri dengan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan memuat sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, penghargaan yang diraih, struktur perusahaan, serta hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini akan memuat kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Produksi

2.1.1 Pengertian Produksi

Produksi adalah penciptaan barang dan jasa. Oleh karena itu, kegiatan barang dan jasa dalam proses produksi menghasilkan produk barang dan jasa dengan mengubah *input* menjadi output (Heizer dan Reader: 2015). Secara teknis, kegiatan produksi diwujudkan dengan menggabungkan beberapa *input* untuk menghasilkan serangkaian *output*. Kegiatan proses produksi merupakan kegiatan utama suatu perusahaan yang menyerap sebagian dari sumber daya yang dimiliki seperti tenaga kerja maupun bahan baku.

Dalam teori produksi, input selalu dapat digambarkan menurut jenis ataupun karakteristik *input* tersebut. Secara umum, input sistem produksi meliputi:

1. Tenaga kerja
2. Modal
3. Bahan baku
4. Sumber energi
5. Tanah
6. Informasi
7. Aspek manajerial atau kompetensi dalam usaha.

2.1.2 Tujuan Produksi

Proses produksi sangat penting bagi sebuah perusahaan karena dapat mempengaruhi naik turunnya sebuah perusahaan dalam melayani pelanggan. Menurut Assauri (dalam Nadya, 2019), perusahaan memiliki beberapa tujuan produksi sebagai berikut:

1. Memproduksi barang dan jasa
2. Meningkatkan nilai guna barang dan jasa
3. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat
4. Meningkatkan keuntungan
5. Memperluas jangkauan bisnis
6. Menjaga kelangsungan bisnis.

2.1.3 Faktor-Faktor Produksi

Faktor produksi atau input adalah sesuatu yang harus ada untuk menghasilkan suatu produksi. Dalam proses produksi, seorang pengusaha harus mampu menganalisis teknologi tertentu yang dimiliki dan bagaimana menggabungkan beberapa faktor produksi secara optimal dan efisien.

Faktor-faktor produksi meliputi sumber daya alam, tenaga kerja, modal, dan keahlian atau sumber daya manusia. Faktor alam dan tenaga kerja merupakan faktor utama dalam produksi, sedangkan modal dan tenaga kerja merupakan faktor awal produksi. Faktor produksi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor produksi alam

Semua kekayaan alam semesta digunakan dalam proses produksi. Unsur-unsur yang diproduksi secara alami ini terdiri dari tanah, air, udara, sinar matahari dan mineral.

2. Faktor produksi tenaga kerja

Faktor produksi tenaga kerja sebagai akar faktor produksi, melakukan banyak kegiatan dalam proses produksi yang dilakukan oleh mesin, namun kondisi manusia harus sangat penting.

3. Faktor produksi modal

Faktor yang mendorong dan meningkatkan kapasitas produksi seperti mesin-mesin, alat-alat pengangkutan, dan bangunan.

4. Faktor produksi keahlian

Kemampuan atau bakat seseorang untuk mengkoordinasikan dan mengelola faktor produksi guna menghasilkan barang atau jasa.

2.2 Inovasi

2.2.1 Pengertian Inovasi

Menurut (Ellitan, Lena dan Anatan, 2009), inovasi diartikan sebagai perubahan dalam organisasi untuk menciptakan sebuah kreativitas guna menghasilkan sebuah produk, jasa, ide, atau proses baru yang ada dalam organisasi untuk dapat berkembang di luar organisasi.

Menurut (Widjaja dan Winarso, 2019) inovasi diartikan sebagai proses atau hasil pengembangan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologi), dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk agar lebih bermakna.

Inovasi dapat meningkatkan kemampuan untuk menggunakan produk dan sumber daya sehingga manusia dapat menikmati manfaat lebih dari sebelumnya. Proses inovas ini akan terus berlanjut dalam kehidupan manusia, termasuk kewirausahaan dan bisnis. Karena dengan adanya inovasi maka dapat meningkatkan pendapatan perusahaan lebih dari sebelumnya, dan meningkatkan kualitas produk sehingga dapat menarik perhatian banyak orang.

2.2.2 Proses Inovasi

Inovasi dipahami sebagai perpaduan ide-ide baru dilaksanakan, komponen ataupun material baru dihasilkan, proses baru diperkenalkan, pasar baru dibuka, dan bentuk-bentuk organisasi baru diintroduksi. Proses inovasi menurut Endah (2019:7) terbagi dalam empat tahap sebagai berikut:

- a. Melihat kesempatan: kesempatan timbul saat permasalahan yang dianggap sebagai suatu kesenjangan antara ideal dengan realitanya.
- b. Menghasilkan ide: ketika dihadapkan pada suatu permasalahan, pakailah gaya berfikir konvergen, yaitu gaya berfikir untuk menghasilkan ide sebanyak-banyaknya sebagai upaya menanggulangi permasalahan yang ada.

- c. Mengkaji ide: tidak semua kreatif yang didapat bisa ditindaklanjuti, sebab perlu adanya pengkajian terhadap ide.
- d. Implementasi: pada tahap ini, diperlukan keberanian dalam mengambil resiko, terutama resiko yang berkaitan dengan probabilitas kesuksesan serta kegagalan.

2.2.3 Tujuan Inovasi

Tujuan inovasi menurut (Widjaja dan Winarso, 2019) adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena produk yang ada rentan terhadap perubahan. Dalam persaingan yang ketat ini, produk yang ditawarkan kepada konsumen harus bervariasi dengan segala keunggulan dan kecanggihannya. Inovasi produk perlu dilakukan melalui riset pasar agar produk yang dihasilkan memenuhi selera dan kebutuhan konsumen. Inovasi produk merupakan cara untuk memberikan nilai tambah sebagai faktor kunci keberhasilan kegiatan bisnis sehingga dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Adapun tujuan inovasi sebagai berikut:

a. Meningkatkan Kualitas

Dengan adanya inovasi terbaru produk-produk yang dipasarkan dapat membawa manfaat yang lebih bernilai dari sebelumnya.

b. Mengurangi Biaya

Inovasi dapat menekankan biaya terutama biaya tenaga kerja. Sebagai contoh, saat ini banyak diciptakan mesin atau peralatan yang dapat menggantikan tenaga manusia dalam proses produksi. Mesin atau

peralatan ini dapat mengurangi biaya tenaga kerja namun penggunaan mesin atau peralatan ini juga dapat meningkatkan kinerja yang lebih baik.

c. Menciptakan Pasar Baru

Dengan adanya produk yang lebih bernilai sehingga dapat terciptanya pasar baru di masyarakat.

d. Memperluas Jangkauan Produk

Salah satunya dengan bisnis *e-commerce* yang memanfaatkan dunia digital untuk mendapatkan konsumen lebih banyak.

e. Mengganti Produk/Layanan

Inovasi ini bertujuan untuk menggantikan produk dan layanan yang dianggap kurang efisien dan efektif.

f. Mengurangi Konsumsi Energi

Banyak inovasi yang dilakukan manusia, salah satunya adalah adanya sumber energi terbarukan yang memanfaatkan alam, misalnya menggunakan sinar matahari, dan tenaga listrik.

2.2.4 Ciri-Ciri Inovasi

Menurut Widjaja Winarso (2019) ciri-ciri inovasi sebagai berikut:

1. Memiliki ciri khas, artinya suatu ide dapat digolongkan sebagai inovasi jika memiliki ciri-ciri tertentu.
2. Ide baru, yaitu ide yang belum pernah di publikasikan atau diungkapkan oleh orang lain.

3. Dilakukan secara terencana, yaitu jika sebuah ide disengaja dan direncanakan untuk pengembangannya, itu dapat diklasifikasikan sebagai sebuah inovasi.
4. Memiliki tujuan, yaitu inovasi sengaja dijalankan dan direncanakan untuk tujuan tertentu.

2.2.5 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Inovasi

Perusahaan yang bersaing dalam konteks globalisasi ekonomi menghadapi dua keputusan penting yaitu, perusahaan yang proaktif atau reaktif. Keputusan untuk menjadi perusahaan yang proaktif sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk mengembangkan strategi inovasi yang sesuai dengan keadaan perusahaan. Sebaliknya perusahaan yang reaktif sangat ditentukan oleh kondisi persaingan yang dihadapinya. Menurut (Ellitan, Lena dan Anatan, 2009) dalam Lina Bunga (2012), faktor yang mempengaruhi keputusan inovasi dipengaruhi oleh tiga faktor yakni:

1. Kondisi industri dimana perusahaan bersaing

Perusahaan yang beroperasi di industri yang berbeda memiliki tingkat inovasi yang berbeda. Perusahaan yang bersaing dalam industri dengan siklus hidup produk yang pendek dan tingkat perubahan yang tinggi cenderung memiliki tingkat inovasi yang tinggi.

2. Sejarah dan strategi perusahaan saat ini

Perusahaan dapat menerapkan strategi yang sama dengan cara yang sama sekali berbeda dari yang sebelumnya, atau menggunakan kombinasi antara

strategi lama dan strategi baru. *Reward system* sangat penting untuk memastikan keberhasilan strategi inovasi yang diterapkan. Sistem yang digunakan perusahaan sejak awal sebagai pernyataan untuk mendukung pendekatan inovasi yang lebih baik, dan sebagian besar perubahan di perusahaan memerlukan inovasi untuk menghadapi perubahan yang tidak terduga.

2.3 Inovasi Produk

2.3.1 Pengertian Inovasi Produk

Menghadapi persaingan yang semakin ketat ini, perusahaan harus mencari solusi baru dan strategi baru untuk memastikan kelangsungan hidup perusahaan terutama dalam pengembangan produk. Strategi inovasi ini sangat ditentukan oleh kebutuhan konsumen dan trend saat ini, sehingga konsumen tidak akan pernah bosan dengan produk yang ditawarkan.

Inovasi produk memerlukan dukungan dari berbagai pihak agar produk yang diproduksi dapat berhasil. Untuk berhasil dalam inovasi produk, ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu bagaimana menciptakan produk baru yang berbeda serta harus didukung oleh kemampuan pelaku usaha untuk memahami perilaku pasar (dengan mengamati permintaan terhadap produk yang dihasilkan dan memperpendek waktu penyerahan dan waktu permintaan produk), dan kemampuan analisis pasar (baik dari demografis pasar, sifat dan tingkah laku pesaing serta keunggulan bersaing yang dapat digunakan sebagai peluang).

Untuk mengenali dan memanfaatkan peluang yang ada, perusahaan perlu mengetahui setiap kekuatan dan kelemahan pesaingnya dalam mengembangkan produknya. Dengan kata lain konsep inovasi itu sendiri mudah dipahami.

Menurut Hurley and Hult (1998) (dalam Nadya, 2019) Inovasi diartikan sebagai mekanisme perusahaan untuk beradaptasi di lingkungan yang dinamis, sehingga perusahaan perlu menciptakan inovasi baru dan dapat meningkatkan pelayanan yang memuaskan.

Fontana (2011:35) mendefinisikan inovasi produk sebagai proses memperkenalkan produk atau sistem baru yang membawa keberhasilan ekonomi bagi bisnis dan keberhasilan sosial bagi konsumen, masyarakat atau lingkungan yang lebih luas. Perusahaan yang berhasil menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah perusahaan yang mampu menciptakan inovasi dan kreativitas melalui proses inovasi yang efektif dan terencana.

Berdasarkan penjelasan inovasi produk diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa inovasi produk adalah suatu upaya yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan produk baru agar dapat menyesuaikan selera konsumen dan meningkatkan jumlah penjualan.

2.3.2 Proses Penerimaan Inovasi Produk

Proses dimana konsumen menerima suatu inovasi produk membutuhkan waktu. Perusahaan perlu memahami proses penerimaan konsumen agar dapat

mengembangkan strategi secara efektif untuk digunakan sebagai langkah awal konsumen. Menurut Kotler (dalam Yulia, 2015), penerimaan produk baru dapat dibagi menjadi lima tahap:

1. Kesadaran (*Awareness*), konsumen sadar akan inovasi, tetapi masih kekurangan informasi tentang inovasi produk yang ditawarkan.
2. Minat (*Interest*), konsumen didorong untuk belajar tentang inovasi.
3. Evaluasi (*Evaluation*), konsumen berencana mencoba berinovasi.
4. Percobaan (*Trial*), konsumen mencoba inovasi untuk meningkatkan perkiraan mereka tentang nilai inovasi.
5. Penerimaan (*Adaption*), konsumen memilih untuk menggunakan inovasi secara lengkap dan teratur.

Perusahaan harus dapat membantu konsumen melalui tahapan tersebut. Sehingga inovasi produk dapat berhasil dan konsumen merasa puas. Ini adalah langkah terpenting bagi perusahaan untuk menciptakan nilai baru bagi pelanggannya dan mencapai keunggulan kompetitifnya.

2.3.3 Tipe Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Bess (2004:31) dalam (Widjaja dan Winarso, 2019), pendekatan-pendekatan mengenai pengembangan produk baru yang didasarkan pada asumsi pasar tetap, yaitu:

1. Inovasi berbasis modulasi

Inovasi berbasis modulasi yaitu mengubah karakteristik dasar dari suatu produk atau jasa, dengan menambah atau mengurangi karakteristiknya.

Contoh inovasi berbasis modulasi adalah jus yang rendah gula, tinggi buah sebagai pengganti konsentrat, kaya vitamin, dan bebas zat aditif.

2. Inovasi berbasis ukuran

Pengenalan produk baru ke pasar tanpa mengubah kuantitas. Misalnya keripik kentang dengan kantong 5 ons, 12 ons, dan 20 ons.

3. Inovasi berbasis kemasan

Cara suatu produk dikemas dapat mengubah pandangan konsumen tentang manfaat, fungsi atau alasan mengonsumsi suatu produk atau jasa tersebut. Kemasan adalah tampilan produk luar yang akan menambah nilai produk. Misalnya, Nestle menjual cokelat dalam berbagai jenis kotak, meskipun rasa dan bentuk cokelatunya selalu sama. Salah satu kotak kertas kecil dan sederhana yang dijual dikios dan toko permen dengan fungsi kotak untuk ngemil atau bersenang-senang.

4. Inovasi berbasis desain

Inovasi berbasis desain adalah inovasi dimana produk, wadah atau kemasan dan ukuran dijual dengan cara yang sama, tetapi mengubah desain dan tampilan. Inovasi berbasis desain dapat memperluas target pasar untuk produk atau jasa yang ditawarkan dengan menarik pembeli lain berdasarkan gaya dan posisinya.

5. Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer

Inovasi ini mencakup penambahan bahan pelengkap pada produk atau jasa seperti kue lapis gula, cokelat susu, dan cokelat putih.

6. Inovasi berbasis pengurangan upaya

Inovasi berbasis pengurangan upaya merupakan usaha perusahaan untuk mengurangi arus distribusi produk sehingga konsumen dapat dengan mudah memperoleh produk tersebut.

2.3.4 Penggolongan Inovasi Produk

Menurut Kotler (dalam Novinda 2019), ada 6 golongan inovasi produk antara lain:

- a) Produk baru yaitu, produk baru yang menciptakan suatu pasar yang sama sekali baru
- b) Lini produk baru yaitu, produk baru yang memungkinkan perusahaan memasuki pada lini produk yang telah mapan untuk pertama kalinya.
- c) Tambahan pada lini produk yang telah ada yaitu, produk-produk baru yang melengkapi suatu lini produk perusahaan yang telah mantap (ukuran, kemasan, rasa, dan lain-lain).
- d) Perbaikan dan revisi produk yang telah ada yaitu, produk baru yang memberikan kinerja yang lebih baik atau nilai yang dianggap lebih hebat dan menggantikan produk yang telah ada.
- e) Penentuan kembali posisi (*repositioning*) yaitu, produk yang telah ada diarahkan ke pasar atau segmen pasar baru.
- f) Pengurangan biaya yaitu, produk baru yang menyediakan kinerja serupa dengan harga yang lebih murah.

2.3.5 Pentingnya Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan salah satu proses dan strategi utama yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan posisinya di pasar. Dengan munculnya pesaing yang menggunakan produk serupa, perusahaan akan mengembangkan produk secara inovatif dan mendorong terjadinya inovasi produk. Menurut Setyanti (2016:84) inovasi produk juga bisa gagal, untuk itu penting dipahami oleh perusahaan agar memiliki keunggulan terhadap produk dipasar, sesuatu yang unik yang tidak dimiliki oleh perusahaan pesaing. Maka itu, inovasi produk harus memiliki keunggulan bersaing dibandingkan produk sejenis lainnya.

Setyanti (2016:87) menjelaskan ada beberapa alasan mengapa inovasi penting dilakukan.

1. Persaingan bisnis terus berlanjut dan semakin ketat, hanya perusahaan inovatif yang akan bertahan.
2. Memenuhi kebutuhan konsumen dan mengarahkan pasar melalui inovasi.
3. Membangun budaya inovasi di perusahaan dapat mehidupkan kreativitas sumber daya manusia yang ada dan menjadi tantangan menarik untuk mendorong kemajuan dan kesejahteraan karyawan serta kemajuan perusahaan.
4. Inovasi akan dapat menjadi keunggulan perusahaan dalam jangka panjang berdasarkan keunggulan nilai, keunikan, kesulitan dalam meniru, atau tidak adanya produk pengganti.

5. Kesadaran untuk selalu melakukan inovasi akan mendorong peran yang lebih kuat dalam penelitian dan pengembangan serta dapat menciptakan kerja sama dengan institusi lainnya.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Skripsi	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nadya Cahya Umi Mashita (2019)	Inovasi Produk Kue dalam Mempertahankan Sirklus Hidup pada Perusahaan Amanda Brownies.	Kualitatif	Inovasi produk yang dilakukan oleh Amanda Brownies yaitu berbasis modulasi, kemasan, desain, pengembangan bahan komplementer. Inovasi produk ini memungkinkan Amanda Brownies mampu mempertahankan sirklus hidup produk mereka sehingga perusahaan Amanda Brownies sampai saat ini masih berada pada tahap pertumbuhan (<i>growth</i>) ditandai dengan

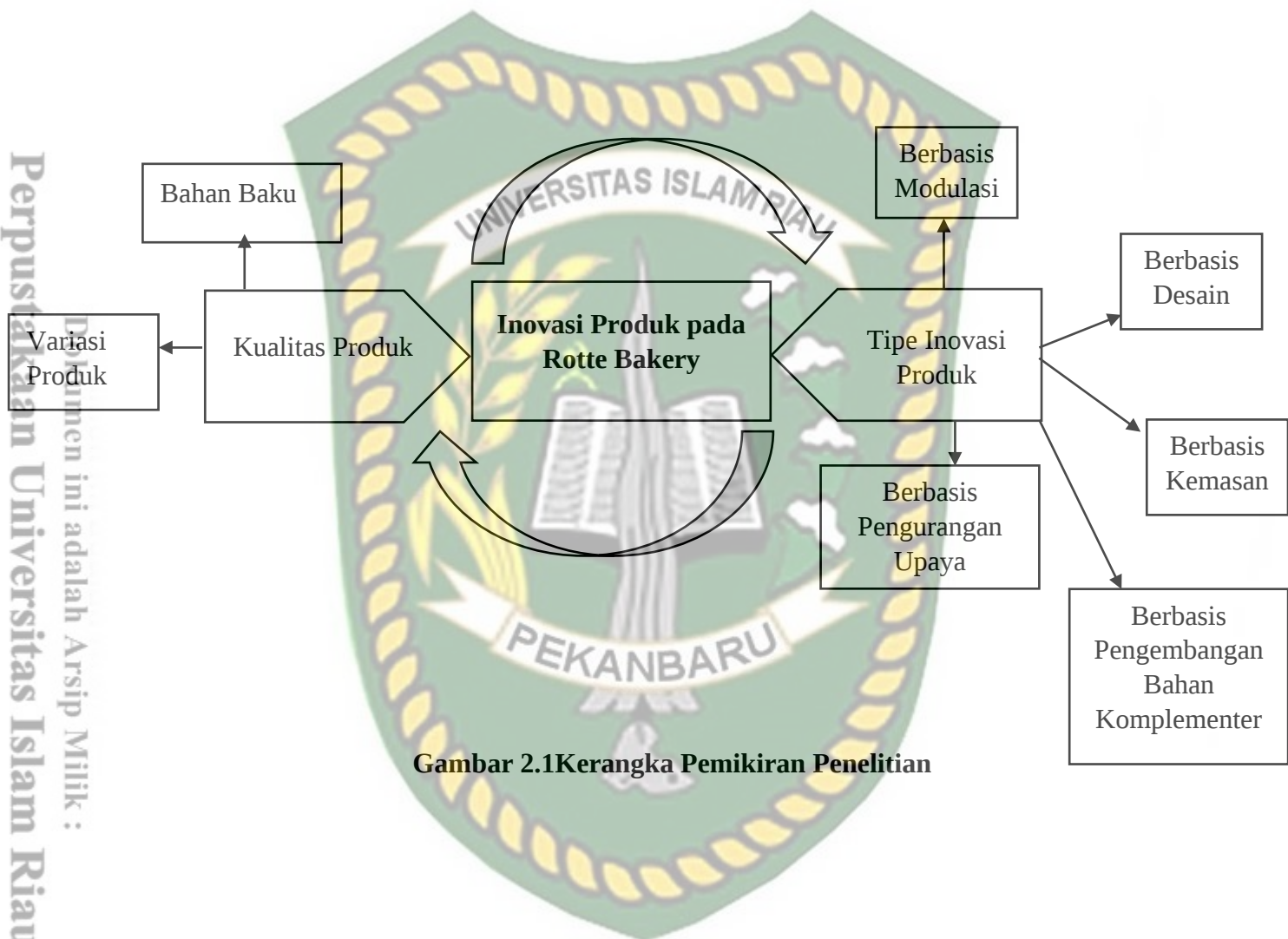
				produk Amanda Brownies yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya.
2.	Nadhya Destari (2020)	Inovasi Produk Kue Nazka dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Sukabumi Jawa Barat.	Kualitatif	Inovasi produk kue Nazka dari segi rasa dan bentuknya atau karakternya lebih bervariasi agar tetap menarik bagi konsumen. Strategi yang digunakan oleh toko kue yang di produksi lebih besar dari kue lainnya, lokasi strategis, kue dapat dipesan melalui media sosial seperti Whatsapp, Facebook, atau Instagram, serta bisa diantar ke lokasi rumah konsumen.
3.	Vina Romdona	Inovasi Roti Sehat di Toko	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

	(2020)	Super Roti Cake & Bakery Semarang.		Toko Super Roti berinovasi dengan mengelola bekatul menjadi roti sehat tanpa margarin dan gula pasir. Toko Super Roti terus berinovasi dengan mengembangkan varian rasa baru. Toko Super Roti melakukan promosi melalui media sosial dan pameran.
--	--------	--	--	--

Sumber: Nadya Cahya Umi Mashita (2019), Nadhiya Destari (2020), Vina Ramdona (2020).

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

2.6 Hipotesis

Berdasarkan uraian masalah tersebut, penulis membuat hipotesis penelitian sebagai berikut. “Diduga inovasi produk pada Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru sudah dilakukan dengan baik.”

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Perum. Bukit Garden Residence, JL. Bukit Barisan No. 6, Tangkerang Timur, Kec. Tenayan Raya, Kota Pekanbaru, Riau 28289, pemilihan lokasi ini mempertimbangkan beberapa hal, selain itu perusahaan cukup berkembang walaupun dalam kondisi persaingan yang ketat dengan meningkatnya volume penjualan.

Alasan peneliti memilih perusahaan Rotte Bakery sebagai lokasi penelitian adalah:

1. Perusahaan Rotte Bakery merupakan perusahaan roti yang sedang berkembang yang memerlukan inovasi dan usaha dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.
2. Perusahaan Rotte Bakery ini merupakan usaha yang membuat roti dengan berbagai inovasi dari bentuk dan rasa.
3. Perusahaan Rotte Bakery memiliki outlet yang berada di tempat-tempat cukup strategis dan sudah memiliki 38 cabang di Riau dari 51 cabang yang tersebar di Indonesia. Objek penelitian ini adalah toko Rotte Bakery di Bukit Barisan.

3.2 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator-indikator dari variabel yang terkait dalam penelitian ini, variabel dalam penelitian ini adalah inovasi produk.

Tabel 3.1Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen
Inovasi Produk adalah suatu upaya yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan produk baru agar dapat menyesuaikan selera konsumen dan meningkatkan jumlah penjualan.	Peralatan dan Perlengkapan	1. <i>Measuring Equipment</i> (alat menimbang dan mengukur jumlah adonan) 2. <i>Storage Material and Baking Material</i> (alat penyimpanan dan alat pemanggang olahan <i>bakery</i>) 3. <i>Decorating Equipment</i> (hiasan pada <i>bakery</i>) 4. <i>Heavy Equipment</i> .	Ordinal

	Kualitas produk	1. Bahan Baku dan Bahan penolong (<i>Topping</i>) yang dipakai 2. Variasi Produk.	Ordinal
	Tenaga Kerja	1. Jumlah tenaga kerja 2. Kemampuan pekerja melayani pelanggan 3. Pelatihan.	Ordinal

Sumber: Data Penelitian, 2021

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu objek atau subjek yang terdapat pada penelitian. Maka yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah usaha Rotte Bakery di Pekanbaru.

2. Sampel

Sampel penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu orang yang mampu memberikan informasi kepada peneliti. Karena peneliti ingin mengetahui tentang inovasi dari usaha Rotte Bakery Bukit Barisan maka sampel

penelitian ini adalah Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru dan informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah karyawan Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru.

3.4 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan penelitian kualitatif, metode deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka yang berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, dan dokumen resmi lainnya dimana semua itu berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

Sumber data untuk penelitian ini adalah subjek data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Data primer yaitu, data yang diperoleh langsung dari objek penelitian dengan melakukan pengamatan langsung dengan wawancara dari sumber yang terpilih. Sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara.
- b. Data sekunder berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang mendukung data primer seperti buku, internet, literature yang mendukung dan berhubungan dengan masalah penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperlukan untuk mendapatkan data yang akurat untuk mendukung penelitian. Menurut Sugiyono (2014) “tahap pengumpulan data merupakan tahap penelitian yang paling penting karena tujuan dari suatu penelitian adalah mendapatkan data”. Dengan mengetahui teknik

pengumpulan data yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini kegiatan pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

a. Observasi

Observasi merupakan tahap pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar segala ilmu pengetahuan. Observasi yang dilakukan dengan baik akan membantu menjelaskan masalah. Dalam hal ini peneliti mengamati secara langsung keadaan toko Rotte Bakery ketika sedang beroperasi.

b. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara mendalam terhadap fokus permasalahan, yaitu mengetahui inovasi produk dengan menggunakan pedoman wawancara yang berisi beberapa pertanyaan yang diperuntukkan kepada informan yang dinilai mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Wawancara dalam penelitian kualitatif bersifat terbuka dan dilakukan secara informal guna menanyakan informasi tentang kegiatan atau aktivitas tertentu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melihat sumber-sumber informasi yang berasal dari dokumen dan studi kepustakaan yang mungkin sesuai dengan masalah penelitian. Data bisa berasal dari surat, agenda kegiatan, laporan, media massa, dan hasil penelitian sesuai yang

dibutuhkan. Dokumentasi dapat dibantu dengan alat-alat perekam data dalam penelitian kualitatif, misalnya kamera, dan alat perekam suara.

3.6 Teknik Analisa Data

Analisa data adalah proses untuk mencari serta menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, observasi, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami, dan hasilnya dapat diinformasikan kepada orang lain. Tahap analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis taksonomi. Analisis taksonomi menurut adalah analisis terhadap keseluruhan data yang terkumpul berdasarkan domain yang telah ditentukan. Analisis taksonomi merupakan penjelasan dari analisis domain hingga tidak ada lagi bagian yang tersisa. Identifikasi analisis taksonomi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan tipe inovasi yaitu inovasi berbasis modulasi, inovasi berbasis kemasan, inovasi berbasis desain, inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer dan inovasi berbasis pengurangan upaya.

Tabel 3.2 Model Analisis Taksonomi Inovasi pada Rotte Bakery di Pekanbaru (studi kasus Rotte Bakery Bukit Barisan).

Bidang	Bentuk	Deskripsi
(a)	(b)	(c)
Pelaksanaan inovasi produk Rotte Bakery.	Berbasis modulasi.	Meningkatkan karakteristik produk.
	Berbasis kemasan.	Cara pengemasan produk
	Berbasis desain.	Modifikasi tampilan bentuk produk.
	Berbasis pengembangan bahan komplementer.	Penambahan bahan-bahan terhadap produk.
	Berbasis pengurangan upaya.	Memperluas distribusi produk.

Sumber: Kotler dan Bes, 2004.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Usaha Rotte Bakery Pekanbaru

Usaha Rotte Bakery ini merupakan jenis usaha kuliner yang menjual berbagai macam jenis roti. Usaha ini didirikan oleh bapak Syafrizal Abdul Rasyid pada tahun 2015. Sebelum membuka Rotte Bakery pak Syafrizal memulai menjual kue kering yang diberi nama Kampung Cookies di tahun 2007 yang dijual hanya di bulan Ramadhan saja, karena diproduksi dibulan Ramadhan saja, banyak mesin yang menganggur serta ruko yang jarang ditempati. Itu yang membuat pak Syafrizal membikin usaha roti agar dapat beroperasi setiap hari dan terbentuklah Rotte Bakery dengan kepanjangan Roti Terenak dan Termurah.

Pada tahun 2015, Rotte Bakery hanya menitipkan donat ke warung-warung menggunakan jasa sales sekitar kota Pekanbaru saja. Pada 8 januari 2016 mulailah merubah dengan menggunakan outlet seperti sekarang ini, dimulai dari 2 outlet, namun pada tahun 2016 eksistensi Rotte Bakery mengalami masa sulit yang membuat pak Syafrizal selaku pendiri melakukan perubahan pada sistem dan manajemen secara total agar produk roti yang diproduksi semakin terkenal sehingga diterima di segala lapisan masyarakat.

Upaya yang dilakukan membuahi hasil yang signifikan dimana dalam waktu 1 tahun (2017-2018), jumlah outlet yang tadinya cuman 2 outlet

meningkat drastis menjadi 16 *outlet* ini dikarenakan pada tahun 2017 bulan september Rotte Bakery berkembang dengan sistem kemitraan untuk membuka cabang-cabang baru. Pada tahun 2019 semakin mengibarkan sayapnya sehingga *outlet* yang berdiri sudah menjadi 40 *outlet*, di Pekanbaru 27 *outlet*, Medan 5 *outlet*, dan di Jabodetabek 8 *outlet* setiap *outlet* memiliki 10 investor. Bulan juli 2019 Rotte Bakery mengeluarkan sebuah kebijakan untuk program pengembangan pasar dengan mengangkat tema besar yaitu “Ada kebaikan di Setiap Gigitan”. Dengan tema ini diharapkan pelanggan yang membeli roti dari Rotte Bakery sudah menyumbangkan 20% dari margin yang mereka sisihkan yang nantinya akan dipergunakan untuk sedekah, pembangunan masjid, dan kegiatan sosial lainnya yang dikelola oleh Yayasan Rotte Indonesia Mulia. Dan sampai saat ini Rotte Bakery semakin berkembang menjadi 51 *outlet* yang sudah tersebar di Indonesia.

Rotte Bakery juga menerapkan tiga konsep pada perusahaan diantaranya:

1. *Spiritual company*, dimana perusahaan ini menjalankan syariat-syariat agama dengan mewajibkan seluruh karyawannya untuk shalat dan wajib bersedekah, dan menggunakan sistem bagi hasil.
2. *Socialpreneur*, dimana Rotte Bakery ingin melakukan kontribusi sosial dengan memanfaatkan 20% dari hasil keuntungan yang digunakan untuk membantu masyarakat. Sesuai dengan slogan “Ada Kebaikan di Setiap Gigitan, artinya setiap konsumen yang membeli produk dari Rotte Bakery sudah turut memberikan sedekah sebesar 20% dari setiap pembelian.

3. *Life academy*, Rotte Bakery bertujuan untuk memberikan orientasi dan Pendidikan kepada karyawan dengan memberikan pelatihan dan motivasi yang dapat meningkatkan pemikiran dan keterampilan karyawan.

Selain itu Rotte Bakery selalu berusaha untuk menghasilkan roti yang halal, enak, dan lembut dengan harga terjangkau tanpa mengurangi kualitas produknya. Produk pada Rotte Bakery sangat beragam tertera pada bagian lampiran 1.2, dan seluruh produk Rotte Bakery telah terdaftar BPOM Indonesia dan mendapatkan izin usaha P-IRT No. 206141010358-19 serta memperoleh sertifikat halal dari MUI. Produk dari Rotte Bakery juga *Fresh from the oven* yang artinya semua produk Rotte Bakery diproduksi dan di kemas langsung di *outlet* tanpa *supply* dari cabang pusat.

Dengan semakin dikembangkannya produk Rotte Bakery baik dari variasi produk yang semakin di perbanyak dan tentunya dengan kualitas yang baik harapannya Rotte Bakery mampu mempertahankan pangsa pasar ditengah persaingan yang semakin ketat antar sesama produsen roti yang ada di kota Pekanbaru.

4.1.2 Visi dan Misi Rotte Bakery

A. Visi

Direksi PT. Rotte Ragam Rasa (Rotte Bakery) telah menetapkan visi industri yang menggambarkan arah tujuan yang hendak dicapai pada masa mendatang. Visi PT. Rotte Ragam Rasa (Rotte Bakery) merupakan: “Ada Disemua Suasana.”

- a. Produk sangat diminati semua kalangan karena memberi *value* kepada konsumen dengan produk terenak, termurah dan mudah didapat.
- b. Memberikan *value* kepada Rotteam tidak hanya “penghasilan untuk hidup layak” tapi juga “pendidikan kehidupan” agar didapat kesejahteraan dunia dan akhirat.
- c. Berkontribusi maksimal dan bermanfaat untuk masyarakat dengan “Rotteam Peduli.”

2. Misi

Untuk mewujudkan visi tersebut PT. Rotte Ragam Rasa (Rotte Bakery) memiliki misi sebagai berikut:

- a. Menjadi *Spiritual Company* yang berlandaskan Islam.
- b. Membangun sumber daya manusia Rotteam yang komprehensif dalam hal *skill*, moril, dan *spiritual* dengan pelatihan yang berkesinambungan.
- c. Membangun organisasi yang *excellent*, kuat dan *professional*.
- d. Rotteam bertekad membantu masyarakat mendapatkan produk *bakery* yang berkualitas, enak, murah, dan mudah didapat.
- e. Rotteam bukan “karyawan” tapi “pengusaha” yang bekerja di Rotte Bakery dengan konsep bagi hasil yang adil. Dengan mental *entrepreneur* maka Rotteam akan terbangun:
 - a) *Sense of belonging* yang tinggi.
 - b) Memotivasi Rotteam untuk meningkatkan kinerja yang lebih tinggi.
 - c) Meningkatkan rasa tanggung jawab.
 - d) Meningkatkan *teamwork* yang berkesinambungan antar Rotteam.

e) Memacu Rotteam untuk mengembangkan usaha dengan lebih baik dan lebih baik.

f) Mempersiapkan Rotteam menjadi pengusaha yang sesungguhnya dengan memiliki cabang Rotte Bakery (atau usaha lain) dari penghasilan yang diinvestasikan.

g) Maka hasil akhir yang diharapkan seluruh Rotteam bersama Rotte Bakery dan masyarakat menjadi besar dan membesarkan, menjadi kuat dan menguatkan, menjadi kaya dan mengayakan, menjadi budaya dan memberdayakan, menjadi luas dan memperluaskan, menjadi tinggi dan meninggikan.

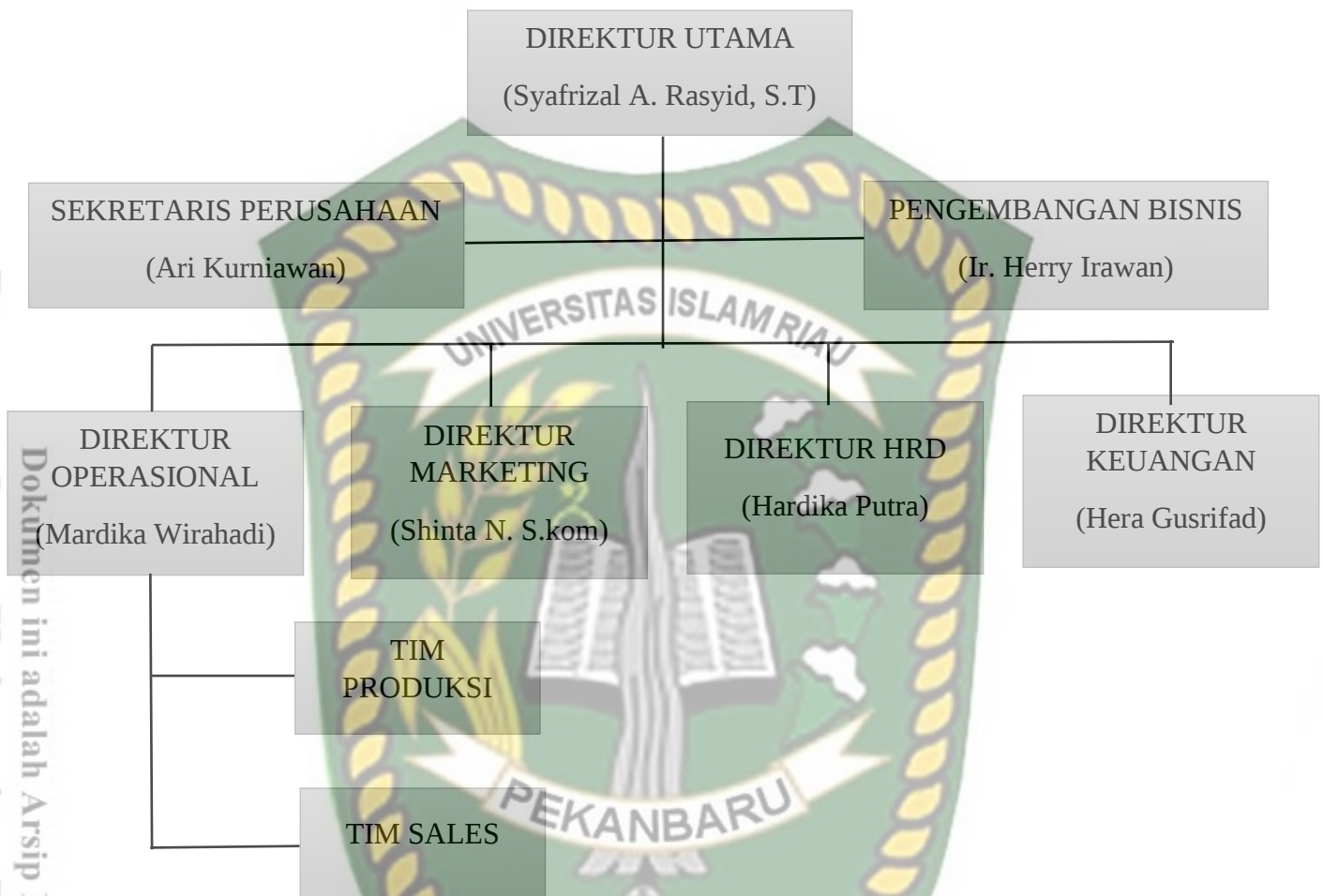
f. Berkontribusi maksimal memberdayakan masyarakat, untuk kepentingan pendidikan yang mencerahkan, membangun kekuatan dakwah dan syiar Islam.

4.1.3 Penghargaan yang di Raih Rotte Bakery

Rotte Bakery juga beberapa kali meraih penghargaan, adapun penghargaan yang diraih oleh Rotte Bakery sebagai berikut:

1. Penghargaan WOW UKM 2016 dari Mark Plus.
2. Pemenang I Kualitas dan Produktivitas Siddhakarya Dinas Tenaga Kerja 2018 Provinsi Riau.
3. Pemenang I Wirausaha Muda Syariah se-Sumatra 2018, Bank Indonesia.
4. Piagam penghargaan Adikriya Pemenang I Industri Kecil dan Menengah Kategori Pangan 2019 provinsi Riau.

4.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rotte Bakery Bukit Barisan

Sumber: Rotte Bakery Bukit Barisan, 2022

Adapun tugas & wewenang serta tanggung jawan Pada gambar 4.1 struktur organisasi Rotte Bakery sebagai berikut:

1. Direktur Utama, memimpin & bertanggung jawab menjalankan perusahaan, bertanggung jawab terhadap kerugian yang mungkin dihadapi perusahaan, bertanggung jawab terhadap laba perusahaan, menentukan merumuskan dan menetapkan sebuah kebijakan dalam perusahaan.
2. Sekretaris Perusahaan, menjembatani komunikasi antara perusahaan dan masyarakat serta menjaga keterbukaan informasi, bertanggung jawab dan memastikan perusahaan sudah memenuhi prinsip dan seluruh peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pengembangan Bisnis, bertanggung jawab dalam menyusun target dan strategi jangka Panjang organisasi, membangun hubungan dengan pelanggan, mengidentifikasi peluang bisnis, melakukan negosiasi bisnis serta memonitoring perkembangan pasar.
4. Direkur Marketing, bertanggung jawab pada operasi pemasaran secara keseluruhan perusahaan seperti merencanakan, mengarahkan, dan mengawasi seluruh kegiatan pemasran perusahaan.
5. Direktur HRD, bertanggung jawab mendesain organisasi, mengatur para staf, bertanggung jawab atas penilaian kinerja pada karyawan, mengatur system reward atau penghargaan dan peraturan serta bertanggung jawab dalam mengembangkan potensi para karyawan.

6. Direktur Operasional, merencanakan, melaksanakan dan mengawasi seluruh pelaksanaa operasional perusahaan. Membuat standar perusahaan mengenai semua proses operasional, produksi dan kualitas produksi. Membuat strategi dalam pemenuhan target perusahaan dan cara mencapai target tersebut.

7. Direktur Keuangan, bertanggung jawab terhadap kinerja keuangan perusahaan, membuat laporan keuangan perusahaan, mengawasi laporan keuangan perusahaan, dan Menyusun strategi guna meningkatkan pertumbuhan keuangan perusahaan.

8. Tim Produksi, mengawasi kegiatan proses produksi, mengkoordinir dan mengarahkan setiap bawahannya serta menentukan pembagian tugas setiap bawahannya, mengawasi dan mengevaluasi seluruh kegiatan produksi agar dapat mengetahui kekurangan dan kesalahan sehingga dapat dilakukan untuk kegiatan berikutnya.

9. Tim Sales, mengkoordinir tim penjualan agar dapat meningkatkan penjualan dan apakah penjualan sesuai target, membantu tim sales dan memberikan pelatihan dalam mencari, melayani, dan memantau konsumen.

4.1.5 Budaya Kerja Perusahaan

1. *Resourceful*, menjadi manusia yang beradab berpikir sehat dan mau bergerak untuk mencapai pertumbuhan yang diinginkan.
2. *Open Mind & Optimal*, selalu membuka diri atas segala pemikiran yang ada dan mempunyai sikap rendah hati untuk mau terus belajar pada hal-hal

positif agar bisa memberikan pemberdayaan kepada sekelilingnya secara optimal.

3. *Thankfulness*, menjadi manusia yang selalu bersyukur atas semua yang di dapat dan bersabar atas semua yang menjadi kehendak ALLAH.
4. *Take Responsibility*, berani bertanggung jawab atas amanah yang telah diberikan.
5. *Energize & Endurance*, menjadi manusia yang selalu giat dan bersemangat serta mempunyai daya juang yang gigih dalam menggapai tujuan.
6. *Faith*, manusia beriman dengan istiqomah menjalankan amal saleh.
7. *Reliable*, menjadi orang yang dapat diandalkan dan dapat dipercaya karena kejujurannya.
8. *Excellent & Expert*, menjadi pribadi yang unggul sekaligus sangat ahli di bidangnya.
9. *Zealously*, menjadi pribadi yang rajin dalam bekerja dan menjunjung tinggi kualitas kerja terbaik serta ikhlas dalam melaksanakannya.
10. *Big Vision & Big Impact*, manusia yang punya visi besar (big vision) agar membawa dampak yang besar (big impact).
11. *Advantageous*, menjadi manusia yang menebar berbagai manfaat untuk kemaslahatan umat.
12. *Kidness*, memiliki kebaikan dan ketulusan hati untuk membantu siapapun.
13. *Efficiency & Effective*, dalam segala aktivitas selalu efektif dan efisien sehingga menghasilkan pencapaian yang lebih baik.

14. *Result Oriented*, selalu berorientasi pada hasil yang berkah tanpa mengenyampingkan prosesnya.

4.1.6 Jam kerja dan Gaji Pekerja di Rotte Bakery

a. Jam kerja karyawan Rotte Bakery

Jam kerja merupakan waktu seseorang melakukan suatu pekerjaan untuk mendapatkan sebuah upah. Sebuah perusahaan memiliki jadwal kerja yang telah ditentukan sebelumnya. Jam kerja sangat penting karena membuat pekerja tertib sehingga berdampak baik untuk pengembangan perusahaan. Di Rotte Bakery jam kerja karyawan dibagi menjadi 2 untuk bagian produksi dan bagian penjualan.

Untuk bagian produksi tidak ada pergantian shift dan pekerjaan dimulai dari pukul 06.00 - 15.00 WIB tergantung dari banyaknya produksi yang masuk, sedangkan untuk bagian penjualan dibagi menjadi 2 shift, shift pertama dimulai pada pukul 06.00 - 13.00 WIB sedangkan untuk shift ke-2 dimulai dari pukul 13.00 – 22.00 WIB.

b. Sistem upah dan gaji karyawan

Gaji atau upah merupakan hal yang penting bagi para pekerja yang harus membayar pekerjaanya agar dapat lebih bersemangat dalam bekerja dan menghasilkan kreativitas serta produk yang berkualitas. Rotte Bakery sendiri menggunakan sistem bagi hasil tergantung dari besaran omset yang didapat, jika omset yang didapat tinggi maka insentifnya besar begitupun sebaliknya, tetapi Rotte Bakery juga tetap memiliki gaji pokok setiap bulannya.

Tidak hanya gaji dan insentif saja, keselamatan dan kesehatan kerja juga diperhatikan oleh Rotte Bakery karena setiap karyawan memiliki BPJS ketenagakerjaan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Proses yang dilakukan dalam pembuatan roti di Rotte Bakery

Dalam memproduksi sebuah roti diperlukan alat produksi, bahan baku, dan pekerja yang menjadi peran penting untuk menjalankan proses produksi sehingga terciptanya produk roti yang berkualitas.

1. Peralatan dan Perlengkapan Produksi

1. *Measuring Equipment* (alat menimbang atau mengukur roti)

- Gelas Ukur atau *milk jug*, yakni gelas ukur yang terbuat dari plastik berfungsi untuk mengukur seluruh bahan cair seperti air, minyak dan susu dengan kapasitas antara 1-2 liter.
- Timbangan, untuk menimbang bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan roti, timbangan yang digunakan timbangan digital dengan ukuran gram.

2. *Storage Material* dan *Baking Material*

- *Fluted Ring Form*, sejenis cetakan untuk kue.
- *Tartlette Mould*, wadah kecil untuk cetakan dasar produk.
- *Sheet Pan*, Loyang yang berfungsi untuk memanggang roti.
- *Cake Form*, cetakan yang berbentuk persegi Panjang digunakan untuk membuat roti.

- *Loaf Pan Alumunium*, sebagai cetakan dalam proses akhir pembuatan roti yang mempunyai tutup untuk menghasilkan roti berbentuk balok dan cetakan roti yang tidak tertutup untuk menghasilkan roti dengan permukaan bergelombang.

3. *Decorating Equipment* (Perlengkapan untuk hiasan-hiasan pada roti)

- *Pastry Form*, alat untuk menyanduk adonan berupa *whipped cream* dan adonan roti lainnya dari *mixing bowl*.
- *Pastry Brush*, alat untuk memoles roti, bahan olesannya dari susu dan juga kuning telur.
- *Piping Bag*, berfungsi untuk adonan yang akan dihiasi berupa kantung plastik berbentuk segitiga.

4. *Heavy Equipment* (alat besar yang memerlukan perawatan dan penanganan khusus)

- *Pastry Oven*, peralatan utama dalam memanggang roti
- *Mixer*, mesin untuk menghancurkan dan menggiling adonan yang berputar seperti rotasi planet dengan kapasitas 1kg hingga 8kg tepung.
- *Proofer*, mesin untuk mengembangkan adonan saat proses fermentasi akhir melalui proses control udara dan kelembapan udara.
- *Bread Silcer*, digunakan untuk memotong roti yang sudah dingin menjadi bagian lebih kecil.

2. Kualitas Produk

Kualitas roti sangatlah dijaga oleh perusahaan agar dapat diterima konsumen. Berhubung roti merupakan kategori makanan maka konsumen

ingin memilih makanan yang sehat dan bersih. Maka dari itu perusahaan harus mampu menjaga kebersihan agar dapat menghasilkan produk roti yang bergizi serta layak dikonsumsi sehingga mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

a. Bahan Baku dan Bahan Penolong

Untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan bermutu tinggi, sangatlah penting mengetahui bahan apa saja yang digunakan agar dapat diolah menjadi produk yang baik sehingga memiliki nilai jual yang tinggi. Semua bahan baku yang digunakan harus bersih dan halal serta telah disahkan oleh MUI dan sesuai dengan standar porsi maupun resep yang telah disetujui. Adapun beberapa bahan baku dan bahan penolong untuk pembuatan roti di Rotte Bakery sebagai berikut:

Tabel 4.1 Bahan Baku dan Bahan Penolong yang digunakan Rotte Bakery

Bahan Baku	Bahan Penolong	
1. Gula	1. Abon Sapi	11. Kelapa
2. Mentega	2. Aneka Selai	12. Kentang
3. Pengembang Roti	3. Blueberry	13. Messes
4. Pewarna Makanan	4. Chococip	14. Milo
5. Susu	5. Coklat Batang	15. Pandan
6. Telur	6. Cream	16. Pisang
7. Tepung	7. Daging Ayam	17. Saus
	8. Durian	18. Sosis
	9. Kacang	19. Tiramisu
	10. Keju	20. Wijen

Sumber: Rotte Bakery, 2022

b. Variasi Produk

Variasi yang dilakukan oleh Rotte Bakery menghasilkan berbagai jenis produk yang dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 4.2 Kategori dan varian Produk pada Rotte Bakery

A. Kategori Roti Manis	
1. <i>Abon Roll</i>	32. <i>Hot Sausage</i>
2. <i>Almond Durian</i>	33. <i>Mexcheese Bun</i>
3. <i>Ball Vanilla Sugar</i>	34. <i>Nascup Bun</i>
4. <i>Banana Chesees Choco Chip</i>	35. <i>Pandan Cheese</i>
5. <i>Banana Meses Mexicana</i>	36. <i>Pisang Coklat</i>
6. <i>Bef Fillos</i>	37. <i>Pizza Van</i>
7. <i>Blueberry Double Bun</i>	38. <i>Red Bean Flower</i>
8. <i>Blueberry Streusel</i>	39. <i>Rice Choco Bun</i>
9. <i>Butter Coffee</i>	40. <i>Sausage Bun</i>
10. <i>Butter Vanilla</i>	41. <i>Sausage Roll</i>
11. <i>Cheese Fillos</i>	42. <i>Sausage Twist</i>
12. <i>Cheese Roll</i>	43. <i>Strawberry Double Bun</i>
13. <i>Cheese Stick Almond</i>	44. <i>Strawberry Pamesan</i>
14. <i>Cheese Custard Bun</i>	45. <i>Sweet Banana Choco Cheese</i>
15. <i>Chicken Fillos</i>	46. <i>Sweet Pillar</i>
16. <i>Choco Red Delight</i>	47. <i>Vegetable Mini</i>
17. <i>Classic Tuna Bun</i>	48. <i>Vegetable Sausage</i>
18. <i>Coklat and coklat</i>	49. <i>Vla Banilla Bun</i>
19. <i>Coklat fillos</i>	50. <i>Roti Sisir Original</i>
20. <i>Coklat Milo</i>	51. <i>Roti Sisir Pandan</i>
21. <i>Coklat Oreo</i>	52. <i>Roti Sisir Taro</i>
22. <i>Coklat Roll Bun</i>	53. <i>Roti Sobek Dua Rasa</i>
23. <i>Coklat Spesial</i>	54. <i>Roti Sosis Jumbo</i>
24. <i>Coklat Spesial Mini</i>	
25. <i>Crean Cheese Filling</i>	
26. <i>Delici Peanut Sugar</i>	
27. <i>Durian Filling</i>	
28. <i>Egg Bun</i>	
29. <i>Fit-O Coffee</i>	
30. <i>Fit-O Mini</i>	
31. <i>Fit-O Vanilla</i>	

B. Kategori Healty Bread

1. Roti Pisang Aren
2. Roti *Multigrain*
3. Roti Bakpia
4. Roti *Cake* Pisang

C. Kategori Family Pack

- | | |
|---------------------------------|--------------------------------------|
| 1. <i>American Twist</i> | 12. <i>Pillow Combi</i> |
| 2. <i>Ball Choco Chip</i> | 13. <i>Pillow Kelapa</i> |
| 3. <i>Black Florest Sisir</i> | 14. <i>Pillow Coklat</i> |
| 4. <i>Blueberry Milk Cheese</i> | 15. <i>Pillow Plain</i> |
| 5. <i>Bread Coffee</i> | 16. <i>Pillow Potato</i> |
| 6. <i>Choco Rainschip Bread</i> | 17. <i>Pillow Sri kaya</i> |
| 7. <i>Cho Banana Bar</i> | 18. <i>Pillow Vla</i> |
| 8. <i>Golden Bbq</i> | 19. <i>Raisple Sweet</i> |
| 9. <i>Milk Cheese Bun</i> | 20. <i>Red Bean Twist Choco Chip</i> |
| 10. <i>Pillow Cheese</i> | <i>Vanilla Mocca Jumbo</i> |
| 11. <i>Pillow Choco Chip</i> | |

D. Kategori Roti Tawar

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| 1. Bagelan Tawar Pandan Besar | 11. Tawar Kupas Kotak |
| 2. Bagelan Tawar Pandan Kecil | 12. Tawar Kupas Ori |
| 3. Roti Kering Gandum Besar | 13. Tawar Kupas Pandan |
| 4. Roti Kering Gandum Kecil | 14. Tawar <i>Marble</i> |
| 5. Roti Kering Ori Besar | 15. Tawar <i>Marble</i> Kotak |
| 6. Roti Kering Ori Kecil | 16. Tawar Ori |
| 7. <i>Stick Browker</i> | 17. Tawar Ori Kotak |
| 8. Tawar Coklat Kotak | 18. Tawar Pandan |
| 9. Tawar gandum | 19. Tawar Pandan Kotak |
| 10. Tawar Gandum Kotak | |

E. Kategori Donat

- | | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1. Donat Coklat | 5. Donat <i>Mini Tiramisu</i> |
| 2. Donat Keju | 6. Donat <i>Tiramisu</i> |
| 3. Donat <i>Meses</i> | 7. Donat Paha Ayam |
| 4. Donat <i>Mini</i> Coklat | |

F. Kategori Cake Rotte

1. *Peanut Moist Cake*
2. *Red Muffin*
3. *Double Chocolate Maltine*
4. *Mixed Pound Cake*
5. *Pandan Chipon Layer*

G. Kategori Selai

1. Selai Srikaya
2. Selai Pandan
3. Selai Bella Kacang
4. Selai Bella Coklat
5. Selai *Blueberry*
6. Selai lemon
7. Selai Strawberry

Sumber: Rotte Bakery, 2022

Dengan banyaknya variasi produk yang diberikan Rotte Bakery mampu membuat konsumen untuk dapat memilih produk roti yang mereka inginkan, karena dengan variasi produk yang banyak dapat menjangkau lebih banyak lagi konsumen untuk mau membeli produk di Rotte Bakery sehingga mampu meningkatkan pembelian dan penjualan.

3. Tenaga Kerja

Untuk mencapai tujuan perusahaan diperlukan tenaga kerja untuk membeli bahan baku, memproduksi, memasarkan dan administrasi, dengan adanya tenaga kerja maka kegiatan perusahaan bisa tercapai secara maksimal. Tenaga kerja juga harus selalu diperhatikan secara baik dengan memberikan upah pada waktu yang tepat agar para pekerja dapat bekerja dengan baik.

Inovasi tidak hanya membutuhkan bahan baku dan bahan penolong tetapi juga membutuhkan sumber daya manusia untuk menggerakkan dan menyelesaikan proses produksi.

a. Jumlah Tenaga Kerja

Berikut klasifikasi dan jumlah tenaga kerja di Rotte Bakery cabang Bukit Barisan:

Tabel 4.3 Jumlah Tenaga Kerja Rotte Bakery Bukit Barisan

Tenaga Kerja	Jumlah
Kepala cabang	1
Bagian Produksi	8
Bagian Penjualan	2
Total	11

Sumber: Rotte Bakery Bukit Barisan, 2022

Tabel diatas menunjukkan data jumlah tenaga kerja pada Rotte Bakery cabang Bukit Barisan yang telah dipilih secara selektif, karena kualitas produk yang dihasilkan tergantung pada keterampilan para pekerja. Setiap pekerja memiliki kewajibannya masing-masing dan setiap bagian tersebut sangat menentukan bagi kemajuan perusahaan.

b. Kemampuan Karyawan dalam melayani

Rotte Bakery memiliki karyawan dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing sehingga produk dan kinerja yang dihasilkan baik, salah satunya dari segi pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian yang saya dapat dilapangan, pelayanan yang diterapkan pada Rotte Bakery sangatlah bagus dan berbeda dari yang lain karena pelayanan merupakan salah satu faktor kunci sukses untuk meraih dan

mempertahankan pelanggan, sebagaimana yang diungkapkan oleh Operational Manager Rotte Bakery Bukit Barisan (11-05-2022) bahwa:

“Untuk pelayanan Rotte Bakery berusaha menampilkan yang berbeda dibanding toko roti lainnya, perbedaanya adalah kita lebih mengangkat kedekatan emosional *benefit* dari *customer* nya contoh kita melakukan sebuah standar yang kalau kita temukan dimasing-masing *outlet* apabila sikasir itu tidak mengucapkan terimakasih dan doa maka kami akan memberikan roti gratis sebagai jaminan kepada *customer*, karena bagi kami dengan mendoakan *customer* itu mendapatkan keuntungan emosional yang lebih dan kami merasa ada unsur kedekatan jadi *customer* pun merasa tersentuh secara alam sadar dan mereka pun mau kembali ke Rotte Bakery karena Rotte Bakery memberikan pelayanan yang baik, poin penting yang menjadi andalan kita yaitu doa, terimakasih dan murah rezeki untuk bapak dan ibu.”

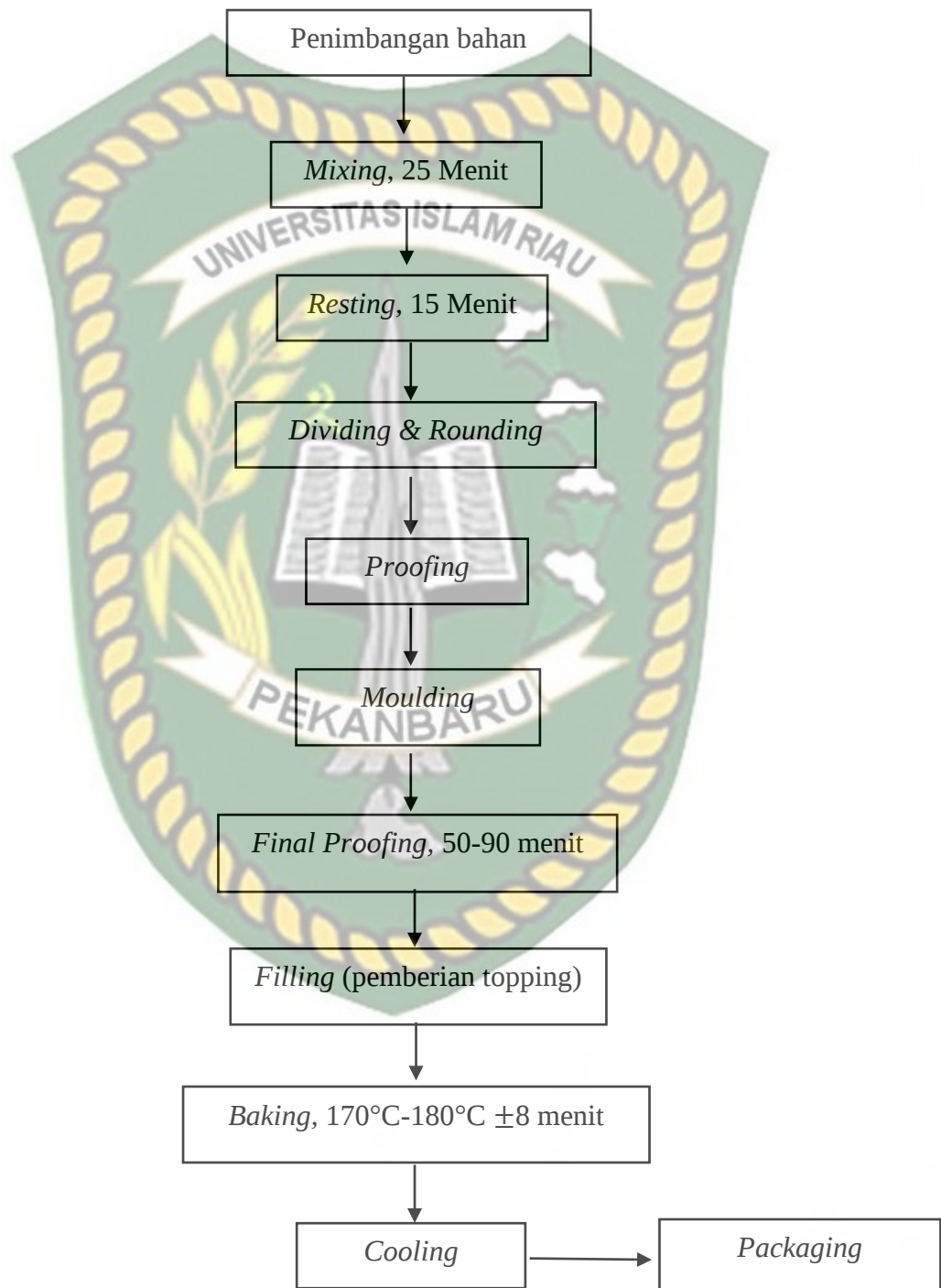
Menurut beliau dengan pelayanan yang baik, ramah, dan sopan dapat memberikan rasa emosional tanpa disadari oleh pelanggan yang membuat pelanggan mau terus menerus membeli produk dari Rotte Bakery.

c. Pelatihan

Kompetisi bisnis yang semakin sengit membuat perusahaan harus mampu melakukan suatu perubahan untuk bisa bersaing dengan perusahaan sejenis. Salah satu caranya dengan melatih para *leader* produksi yang akan menjadi ‘juru dapur’ sehingga menghasilkan berbagai varian baru dalam setiap produk. Rotte Bakery sendiri melakukan pelatihan yang dinamakan *Training Leader*, seluruh *leader* produk dari seluruh *outlet* melakukan pelatihan selama 2 hari. Pelatihan ini bertujuan untuk melahirkan varian-varian baru di Rotte Bakery.

4.2.2 Proses Produksi Yang Dilakukan Rotte Bakery

Gambar 4.2 Proses Pembuatan Roti



Proses produksi dimulai pada pukul 06.00 WIB dengan mencampur bahan-bahan yang telah ditimbang sesuai dengan ukuran, pencampuran bahan-bahan ini bisa memakan waktu sekitar 20 menit. Bahan-bahan yang sudah dicampur tadi kemudian diaduk di mesin pengaduk selama 25 menit bahkan bisa lebih sampai adonan lembut dan halus. Adonan yang telah di *mixing* sampai kalis diistirahatkan (*resting*) selama 15 menit, tahap ini sangat penting untuk pembentukan rasa dan volume pada saat fermentasi berlangsung bukan hanya suhu saja yang mempengaruhi tetapi kelembapan udara juga berpengaruh.

Setelah itu adonan yang sudah di *resting* dipotong dan ditimbang (*dividing*) agar mendapatkan ukuran dan berat adonan yang sama dan di *rounding* di mesin yaitu proses pembulatan adonan untuk memberikan bentuk supaya mudah dikerjakan, setelah adonan di *rounding* adonan di *proofing* agar adonan mengembang dibutuhkan 5-10 menit. Langkah selanjutnya proses pembentukan adonan (*moulding*) adonan diratakan terlebih dahulu agar gas yang terbentuk dalam adonan lebih rata dan seragam barulah dibentuk sesuai dengan jenis roti yang dihasilkan lalu diletakkan di loyang untuk *final proofing* di mesin *streamer* agar mendapatkan besar adonan yang optimal dengan temperature 35-44°C kelembapan 80-85% dalam waktu 50-90 menit, Selanjutnya tahap *filling* pengisian adonan atau pemberian *topping* sebelum adonan di oven. Pengovenan atau pembakaran membutuhkan waktu 8 menit-9 menit dalam suhu 170°C-180°C untuk roti manis dan 210°C untuk roti tawar atau ditandai dengan perubahan warna menjadi cokelat keemasan. Rotte

Bakery memiliki 2 oven dengan 3 pintu yang setiap oven mempunyai kapasitas 12 loyang. Setelah roti selesai di oven roti didinginkan (*cooling*). Setelah itu tahap akhir pengemasan (*packaging*) dimana seluruh roti di bungkus di dalam plastik putih dan siap untuk dijual.

4.2.3 Ide Berinovasi Produk pada Rotte Bakery

Ide inovasi yang dilakukan oleh Rotte Bakery bersifat umum tidak hanya dari pihak internal saja seperti pemilik, dan karyawan namun pelanggan juga turut diperbolehkan untuk memberikan ide agar Rotte Bakery bisa berkembang dan mampu bersaing dari perusahaan sejenis lainnya. Sebagaimana ungkapan dari Operational Manager Rotte Bakery Bukit Barisan (11-05-2022) bahwa:

“Ide inovasi yang kami lakukan itu terbuka untuk semuanya jadi kita menerima segala macam ide dari siapa saja termasuk dari *customer* jika mau memberikan ide itu juga kita terima tetapi tetap kita pertimbangkan dan diolah dulu idenya jika dirasa cukup baik untuk diaplikasikan kita akan aplikasikan bila dirasa kurang maka kita coba kembangkan lagi idenya yang sudah ada tadi menjadi arah yang lebih baik lagi”.

Jadi ide inovasi yang dilakukan Rotte Bakery terbuka untuk umum siapa saja diperbolehkan jika ide yang diberikan pelanggan tadi masih kurang maka pihak internal akan berdiskusi supaya ide yang diberikan pelanggan dapat dikembangkan lagi sehingga menjadi ide yang baik.

4.2.4 Inovasi yang dilakukan Rotte Bakery

Inovasi produk merupakan salah satu solusi terhadap permasalahan yang sering terjadi didalam bisnis. Produk yang bagus tetapi harga tidak terjangkau atau produk dengan harga terjangkau tetapi tidak berkualitas. Sebagai pelaku bisnis Rotte Bakery peka terhadap permintaan pelanggan, permintaan yang paling sering adalah keinginan untuk membeli produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, Rotte Bakery mampu membaca peluang sehingga diharapkan dapat memenangkan persaingan. Dan adapun inovasi yang diterapkan meliputi lima basis inovasi produk yaitu:

1. Inovasi Berbasis Modulasi

Inovasi berbasis modulasi ini mengacu pada perubahan karakteristik dasar produk. Rotte Bakery dulunya hanya menjual beberapa jenis roti, tetapi prospeknya semakin tahun semakin bagus dan membuat Rotte Bakery juga semakin mengembangkan bisnisnya terutama bahan baku yang dipakai. Bahan baku yang dipakai merupakan bahan dari logistic perusahaan sendiri yang sudah jelas kualitasnya dan bersertifikat halal dari MUI. Salah satu perubahan dari bahan baku sendiri adalah adonan yang dicampur dengan air dan diganti menggunakan susu cair untuk mendapatkan tekstur yang lembut pada roti. Diungkapkan oleh kepala cabang dari Rotte Bakery Bukit Barisan (13-05-2022) bahwa:

“Sebelum seperti sekarang ini dulu bahan baku kami ambil dari pihak lokal yang ada di Pekanbaru dan setelah *outlet* yang tadinya cuman 2 semakin bertambah dan semakin berkembang kami

memulai dengan membikin gudang sendiri, dan bahan yang kami gunakan tidak bisa sembarang bahan baku, kami memilih bahan baku memang yang sudah terdaftar dari MUI yang kehalalannya terjamin karena kami juga ada gudang sendiri untuk menyediakan seluruh bahan baku setiap *outlet* manapun. Kalau dari perubahan bahan kami hanya merubah dari adonan yang tadinya memakai air agar adonannya lembut sekarang kami memakai susu cair karena adonan lebih mudah kalis dan teksturnya pun lembut”.

Selain itu Rotte Bakery juga berinovasi pada banyaknya varian isi setiap roti seperti, isi coklat, keju, srikaya, abon, kacang hijau, blueberry, oreo, milo, susu, ayam, sosis, misis, pisang, dan wijen. Berdasarkan analisis data yang diuraikan, maka inovasi produk berbasis modulasi pada Rotte Bakery bertujuan untuk mengurangi kebosanan pelanggan dengan produk lama dan memungkinkan perusahaan bersaing dengan produk lain.

2. Inovasi Berbasis kemasan

Seiring berkembangnya usaha maka kebutuhan akan inovasi produk harus terus berjalan. Salah satunya adalah inovasi berbasis kemasan yang dilakukan oleh Rotte Bakery yang menyadari akan pentingnya sebuah kemasan karena kemasan merupakan penunjang bentuk luar yang dapat menambah nilai produk, sebagaimana yang dikatakan Operational Manager Rotte Bakery Bukit Barisan (11-05-2022) bahwa:

“Untuk kemasan kami menggunakan 2 kemasan yaitu plastik, dan kemasan kardus, semua roti yang sudah matang itu dimasukkan ke kemasan plastik untuk menjaga kebersihan dari roti tersebut,

sedangkan untuk *customer* biasanya dimasukkan ke kemasan kardus sesuai kebutuhannya”.

Rotte Bakery mampu mengembangkan produknya ke pasar yang lebih luas lagi. Kemasan yang sederhana yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dapat menambah nilai yang positif dari produk tersebut, karena kemasan mampu meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli produk yang diinginkan.

a. Material

Kardus *family pack* yang sering digunakan untuk acara seminar dan juga kardus untuk donat berukuran sebagai berikut:

Kardus kecil berukuran 12 cm x 10,5 cm x 4 cm diisi 2 sampai 4 roti

Gambar 4.3



Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022

Kardus untuk donat berukuran 14 cm x 10,5 cm x 4,5 cm diisi 6 donat.

Gambar 4.4



Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022

b. Logo

Gambar 4.5



Sumber: Rotte Bakery, 2022

Di kemasan terdapat logo dari Rotte Bakery dengan tagline “Ada Disemua Suasana” maksud dari tagline ini agar Rotte Bakery bisa dinikmati dari semua suasana saat berkumpul keluarga, saat seminar, bisa untuk menemani sarapan dan sebagainya.

3. Inovasi Berbasis Desain

Inovasi berbasis desain merupakan inovasi produk yang mengubah tampilan dari produk yang lama menjadi produk baru dengan tujuan dapat memperluas target pasar serta dapat menarik pembeli dengan meningkatkan penjualan produk melalui bentuknya yang unik dan kreativitas yang tinggi. Berdasarkan penelitian lapangan inovasi berbasis desain yang dilakukan Rotte Bakery terlihat pada desain tampilan produk yang beranekaragam. Ide untuk desain ini tidak hanya datang dari pemilik atau karyawan internal saja namun juga dari pembeli, seperti yang dikatakan oleh Operational Manager Rotte Bakery Bukit Barisan (11-05-2022) bahwa:

“Desain roti lebih ke bentuk yang berbeda, karena dalam bidang kuliner ini *customer* memiliki rasa jenuh yang sangat tinggi jadi kita selalu melakukan inovasi mengeluarkan produk baru gunanya supaya minat *customer* tidak menurun dan mereka ada *eksperience* baru terhadap produk yang kita munculkan”.

Inovasi desain yang dilakukan oleh Rotte Bakery sebagai berikut:

Tabel 4.4 Inovasi Berbasis Desain Rotte Bakery

Tahun	Nama Produk	Desain awal	Tahun	Nama produk	Inovasi Desain
2015	Donat	Donat dengan rasa, warna serta berbagai jenis topping di atasnya	2022	Donat Bomboloni	Bentuk donat bulat dengan isian didalamnya, dibagian luar ditaburi gula halus.
2016	Chicken Floss	Bentuk lonjong dengan taburan abon di atasnya	2017	Abon Roll	Bentuk roti yang digulung dan tambahan saus di atasnya.
2016	Cheese Floss	Bentuk bulat dengan irisan keju di atasnya	2017	Roll Cheese	Bentuk roti yang digulung.
2016	Coklat Floss	Bentuk bulat dengan cream dan coklat meses di atasnya	2017	Coklat Roll Bun	Bentuk roti digulung dengan cream yang lebih banyak
2016	Banana Cho. Chip	Bentuk bulat dengan taburan keju dan choco di atasnya	2018	Sweet Banana Cho. Chip	Bentuk bulat dengan pisang segar, keju kotak padat dan taburan chocohip yang lebih banyak.
2016	Red Bean Twist Cho-Chip	Bentuk roti yang memanjang dengan isian kacang merah dan taburan cho-chip di atasnya.	2018	Red Bean Flower	Roti berbentuk bunga dengan isian kacang merah dan taburan cho-chip serta wijen di atasnya.

			2019	<i>Sausage Bun</i>	Roti bentuk memanjang dengan topping sosis, keju, saos pedas dan mayonaise.
2016	<i>Hot Sausage</i>	Roti bundar yang panjang dengan isian sosis, mayonaise, selada dan potongan tomat.	2019	<i>Sausage Roll</i>	Bentuk roti yang memanjang dengan sosis utuh ditengahnya ditaburi keju, saos pedas, dan taburan daun peterselli diatasnya.
			2019	<i>Vegetable Sausage</i>	Bentuk bulat dengan potongan sosis memanjang diatasnya, ada saos pedas dan mayonaise yang lebih banyak, serta potongan daun peterseli
2016	Roti Sisir	Roti dengan bentuk memanjang dengan isian meses dan keju	2021	Roti Sobek Dua Rasa	berbentuk melingkar dengan ukuran lebih besar dan isian coklat keju pilihan.
2016	<i>Egg Bun</i>	Berbentuk segitiga tak beraturan yang didalamnya terdapat telur rebus dan <i>smoke beef</i> .	2021	<i>Boiled Egg Bread</i>	Roti dengan telur ayam yang dipadukan dengan keju dan saus sambal.

Sumber: Rotte Bakery, 2022

Ide-ide kreatif dalam mendesain produk akan terus diterapkan dan dikembangkan untuk menambah nilai dari suatu produk dan pembeli tidak

akan pernah merasa bosan dengan produk yang dijual di Rotte Bakery. Oleh karena itu, dinutuhkan teknologi, maupun sumber daya manusia untuk bisa berinovasi menghasilkan produk yang berbeda dan mampu bersaing di perusahaan sejenis.

4. Inovasi Berbasis Pengembangan Komplementer

Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer adalah adanya penambahan beberapa bahan baru kedalam produk dasar untuk menciptakan variasi pada produk. Pengembangan bahan komplementer ini sangat diperlukan karena dapat menambah rasa dan variasi roti. Inovasi ini melibatkan bahan tambahan seperti topping. Inovasi pengembangan bahan komplementer yang dilakukan Rotte Bakery dalam pembuatan suatu produk selalu menggunakan bahan-bahan yang sederhana seperti coklat, oreo, wijen, misis, tiramisu, pisang, keju, yang merupakan bahan penolong dari jenis rasa yang berebeda pula. Sebagaimana yang dikatakan kepala cabang Bukit Barisan (13-05-2022) bahwa:

“Kita tetap melakukan bahan baku itulah gunaya divisi *research development* kita dimana mereka akan *mensearching* bahan baku terbaik dengan *cost* yang *make sense* karena salah satu *value* dari Rotte Bakery adalah kita bisa menghadirkan produk berkualitas dengan harga yang murah, jadi team akan mencari bahan baku yang terbaik”.

Tabel 4.5 Inovasi pengembangan bahan komplementer pada Rotte Bakery

Tahun	Nama Produk	Inovasi Awal	Inovasi Kompementer
1.	Coklat and Coklat	Roti rasa coklat	Roti coklat <i>fllos</i> Roti coklat milo Roti coklat oreo Roti coklat <i>Roll Bun</i> Roti pisang coklat
2.	<i>Fit-O</i>	<i>Fit-O Coffee</i>	<i>Fit-O vanilla</i>
3.	<i>Pillow</i>	<i>Pillow</i> coklat <i>Pillow</i> kelapa	<i>Pillow cheese</i> <i>Pillow plain</i> <i>Pillow potato</i> <i>Pillow srikaya</i> <i>Pillow vla</i> <i>Pillow combi</i> <i>Pillow choco chip</i>
4.	Roti Tawar	Roti tawar ori	Roti tawar gandum Roti tawar pandan Roti tawar marble Roti tawar coklat
5.	<i>Rotte Muffin</i>	<i>Red Muffin</i>	<i>Double Chocolate</i> <i>Vanilla Berry.</i>
6.	Selai	Selai Srikaya Selai Pandan Selai Bella Kacang	Selai <i>Blueberry</i> Selai <i>Strawberry</i> Selai <i>Lemon</i>

Sumber: Rotte Bakery, 2022

Pada tabel diatas penemuan pengembangan bahan komplementer diketahui dari banyaknya variasi yang diciptakan Rotte Bakery, hal ini dilakukan guna menciptakan produk yang beranekaragam rasa dan bisa mempercantik roti sehingga bisa memanjakan mata dan lidah para pelanggan Rotte Bakery.

5. Inovasi Berbasis Pengurangan Upaya

Inovasi berbasis pengurangan upaya adalah sebuah usaha yang dilakukan perusahaan untuk memotong arus distribusi dan membuat konsumen mudah

untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan. Rotte Bakery melakukan inovasi berbasis pengurangan upaya dalam produksinya dengan melihat faktor lain yang dapat membantu sarana dan prasarana agar produk dari Rotte Bakery dikenal masyarakat dan mudah didapat oleh pelanggan.

Inovasi berbasis pengurangan upaya yang dilakukan Rotte Bakery dengan membuka banyak cabang tidak hanya di Pekanbaru tapi hampir seluruh Indonesia agar pelanggan dapat dengan mudah membeli produk Rotte Bakery, sebagaimana yang diungkapkan Operational Manager Rotte Bakery Bukit Barisan (05-11-2022):

“Untuk distribusi kami membuka beberapa cabang, yang di bukit barisan ini merupakan toko pertama yang dimiliki dan sudah mempunyai 51 cabang yang tersebar di Indonesia tujuannya agar *customer* bisa dengan mudah membeli produk kami jadi *customer* tinggal pilih *outlet* mana yang dekat dengan tempat tinggalnya, dan semua outlet memiliki produk yang sama dengan resep yang sama karena satu logistik”.

Selain membuka cabang Rotte Bakery juga melakukan inovasi pengurangan upaya dengan memperkenalkan produk secara online bekerja sama dengan beberapa mitra, dan melakukan pembelian pesan antar melalui *gofood*, *Grabfood*, *Shopeefood* dan layanan *Rotte delivery service* serta juga pembayaran bisa melalui *shopeepay*, Dana, Ovo, dan Gopay. Sebagaimana yang diungkapkan Operational Manager Rotte Bakery Bukit Barisan (11-05-2022) bahwa:

“Rotte Bakery mempromosikan produknya dengan mengangkat dari medsos, seluruh jajaran kita andalkan untuk *share* di medsos pribadi mereka termasuk di *whatsapp*, *facebook* agar lebih tepat sasaran dan lebih cepat informasi yang di dapat termasuk juga dalam spanduk dan *banner*”.

Inovasi berbasis pengurangan upaya ini diharapkan mampu menarik konsumen baru serta mampu bersaing dengan perusahaan sejenis. Fokus pengembangan perusahaan tidak hanya dari faktor produk saja namun juga faktor lain agar Rotte Bakery bisa bisa menunjang eksistensinya di dunia bisnis dan memanfaatkan peluang yang ada.

Dari hasil inovasi diatas, dapat diketahui inovasi yang dilakukan oleh Rotte Bakery adalah inovasi berbasis modulasi, inovasi berbasis kemasan, inovasi berbasis desain, inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer, dan inovasi berbasis pengurangan upaya. Hasil yang didapat dari inovasi yang dilakukan ini dapat menghindari kebosanan konsumen terhadap produk yang dibeli maka itu Rotte Bakery memberikan inovasi dari desain, rasa, warna, bahan baku yang berkualitas, halal dan bersertifikat MUI, bahkan kemasan yang menarik agar konsumen tidak bosan dengan produk dari Rotte Bakery sehingga konsumen selalu ingin membeli lagi dan lagi produk dari Rotte Bakery. Selain dari segi produk Rotte Bakery juga memberikan donasi dari setiap pembelian produk yang telah dibeli sebesar 20% sehingga konsumen tidak hanya membeli produk saja tapi juga ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang dilakukan oleh Rotte Bakery.

Inovasi yang telah dilakukan Rotte Bakery mampu meningkatkan penjualan, sebagai mana diungkapkan oleh Operational Manager Rotte Bakery Bukit Barisan (11-05-2022) bahwa:

“Peningkatan dari segi penjualan pasti ada, dengan adanya inovasi yang dilakukan tentu mampu meningkatkan penjualan produk cuman belum sampai titik puasnya kita sehingga kita mau meningkatkan lagi kepuasan pelanggan sehingga pelanggan begitu mengenal roti hanya taunya Rotte”.

Tabel 4.6 Data penjualan roti pada Rotte Bakery di Bukit Barisan

ROTTE BAKERY BUKIT BARISAN 2021-2022	
Bulan/Tahun	Penjualan (Omset)
Januari 2021	247.987.831
Februari 2021	234.449.334
Maret 2021	249.967.981
April 2021	187.951.127
Mei 2021	124.363.635
Juni 2021	219.691.535
Juli 2021	253.883.105
Agustus 2021	260.922.281
September 2021	246.327.480
Oktober 2021	256.885.615
November 2021	266.397.411
Desember 2021	292.522.615
Januari 2022	290.237.157
Februari 2022	234.753.155
Maret 2022	250.701.850
April 2022	195.221.250

Sumber: Rotte Bakery, 2022

Dari data penjualan diatas dapat dilihat dengan adanya inovasi berdampak positif dengan meningkatnya volume penjualan. Pengenalan produk baru merupakan kunci dari sebuah kesuksesan yang dilakukan perusahaan dengan

tetap memerhatikan bahan baku yang berkualitas, desain roti yang menarik perhatian pembeli, kemasan yang unik, pengembangan bahan komplementer yang dapat menambah varian terhadap produk, serta pengurangan upaya untuk mempromosikan produk agar lebih luas lagi dan info rmasi produk baru bisa sampai ke masyarakat dengan cepat.

4.2.4 Pesaing

Rotte Bakery melakukan suatu perbedaan dari pesaing roti lainnya salah satunya bagi para *customer* yang dapat berdonasi hanya dengan membeli produk dari Rotte Bakery, sebagaimana Operational Manager Rotte Bakery Bukit Barisan (11-05-2022) bahwa:

“Perbedaan kita terletak pada program-programnya karena berbisnis ini berbeda sama berdagang makanya kita berusaha mengembangkan ide-ide yang berbeda dibanding dengan perusahaan yang sama contohnya Rotte Bakery, kalau kita hanya menghadirkan produk saja saya rasa tidak akan bisa mengundang ketertarikan *customer* jadi selain memberikan produk yang bagus kita juga memberikan *benefit-benefit* yang berbeda misalnya Rotte Bakery memberikan *benefit* sosial dengan kita menyisihkan keuntungan perusahaan untuk kegiatan sosial kebetulan Rotte Bakery sudah ada rumah Hafidz, ada yayasan yang bergerak dibidang sosial dan ini bisa memberikan dampak positif kepada masyarakat artinya masyarakat tidak hanya berbelanja tetapi bisa membantu orang lain dengan berdonasi”.

Dari ungkapan yang diutarakan, Rotte Bakery ingin memberikan kesan yang berbeda kepada pelanggan tidak hanya sekedar membeli produk saja tapi

juga ikut andil dalam kegiatan sosial tanpa mereka sadari, ini juga menjadi sebagai perbedaan untuk menang dari pesaing perusahaan yang sejenis.

4.3 Pembahasan

Rotte Bakery merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kuliner. Persaingan antar perusahaan yang sejenis membuat Rotte Bakery harus mampu berinovasi untuk bisa memenangkan hati konsumen karena dengan banyaknya perusahaan yang sejenis membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih produk mana yang mereka inginkan. Untuk memiliki suatu produk roti, konsumen akan memilih tawaran yang sesuai dengan keinginannya tidak hanya dari segi rasa, tapi juga harga yang ditawarkan dan ini membuat perusahaan roti yang sejenis harus bisa lebih unggul untuk memenangkan persaingan ini.

Rotte bakery melakukan inovasi untuk bisa mempertahankan pelanggan lama dan menambah pelanggan baru dengan melakukan inovasi terus menerus dan memberikan kualitas produk yang terbaik yang sudah bersertifikat halal MUI. Penciptaan ide inovasi inipun tidak hanya dari pemilik ataupun karyawan saja namun Rotte Bakery juga memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan ide produk seperti apa yang ingin mereka dapatkan di Rotte Bakery.

Rotte Bakery melakukan lima basis inovasi yang digunakan sebagai analisis penelitian ini dan sudah diimplementasikan oleh Rotte Bakery. Inovasi berbasis modulasi ialah inovasi yang melibatkan suatu karakteristik dari

produk dengan menambah atau mengurangi bahan dari produk tersebut. Fakta dilapangan yang didapat dalam inovasi berbasis modulasi yang dilakukan Rotte Bakery adanya perubahan bahan dasar air pada adonan roti diganti menggunakan susu cair pada adonan sehingga tekstur roti menjadi lembut.

Inovasi berbasis kemasan merupakan inovasi dari sebuah kemasan yaitu luar produk. Rotte Bakery melakukan inovsi berbasis kemasan dengan variasi dari yang kemasan berukuran kecil yang biasa dipesan untuk acara seminar dan kemasan berukuran besar untuk donat. Kemasan dari Rotte Bakery juga sangat menarik dari segi komposisi warna, tulisan, logo Rotte Bakery serta menggunakan tagline “Ada Disemua Suasana” agar produk roti yang dibeli bisa dinikmati saat suasana apapun.

Inovasi berbasis desain merupakan inovasi yang terfokus pada desain yang tampilannya dimodifikasi. Inovasi berbasis desain yang dilakukan Rotte Bakery dengan merubah bentuk dan hiasan pada roti, salah satu contohnya roti cheese fillos dengan bentuk desain bulat lalu di rubah menjadi roll cheese dengan bentuk roti yang digulung. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.4

Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer merupakan inovasi yang melibatkan bahan-bahan komplementer. Rotte Bakery melakukan inovasi yang sangat baik, contohnya pada roti Fit-O yang menjadi roti favorit di Rotte Bakery, roti Fit-O yang tadinya hanya ada rasa coffee melalui pengembangan bahan komplementer Rotte Bakery menciptakan roti Fit-O rasa vanilla, hal ini dapat dilihat pada tabel 4.5

Inovasi berbasis pengurangan upaya merupakan suatu usaha untuk memotong arus distribusi sehingga konsumen mudah dalam mendapatkan produk dari Rotte Bakery. Rotte Bakery sudah memiliki 51 *outlet* yang sudah tersebar di Indonesia, *outlet* pertama berada di Bukit Barisan kota Pekanbaru. Inovasi pengurangan upaya yang dilakukan Rotte Bakery berkaitan dengan promosi penjualan melalui media sosial agar lebih cepat tersampaikan ke konsumen, selain itu Rotte Bakery menyediakan pesan antar lewat *Gofood*, *Grab food*, *Shopee food*, *Whatsaap/Rotte Delivery Service* agar konsumen tidak perlu datang ke *outlet* serta pembayaran juga bisa memakai *shopeepay*, Dana, Ovo, dan Gopay.

Keseluruhan strategi inovasi produk yang dilakukan oleh Rotte Bakery melalui lima basis inovasi produk bertujuan untuk mencapai dan terwujudnya tujuan perusahaan yaitu mempertahankan pelanggan dan dapat menambah pelanggan baru, membuka cabang keseluruh Indonesia agar produk Rotte Bakery bisa lebih dikenal luas, dan mampu meningkatkan volume penjualan dalam persaingan bisnis ini.

Dari hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Nadya Cahya Umi Mashita (2019) yang menyatakan bahwa inovasi produk penting dilakukan untuk dapat bertahan meskipun banyak perusahaan pesaing memproduksi produk sejenis.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru telah melakukan inovasi antara lain:

- a. Inovasi berbasis modulasi yang menggunakan susu cair agar adonan roti menjadi lebih lembut, inovasi berbasis kemasan dengan berbagai ukuran kardus dan desain yang menarik dan memakai tagline “Ada Disemua Suasana”, inovasi berbasis desain dengan mengubah bentuk roti menjadi lebih menarik, salah satu contohnya roti *Cheese Fillos* bentuk bulat didesain menjadi *Roll Cheese* roti yang digulung, inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer yaitu menambah rasa varian pada roti serta memberikan berbagai jenis *topping* untuk menambah keunikan pada roti contohnya roti Fit-O dengan menciptakan rasa baru yaitu vanilla.
- b. Inovasi dari segi pelayanan menggunakan basis pengurangan upaya yang telah dilakukan Rotte Bakery dengan memberikan layanan pesan antar yang bekerja sama dengan *e-commerce* serta pembayaran yang sudah digital menggunakan *shopeepay*, Dana, Ovo, dan Gopay.

Maka secara keseluruhan inovasi yang dilakukan Rotte Bakery Bukit Barisan di Pekanbaru sudah dilaksanakan secara baik.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk Rotte Bakery dalam penelitian ini antara lain:

1. Rotte Bakery harus mampu mempertahankan kualitas pelayanan yang sangat baik yaitu selalu mengucapkan terimakasih dan memberikan doa kepada pelanggan, karena pelayanan yang baik dan memuaskan menjadi salah satu faktor penting untuk bisa meghadapi persaingan yang pesat ini.
2. Variasi produk lebih diperbanyak dan dikembangkan lagi agar konsumen tidak merasa bosan dengan produk dari Rotte Bakery.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu melakukan penelitian dengan menambah variabel diluar penelitian dan dengan adanya keterbatasan peneliti tidak mengkaji inovasi berbasis ukuran dikarenakan Rotte Bakery tidak terlalu menerapkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshar., A. M. T. I. (2016). *Inovasi Proses dalam Pembuatan Ice Cream (Studi kasus: Milkbar Ice Cream Makassar)*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Cahya, N. (2020). Inovasi Produk Kue Dalam Mempertahankan Siklus Hidup Pada Perusahaan Amanda Brownies. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 14(1): 138-143.
- Destari, N. (2020). *Inovasi Produk Kue Nazka dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat*. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi ISLAM Prodi Ekonomi Syariah.
- Dhewanto, W., Indradewa, R., Ulfah, W. N., Rahmawati, S., Yoshanti, G., & Lunamanga, C. Z. (2015). *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- Edwards-Schachter, M. (2018). The Nature and Variety of Innovation. *International Journal of Innovation Studies*, 2(2), 65-79. doi: 10.1016/j.ijis.2018.08.004.
- Ellitan, Lena dan Anatan, Lina. (2009). *Manajemen Inovasi*. Bandung: Alfabeta.
- Fontana, A. (2011). *Innovate We Can! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai*. Jakarta: PT. Cipta Inovasi Sejahtera.
- Furyana, S. A., Wahyudi, E., & Handini, Y. D. (2012). *Inovasi Produk Batik Persisiran Pada Perusahaan Batik Virides Di Banyuwangi*. Artikel Ilmiah Penelitian Mahasiswa.
- Hartono, Y. E. (2018). Analisis Inovasi Produk X Di PT Nutrifood Indonesia. *Agora*, 6(1), 1–6.
- Heizer, J. dan B. Render. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari, E. (2019). *Manajemen Inovasi : Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Malang: UB Press.
- Moleong, L. J., & Surjaman, T. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remadja Karya.
- Romdhona, V. (2020). *Inovasi Roti Sehat Di Toko Super Roti Cake & Bakery Semarang*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Semarang.
- Rosiliani, Lilik. (2018). *Peningkatan Varian Bakery di Puri Indah Hotel & Convention*. Program Diploma III Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Mataram.
- Sadat, S. h., & Nasrat, S. (2020). The Practice of Open Innovation by SMEs in the Food Industry. *Journal of Innovation Management*, *Www.Open-Jim.Org*, 8(2), 26-46.

- Saputri, Y. R., Sasongko, & Julianto, D. E. (2015). Inovasi Produk Pada Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 12(1): 120-13.
- Siswati, E., & Alfiansyah, R. (2020). Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner Berbasis Inovasi (Studi Pada Umkm Keripik Samiler Kasper di Sidoarjo). *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 84-90. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.vli2.18>.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyorini, O. D (2018). *Pengaruh Produk, Variasi Produk, Kesesuaian Harga, Citra Merek dan Kesadaran Merek dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian (studi kasus pada strada coffee Semarang)*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Semarang.
- Winarso, W. & Widjaja, Y. R. (2019). *Bisnis Kreatif dan Inovasi*. 1, 1. Yayasan Barcode, Jakarta. ISBN 978-623-285-011-8.

