

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

---

**ANALISIS INOVASI PRODUK KERAJINAN ROTAN DI  
KECAMATAN RUMBAI KOTA PEKANBARU ( STUDI KASUS  
PERABOT ROTAN RIAN)**

**SKRIPSI**

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

**WAHYU KARIMA**

**NMP: 157210591**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
PEKANBARU  
2019**

**ANALYSIS OF INNOVATION CRAFTS PRODUCTS IN RUMBAI  
DISTRICT, PEKANBARU CITY (CASE STUDY OF RIAN RATS)**

**ABSTRACT**

**Wahyu Karima**

*Keywords: Product Innovation*

*This study aims to release Rattan Craft Product Innovations in the Rumbai Sub-District of Pekanbaru City (Case Study of Rian Rattan Furniture). Product innovation indicators used include product variants, product design, product quality. This type of research located in Rian rattan handicrafts in Pekanbaru's Rumbai District is descriptive which prioritizes questionnaire lists as a means of collecting data and collected data is then used as the main raw material for analyzing the empirical conditions of the object of study objectives at the research site. The types and data collection techniques used consisted of primary data collected using questionnaires or questionnaires. While the data analysis technique used is descriptive quantitative method. Based on this analysis technique the researcher assessed and concluded that the Analysis of Rattan Craft Product Innovation in Rumbai District of Pekanbaru City (Case Study of Rian Rattan Furniture) was in the Fairly Good category.*

# **ANALISIS INOVASI PRODUK KERAJINAN ROTAN DI KECAMATAN RUMBAI KOTA PEKANBARU (STUDI KASUS PERABOT ROTAN RIAN)**

## **ABSTRAK**

**Wahyu Karima**

Kata Kunci : Inovasi Produk

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru (Studi Kasus Perabot Rotan Rian). Indikator Inovasi Produk yang digunakan meliputi Varian Produk, Desain Produk, Kualitas Produk. Tipe penelitian yang berlokasi pada kerajinan rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru ini adalah deskriptif yang memprioritaskan daftar kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan data yang terkumpul kemudian dijadikan bahan baku utama untuk menganalisis kondisi empiris dari objek keberadaan tujuan penelitian pada lokasi penelitian. Jenis dan teknik pengumpulan data yang digunakan terdiri dari data primer dikumpulkan menggunakan angket atau kuesioner. Sementara teknik analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Berdasarkan teknik analisis ini peneliti menilai dan menyimpulkan bahwa Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru (Studi Kasus Perabot Rotan Rian) berada pada kategori Cukup Baik.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran tuhan yang maha esa telah memberikan kekuatan dan semangat dalam menyelesaikan usulan penelitian ini yang berjudul “ **Analisis Inovasi Produk kerajinan rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru ( studi kasus perabot rotan Rian )**” untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyusun skripsi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak menemukan kesulitan dan hambatan. Alhamdulillah berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak semua dapat diatasi. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Rector Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., MCL yang menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba lembaga pendidikan yang beliau pimpin.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Dr. H. Moris Adidi Yogias., M.Si, karena selalu mendukung menjadi monivator.
3. Bapak La Ode Syarfani, SE., M.Si selaku ketua Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.



4. Bapak Indra Safri, S.Sos., M.Si selaku pembimbing 1, yang telah memberikan bimbingan, arahan dan semangat pada penulis dapat menyelesaikan proposal ini tepat waktu.
5. Bapak La Ode Syarfan, SE., M.Si selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan arahan dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tepat waktu.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang dalam hal ini tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan Ilmunya kepada penulis selama dibangku perkuliahan dengan mendidik dan memberikan segala dengan serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.
7. Kepada pemimpin dan karyawan pengrajin rotan yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan mengambil data serta arahan sehingga penulis dapat menyesuaikan prposal ini.
8. Kepada ayah anda Daswarman dan Ibu Betrida serta kakak dan adik saya yang telah memberikan Doa mendidik, memotivasi, maupun material penulis menyelesaikan studi pada Universitas Islam Riau.
9. Kepada teman-teman sperjuangan yang sama-sama menggali ilmu khususnya angkatan 2015 jurusan Adminstrasi Bisnis yang tidak dapat penulis sebutkan stu perstau yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan Rahmat-Nya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Naskah skripsi ini penulis sadari bahwa masih banyak

terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat positif diharapkan dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini untuk kesempurnaan penulisan penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini akan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan semoga ilmu yang penulis ini dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta bagi Nusa dan Bangsa dan mudah-mudahan apa yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal kebajikan bagi kita semua dan dibalas oleh Allah SWT. Amin.

Pekanbaru, April 2019

penulis

WahyuKarima



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## DAFTAR ISI

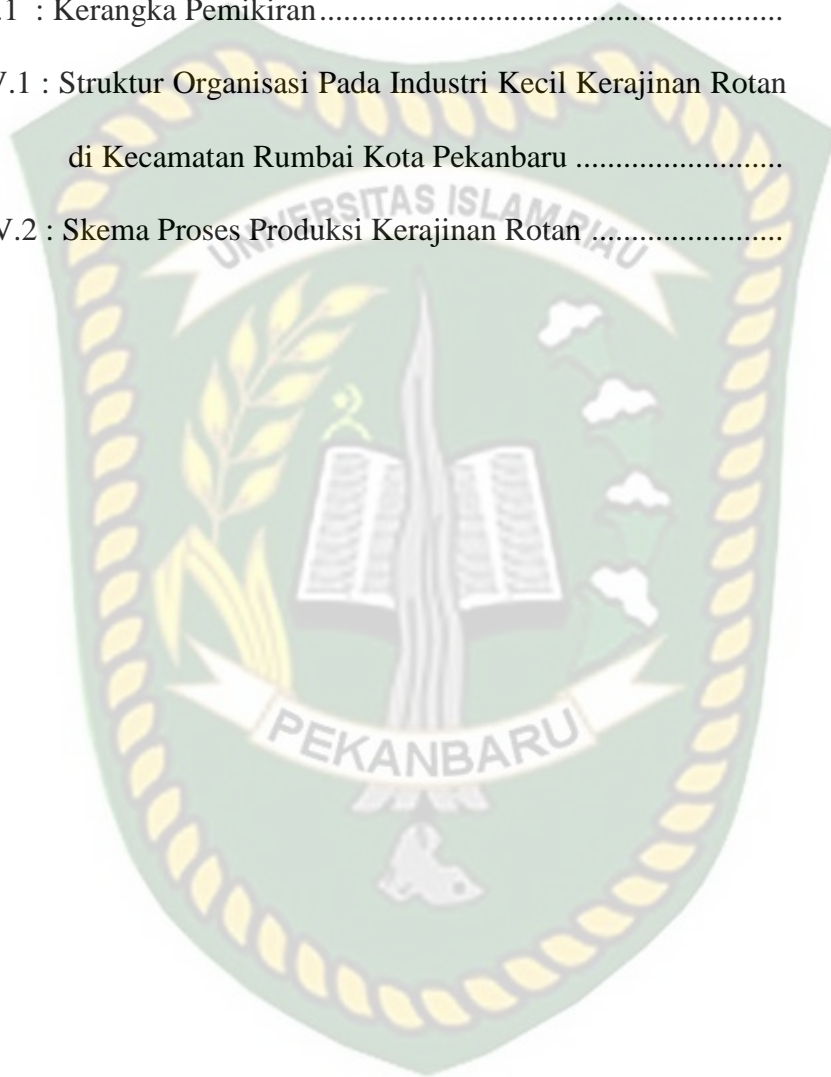
<b>PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	19
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	20
<b>BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR.....</b>	<b>21</b>
A. Studi Kepustakaan .....	21
1. Konsep Administrasi .....	21
2. Konsep Organisasi .....	23
3. Konsep Manajemen.....	24
4. Konsep Pemasaran .....	26
5. Produk .....	29
6. Manajemen Inovasi .....	31
7. Inovasi Produk .....	34
8. Kerajinan .....	42
9. Rotan .....	43
10. Penelitian Terdahulu .....	44
B. Kerangka Pikiran .....	45

C. Konsep Operasional dan Operasional Variabel .....	47
1. Konsep Operasional .....	47
2. Operasional Variabel.....	49
D. Teknik Pengukuran .....	50
<b>BAB 111 : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
A. Tipe Penelitian .....	53
B. Lokasi Penelitian .....	53
C. Populasi dan Sampel .....	54
D. Teknik Penarikan Sampel .....	54
E. Jenis dan Sumber Data .....	55
F. Teknik Pengumpulan Data .....	55
G. Teknik Analisis Data .....	56
<b>BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>57</b>
A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	57
B. Proses Produk Kerajinan Rotan .....	59
<b>BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>66</b>
A. Identitas Responden .....	66
B. Analisi Inovasi Produk Kerajinan Roatan Di Kecamatan Rumabi Kota Pekanbaru (Studi Kasus Perabot Rotan Rian .....	69
<b>BAB VI : PENUTUP.....</b>	<b>83</b>
A. Kesimpulan .....	83
B. Saran .....	83
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>85</b>



## DAFTAR GAMBAR

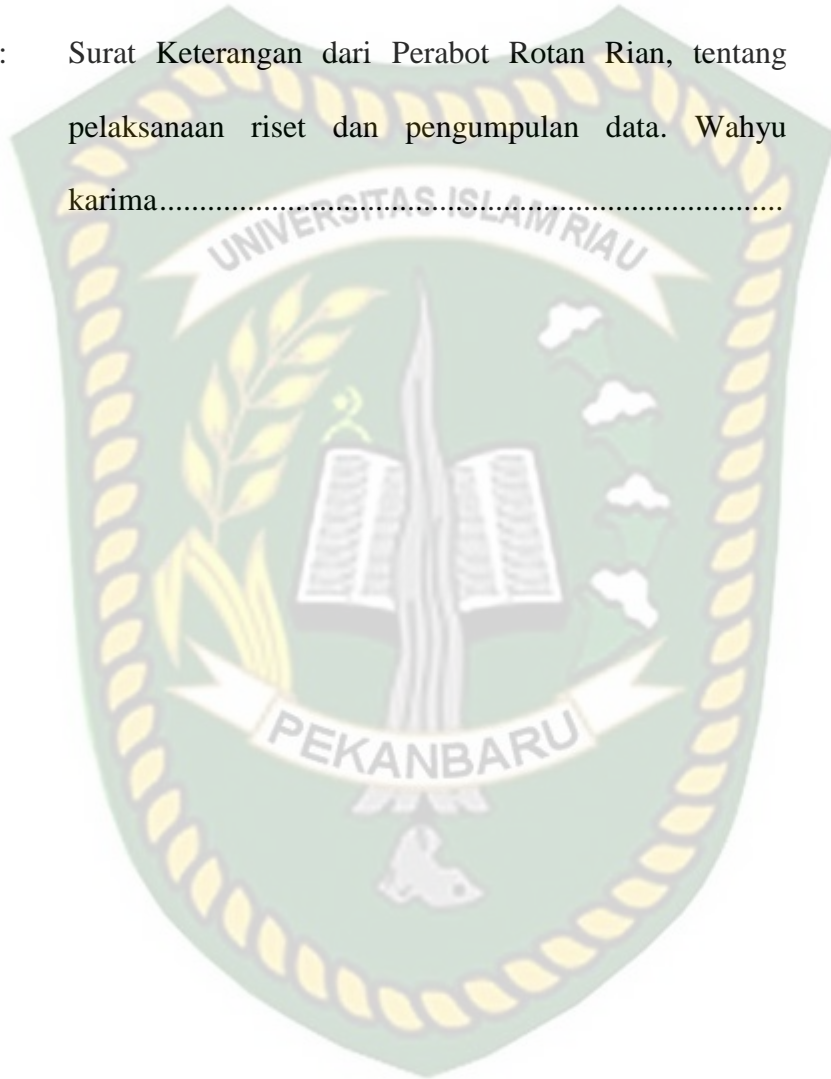
Gambar	Halaman
II.1 : Kerangka Pemikiran.....	45
IV.1 : Struktur Organisasi Pada Industri Kecil Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru .....	58
1V.2 : Skema Proses Produksi Kerajinan Rotan .....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
1 : Daftar kuesioner (untuk responden konsumen Kerajinan rotan Perabot Rotan Rian) penelitian tentang Analisi Inovasi Produk Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota PEKANBARU (Studi Kasus Perabot Rotan Rian) .....	87
2 : Daftar pedoman wawancara (untuk pemilik Perabot Rotan Rian) penelitian tentang Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota PEKANBARU (Studi Kasus Perabot Rotan Rian) .....	92
3 : Daftar pedoman wawancara (untuk Karawan Perabot Rotan Rian) penelitian tentang Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota PEKANBARU (Studi Kasus Perabot Rotan Rian) .....	95
4 : Rekap telly data penelitian tentang Analisis Inovasi produk Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru (Studi Kasus Perabot Rotan Rian).....	97
5 : Photo dokumentasi hasil observasi penelitian tentang Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru (Studi Kasus Perabot Rotan Rian) .....	100

6 :	Surat rekomendasi dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, perihal izin penelitian. Wahyu Karima .....	104
7 :	Surat Keterangan dari Perabot Rotan Rian, tentang pelaksanaan riset dan pengumpulan data. Wahyu karima.....	105



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
I.1 : jumlah Penghasilan Usaha Kerajinan Rotan Di Kecamatan Rumabi Kota Pekanbaru Bulan April Sampai Agustus.....	8
I.2 : Daftar Nama Pengrajin Rotan Di Kecamatan Rumbai Koata Pekanbaru .....	9
I.3 : Jenis-jenis Produk Kerajinan Roatan Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru Perabot Rotan Rian.....	11
1.4 : Inovasi Produk Rotan Rian Tahun 2000 dan Tahun 2018 ....	12
II.1 : Penelitian Terdahulu.....	44
II.2 : Operasional Variabel Penelitian .....	49
III.1 : Populasi dan Sampel Penelitian Pada Pengrajin Rotan Rian Dan Konsumen Industri Kerajinan di Kecamatan Rumabi Kota Pekanbaru .....	54
V.1 : Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Konsumen Kerajinan Perabot Rotan Rian .....	66
V.2 : Identitas Responden Berdasarkan Umur Pada Konsumen Kerajinan Perabot Rotan Rian .....	67
V.3 : Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pada Konsumen Kerajinan Perabot Rotan Rian .....	68



V.4 : Inovasi Produk Tanggapan Responden Konsumen Terhadap Indikator Varian Produk Pada Produk Kerajinan Rotan perabot Rotan Rian Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru.....	70
V.5 : Inovasi Produk Tanggapan Responden Konsumen Terhadap Indikator Desain Produk Pada Produk Kerajinan Rotan perabot Rotan Rian Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru.....	74
V.6 : Inovasi Produk Tanggapan Responden Konsumen Terhadap Indikator Kualitas Produk Pada Produk Kerajinan Rotan perabot Rotan Rian Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru .....	78
V.7 : Rekapitulasi Keseluruhan Tanggapan Responden Mengenai Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru (Studi Kasus Perabot Rotan Rian).....	81

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi suatu daerah merupakan peningkatan grafik ekonomi secara berkesinambungan dari keadaan yang lebih rendah menjadi lebih tinggi. Pertumbuhan ekonomi juga dapat diartikan sebagai proses kenaikan kapasitas pendapatan daerah. Adanya pertumbuhan ekonomi merupakan indikasi keberhasilan pembangunan ekonomi dalam kehidupan masyarakat. Perekonomian dikatakan mengalami kenaikan apabila siklus grafik ekonomi meningkat dari waktu ketahun berikutnya, yang berarti jumlah barang dan jasa dihasilkan bertambah besar. Dan proses produksi juga di dukung oleh alat-alat yang lebih canggih dan higienis untuk memeperbesar skala produksi. Petumbuhan ekonomi disebut juga proses perubahan perekonomian suatu negara secara berkesinambungan menuju keadaan yang lebih baik selama periode tertentu.

Berkaitan dengan kenaikan grafik atau disebut juga grafik ekonomi, juga sangat penting pula dilihat pemerataan bangunan, dalam pemerataan yang akan dituju, perlu diperhitungkan secara seksama situasi dan kondisi daerah-daerah yang dituju untuk menentukan system alokasinya. Dalam mewujudkan strategi pembangunan yang berlandaskan pemerataan untuk mencapai siklus pertumbuhan ekonomi standar menjadi ekonomi tinggi. Manfaat dari pembangunan ekonomi yaitu mengurangi pengangguran, meningkatkan kemakmuran, pengelolaan alam yang lebih baik, modal yang terkumpul. Di dalam pemikiran ini pertumbuhan ekonomi menjadi kriteria utama bagi pengukuran keberhasilan pembangunan.

Kebijakan perumbunhan ekonomi nasional diarahkan dengan proses upaya pemeretaan, pemantapan, pemberdayaan pendalaman struktur, perluasan tenaga kerja, peningkatan teknologi serta penyebaran lokasi, di dukung system distribusi nasional yang kuat. Khusus sektor industry, kebijakan diarahkan untuk lebih meningkatkan industry, kebijakan diarahkan untuk lebih meningkatkan industry kecil dan kerajinan rakyat antara lain melalui penyempurnaan, pengaturan, pembinaan, penerapan teknologi dan pengembangan usaha dapat meningkatkan produktivitas dan perbaiki kualitas mutu produksi dengan tujuan agar untuk meningkatkan pendapatan pengrajin kecil, serta kemampuan untuk memasarkan dan mengekspor hasil-hasil produksinya.

Dalam undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) didefinisikan pengertian UMKM dan Kriterianya, yaitu : diatur dalam undang-undang ini.

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dari/atau badan usaha perorangan yang memenuhi criteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi criteria kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini.

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

Pada pasal 6 dalam undang-undang Nomor 20 tahun 2008 terdapat kriteria tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yaitu:

1. Kriteria Usaha Kecil Mikro adalah sebagai berikut:
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (Lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (Tiga ratus juta rupiah)
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 (Lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (Lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan tempat bangunan.
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (Tiga ratus juta rupiah) sampai dengan



paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (Dua milyar lima ratus rupiah).

3. Kriteria Usaha Kecil sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (Lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (Sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- b. Memiliki kekayaan penjualan tahunan, lebih dari Rp.2.500.000.000,00 (Dua milyar lima ratus rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (Lima puluh milyar rupiah).

Proses produksi adalah cara atau metode bagaimana sesungguhnya sumber-sumber yang ada (tenaga kerja, bahan baku, mesin dan model) digunakan atau diubah untuk memperoleh suatu hasil/produk (asuransi,2008:105). Proses produksi adalah suatu kegiatan dengan melibatkan tenaga manusia, bahan serta peralatan untuk menghasilkan produk yang berguna.

Produksi adalah cara atau proses perubahan bentuk dari faktor-faktor produksi yang ada menjadi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Proses produksi biasanya selalu diawali dari proses perencanaan produksi.

Pembangunan bidang industri sangat penting bagi negara yang sedang berkembang seperti Indonesia, karena industry merupakan usaha yang menuju kearah terciptanya masyarakat yang maju dan sejahtera.industri mempunyai dua

arti, yang pertama dapat berarti himpunan perusahaan-perusahaan sejenis. Misalnya industri kosmetik yang berarti himpunan perusahaan-perusahaan penghasil produk-produk kosmetik. Kedua, industri dapat pula merujuk ke suatu sektor ekonomi yang didalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi. Berdasarkan hal tersebut, maka meningkatkannya ini pembangunan nasional di bidang perindustrian telah menunjukkan hasil yang memuaskan. Namun di samping keberhasilan tersebut masih ada kelompok industri yang perlu didorong inovasi produknya yaitu kelompok industri kecil rotan.

Rotan yang dalam dunia perdagangan dikenal dengan nama “*Rataan*” merupakan tumbuhan khasiatika yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Batang atau pohon rotan dapat dijadikan bahan baku barang-barang kerajinan tangan perabot rumah tangga, mebel rattan dan lain-lainnya.

Provinsi Riau merupakan salah satu daerah yang memiliki kekayaan alam melimpah yang tersimpan di permukaan maupun di dalam bumi dan potensi ekonomi yang cukup tinggi sebagai daya dukung dalam pengembangan industri. Kekayaan alam itu di jadikan sebagai modal pembangunan dan memiliki manfaat yang nyata bagi kehidupan baik ekologi, sosial budaya maupun ekonomi. Salah satu potensi tersebut adalah hutan. Dari hutan yang cukup luas tercatat banyak bahan baku yang potensial bagi pengembangan industri dan salah satunya adalah rotan di sebut juga dalam bahasa ilmiahnya yaitu “*calamus*”.

Faktor tenaga kerja dalam produksi sangat menentukan berhasil atau tidaknya usaha, terutama dalam bidang industri berskala kecil khususnya

pengrajin rotan. Dalam penyediaan tenaga kerja, pengrajin rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru mengupayakan melalui tenaga kerja yang berasal dari dalam maupun luar keluarga ( buruh ) termasuk pengrajin sendiri. Faktor pengalaman dan tenaga kerja pengetahuan tentang pemilihan material bahan baku rotan sangat menentukan berhasil atau tidaknya usaha ini, terutama dalam industry rumahan khususnya pengrajin rotan. Dalam pengadaan tenaga kerja di kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru mengupayakan tenaga kerja yang berasal dari sekitaran lingkungan industry rumahan tersebut, seperti para tetangga dan sanak family lainnya yang memiliki pengalaman dalam pembuatan kerajinan rotan tersebut.

Bahan baku atau material merupakan unsur yang sangat vital dalam industry atau suatu perusahaan baik beskala besar maupun kecil termasuk industri kecil kerajinan rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru. Bahan baku atau Material rotan yang digunakan yaitu rotan yang sudah bersih dan licin yang dapat langsung digunakan untuk bahan kerajinan tanpa melalui proses pembersihan dan pembakaran. Dalam pengadaan bahan baku yang disebabkan antara lain adanya kebijakan ekspor bahan baku rotan serta masih maraknya penyeludupan rotan ke luar negeri dan juga sebagian masih didatangkan dari Sumatera Barat sehingga mengakibatkan kenaikan ongkos produksi dan mempengaruhi pada tingkat harga pemasaran.

Salah satu industri rumah tangga yang cukup berkembang di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru adalah industri kerajinan rotan. Industri ini merupakan industri kecil yang dikerjakan secara turun temurun, dengan karakteristik tenaga kerja yang digunakan satu sampai empat orang yang sebagian besar merupakan

anggota keluarga itu sendiri, modal yang digunakan relative kecil dan alat-alat yang digunakan masih sederhana.

Kecamatan Rumbai merupakan salah satu Kecamatan di Ibukota Pekanbaru yang memiliki potensi cukup besar mengingat letaknya yang strategis dilalui jalur transportasi darat dan laut, selain itu Kecamatan Rumbai memiliki aneka usaha kecil yang dapat berkembang dengan pesat. Usaha kerajinan rotan di Kecamatan Rumbai kota Pekanbaru merupakan industri kecil yang bersifat tradisional dan merupakan bisnis keluarga.

Lingkup dan luas keterlibatan tersebut bervariasi dalam beberapa perusahaan. Sebuah perusahaan juga diakui sebagai bisnis keluarga dalam beberapa perusahaan. Sebuah perusahaan juga diakui sebagai bisnis keluarga ketika perusahaan tersebut dialihkan dari satu generasi berikutnya.

Usaha pengrajin rotan ini dimulai pada tahun 80-an beberapa pengusaha yang dulunya terpencar di beberapa tempat pindah di Kecamatan Rumbai melihat potensi banyaknya pembeli yang datang ke rumbai maka pengrajin yang terpencar bergabung disertai untuk meningkatkan penjualan, bahkan ada pengrajin di luar kota pekanbaru ikut bergabung. Hingga saat ini beberapa pengrajin rotan masih menggelar dagangannya di sepanjang Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru. Adapun jumlah penghasilan kerajinan rotan di kecamatan rumbai kota pekanbaru. Hal ini dapat dilihat tabel 1.1 berikut ini



**Tabel 1.1 jumlah penghasilan usaha pengrajin rotan di kecamatan rumbai kota pekanbaru bulan April- Agustus.**

No	Bulan	Banyaknya	Nama Barang>Nama Produk	Harga	Jumlah
1.	April	5 Buah	Tongkat Ayunan	Rp.220.000	Rp.1.100.000
		5 Buah	Ayunan Tali	Rp.120.000	Rp.600.000
		3 Buah	Ayunan Tali Besar	Rp.160.000	Rp.480.000
		10 Buah	Tudung Nasi	Rp.120.000	Rp.1.200.000
2.	Mei	3 Buah	Kursi Goyang	Rp.380.000	Rp.1.140.000
		3 Buah	Kursi Malas	Rp.380.000	Rp.1.140.000
		3 Buah	Pembatas Ruangan	Rp.550.000	Rp.550.000
		5 buah	Tonggak Ayunan	Rp.220.000	Rp.1.100.000
		5 Buah	Ayunan Tali	Rp.120.000	Rp.600.000
3.	Juni	5 Buah	Tongkat Ayunan	Rp.220.000	Rp.1.100.000
		5 Buah	Ayunan tali	Rp.120.000	Rp.600.000
		1 Buah	Ayunan Tali Besar	Rp.160.000	Rp.160.000
		2 Buah	Kursi Goyang	Rp.380.000	Rp.760.000
		1 Buah	Kursi malas	Rp.380.000	Rp.380.000
		2 Buah	Kursi goyang	Rp.380.000	Rp.760.000
		4.	Juli	2 Buah	Kursi Goyang
11 Buah	Tudung Saji			Rp.120.000	Rp.1.320.000
3 Buah	Tudung Saji Kecil			Rp.110.000	Rp.330.000
5.	Agustus	2 Buah	Kursi malas	Rp. 380.000	Rp.760.000
		5 Buah	Tongkat Ayunan	Rp.220.000	Rp.1.100.000
		5 Buah	Ayunan Tali	Rp. 120.000	Rp.600.000
		6 Buah	Tudung Saji Besar	Rp.120.000	Rp.720.000
		2 Buah	Tudung saji kecil	Rp.110.000	Rp.220.000
		1 Buah	Keranjang	Rp.180.000	Rp.180.000
		3 Buah	Kuda-kuda	Rp.110.000	Rp.330.000
		2 Buah	Meja osin	Rp.350.000	Rp.700.000

Sumber : Lapangan, Tahun 2018

Dari tabel 1.1 diketahui bahwa jumlah pesanan kerajinan rotan mengalami naik turun yaitu pada bulan April Mei mengalami peningkatan dengan jumlah

3.380.000 pada bulan april dan pada bulan Mei dengan jumlah 5.530.000 bulan Juni mengalami penurunan dengan jumlah 3.760.000 di bulan Juni dan 2.410.000 dibulan Juli dan pada bulan berikutnya yaitu Aguastus kembali mengalami kenaikan dengan jumlah yang besar yaitu 4.610.000. transaksi penjualan continue untuk produk-produk pesanan tidak dapat di prediksi kapan transaksi akan berlangsung, sebab menurut pengrajin rotan pemesanan atau order produk kadang-kadang tidak samapi  $\pm$  1-3 bulan. Jika pesanan masuk biasanya dalam kapasitas yang mampu diselesaikan oleh pengrajin.

Untuk dapat mempertahankan kontinuitas produksinya, setiap perusahaan harus memperhatikan profil wirasusaha dari produk yang dihasilkan, baik produk pesanan maupun produk rutin. Sebab implikasinya adalah suatu usaha dapat berjalan lancar dan terus menerus apabila produk yang dihasilkan dapat memenuhi permintaan/konsumen

Tabel 1.2 : Daftar nama Pengrajin Rotan di Kecamatan Rumbai kota Pekanbaru

No	Nama	Nama Usaha/Perabot	Alamat
1	Basli MSS	Perabot Rotan Bersaudara	Jl. Yos Sudarso No. 622 B
2	Pelen	Perabot Rotan Farel	Jl. Yos Sudarso
3	Elsindo	Perabot Rotan Elsindo	Jl. Yos Sudarso
4	Ridwan	Perabot Rotan USM	Jl. Yos Sudarso
5	Asminto	Perabot Rotan M T Kurnia	Jl. Yos Sudarso
6	Romi	Perabot Rotan Rian	Jl. Yos Sudarso
7	Sugianto	Perabo Rotan Dona Shop	Jl. Yos Sudarso No. 153
8	Mirza	Perabot Rotan Ferdi	Jl. Yos Sudarso
9	Edi	Perabut Rotan Kirana	Jl Yos Sudarso

No	Nama	Nama Usaha/Perabot	Alamat
			No.153.
10	Rinal Efendi	Perabot Rotan Rinal	Jl. Yos Sudarso No.152
11	Lukman	Perabot Rotan Fauzan	Jl. Yos Sudarso No.109
12	Yusrizal	Perabot Rotan Delfa	Jl. Yos Sudarso No.624 B
13	Auzar	Perabot Rotan Berkah	Jl. Yos Sudarso No.672
14	Farizal	Perabot Rotan Azil	Jl. Yos Sudarso No.100
15	Emmi	Perabot Rotan Cakra Jaya	Jl. Yos Sudarso No.612

Sumber : *Data Lapangan, Tahun 2018*

Industry kecil kerajinan rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru memiliki prospek yang sangat bagus, dimana dalam kegiatan proses produksinya masih menggunakan tenaga manusia, hal ini sebenarnya merupakan nilai plus tersendiri bagi industry kecil dalam kegiatan penjualannya, karena saat ini umumnya konsumen menyukai barang yang merupakan barang buatan tangan manusia.

Sebagai produk buatan tangan manusia, pengrajin rotan ini pada umumnya diproduksi oleh pengrajin secara pesanan. Namun pengrajin juga tetap memproduksi pengrajin rotan secara rutin dalam skala kecil. Untuk mengetahui kerajinan rotan yang diproduksi baik dalam bentuk pesanan maupun rutin, dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut ini :

**Tabel 1.3 Jenis-jenis produk kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai kota pekanbaru**

No	Jenis Produk Pesanan	No	Jenis Produk Rutin
1	Tongkat Ayunan	12	Gucci
2	Ayunan Tali	13	Ayunan Box
3	Ayunan Tali Besar	14	Keranjang Buah
4	Ayunan Tali Besar	15	Tudung Saji
5	Kursi Goyang	16	Kursi Goyang
6	Kursi Malas	17	Kuda-kuda lumping
7	Pembatas Ruangan	18	Kursi tamu & meja makan
8	Tudung Saji	19	Pemukul Kasur
9	Tudung Saji Kecil	20	Tempat Koram
10	Tudung Saji Besar	21	Meja oshin
11	Keranjang	22	Tempat Koran

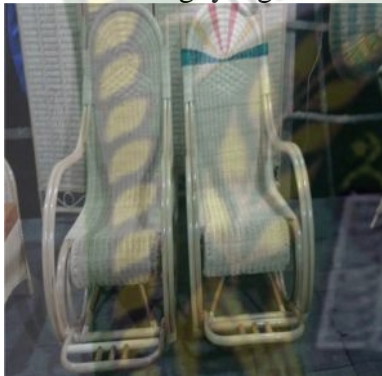





Sumber : *Data Lapangan, 2018*







Berdasarkan data lapangan tabel 1.3 diketahui bahwa produk seperti tongkat ayunan, ayunan tali, ayunan tali besar, kursi goyang, kursi malas, pembatas ruangan, tudung saji, tudung saji kecil, tudung saji besar, keranjang (1-11) memiliki spesifikasi sebagai produk-produk pesanan walaupun demikian pengrajin rotan tetap memproduksi produk-produk tersebut tetapi dalam skala yang lebih kecil dibandingkan dengan produk-produk rutin seperti Gucci, ayunan bo, keranjang buah, tudung saji, kursi goyang, kuda-kuda lumping, kursi tamu7meja, pemukul kasur, tempat Koran, meja oshin, tempat Koran (11-22) dimana merupakan produk-produk stock atau pajangan yang diproduksi oleh pengrajin secara terus menerus tetapi dalam skala kecil. Hal ini disebabkan kekhawatiran produk tidak terjual di pasar apabila produksi dilakukan secara terus



menerus dalam jumlah besar. Kekhawatiran ini beralasan sebab tidak terjualnya barang dapat meunculkan resiko lain, seperti rusaknya barang yang diproduksi tersebut serta tertanamnya modal.

**Tabel 1.4 Inovasi Produk Rotan Rian Dari Tahun 2000 sampai Tahun 2018**

No	Jenis Produk Rotan Di Tahun 2000	Jenis Produk Rotan Di Tahun 2018
1	<p data-bbox="368 674 564 707">Desain produk</p> <p data-bbox="416 712 644 745">a. Kursi goyang</p>  <p data-bbox="416 1120 671 1153">b. Keranjang buah</p>  <p data-bbox="416 1496 612 1529">c. Kursi tamu</p> 	<p data-bbox="869 674 1066 707">Desain produk</p> <p data-bbox="917 712 1326 745">a. Kursi goyang kuda-kudaan</p>  <p data-bbox="917 1120 1177 1153">b. Keranjang buah</p>  <p data-bbox="917 1512 1114 1545">c. Kursi tamu</p> 

No	Jenis Produk Rotan Di Tahun 2000	Jenis Produk Rotan Di Tahun 2018
2	<p>Varian produk</p> <p>a. Tudung saji</p>  <p>b. Kursi goyang</p>  <p>c. Tempat koran</p> 	<p>Varian produk</p> <p>a. Helem</p>  <p>b. Tas rotan</p>  <p>c. Lampu hias</p> 
3.	<p>Kualitas produk</p> <p>a. pengecatan</p> <p>pada tahun 2000 peningkatan kualitas hasil produksi rotan untuk menambah ketahanan dan keawetan rotan para pengrajin hanya mengecat rotan dengan menggunakan minyak manis, dan juga menggunakan minyak makan. Setelah dilapasi dengan minyak makan dan di sangrai dengan api, tapi hal</p>	<p>Kualitas produk</p> <p>a. Pengecatan</p> <p>Pada tahun 2018 dapat kita lihat peningkatan kualitas hasil produksi rotan untuk menambah ketahanan dan keawetan rotan para pengrajin menggunakan minyak pernis sehingga hasil lebih bagus di bandingkan dengan tahun 2000.</p> <p>b. Pada tahun 2018 properti atau mebel produk rotan sudah</p>

No	Jenis Produk Rotan Di Tahun 2000	Jenis Produk Rotan Di Tahun 2018
	<p>tersebut tidak dilakukan oleh pengrajin rotan tersebut.</p> <p>b. Pada tahun 2000 rotan hanya digunakan sebagai perabot rumah saja, seperti: meja, kursi, dan alat-alat dapur lainnya.</p> <p>c. Penganyaman Pada tahun 2000 penganyaman dilakukan secara manual, dan penggabungan sisi rotan hanya menggunakan lilitan dari rotan tersebut.</p>	<p>banyak variasi seperti: lampu hias, helem dari rotan, tempat galon dari rotan.</p> <p>c. Penganyaman Penganyaman dilakukan pada tahun 2018 sudah banyak dilakukan dengan alat, supaya lenih bagus hasilnya, dan dari segi penggabungan setiap rotan dilakukan dengan tambahan lem, paku, ataupun bahan logam lainnya.</p>

*Sumber : Data Lapangan, 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat perbedaan dari desain produk ditahun 2000 desain produk berupa kursi goyang, dan ditahun 2018 sudah ada desain kursi goyang yang berbentuk kursi goyang kuda-kudaan. Dan dari segi produk keranjang buah yang dulunya berbentuk biasa aja dan ditahun 2018 sudah ada berbentuk tangkai dan udah variasi lainnya. Dan dapat juga kita lihat dari segi kursi tamu pada tahun 2000 modelnya berbentuk segi empat dan pada tahun 2018 sudah ada desain yang baru berbentuk seperti oval yang dapat kita lihat tabel diatas. Dari segi varian produk dapat kita lihat pada tahun 2000 varian produk yang ada seperti tudung saji, kursi goyang, dan tempat koran. Dan pada tahun 2018 dapat juga kita lihat varian prdouknya berupa helem dari rotan, tas untuk bepergian dari rotan, dan lampu hias dari rotan. Perbedaan dari varian produk dapat kita lihat banyak varian produk yang di buat oleh pengrajain rotan pada tahun 2018 sehingga muncullah inovasi produk yang dilakukan oleh pengrajin rotan rian



tersebut, maka dapat kita lihat perbedaan pada tahun 2000 dan tahun 2018 dari segi desain produk, varian produk, dan kualitas produk yang ada pada tabel diatas.

Dalam upaya meningkatkan omzet penjualan sebagai usaha untuk menjaga dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang, maka perusahaan tersebut perlu meningkatkan wirausaha pengrajin rotan yang lebih dari produk-produk yang telah di produksi sebelumnya. Dan diharapkan sesuai dengan keinginan dan permintaan konsumen, sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang.

Berdasarkan informasi dari para pengrajin rotan dikecamatan rumbai kota pekanbaru bahwa persentasi penjualan untuk produk-produk pesanan setiap tajunnya dapat mencapai 40% dari total produksi, sisanya yang 60% merupakan produk-produk rutin yaitu anatar 10-20% biasanya pengrajin rotan akan mengobrol atau memoles kembali ( Renovasi ) produk tersebut sehingga menjadi baru.

Perencanaan produksi membutuhkan pertimbangan dan ketelitian yang terinci dalam menganalisis kebijaksanaan. Hal ini dikarenakan perencanaan ini merupakan dasar penentuan bagi manajer dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan produksi ini merupakan suatu fungsi yang menentukan batas-batas (level) dari kegiatan perusahaan dimasa yang akan datang.

Kegiatan produksi merupakan salah satu kegiatan inti yang turut menentukan sukses atau gagalnya sebuah bisnis dalam memenuhi besarnya permintaan pasar. Jika sebuah bisnis memiliki pangsa pasar yang sangat luas dengan jumlah pelanggan yang esar namun tidak mampu memenuhi besarnya



permintaan pelanggan, maka perlahan-lahan bisnis tersebut akan terpuruk begitu juga sebaliknya.

Inovasi harus mampu membuat produk berbeda dimata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Jika perusahaan dapat memperhatikan desain serta membuat inovasi baru maka pelanggan akan merasa puas dalam menggunakan produk tersebut.

Inovasi juga dapat dijadikan sebagai salah satu strategi untuk mencapai keunggulan dalam bersaing. Tujuan utama dari inovasi adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan (Wahyuno,2002:3).

Di era perdagangan bebas dan persaingan global ini, memaksa setiap perusahaan untuk siap menghadapi persaingan global ini, memaksa setiap perusahaan untuk siap menghadapi persaingan bisnis sehingga semakin ketat. persaingan ini membuat konsumen semakin kritis dalam memilih produk, sehingga menuntut perusahaan untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk yang berbeda dan juga lebih baik dibanding produk yang ditawarkan oleh pesaing. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dalam menciptakan suatu produk dan memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen.

Peluncuran produk baru tidaklah mudah, sebab pengembangan produk baru memerlukan biaya dan produk tersebut haruslah mempunyai nilai banding produk lain yang sejenisnya. Oleh karena itu kemampuan berinovasi sangat

diperlukan perusahaan. Kemampuan berinovasi merupakan tingkatan dimana individu/unit pengguna mengadopsi ide baru lebih awal dari pada lainnya.

Pengertian inovasi menurut UU No.18 tahun 2002, inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan keperkasan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada kedalam produk atau proses produksi. Jadi inovasi produk disebut juga pengalaman barang atau jasa yang benar-benar baru atau telah melalui peningkatan yang signifikan terkait karakteristik atau tujuan pengguna produk tersebut.

Penerimaan suatu inovasi, biasanya seseorang melalui beberapa tahapan yang disebut proses putusan inovasi. Proses putusan inovasi merupakan proses mental yang mana seseorang atau lembaga melewati dari pengetahuan awal tentang suatu inovasi sampai membentuk sebuah sikap terhadap inovasi tersebut, membuat keputusan apakah menerima atau menolak inovasi tersebut, mengimplementasikan gagasan baru tersebut, dan mengkonfirmasi keputusan ini. Proses sosial yang mengomunikasikan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subyektif. Makna inovasi dengan demikian perlahan-lahan dikembangkan melalui sebuah proses konstruksi sosial, inovasi yang dipandang oleh penerima sebagai inovasi yang mempunyai manfaat relative, kesesuaian kemampuan untuk dicoba, kemampuan dapat dilihat yang lebih besar, dan tingkat kerumitan yang lebih rendah lebih cepat diadopsi dari pada inovasi-inovasi lainnya.

Disinilah terletak semua peran faktor-faktor produksi dalam setiap perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur.

Artinya setiap faktor-faktor yang terdiri dari tenaga kerja, bahan baku, mesin dan modal dipandang penting dalam menunjang kegiatan produksi dapat dipisahkan dengan faktor-faktor produksi lain. Disini dapat dijelaskan faktor produksi itu adalah sumber daya yang bisa digunakan dalam kegiatan produksi yaitu untuk menciptakan atau menambah nilai guna suatu barang maupun jasa. Jadi secara umum pengertian faktor produksi adalah semua hal yang dibutuhkan oleh produsen agar dapat melakukan kegiatan produksi baik dan lancar.

Selain hal tersebut di atas, setiap usaha bisnis juga harus selalu berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dimana keuntungan tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan bisnisnya, baik itu dari segi kualitas produk maupun kuantitasnya. Tentunya untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan kerja keras dan keseriusan serta komitmen yang tinggi agar apa yang sudah menjadi tujuan awal tercapai dengan baik.

Faktor lain mempengaruhi cepat atau lambatnya sesuatu dalam melakukan kegiatan produksi dan inovasi adalah harus efektif dan efisienya kegiatan operasional. Disamping itu harus ada koordinasi yang baik dengan semua pihak yang terkait dengan masalah produksi serta harus mampu berperan aktif dan saling mendukung dalam menjalankan proses produksi dan inovasi.

Jadi secara umum, masing-masing faktor tersebut memiliki hubungan keterkaitan yang sangat erat dan tidak dapat dipisahkan. Apalagi hal menyangkut masa depan dan keberlangsungan sebuah usaha industri seperti terkenal di Jl. Yos Sudarso tepatnya di daerah Rumbai yaitu industri kerajinan rotan.

Dengan semakin banyaknya produsen yang terlibat pemenuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menetapkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Oleh sebab itu, suatu produk harus ditingkatkan kualitasnya, baik produk-produk pesanan maupun produk-produk rutin yang dapat meningkatkan penjualan.

Dengan kondisi yang ada di lapangan maka penulis menemukan beberapa gejala atau fenomena lain:

1. Ekonomi yang sangat sulit, sehingga pengrajin susah untuk memproduksi produk-produk yang mau di olahnya lagi
2. Keterbatasan tenaga kerja menyulitkan untuk memproduksi kerajinan rotan, karena dalam pembuatan produk hanya dilakukan oleh pekerja harian ( buruh ) dan pemilik usaha itu sendiri.

Berdasarkan uraian diatas dan fenomena dari permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

**“Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru ( Studi Kasus Perabot Rotan Rian)**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah yang diteliti adalah :

**”Bagaimanakah analisis inovasi produk kerajinan rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru (Studi kasus perabot Rotan Rian)?”**



## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang dilaksanakan sebagai berikut :

Untuk mengetahui dan menganalisis inovasi produk kerajinan rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru ( studi kasus perabot rotan Rian )

### **2. Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak, baik yang membaca maupun yang terlibat langsung di dalam proses dan hasil penelitian ini. Adapun manfaat yang di dapatkan dengan tercapainya tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **a. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, peneliti ini diharapkan untuk mengembangkan ilmu administrasi bisnis khususnya yang membahas tentang inovasi produk

#### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran yang dapat di jadikan sebagai bahan masukan bagi kerajinan rotan dalam meningkatkan inovasi produk

#### **c. Manfaat secara Akademik**

sebagai sumbangan pemikiran, perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya atau pembahasan masalah yang sama di masa yang akan datang.

## BAB II

### STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Studi Kepustakaan

##### 1. Administrasi

Secara terminologi apa yang disebut “Administrasi” adalah mengurus, mengatur, mengolah. Jika dibubuhi oleh awalan *pe* dan akhiran *an* pada setiap arti, maka semuanya mengandung maksud adanya keteraturan dan pengaturan sebab yang menjadi sasaran dari penguasaan, pengelohan dan apalagi pengaturan adalah terciptanya keteraturan dalam susunan dan pengaturan dinamikanya. Menurut The Liang Gie (dalam Daryanto 2013: 2) dalam pengertian, kedudukan dan ilmu administrasi mengatakan ”administrasi adalah segenap rangkain kegiatan penataan terhadap pekerjaan pokok yang dilaksanakan oleh sekelompok orang dalam bekerja sama mencapai tujuan tertentu.

Sondang Siagan ( dalam Daryanto 2013: 2) menyatakan bahwa administrasi adalah segenap rangkain kegiatan penataan terhadap pekerjaan pokok yang dilaksanahn oleh sekelompok orang adalam bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

Kata administrasi yang berasal adari bhasa Inggris, di Indonesia juga dikenal dengan istilah “*administratie*” yang berasal dari dari bhasa belanda. Pengertian administrasi dalam bahasa belanda bersifat terbatas dan hanya menyangkut sebagian kecil dari pengertian administrasi yang sebenarnya. Administrasi yang mengandung pengertian sempit itu terutama dimasukkkan sebagai ketatausahaan yang diartikan sebagai “kegiatan penyusunan keterangan-

keterangan secara sistematis dan pencatatan-pencatatan secara tertulis semua kegiatan yang diperlukan dengan maksud memperoleh suatu ikhtiar mengenai keterangan-keterangan itu dalam hubungannya satu sama yang lainnya.

Dengan demikian, administrasi merupakan kegiatan tulis-menulis, mengirim dan menyimpan keterangan. Administrasi sering dikaitkan dengan aktivitas administrasi perkantoran yang hanya merupakan salah satu bidang dari aktivitas administrasi yang sebenarnya.

William H. Newman (dalam Daryanto 2013;3) administrasi adalah pemberian pedoman, kepemimpinan dan pengendalian kegiatan-kegiatan sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama.

Sedangkan menurut Hodgkinson mendefinisikan administrasi sebagai *“those aspects dealing more with the formulation of purpose, the value-laden issue, and the human component of organizations”* administrasi adalah aspek-aspek yang lebih banyak berurusan dengan formulasi tujuan, masalah terkait nilai, dan komponen manusia dalam organisasi (dalam Kusdi, 2011;7).

Dari beberapa pengertian para pakar di atas maka dapat disimpulkan bahwa administrasi dapat disartikan sebagai suatu kegiatan/usaha untuk membantu, melayani, mengarahkan dan mengatur semua kegiatan organisasi di dalam mencapai tujuan secara tertib, efisien dan efektifitas.

Menurut Haryadi (2009:1) ada dua pengertian administrasi yaitu administrasi sempit dan administrasi dalam arti luas.

- a. administrasi dalam arti sempit adalah kegiatan penyusunan dan pencatatan data dan informasi secara sistematis dengan tujuan untuk menyediakan

data dan informasi secara sistematis dengan tujuan untuk menyediakan keterangan serta memudahkan memperolehnya kembali secara keseluruhan dan dalam suatu hubungan satu sama lain. Administrasi dalam arti sempit ini sebenarnya lebih tepat di sebut dengan tata usaha.

- b. Administrasi dalam arti luas adalah kegiatan kerja sama yang di lakukan sekelompok orang berdasarkan pembagian kerja sebagai mana di tentukan dalam struktur dengan mendayagunakan sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efesien. Jadi penegrtian adaministrasi dalam arti luas memiliki unsur-unsur sekelompok orang, kerjasama, pembagian tugas secara terstruktur, kegiatan yang runtut dalam proses, tujuan yang akan dicapai, dan pemanfaatan berbagai sumber.

## **2. Konsep Organisasi**

Organisasi merupakan pengelompokan orang-orang ke dalam aktivitas kerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (fayol dan Drucker). Pengorganisasian merupakan penyusunan dan pengelompokkan bermacam-macam pekerjaan, Misalnya berdarkan jenis yang harus dikerjakan menurut urutannya, menurut sifatnya, menurut fungsinya, menurut waktu dan kecepatannya. Sedangkan organisasi merupakan penguasaan orang-orang ke dalam fungsi pekerjaan yang harus dilakukan agar terjadi aktivitas kerja secara dalam mencapai tujuan.

Menurut siagan (dalam Engkoswara dan komariah 2010: 141 ) organisasi adalah setiap bentuk-bentuk persekutuan antara duang orang atau lebih secara formal terikat dalam rangka pencapain suatu tujuan yang telah ditentukan, dalam



ikatan mana terdapat seorang/beberapa orang yang disebut atasan dan seorang/sekelompok orang yang disebut bawahan.

Menurut Prajoedi ( dalam Engkoswara dan komalasari 2010:141) organisasi adalah struktur tata pembagian kerja dan struktur tata hubungan kerja sama antara sekelompok orang pemegang posisi yang bekerjasama secara tertntu untuk bersma-sama mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Siagan (2003:6) mendefenisikan organisasi adalah setiap bentuk persekutuan antara dua orang manusia atau lebih yang bekerja sama secara formal terikat dalam rangka pencapain sutau tujuan yang telah ditemukan dalam suatu ikatan yang mana terdapat seseorang atau beberpa orang yang disebut atasan yang bawahan

Menurut Hasibuan (2010;24) organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekrja sama lam mencapai tujuan.

Menurut Darwis, dkk (2009;10) organisasi merupakan suatu wadah dari unsur-unsur administrasi yang lainnya dalam rangka pencapain tujuan yang telah diciptakan. Senada dengan pendapat tersebut, Zulkifli (2005;74), mengemukakan bahwa konsep organisasi sebagai wadah pelaksanaan kerja sama, dan juga mencakup rangkaian aktivitas pembagian tugas, penunjukkan staf, pendelegasian wewenang dan tanggung jawab dalam rangka pencapain tujuan organisasi.

### **3. Konsep Manajemen**

Istilah manjemen terjemahannya dalam bahsa Indonesia hingga saat ini belum ada keseragamn.Berbagai istilah yang dipergunakan, sperti ketatalaksanaan, manajemen, management dan pengurusan. Untuk menghindari

penafsiran yang berbeda-beda, dalam tulisan ini kita pakai istilah aslinya, yaitu “manajemen”

Bila kita mempelajari literature manajemen, maka akan ditemukan bahwa istilah manajemen mengandung tiga pengertian, yaitu *pertama*, manajemen sebagai suatu proses, *kedua* manajemen sebagai kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen, dan *ketiga*, manajemen sebagai suatu seni ( *art* ) dan sebagai suatu ilmu.

Menurut Hasibuan (2014;2) Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

Siswanto (2009;2) manajemen adalah seni dan ilmu dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian dan pengendalian terhadap orang dan mekanisme kerja untuk mencapai tujuan.

Manajemen menurut Haiman (dalam Manullang 2004: 1) mengatakan bahwa manajemen adalah fungsi untuk mencapai suatu melalui kegiatan orang lain dan mengawasi usaha-usaha individu untuk mencapai tujuan bersama. Menurut Terry(dalam Manullang 2004:1) mengatakan bahwa manajemen adalah pencapaian tujuan yang diciptakan terlebih dahulu dengan mempergunakan kegiatan orang lain.

Manajemen dapat didefinisikan dari dua sudut pandang, yaitu sebagai proses penyelenggaraan sebagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan dan sebagai kemampuan atau keterampilan orang yang menduduki jabatan manajerial

untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain (Siagan;2008).

Manajemen Pfifner (dalam Suryorto,2013;2) *management is concerned with the direction of these individuals and functions to end previously determined* (manajemen berhubungan dengan pengarahan orang dan tugas-tugasnya untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan.

Maka dari itu manajemen dapat di defenisikan sebagai“ manajemenadalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah diciptakan.

### **3. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkain proses untuk menciptakan, megeomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentinnnya ( Philip Khotler 2008 :5)

Pemasaran adalah termasuk salah asatu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam penciptaan nilai ekonomi. Pada saat ini kegiatan *pemasaran* mempunyai peranan yang sangatpenting dalam dunia usaha.kadang-kadang istilah pemasaran ini diartikan sama dengan beberapa istilah pemasaran ini diartikan sama dengan beberapa istilah, seperti: penjualan, perdagangan, dan distribusi. Pemasaran merupakan konsep yang menyeluruh, sedangkan istilah yang lain tersebut hanya merupakan satu bagian, serta kegiatan dalam system

pemasaran secara keseluruhan. Jadi, pemasaran merupakan keseluruhan dari pengertian tentang :

1. Penjualan
2. Perdagangan
3. Distribusi

Menurut *American Marketing Association* (dalam manajemen pemasaran 2017:4) pemasaran diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Istilah pemasaran yang dibicarakan sebenarnya penafsirannya terbatas hanya pada satu bagian dari kegiatan pemasaran yang menyeluruh. Pada dasarnya pembatasan diatas berada dalam lingkup kegiatan atau aktifitas yang berkaitan dengan usaha untuk menyerahkan barang atau jasa yang dihasilkan pada suatu tingkat harga yang dapat memberikan keuntungan padanya.

Menurut *American Marketing Association 1960* (dalam manajemen pemasaran 2017:3), pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa produsen ke konsumen. Disamping penafsiran ini terdapat pula pandangan yang lebih luas, yang menyatakan pemasaran merupakan proses kegiatan yang mulai jauh sebelum barang-barang atau bahan-bahan masuk dalam proses produksi.

Kotler menjelaskan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka



butuhkan dan inginkan melalui penciptakan dan pertukaran produk dan nilai suatu sama lain ( dalam Tjiptono dkk, 2008: 3).

Swatha ( 2000:18 ) menyatakan bahwa: konsep pemasaran terbagi menjadi tiga unsur pokok :

1. Orentasi konsumen

Suatu perusahaan atau organisasi yang ingin memeperlihatkan konsumen harus melakukan usaha-usaha sebagai berikut:

- a. menentukan kebuthan pokok dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.
- b. Memilih kelompok pembeli tertentu sebagai sarana penjalnnya.
- c. Menentukan produk dan program pemasarannya.
- d. Mengadakan penelitian pada konsumen untuk mengukur, menilai, dan menafsirkan keinginan, sikap serta tingkah laku konsumen.
- e. Menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik, apakah menitik beratkan pada mutu yang tinggi, harga yang murah atau model yang menarik.

2. Koordinasi dan integrasi dalam perusahaan.

Untuk membeli kepuasan konsumen secara optimal, semua elemen-elemen pemasaran yang ada harus koordinasikan dan integrasikan. Disamping itu juga harus dihindari adanya pertentangan di dalam perusahaan kemampuan perushaan dalam menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

3. Mendapatkan laba melalui pemuasan konsumen.

Adanya kepuasan diri harus menyadari bahwa tindakan mereka sangat mempengaruhi pelanggan atas suatu produk akan memberikan keuntungan bagi perusahaan karena dapat meningkatkan laba. Dengan demikian, maka konsep pemasaran mengisyaratkan bahwa kegiatan pemasaran suatu perusahaan harus dimulai dengan usaha menegani dan merumuskan keinginan dan kebutuhan demi konsumennya yang didukung dengan bauran pemasaran agar dapat memuaskan konsumen.

## 5. Produk

Secara konseptual, produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atau sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Secara lebih rinci konsep produk total meliputi barang kemasan, merek, label, pelayanan dalam jaminan ( Dalam Fandi Tjipto, 2008:95).

Menurut Wells dan Prensky “ produk adalah sesuatu yang berwujud berupa barang, atau sesuatu yang tidak berwujud yang memuaskan kebutuhan konsumen “ dalam Suparyano & Rosad, ( 2015:104).

Sementara menurut Fandy Tjiptono ( 2007:465) produk adalah segala sesuatu ( barang, jasa, orang, tempat, ide, informasi, organisasi ) yang dapat ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan kegiatan dan keinginan.

Namun menurut Philip Kotler ( 2002:212 ) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk dapat diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Kotler mengatakan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen, Dalam Arief Rahman ( 2010:9 ).

Masih menurut Fandi Tjiptono (2008:96) dalam merencanakan produk/penawaran, pemasaran perlu memahami lima tingkat produk, yaitu:

- a. Produk utama/inti, yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
- b. Produk generic, yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar ( rancangan produk minimal agar dapat berfungsi ).
- c. Produk harapan, yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal ( layak ) diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- d. Produk pelengkap, yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dengan produk pesaing.
- e. Produk potensial, yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa mendatang.

Menurut Etzal, Walker, dan Stanton “ produk adalah suatu kumpulan atribut berwujud dan tidak berwujud yang terdiri dari kemasan, warna, harga, kualitas.

## 6.Manajemen Inovasi

Manajemen inovasi merupakan alat yang digunakan oleh manajer maupun organisasi atau perusahaan untuk mengembangkan produk dan inovasi organisasi atau dengan kata lain manajemen inovasi adalah pengelolaan pengorganisasian sebuah proses.

Inovasi merupakan system aktivitas organisasi yang menstarsformasi teknologi mulai dari ide sampai komersialisasi. Istilah inovasi, *intrepreneurship*, investasi, discovery, dan R&D sering digunakan saling menggantikan (interchangeable). Namun sebenarnya ada perbedaan antara istilah-istilah tersebut. inovasi mengacu kepada pembaharuan suatu produk, prosese, dan jasa baru, interpreneurship melibatkan identifikasi dan eksploitasi peluang untuk inovasi.

Beberapa penelitian menyarankan beberapa aktivitas yang harus diimplementasikan dalam proses manajemen atau pengelolaan inovasi. Ada lima aktivitas yang dibutuhkan dalam menciptakan inovasi sebagai kompensasi inti organisasi yaitu :

### 1. Integrasi teknologi

Menitikberatkan pada integrasi antar teknologi dan produk perusahaan dan juga pada pentingnya pencapaian kepuasan konsumen melalui inovasi. Untuk mencapai tujuan dan sasarannya perusahaan, administrasi dengan proses pengembangan produk.



## 2. Proses Inovasi

Menitikberatkan pada aktivitas-aktivitas proses bisnis yang bersifat *crossfunctional* antar departemen dalam suatu perusahaan. Tidak hanya satu departemen yang memiliki tanggung jawab terhadap aktivitas manajemen inovasi tetapi semua departemen dalam organisasi memiliki tanggung jawab yang sama terhadap tugas ini, sehingga sangat penting untuk melihat bagaimana departemen-departemen yang ada bekerja sama untuk menciptakan inovasi produk.

## 3. Perencanaan strategi teknologi

Menitikberatkan pada perencanaan teknologi dan kompetensi proyek dengan tujuan memelihara keseimbangan portofolio teknologi dan kompetensi.

## 4. Perubahan Organisasi

Inovasi sangat erat kaitannya dengan perubahan organisasi yang akan mempengaruhi kebutuhan organisasi akan pengetahuan baru, pasar baru, pekerjaan baru dan sebagainya. Oleh karena itu, sangat sulit bagi perusahaan untuk mengimplementasikan tanpa pertimbangan perubahan organisasi.

## 5. Pengembangan Bisnis

Inovasi dalam organisasi seharusnya dipandang sebagai suatu alat untuk menciptakan dan memperbaiki bisnis bagi perusahaan. Inovasi dapat menjadi pengendali pengembangan bisnis sebagai elemen manajemen inovasi terpenting.

Secara spesifik ada tiga tipe inovasi ( Samson, 1998). ( Dalam Lena Ellitan 2009:3) inovasi produk, inovasi proses, inovasi system manjerial. Salah satu alasan mengapa inovasi sangat diperlukan adalah cepatnya perubshsn lingkungan bisnis yaitu semakin dinamik dan hostile. Sebuah organisasi yang inovatif memiliki ciri-ciriseperti kolaborasi organisasi yang intensif, melakukan manajemen terhadap ketidak pastian lingkungan bisnis, dan mengakui pentingnya kapabikitas teknologo

Saleh dan Wang (1993) (dalam Lena Elliten 2009:3) mengembangkan satu dari model komprehensif yang mengidentifikasi tiga kunci sukses organisasi untuk melakukan inovasi secara efektif, yaitu:

1. *Entreprenueral* strategis yaitu berani mengambil resiko, melakukan pendekatan bisnis yang proaktif, dan komitmeb manajemen.
2. Struktur organisasi yaitu dengan struktur yang lebih fleksibel, adanya disiplin interfunksional, dan orientasi pada tim kerja lintas fungsional'
3. Iklim organisasi yaitu iklim yang promotif dan terbuka, kekuatan dan kekuasaan dalam organisasi disebarkan tidak terpusat pada jenjang atas, dan memberikan system imbalan yang efektif.

Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produkmembutuhkan kesesuain antara proses dan lingkungan yang mendukung. Di samping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus dan bukan terlaksana secara incidental ( Zekon, 1985) ( dalam Lena Ellitan 2009:4)

Inovasi produk baru merupakan cara terpenting bagi perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan mencapai keunggulan kompetitif (Gaynor,1996) (dalam Ellitan 2009:4). Proses inovasi produk tersebut akan berdampak secara langsung terhadap keberhasilan perusahaan yang ditunjukkan dengan peningkatan *revenue* maupun profitnya. Inovasi berkaitan dengan waktu dan kecepatan merupakan faktor kesuksesan kunci strategi berbasis waktu pada era 1990-an meruoakan alat yang sangat penting dalam bersaing, seperti halnya faktor kecepatan seabagao satu kekuatan dalam memasuki pasar. Global. Strategi inovasi berbasis waktu sebagai satu *competitive, advantage*, digunakan untuk mengubah teknologi baru ke produk baru saccar cepat ( Musselwhite,1990) ( dalam Lena Ellitan 2009:5 )

Startegi inovasi harus disertai adanya *continuous improvement*, yaitu penyempurnaan proses pruduksi dan inovasi secara terus menerus terlepas dari apakah proses tersebut telah mampu menghasilakn produk yang sesuai target inovasi atau tidak. Pengertian terus menerus disini adalah bertahap dan tanpa batas (*Never ending*).Dengan diterapkannya *continuous improvement* diharapkan perusahaan bisa melakukan inovasi, memenehu tuntutan konsumen serta bergerak lebih cepat dari pesaing.

## **7. Inovasi Produk**

Ada berbagai macam inovasi, salah satunya yang sangat populer adalah inovasi produk. Banyak perusahaan yang sudah memandang inovasi dalam produk yang mereka produksi sebagai salah satu hal yang paling penting. Inovasi produk dianggap sebagai faktor penentu dari peningkatan pertumbuhan ekonomi

perusahaan. Banyak perusahaan yang melakukan inovasi dalam produk yang mereka pasarkan sebagai sebuah bentuk strategi yang dilakukan perusahaan.

Inovasi produk terdiri dari yaitu:

- a. Pembuatan lini/jenis produk yang baru
- b. Frekuensi diperbanyak untuk motif/warna/desain baru yang diproduksi perbulan/pertahun
- c. Membuat desain dengan aplikasi atau aksesoris berbeda
- d. Mampu menghasilkan produk/layanan turunan
- e. Selalu melakukan kegiatan perbaikan kualitas produk/layanan
- f. Selalu melakukan kegiatan perbaikan kualitas produk/layanan
- g. Komitmen untuk tidak merusak lingkungan/membuang limbah.
- h. Penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan.

Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk menggantikan produk lama tersebut.

Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan keseimbangan antara proses dan lingkungan yang mendukung. Disamping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus-menerus.



Menurut *nasution* ( 2005;44 ) inovasi produk didefenisikan sebagai produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Inovasi produk menurut *busiess dictionary* bukan hanya merupakan sebuah pengembangan produk, namun inovasi produk juga dapat berupa pengenalan produk baru, mengkonsep ulang dalam rangka meningkatkan baran atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan.

Pengembangan produk baru merupakan satu-satunya faktor yang paling penting didalam mengendalikan kesuksesan ataupun kegagalan perusahaan. Untuk kesuksaan pengembangan produk baru tersebut, perusahaan harus secara serempak menemukan dua sasaran krtis yaitu memaksimalkan secara tepat apa yang dibutuhkan konsumen dan menimalkan waktu masuk produk kedalam pasar.

Tujuan utama dari inovasi adalah diadopsinya suatu inovasi (ilmu pengetahuan, teknologi, bidang pengembangan masyarakat) oleh anggota sistem sosial tertentu. Sistem soaial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi samapi masyarakat.

Karakteristik inovasi terdiri dari keuntungan relatif dalam bidang ekonomi ( faktor prestis sosial, kenyamanan dan kepuasan ), ketahan/ kekuatan ( tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang konsisten dengan nilai yang ada, pengalaman-pengalaman mas lalu, dan kebutuhan akan para pengguna potensial ), kompleksitas ( tingkat dimana hasil-hasil inovasi dapat dilihat oleh pihak lain ) *Suwarman :2010*

Untuk memenangkan persaingan perusahaan harus melakukan inovasi. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Inovasi harus mampu membuat produk berbeda dimata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing.

Pelucuran produk baru tidaklah mudah, sebab pengembangan produk baru memerlukan biaya dan produk tersebut haruslah mempunyai nilai dibandingkan produk lain yang sejenis. Oleh karena itu kemampuan berinovasi sangat diperlukan perusahaan. Kemampuan berinovasi merupakan tingkatan dimana individu/unit pengguna mengadopsi ide baru lebih awal pada anggota sistem lainnya ( *Suwarman:2010* )

*Kotler ( 2007:36 )* Mendefinisikan inovasi produk sebagai gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lainnya. Jadi inovasi bukanlah dari suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkebangan dari suatu pasar yang baru saja, tetapi inovasi merupakan gambaran dari semua proses-proses tersebut.

*Nasution ( 2005:44 )* menyatakan bahwa inovasi produk merupakan produk tau jasa diperkenalkan kepasar. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi duni, lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya.

Lukas danfarrel ( 2000:240 ) inovasi produk dapat dikategorikan lebih ringkas dalam tiga kategori yaitu :

1. Perluasan produk ( *Line extensions* )

Perluasan produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.

2. Peniruan produk ( *me-too products* )

Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar bagi pasar.

3. Produk baru ( *new-to-the-word products* )

Produk baru merupakan yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

Sebuah inovasi produk adalah sebuah proses yang diusahakan oleh produsen atau perusahaan pembuat produk, dengan tujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Selain hal tersebut, inovasi produk juga berarti dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin berkembang. Sudah tidak diragukan lagi, bahwa inovasi merupakan sebuah proses yang sangat kompleks, bahkan banyak yang mendefinisikan inovasi sebagai suatu hal yang problematik.

Kotler dan Armstrong ( 2010 ) menyatakan ada 3 konsep unggul inovasi produk yaitu :

### 1. Varian Produk

Yang dimaksud dengan varian produk adalah sifat dan sesuatu yang unik, istimewa dan kehasan yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai jual tambahan. Produk yang baru ditawarkan dengan ciri-ciri ( keistimewaan ) yang berbeda. Ciri atau keistimewaan merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing. Beberapa perusahaan sangat inovatif dalam menambah ciri-ciri baru. Ciri produk merupakan alat pembeda yang membedakan produk dari produk pesaing, yang merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan produk di pasar.

### 2. Desain atau rancangan produk

Desain atau rancangan produk sebagai sebuah keistimewaan yang dapat mempengaruhi bukan hanya penampilan namun juga fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen. Beberapa perusahaan mempunyai reputasi karena desainnya yang benar-benar bagus, harus disadari betul desain merupakan salah satu senjata ampuh dalam memasarkan produk.

### 3. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan sebuah tingkatan dari produk yang mampu melakukan fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Fungsinya yang dimaksud diantaranya adalah daya tahan produk, kehandalan dan ketelitian dari produk yang dihasilkan.



Kreatifitas memiliki tujuan untuk membuat perubahan atau inovasi, sehingga kehidupan yang terbatas menjadi lebih menarik dan dapat terpenuhi. Sedenagkan inovasi dibutuhkan untuk menghasilakn proses dalam mengembangkan binsis. Dengan demikian, kreatifitas dibutuhkan untuk mendorong perubahan atau inovasi dari sebua kondisi menjadi lebih baik, dimana terdapat penyelesaian masalah melalui ide-ide baru atau dieprbarai.

### **Inovasi Produk Pada Usaha Kecil dan Menengah**

Sebua artikel yang dipublikasikan oleh kementrian koperasi dan usaha kecil dan menengah ( 2013 ), menyatakan bahwa 20% dari UKM yang siap menghadap pasar persaingan bebas yang akan datang. Para pelaku usaha tersebut dianggap siap melalui bergagai macam produk kreatif dan inovasi yang sudah dimulai dikembangkan sejak beberapa tahun yang lalau. Dengn kata lain, pe,erimtah juga menilai bahwa salah satu hal yang mampu membantu para pelaku usaha untuk bertahan dan berkembang adalah inovasi produk.

Inovasi produk yang berhasil dan sukses ialah produk yang dapat menghasilkan sebuah konfigurasi yang berbeda dari hanya skedar perubhan biaya danmanfaat.

*Barendes* ( 2012 ) menyebutkan keterbatasan usaha kecil dalam melakukan inovasi produk dibandingkan perusahaan yang sudah besa yakni :

1. Terbatasnya sumber daya manusia dalam kemampuan yang dimilikinya dalam hal pengerjaan inovasi.

2. Terbatasnya sumber daya finansial untuk menutupi biaya sebagai konsekuensi dari inovasi produk.
3. Setiap inovasi selalu memiliki resiko, sedangkan usaha kecil tidak memiliki kekuatan untuk bertahan jika terlalu banyak kegagalan
4. Kurangnya portofolio dan kekuatan pemasaran produk baru di bandingkan usaha besar.
5. Posisi usaha kecil dalam industri memungkinkan untuk menghambat tercapainya inovasi dikarenakan kurang memiliki kredibilitas merek dan *track record*
6. Memiliki pengaruh yang terbatas dengan bisnis dalam standar industri
7. Jaringan relasi yang terbatas dengan bisnis lain dan organisasi pemerintah
8. Tidak memiliki kemampuan untuk mempertahankan merek dagang atau hal yang bersifat legal lainnya.
9. Tidak signifikannya tekanan ataupun insentif untuk melakukan inovasi secara rutin. Dalam suatu waktu mungkin hanya ada sedikit atau bahkan ada inovasi dalam produk pun terbatas
10. Inovasi produk yang dilakukan bersifat interaktif, berbanding terbalik dengan usaha besar yang sifatnya terencana dan linier.

Terdapatnya tiga tahapan yang dapat menjadi inspirasi dalam memulai melakukan inovasi produk, yaitu :

1. Mengamati dunia luar

Melakukan inovasi produk adalah dengan melihat dan mengamati dunia luar lingkungan yang biasa dihadapi. Jangan terlah terpaku dengan lingkungan internal, karena dapat membatasi kreatifitas seseorang.

2. Mobilisasi individu

Menjalin hubungan dengan orang-orang yang mampu memberikan nilai tambah dalam industri yang digeluti sangatlah disarankan. Di dalam bisnis terdapat macam peluang yang terkadang tidak disangka oleh para pelakunya. Begitu juga dalam melakukan inovasi dan pengembangan produk.

3. Teknologi baru

Teknologi baru dapat menjadi sumber inspirasi dalam melakukan inovasi produk. Pengguna teknologi baru oleh perusahaan besar sudah sangat lumrah terjadi, bukan hanya dari sisi operasional barang yang diproduksinya saja, namun juga pada sisi distribusi dan pemasaran.

## 8. Kerajinan

Kerajinan adalah sebutan bagi suatu benda hasil karya seni manusia. “kata kerajinan “ berasal dari kata “rajin” yang artinya barang/ benda yang dihasilkan oleh keterampilan tangan.

Kerajinan terbuat dari dari berbagai bahan. Dari kerajinan ini menghasilkan hiasan atau benda seni maupun barang pakai. Biasanya istilah ini diterapkan untuk cara tradisional dalam membuat sesuatu.

Nilai-nilai yang dibutuhkan untuk membuat suatu kerajinan adalah memiliki kecakapan, keahlian, penguasaan dalam proses pembuatan produk, dan kreatif/imajinasi.

Kerajinan terdiri dari 2 jenis yaitu:

1. Kerajinan bahan alam, merupakan kerajinan yang terbuat dari bahan alam atau bahan dasarnya bahan-bahan alam seperti: serat alam, bambu, rotan.
2. Kerajinan rotan buatan, merupakan kerajinan yang terbuat dari bahan buatan seperti : plastik, gips, sabun, lilin, dan lain-lain

Beda kerajinan dan produk :

- a. Kerajinan : dibuat dengan tangan
- b. Pabrik : dibuat dengan mesin

Jenis-jenis produk kerajinan yang berasal dari Indonesia :

- a. Rotan
- b. Batik
- c. Kayu
- d. Logam
- e. Batu
- f. Tanah Liat/keramik/gerabah
- g. Tenun serat/ tekstil

## 9. Rotan

Rotan merupakan hasil kekayaan alam yang sangat besar di Indonesia, rotan adalah hasil hutan non kayu yang dapat memberi kontribusi kepada masyarakat dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Rotan adalah tanaman



pemanjat dari famili Palmae. Rotan tumbuh liar di dalam hutan ada yang sengaja ditanam. Tumbuhan rotan bersifat kuat dan lentur sehingga sangat cocok sebagai benda kerajinan dengan teknik anyaman. Contoh produk kerajinan dari bahan rotan banyak digunakan pada meja, kursi, lemari, tempat makan, dan lain-lain.

Batang rotan merupakan tumbuhan berjenis selulosa yang dimanfaatkan untuk keperluan sehari-hari seperti mebel, kerajinan, tikar dan tali. Pemanfaatan rotan harus didasari oleh sifat dasarnya, karena pada hakekat rotan memiliki sifat, bentuk dan ukuran yang berbeda. Bentuk batang rotan umumnya silindris yang terdiri dari ruas-ruas dengan ukuran 10-50 cm, sedangkan diameter berkisar 6-50 mm. Setiap ruas dibatasi oleh buku yang terlihat gelongate Becc. ) dan ada yang mengkerut misalnya pada manau ( Calmus manan Mig. ) (Rachman dan Jasni, 2006 ). Sifat dasar rotan sebagai bahan baku mebel dan kerajinan meliputi struktur anatomi, komposisi kimia serta sifat fisika dan mekanika

## 10. Penelitian Terdahulu

**Tabel 11.1. Penelitian Terdahulu**

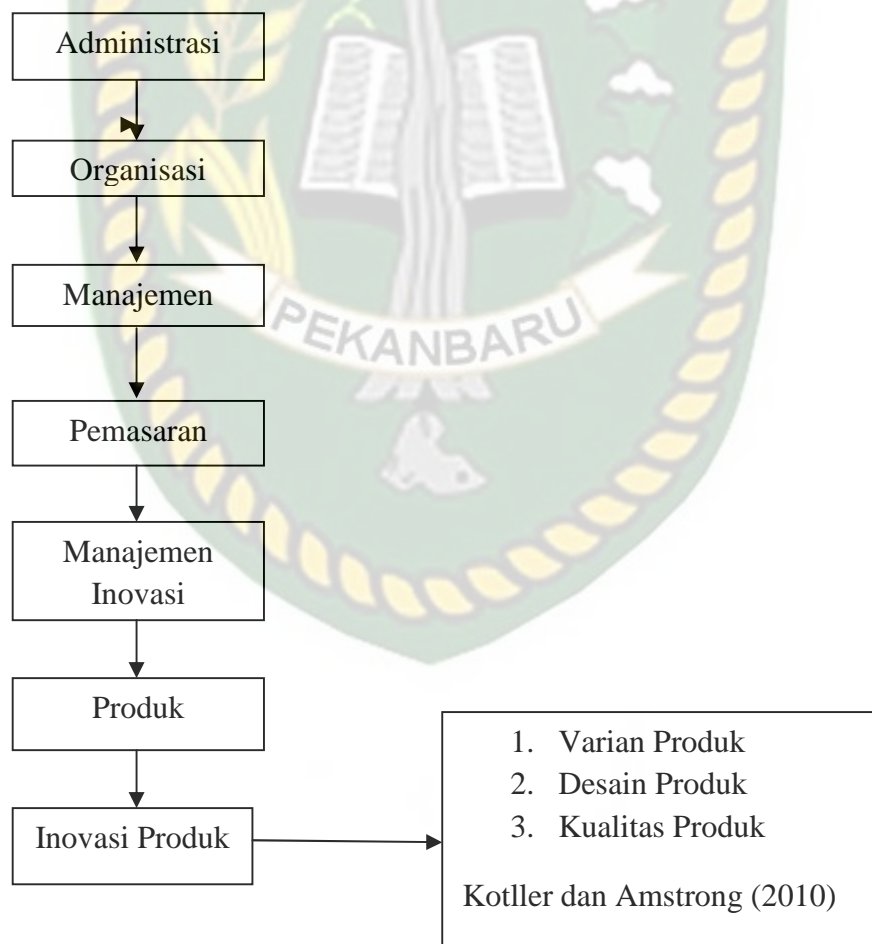
<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil/Temuan</b>	<b>Variabel yang Terkait</b>
1	2016	Jenny Prawitasari	Analisis Inovasi Produk Bolu Komojo LUKY Khas Melayu Riau Di Pekanbaru	Dapat disimpulkan bahwa untuk variabel Analisis Inovasi Produk Bolu Komojo Luky Khas Melayu Riau Pekanbaru Cukup Baik artinya dari segi kemasan, pemasaran dan kualitas yang dimiliki	Analisis Inovasi Produk Bolu Komojo

No	Tahun	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil/Temuan	Variabel yang Terkait
				<p>produk bolu komoyo Luky masih perlu ditingkatkan lagi, agar produk bolu komoyo Luky yang telah menjadikan makan khas kota Pekanbaru lebih dikenal baik bukan hanya di dalam kota Pekanbaru di luar maupun di Luar negeri.</p>	Luky
2	2017	Novita Eka Sari	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis Pada UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya	Inovasi Produk berpengaruh secara simultan Terhadap keputusan pembelian	Inovasi Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen
3	2017	Nur Sia Taha	Pengaruh Inovasi Produk dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian di THE CENTRUM(Survey Terhadap Konsumen The Centrum Restaurant)	Bahwa Inovasi Produk berada dalam kategori baik, sales promotion berada dalam kategori cukup baik dan keputusan pembelian berada dalam kategori baik. Sedangkan untuk hasil penelitian Verivikatif variabel inovasi	Inovasi Produk dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian

No	Tahun	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil/Temuan	Variabel yang Terkait
				produk dan sales promotion memberikan pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian.	n

### B. Kerangka Pikir

Gambar II.1 Kerangka Pikiran



Sumber :Modifikasi Penulis Tahun 2018

## C. Konsep Operasional dan Operasional Variabel

### a. Konsep Operasional

Untuk memperjelas konsep teoritis yang telah dicantumkan dan untuk memperjelas kesamaan pengertian, maka penulis mengoperasikan konsep tersebut untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini.

- a. Administrasi merupakan kegiatan tulis-menulis, mengirim dan menyimpan keterangan. Administrasi sering dikaitkan dengan aktivitas administrasi perkantoran yang hanya merupakan salah satu bidang dari aktivitas administrasi yang sebenarnya.
- b. Organisasi merupakan pengelompokan orang-orang ke dalam aktivitas kerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (fayol dan Drucker). Pengorganisasian merupakan penyusunan dan pengelompokkan bermacam-macam pekerjaan, Misalnya berdarkan jenis yang harus dikerjakan menurut urutannya, menurut sifatnya, menurut fungsinya, menurut waktu dan kecepatannya.
- c. Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah diciptakan.
- d. Pemasaran adalah termasuk salah asatu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam penciptaan nilai ekonomi. Pada saat ini kegiatan *pemasaran* mempunyai peranan yang sangatn penting dalam dunia usaha. kadang-kadang istilah pemasaran ini diartikan sama dengan beberapa istilah pemasaran ini diartikan sama dengan beberapa istilah, seperti: penjualan, perdagangan, dan



distribusi. Pemasaran merupakan konsep yang menyeluruh, sedangkan istilah yang lain tersebut hanya merupakan satu bagian, serta kegiatan dalam system pemasaran secara keseluruhan.

- e. Produk adalah pemhaman subjektif dari produsen atau sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dajinkeinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kpasitas organisasi serta daya beli pasar.
- f. Manajemen inovasi adalah alat yang digunakan oleh manajer maupun organisasi atau perusahaan untuk mengembangkan produk dan inovasi organisasi atau dengan kata lain manajemen inovasi adalah pengeolaan dan pngorganisasian sebuah proses.
- g. Inovasi produk merupakan hasil dari pngembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh dipasaran, diperlukan sebagai inovasi untuk mrngganti produk lama tersebut.
- h. Varain produk merupakan varian dari sebuah produk adalah sesuatu yang unik, istimewa dan kekhasan yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai tambahan.
- i. Desain dan Rancangan Produk sebagai sebuah keistimewaan yang dapat memengaruhi bukan hanya penampilan namun juga fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen.
- j. Kualitas produk merupakan hasil sebuah tingkatan dari sebuah produk yang mampu melakukan fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Fingsinya yang

dimaksud diantaranya adalah daya tahan produk, kehandalan dan ketelitian dari produk yg dihasilkan.

- k. Kerajinan adalah sebutan bagi suatu benda hasil karya seni manusia. “kata kerajinan “ berasal dari kata “rajin” yang artinya barang/ benda yang dihasilkan oleh keterampilan tangan.
- l. Rotan merupakan hasil kekayaan alam yang sangat besar di Indonesia, rotan adalah hasil hutan non kayu yang dapat memberi kontribusi kepada masyarakat dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Rotan adalah tanaman pemanjat dari famili Palmae. Rotan tumbuh liar di dalam hutan ada yang sengaja ditanam.

## 2. Operasional Variabel

Untuk memudahkan arah penelitian ini yang terdiri dari suatu variabel yaitu wirausaha yang terdiri dari Kinerja, daya tahan dan setetika

**Tabel II.2 : Operasional Variabel Penelitian**

Konsep	Variabel	Indikator	Sub indikator	Skala
Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkain proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengola hubungan	Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum.	1. Varian Produk	a. keistimewaan produk b. keunikan produk c. kekhasan produk	Ordinal
		2.Desain produk	a. warna produk b. penampilan c. ukuran	Ordinal

Konsep	Variabel	Indikator	Sub indikator	Skala
pelanggan dengan cara yang menuntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. (Philip Khotler 2008: 5)	(Wawan Dhewanto dkk, 2014 : 67)	3.Kualitas produk	a. daya tahan produk b. kelayakan produk c. keandalan	Ordinal

sumber : data olahan, 2018

#### D. Teknik Pengukuran

Teknik pengukuran ini menggunakan skala likert yang merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian (fenomena sosial spesifik), seperti sikap, pendapat, dan persepsi sosial atau sekelompok orang (Sugiono, 2010:107). Dalam menganalisis Inovasi Produk pada pengrajin rotan dikecamatan rumbai kota Pekanbaru, peneliti membedakan kedalam tiga kategori yaitu : Baik (3), cukup baik (2), dan kurang baik (1).

Variabel inovasi produk memiliki 4 indikator yaitu : varian produk, desain produk, kualitas produk . untuk variabel ini penulis mengajukan 9 item pertanyaan berdasarkan nilai skor untuk 33 responden dengan persentase Baik 100% dan persentase Cukup Baik 67% dan dengan persentase Kurang Baik 33% dengan demikian penilaian terhadap variabel dinyatakan :

Baik : Apabila indikator keunikan produk, keistimewaan produk, kekhasan produk, harga produk, penampilan, ukuran, daya tahan produk, kelayakan produk, keandalan yang dipilih responden, berada pada persentase 68%-100%.

Cukup Baik :Apabila indikator keunikan produk, keistimewaan produk, kekhasan produk, harga produk, penampilan, ukuran, daya tahan produk, kelayakan produk, keandalan, keandalan yang dipilih responden, berada pada persentase 34%-67%.

Kurang baik :Apabila indikator keunikan produk, keistimewaan produk, kekhasan produk, harga produk, penampilan, ukuran, daya tahan produk, kelayakan produk, keandalan yang dipilih responden, berada pada persentase 0%-33%

Selanjutnya untuk mengetahui lebih terperinci masing-masing penilaian atas variabel wirausaha yang terdiri dari 3 indikator ini dapat dilihat berikut:

#### 1. Varian produk

Baik :Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator varian produk, berada pada persentase 68%-100%

Cukup Baik :Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indicator varian produk , berada pada persentase 34%-67%.

Kurang baik :Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikatoe varian produk,berada pada persentase 0%-33%.



b. Desain produk

Baik :Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indicator Desain Produk berada pada persentase 68%-100%.

Cukup Baik :Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indicator Desain Produk, berada pada persentase 34%-67%.

Kurang Baik :Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesioner mengenai indicator desain produk, berada pada persentase 0%-33%.

c. Kualitas produk

Baik : Apabila jumlah yang diperoleh dari kuesioner mengenai indikator kualitas produk, berada pada persentase 68%-100%.

Cukup Baik :Apabila jumlah persentase yang di peroleh dari kuesioner mengenai inikator kualitas produk, berada pada persentase 34%-67%.

Kurang Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuesiner mengenai indicator kualitas produk, berada pada persentase 0%-33%.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini bersifat *survey* deskriptif, yaitu menggambarkan fakta yang ada dan mencari keterangan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, kemudian data tersebut digunakan sebagai bahan menganalisis keberadaan objek dan variabel penelitian. Alasan penulis menggunakan tipe ini adalah untuk mengetahui secara jelas dan konkrit *Inovasi Produk* kerajinan rotan di kecamatan rumbai kota Pekanbaru.

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2017:8)

Alasan penulis menggunakan tipe ini adalah untuk mengetahui secara jelas dan kongkrit tentang Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru (Studi kasus Perabot Rotan Rian)

#### B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada industri kerajinan rotan di kecamatan rumbai kota Pekanbaru yang beralamat di jalan. Yos Sudarso. Alasan lokasi ini berdasarkan pertimbangan karena di daerah ini merupakan sentral industri kerajinan rotan di kota Pekanbaru.

### C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai inovasi produk yang di tetapkan oleh peneliti untuk diplajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut ( Sugiono, 2003;90). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh objek dari penelitian untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

**TABEL III.1: Populasi dan sampel Penelitian Pada Pengrajin dan Konsumen pada industri kerajinan di kecamatan rumbai kota Pekanbaru.**

No	Jenis Populasi (orang)	Populasi (orang)	Sampel (orang)	Persentase (orang)
1	Pemilik	1	1	100%
2	Karyawan	2	2	100%
3	Konsumen	~	30	
		Jumlah	33	

Sumber : Data Olahan, 2018

### D. Teknik Penarikan Sampel

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sensus sampling* dan teknik *insidental sampling*. Teknik *sensus sampling* yaitu teknik penentuan sampel dimana seluruh populasi diselidiki tanpa terkecuali. Yakni pada seluruh pemgrajian rotan yang yang berjumlah 15 orang pengrajian. Sedangkan *insidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneeliti dapat digunakan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data, yakni konsumen yang sedang membeli

produk roran. Karena tidak tentunya konsumen produk rotan, maka ditetapkan satu orang sampel konsumen di setiap usaha pengrajin rotan, jadi sampel konomen berjumlah 30 orang.

*Insidental sampling* suatu tipe *nonprobability sampling*, teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel ( Sugiyono, 2003;95)

#### **E. Jenis dan Sumber data**

Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti adalah data primer dan data sekunder.

- 1.Data Primer merupakan data penelitian yang diperoleh melalui penyebaran angket dari pertanyaan-pertanyaan yang telah di desain sedemikian rupa.
- 2.Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari tempat penelitian yang bersifat mendukung penelitian ini.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data ang digunskn oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Yaitu mengadakan tanya jawab langsung secara lisan kepada pemilik usaha, yang dianggap perlu guna mendukung data yang tidak ditemui dalam kuisisioner

2. Kursioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan caraa memberikan seperangkat pertanyaan ataaau pernyataan tertulis kedpada respomdem untuk dijawabnya ( Sugiyono, 2003: 162 ). Jadi



penulis menyebarkan kuisioner tersebut kepada responden yang sedang membeli produk kerajinan rotan di kecamatan rumbai kota Pekanbaru dan para pemilik usaha atau pengrajin rotan, untuk menjawab pertanyaan yang telah di sediakan penulis.

3. Dokumentasi menurut arikunto ( 2006:231) adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, tarsnkip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan semua yang bisa menambah informasi untuk data penelitian dengan melakukan pengumpulan domukentasi-dokumentasi yang ada dan pengambilan dokumentasi di saat penelitian.

#### **G. Teknik Anlisis Data**

Penelitian ini memuaskan perhatian secara intensif terhadap satu objek tertentu yang kemudian dipelajari sebagai suatu kasus, dimna objek yang diteliti adalah inovasi produk kerjinan rotan dikecamatan rumbai kota Pekanbaru ini penulis menganalisis data dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif yaitu suatu analisa dengan cara mengelompokkan data yang disusun sedemikian rupa, ditabulasikan dan kemudian menghubungkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan industri.

## BAB IV

### DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah Singkat Perusahaan

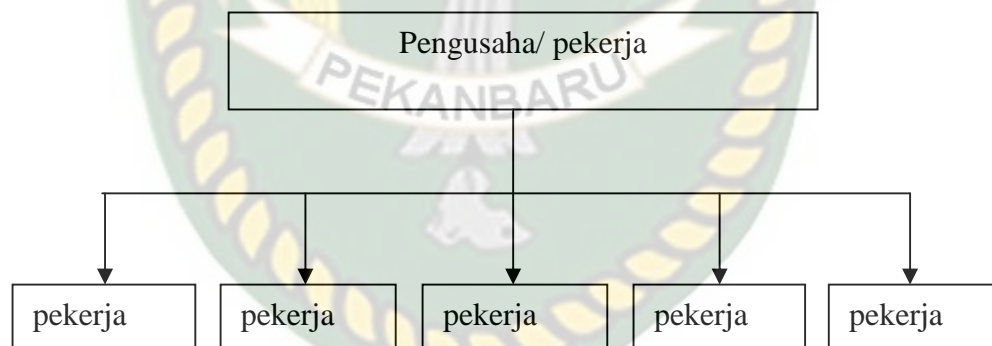
Usaha mengolah rotan untuk dijadikan barang jadi seperti hasil kerajinan rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru bukan merupakan barang baru. Usaha ini telah dijalankan oleh para pengrajin sejak dahulu, akan tetapi pada saat itu usaha ini belum berdiri secara resmi dan juga belum dilakukan secara continue. Hal ini disebabkan pola hidup masyarakat pada waktu itu belum begitu maju dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang relative rendah. Kadaan tersebut mengakibatkan para pengrajin tidak begitu memusatkan perhatiannya kepada usaha kerajinan rotan tersebut disebabkan usaha pengolahan rotan hanya merupakan hasil sampingan bagi para pengrajin.

Seiring dengan perkembangan pola hidup masyarakat dan juga dengan meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang ditandai dengan adanya pembangunan di daerah Kecamatan Rumbai Pekanbaru yang mulai maju, maka keadaan tersebut juga mempengaruhi keinginan masyarakat untuk memiliki barang-barang kebutuhan yang beraneka ragam. Keadaan tersebut mendorong para pengusaha baik pengusaha kecil, menengah maupun besar mendirikan berbagai industri untuk memproduksi beraneka jenis kebutuhan masyarakat tersebut. Dan salah satunya adalah industri kerajinan yang termasuk dalam cabang industri kecil dan lebih khusus lagi adalah industri kecil kerajinan rotan rumbai pekanbaru. Di dalamnya struktur organisasi tersebut menunjukkan hubungan formal dalam unsure yang terdapat di dalam organisasi.

Pada dasar struktur organisasi akan terbentuk setelah adanya suatu organisasi. Dengan adanya struktur organisasi, para pekerja akan lebih mudah dan dapat mengenal atau mengetahui siapa yang menjadi pimpinan beserta siapa yang menjadi karyawan akan lebih mudah dan cepat mengerti apa yang harus dikerjakan dan kemana pekerjaan yang merupakan tugasnya dan mana pula pekerjaan yang tidak merupakan tugasnya.

Berdasarkan gambaran industry kecil, maka industry kecil kerajinan rotan di Kecamatan Rumbai Pekanbaru memakai dan menerapkan struktur organisasi garis, karena bentuk organisasi garis sangat sederhana dan bias diawasi dengan seksama.

Gambar IV. 1 Strukur Organisasi pada Industri Kecil Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai serta perincian Tugas.



*Sumber : Data olahan penelitian 2019*

Perincian Tugas:

#### 1. Pengusaha /Pekerja

Dalam hal ini pengusaha kerajinan rotan juga bertindak sebagai pekerja (Pengrajin). Segala aktivitas operasional usaha di manage oleh pengusaha.

## 2. Pekerja

Tenaga kerja yang dipekerjakan oleh pengusaha kerajinan rotan berasal dari dalam dan luar keluarga. Dalam pembagian tugas, pengusaha mendasarkan pekerjaan pada system borongan dan harian.

Dalam hal pengrajan/pengupahan, tenaga kerja dengan system borongan akan memperoleh upah 5%-10% dari keuntungan yang diperoleh dari penjualan produk (biasanya produk pesanan) dengan didasarkan pada kesepakatan jangka waktu penyelesaian produk. Sedangkan tenaga kerja dengan sistem kerja harian akan memperoleh upah berdasarkan hasil pekerjaan yang diselesaikan per hari dengan upah Rp. 10.000-20.000.

### **B. Proses Produksi Produk Kerajinan Rotan**

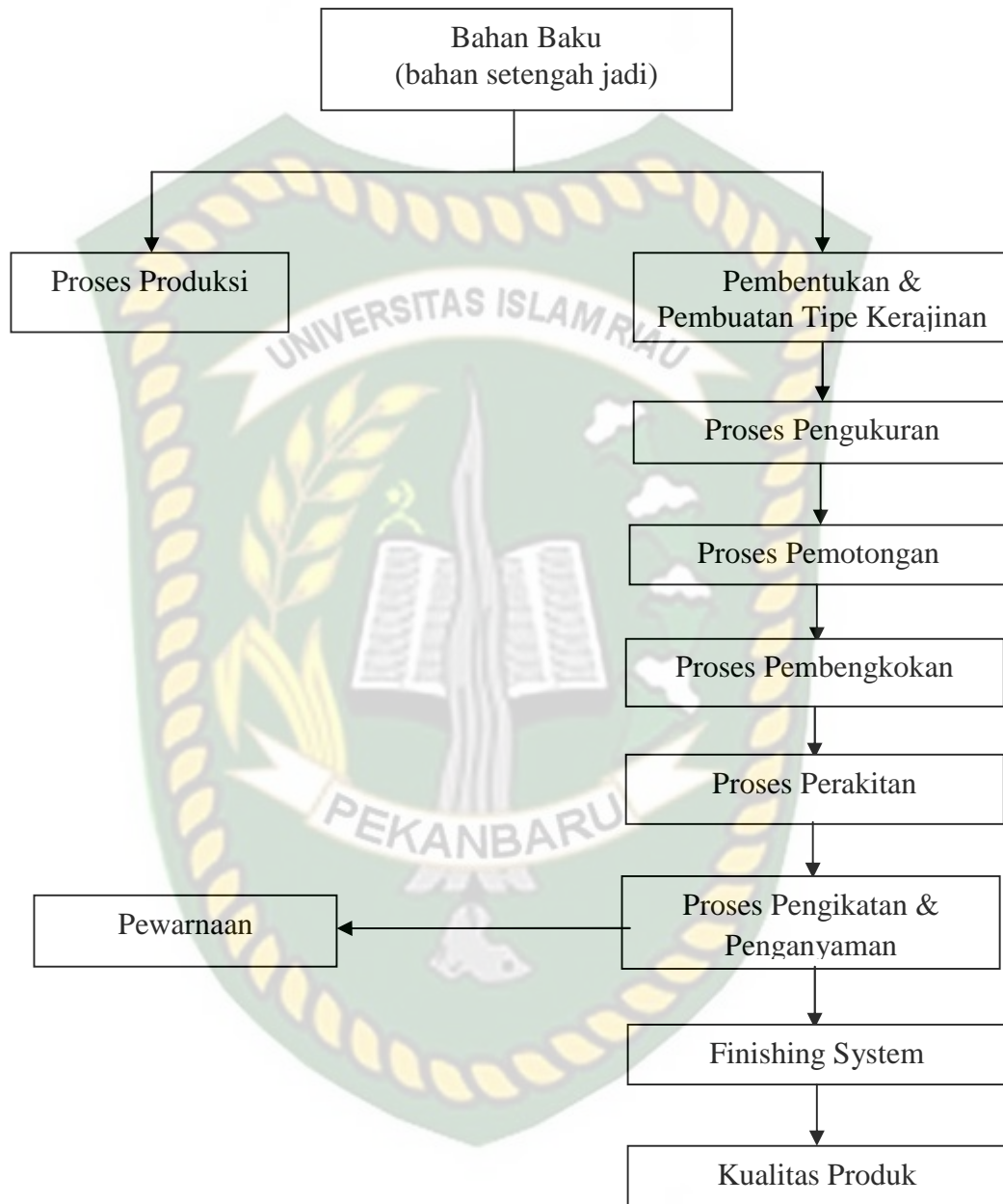
Kegiatan proses produksi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kegiatan usaha suatu industry. Pengertian produksi yang dimaksud adalah suatu kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan meakai factor-faktor produksi yang tersedia.

Pada umumnya jumlah produksi yang dihasilkan tiap satuan waktu tertentu oleh pengrajin rotan tetap. Hal ini dikarenakan banyaknya factor yang mempengaruhi jumlah produksi tersebut. Factor-faktor yang cukup dominan adalah ketersediaan bahan baku, proses produksi dan permintaan.

Tahapan proses produksi pada industry kecil kerajinan rotan di Kecamatan Rumbai Pekanbaru dapat digambarkan pada skema berikut :



Gambar IV. 2 Skema Proses Produksi Kerajinan Rotan.



Pada gambar IV. 2 dilihat bahwa proses awal dalam kegiatan produksi adalah dengan bahan bakupenyediaan bahan baku (Rotan), dimana bahan baku disini adalah bahan setengah jadi yang telah dibersihkan dan dilicinkan sehingga bias langsung digunakan oleh pengrajin Rotan.

a. Proses Produksi

Proses produksi merupakan proses imajinasi bentuk produk yang ingin di buat. Proses produksi dapat berupa kreasi terhadap bentuk yang sudah ada.

b. Proses Pembentukan dan Pembuatan Tipe Kerajinan Rotan

Pembentukan dan pembuatan tipe kerajina rotan dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Proses Pengukuran

Rotan yang dipakai untuk komponene pembuatan kerajinan rotan diukur secara teliti sesuai dengan ukuran dari tipe kerajinan yang akan diproduksi.

2. Proses Pemotongan

Pemotongan rotan akan dijadikan produk kerajinan rotan dilaksanakan setelah ukuran benar. Pemotongan rotan perlu memperhatikan tanda atau coretan sebagai batas hasil pengukuran. Alat yang diperlukan untuk pemotongan rotan adalah gergaji. Proses pemotongan termasuk juga pembuatan rencana dan bentuk hubungan atau sambungan antar rangka produk. Penggunaan hubungan dan sambungan tersebut tergantung pada produk olahan barang jadi yang dibuat.

3. Proses Pembengkokan

Setelah pemotongan selesai dilakukan, maka tahap berikutnya adalah melakukan pembengkokan bagian batang yang perlu di bengkokan atau di lengkungkan. Pembengkokan rotan dapat dilakukan dengan

caradipansakan dengan kompor solder tetapi tidak boleh gosong terbakar sehingga menjadi warna hitam.

#### 4. Proses Perakitan

Perakitan adalah penggabungan bahan-bahan atau komponen produk kerajinan rotan yang sudah dipotong dan dibengkokkan. Perakitan memerlukan bahan pembantu antara lain lem kayu, scrup dan lain-lain sedangkan peralatan yang diperlukan antara lain meteran, pal besi/kayu, obeng kembang/pipih, landasan/ meja kerja dan lain-lain. Pelaksanaan perakitan dilakukan dengan cara merangkai potongan-potongan rotan dengan cara mengasu pada produk kerajinan.

#### 5. Proses Pengikatan dan Penganyaman

Pengikatan dilakukan untuk menambah kekuatan dan keindahan bentuk kerajinan. Bagian yang perlu fiikat adalah sambungan-sambungan yang bentuk ikatannya disesuaikan dengan bentuk sambungan yang ada. Bahan yang diperlukan untuk mengikat dan menganyam adalah kulit rotan (petrik) yang telah diolah dengan ukuran berkisar antara 4-5 mm. ikatan dapat diperkuat dengan lem yang dioleskan pada bagian yang akan diikat. Bagian akhir ikatan diberi paku kecil untuk memprkuat hasil ikatan.

#### 6. *Finishing system*

*Finishing* adalah penyempurnaan hasil akhir sutau produk barang jadi. Proses finishing dilakukan dengan baik akan menghasilkan bentuk

akhir yang indah dan menarik. Kegiatan *finishing* dapat berupa pewarnaan produk dengan cara :

1. *Natural coating*

Cara yang paling sering dilakukan adalah kerajinan rotan diampelas halus diberi *sanding sealer*, kemudian diberi pelapis akhir dengan menggunakan *clear coating* (cat transparan) dari jenis *nitrocellulose* (NC), serat-serat rotan akan tampak lebih alami. Warna rotan yang putih kekuningan atau kuning kecoklatan akan muncul dengan pesona naturalnya.

2. *Stain*

Bila kerajinan rotan ingin berwarna gelap seperti coklat tua dapat dilakukan proses *finishing* dengan menggunakan stain. Rotan akan mendapatkan warna yang sama, senada, atau seragam dan merata jika dicampurkan dengan *sanding sealer*. Kemudian kursi rotan diberi cat pelapis (*Top Coating*) transparan dari jenis *Nitrocellulose* (NC). Pewarnaan dengan menggunakan stain ini sangat beragam pilihannya, misalnya produk *danastain* dari *danapain* mempunyai lebih kurang 20 jenis warna mulai dari warna *teak* (jati), *mohani red*, *dark mahogoni*, *brown*, *black* dan sebagainya.

3. *fancy colour*

*fancy* adalah ragam produk pengecatan yang dapat menciptakan efek unik pada hasil *finishing* kerajinan rotan untuk *interior* maupun *eksterior*. Produk-produk yang termasuk dalam kelompok



*fancy* adalah *fancy sealer* yang member efek warna pastel semi *transoaran*. *Fancy pearl* yang member efek kilaun mutiara dan *fancy glitter* yang member efek metalik.

#### 4. *Water based glaze*

*Water based glaze* adalah pewarna pori-pori kayu berpenggencer air yang tidak berbau (ramah lingkungan), dan cepat kering, karena mewarnai pori-pori, produk ini dapat mengekspos keindahan serat atau tekstur dari substra yang digunakan. Bila *water based glaze* ini diaplikasikan pada lekukan-lekukan ukiran atau sela-sela anyaman, memberikan kesan antic atau klasik yang disebabkan oleh kedalaman nuansa warna gelap-gelap yang diciptakan, produk ini diaplikasikan dengan cara dikuas, kemudian dibal (*wipping*). *Water based glaze* memiliki warna *dark brown* (Coklat tua) dan *black* (hitam). Penggunaan *water based glaze* pada permukaan licin seperti rotan berkulit, pandan, eceng gondok, dan sejenisnya, sebaiknya didahului oleh pengaplikasian *water based glaze* pada bahan-bahan kerajinan rotan tersebut diatas agar memiliki daya rekat yang baik.

##### a. Pewarnaan

Pewarnaan dilakukan untuk memperoleh warna produk yang diinginkan. Bahan warna dapat menggunakan obat?zat warna cat ( sirlak ) yang dikombinasikan dengan spiritus dengan

tingkat perbandingan tertentu. Adapun urutan-urutan kegiatan pewarnaan adalah sebagai berikut:

1. Barang akan diwarnai diampelas terlebih dahulu. Setelah selesai diampelas langsung dicat dengan menggunakan kuas atau sistem semprot.
  2. Setelah dilakukan pengecatan, ditunggu sampai kering. Apabila sudah kering dan hasil pengecatan masih kurang rata, pengecatan dapat dilakukan ulang.
7. Kualitas produk kerajinan rotan siap untuk dipasarkan
- Setelah produk kerajinan rotan dihasilkan melalui kegiatan produksi, maka barang tersebut harus dipasarkan atau dijual guna memperoleh investasi yang telah ditanamkan dengan keuntungan yang diharapkan.

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Identitas Responden

Identitas responden merupakan keterangan yang diperoleh responden berupa data kuisisioner yang disebarkan data penulis yang berisikan mengenai jenis kelamin, umur, pekerjaan atau jabatan, dan tingkat pendidikan dari responden konsumen Kerajinan Rotan perabot rotan Rian di Pekanbaru Riau. Untuk lebih jelasnya mengenai hal tersebut maka dapat dilihat pada keterangan di bawah ini sebagai berikut :

##### 1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil penelitian karakteristik responden menurut jenis kelamin untuk pedagang besar dapat dilihat dalam tabel :

**Tabel V.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin pada Konsumen Kerajinan Rotan Perabot Rotan Rian Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru**

No	Jenis Kelamin	Responden	Persentase
1	Laki-laki	11	33%
2	Perempuan	22	67%
	Jumlah	33	100%

*Sumber : Data Olahan 2019*

Dari data di atas dapat diketahui dari jenis kelamin responden dari konsumen yaitu jenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 11 orang atau sebesar 33% dan untuk kelamin perempuan sebanyak 22 orang atau sebesar 67%.

## 2. Responden Berdasarkan Umur

Usia menggambarkan tingkat kedewasaan seseorang dalam bersikap. Maka dari itu kriteria usia merupakan penting untuk ditanyakan kepada seseorang konsumen, identitas responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel V.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur/Usia Pada Konsumen Kerajinan Rotan Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru**

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	21-30	1	3%
2	31-40	2	6%
3	41-50	18	55%
4	51-60	12	36%
<b>Jumlah</b>		33	100%

*Sumber : Data Olahan 2019*

Berdasarkan data diatas dapat kita ketahui bahwa untuk identitas responden jika dipandang dari tingkat usia maka menjadi beragam. Untuk usia 21-30 tahun berjumlah sebanyak 1 orang dengan persentase jumlah 3%, usia 31-40 tahun berjumlah sebanyak 2 orang dengan persentase jumlah 6%, usia 41-50 tahun berjumlah 18 orang dengan persentase 55%, sedangkan usia 51-60 tahun berjumlah 12 dengan persentase 36% dari keseluruhan responden. Jadi dari data tersebut dapat diketahui jumlah responden berdasarkan usia banyak berada diantara 41-50 tahun.



### 3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah hal yang sangat penting dalam menjalankan kehidupan, dengan pendidikan orang dapat berfikir dan mempunyai rencana yang lebih luas untuk menentukan masa depannya,

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai karakteristik responden Kerajinan Rotan Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru berdasarkan pendidikan terakhir di peroleh hasil seperti pada tabel sebagai berikut:

**Tabel V.3 Identitas Responden Kerajinan Rotan Perabot Rotan Rian Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir :**

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMA	18	55%
2	D-3	7	21%
3	S-1	8	24%
<b>Jumlah</b>		33	100%

*Sumber : Data Olahan 2019*

Berdasarkan tabel V.3 dapat dilihat bahwa responden yang berpendidikan SMA 18 orang dengan persentase 55%, dan pada tingkat D-3 sebanyak 7 orang atau sama dengan persentase 21%, dan selanjutnya yang berpendidikan S-1 sebanyak 8 orang atau dengan persentase 24%. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsumen yang menjadi tingkat dominasi adalah tingkat SMA yaitu sebanyak 55% atau dengan persentase 55% dari keseluruhan jumlah responden.

## **B. Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru**

Inovasi produk merupakan hasil penelitian sosial dan ekonomi berkat diperkenalkan atau ditemukannya cara-cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi output sedemikian rupa sehingga berhasil menciptakan perubahan besar atau perubahan drastis dalam hubungan antara nilai guna atau nilai manfaat ( yang dipersepsikan oleh konsumen dan pengguna ) dan nilai moneter harga.

Salah satu pokok pertimbangan industri dalam melakukan inovasi produk adalah dengan mempertimbangkan faktor-faktor inovasi produk yang ada seperti varian produk, desain produk dan kualitas produk. Untuk itu disini akan dikemukakan beberapa pedoman yang dapat di pakai sebagai bahan pertimbangan di dalam penetapan inovasi produk yang tepat.

### **1. Varian Produk**

Varian produk adalah sifat dan sesuatu yang unik, istimewa dan kekhasan yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai jual tambahan.

Varian produk dianggap sebagai sebuah sarana atau alat kompetitif dan pembeda antar produk yang diciptakan oleh sebuah perusahaan dengan produk pesaingnya.

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai varian produk pada produk Kerajinan Rotan Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel :

**Tabel V.4 Inovasi Produk Tanggapan Responden Konsumen Terhadap Indikator Varian Produk Pada Produk Kerajinan Rotan Perabot Rotan Rian Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru**

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Keunikan Produk	8 (27%)	14 (47%)	8 (27%)	30
2	Keistimewaan Produk	9 (30%)	9 (30%)	12 (40%)	30
3	Kekhasan Produk	11 (37%)	7 (23%)	12 (40%)	30
	<b>Jumlah</b>	28	30	32	90
	<b>Rata-rata</b>	9	9	11	30
	<b>Persentase</b>	30%	40%	30%	100%

Sumber Data : Olahan 2019

Keunikan produk adalah sebuah produk bisa dibangun dengan menciptakan dari bahan kandungan yang digunakan untuk membuat produk tersebut. Keunikan ini bisa diciptakan dengan melakukan pembedaan jenis, asal bahan baku yang digunakan, dan kualitas bahan tersebut. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk sub indikator keunikan produk dari 30 responden sebanyak 8 orang mengatakan keunikan produk naik atau sama dengan 27% mereka beralasan bahwa produk rotan yang dihasilkan bentuknya unik dan konsumen tertarik memnelli kerajinan rotan tersebut. Kemudian responden yang mengatakan keunikan produk cukup baik yaitu sebanyak 14 orang atau sama dengan 47% mereka beralasan karena produk rotan banyak jenisnya ada yang unik dan ada yang tidak unik dan dengan varian yang unik konsumen tertarik untuk memebeli produk kerajinan rotan tersebut. Selanjutnya yang menyatakan kurang baik 8 orang sama dengan 27% mereka beralasan sebagian orang membeli Kerajinan Perabot Rotan rian memang karena diri sendiri.

Keistimewaan produk adalah sifat yang dimiliki oleh suatu produk yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan tertentu dari konsumen sehingga bisa memberikan kepuasan kepada konsumen. Untuk sub indikator keistimewaan produk sebanyak 9 orang atau sama dengan 30% mengatakan baik mereka beralasan bahwa produk rotan terlihat istimewa atau kelihatan kelebihan dari produk rotan tersebut sehingga konsumen menyukai dari keistimewaan produk tersebut. kemudian yang mengatakan keistimewaan produk cukup baik 9 orang atau sama dengan 30% yang beralasan bahwa produk rotan sesuai dengan selera konsumen dan kelihatan istimewa dari produk tersebut sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli produk yang dipasarkan oleh Perabot Rotan Rian tersebut. dan selanjutnya yang mengatakan kurang baik 12 orang atau sama dengan 40% adapun alasan konsumen karena keistimewaan produk kurang mempengaruhi untuk membeli kerajinan Perabot Rotan Rian dan jika ingin membeli kerajinan Perabot Rotan Rian tidak dilihat dari keistimewaannya.

Kekahasaan produk adalah produk yang kita produksi dan kita olah yang beda sama produk yang lain, dan memiliki yang khas terhadap produk yang kita buat tersebut atau yang sudah kita olah. Dan untuk sub indikator kekahasaan produk sebanyak 11 orang atau sama dengan 37% mengatakan baik konsumen beralasan bahwa produk rotan sudah terlihat kekahsannya dari produk rotan tersebut. kemudian yang mengatakan cukup baik sebanyak 7 orang atau sama dengan 23% adapun alasan dari mereka bahwa produk rotan belum semuanya memiliki kekahsan dari produk rotan tersebut atau sudah cukup dengan kekahasaan produk rotan tersebut. Dan yang mengatakan kurang baik sebanyak 12 orang atau



sama dengan 40% konsumen beralasan dengan kekhasan produk konsumen berangpan tidak ada pengaruhnya terhadap produk kekhasan produk tersebut dan jika produk yang di pakek lama kelamaan maka kekhasan produk tersebut akan hilang juga.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa dari 30 orang responden konsumen penelitian untuk indicator varian produk terkategori Cukup Baik dengan persentase 40% dari keseluruhan responden konsumen, karena dalam pembelian Kerajinan Perabot Rotan Rian di dasarkan atas kemauan sendiri dan juga karna pekerjaan dan gaya hidup masyarakat dan juga varian yang begitu sudah banyak di buat oleh Perabot Rotan Rian sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli produk kerajinan rotan di Perabot Rotan Rian.

Berdasarkan wawancara penulis dengan pemilik Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru diperoleh informasi bahwa :

*Hasil wawancara dengan pemilik Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru mengenai varian produk rotan dapat diperoleh bahwa varian produk rotan cukup baik perlu kami tingakkan lagi atau kami baut yang lebih baik supaya konsumen bisa merasa puas dengan produk varian yang kami olah atau kami buat.( pada tanggal 05 Februari 2019 )*

Berdasarkan wawancara dengan karyawan pemilik Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru diperoleh informasi bahwa :

*Hasil wawancara dengan karyawan Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru mengenai varian produk dapat diperoleh produk rotan belum memuaskan konsumen dengan produk yang kami buat, dan bisa dikatakan dengan cukup baik dan kami sebagai karyawan disini berupaya sebaik mungkin untuk membuat varian produk lebih baik lagi, agar konsumen kami lebih puas dengan varain-varian produk yang kami buat. ( Tanggal 05 Februari 2019 )*

Berdasarkan tabel V.4 di atas untuk item pertanyaan 1 Keunikan produk,

Dari hasil pengolahan data yang penulis dapatkan dari hasil kuesioner yang penulis sebarkan kepada responden. Penulis akan menguji dengan teori menurut Philip Kotler ( 2009:72) varian produk sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri. Varian produk merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja produk, jika produk tersebut tidak beragam maka produk tersebut tentu akan kalah bersaing dengan produk lain ( Jurnal Of management, Volume 2 No.2 Maret 2016 )

## 2. Desain Produk

Desain atau rancangan produk adalah sebagai suatu keistimewaan yang dapat mempengaruhi bukan hanya penampilan namun juga fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen.

Salah satu faktor yang mendukung dari penjualan yaitu desain produk atau rancangan produk. Desain produk merupakan cara yang lain untuk mendapatkan nilai tambahan produk di mata penggunanya. Sebuah produk desain dengan tujuan agar dapat menarik perhatian konsumen, dapat pula sebagai sebuah strategi untuk memotong biaya produksi. Desain juga dapat memberikan keunggulan bersaing.

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai desain produk pada produk Kerajinan Rotan Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru, dapat dilihat pada Tabel:

**Tabel V.5 Inovasi Produk Tanggapan Responden Konsumen Terhadap Indikator Desain Produk Pada Produk Kerajinan Perabot Rotan Rian Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru**

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Warna Produk	6 (20%)	18 (60%)	6 (20%)	30
2	Penampilan	10 (33%)	17 (57%)	3 (10%)	30
3	Ukuran dan Bentuk	11 (37%)	12 (40%)	7 (23%)	30
	<b>Jumlah</b>	27	47	16	90
	<b>Rata-rata</b>	9	16	5	30
	<b>Persentase</b>	30%	53%	17%	100%

Sumber : Data Olahan 2019

Warna produk adalah salah satu daya tarik dalam dunia desain yang menghasilkan kenyamanan tersendiri bagi mata melihatnya atau merupakan faktor vital dalam menciptakan desain grafis. Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa untuk sub indikator harga produk rotan dari 30 responden sebanyak 6 orang mengatakan baik atau sama dengan 20% konsumen beralasan bahwa warna produk rotan yang di pasarkan sudah pas dengan produk yang dibuat oleh perabot rotan rian dengan kualitas yang dibuat dan bentuk dari perabot rotan tersebut. Kemudian responden yang mengatakan harga produk rotan cukup baik sebanyak 18 orang atau sama dengan 60% konsumen beralasan bahwa rotan belum sesuai dengan produk rotan yang dibuat oleh produk rotan rian tersebut atau kurang memuaskan dengan varian warna yang dipasarkan oleh pengrajin rotan rian tersebut dan perlunya tambahan warna dengan adanya tambahahan warna akan terlihatnya kesan klasik (tradisional) yang dimiliki pada produk. Dan selanjutnya konsumen yang mengatakan kurang baik sebanyak 6 orang atau sama dengan 20%

mereka beralasan karena kurang puas atas warna yang dipasarkan oleh perabot rotan rian dan warnanya belum ada yang membuat konsumen tertarik dengan warna yang dibuat oleh Perabot Rotan Rian tersebut.

Penampilan produk adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penampilan luar yang mudah diamati dan mudah dinilai. Untuk sub indikator penampilan produk sebanyak 10 orang mengatakan baik atau sama dengan 33% konsumen beralasan bahwa penampilan produk sesuai dengan selera konsumen karena penampilan produk sudah begitu menarik dimata konsumen. Kemudian yang mengatakan penampilan produk cukup baik sebanyak 17 orang atau sama dengan 57% konsumen beralasan bahwa penampilan produk rotan belum sesuai yang diinginkan oleh para konsumen atau belum begitu puas dengan penampilan produk rotan tersebut. Dan yang selanjutnya yang mengatakan penampilan produk kurang baik sebanyak 3 orang atau sama dengan 10% konsumen beralasan kurang puas terhadap penampilan produk yang dibuat oleh Perabot Rotan Rian masih ada penambahan dari segi penampilan produk.

Ukuran produk adalah yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu benda tersebut. Dan untuk sub indicator ukuran dan bentuk produk sebanyak 11 orang atau sama dengan 90% mengatakan baik konsumen beralasan bahwa produk rotan telah sesuai dengan bentuk ukuran yang dibuat oleh perabot rotan rian tersebut. kemudian responden yang mengatakan ukuran dan bentuk cukup baik yaitu sebanyak 12 orang atau sama dengan 57% konsumen beralasan bahwa ukuran dan bentuk sudah cukup baik yang dibuat oleh perabot rotan rian dan ada juga ukuran sama bentuknya belum diminati konsumen sehingga konsumen tidak begitu



tertarik pada produk kerajinan Perabot Rotan Rian tersebut. Selanjutnya mengatakan kurang baik sebanyak 7 orang atau sama dengan 53% konsumen beralasan bahwa bentuk dan ukuran produk tidak begitu sesuai dengan produk yang di olahnya dan belum bisa untuk membuat konsumen lebih tertarik terhadap produk yang dioalhnya tersebut.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa 30 orang responden penelitian untuk indicator harga produk dikategorikan Cukup Baik denagn persentase 53% dari keseluruhan responden, karena konumen Perabot Rotan Rian cendrung memperhatikan desain produk tersebut, sehingga dalam melakukan pembelian masih banyak pertimbangan

Berdasarkan wawancara penulis dengan pemilik Perabot Rotan Rian di peroleh informasi bahwa :

*Hasil wawancara dengan pengrajin rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru mengenai desain produk rotan baik kaerna dapat dilihat dari kualitasnya yang sudah begitu bagus dan konsmuen juga tidak ada komplein dengan desain yang kami pasarkan atau kami buat selama ini. ( Pada tanggal 05 Februari 2019 )*

Berdasarkan wawancara penulis dengan karyawan Perabot Rotan Rian dapat diperoleh informasi bahwa

*Hasil wawancar dengan karyawan rotan Perabot Rotan Rian mengenai desain produk dapat diperoleh bahwa desain produk cukup baik karena belum begitu bagus karna masih banyak yang perlu dibuat atau diolah lagi dengan yang lebih bagus dari sebelumnya.(pada tanggal 05 Februari 2019)*

Dari hasil pengolahandata yang penulis dapatkan dari hasil kuesioner yang penulis sebarakan kepada responden. Penulis akan menguji dengan teori menurut Kotler dan Keller (2012:332) desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi

bagaimana sebuah produk terlihat, dan berfungsi bagi konsumen, desain yang baik bagi perusahaan merujuk pada kemudahan dalam pembuatan dan distribusi, sedangkan bagi konsumen desain yang baik adalah produk yang indah atau bagus untuk dilihat, mudah dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki dan dibuang. Menurut Ulrich dan Stevan (2001) desain merupakan suatu tahap dalam menciptakan serta mengembangkan konsep dan spesifikasi guna mengoptimalkan fungsi-fungsi, nilai dan penampilan produk. Menurut Suyanto (2005) desain produk merupakan totalitas dari keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi atau produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

### 3. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan sebuah tingkatan dari sebuah produk yang mampu melakukan fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Menjaga kualitas produk sangat bermanfaat bukan hanya untuk membangun kepercayaan konsumen, tetapi juga mempertahankan kepercayaan konsumen yang sudah dimiliki sebelumnya.

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai kualitas produk pada Kerajinan Rotan Perabot Rotan Rian Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel V.6 Tanggapan Responden Konsumen Terhadap Indikator Kualitas Produk Kerajinan Rotan Perabot Rotan Rian Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru**

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Daya tahan	9 (30%)	15 (50%)	6 (20%)	30
2	Kelayakan produk	8 (27%)	13 (43%)	9 (30%)	30
3	Keandalan	10 (33%)	8 (27%)	12 (40%)	30
	<b>Jumlah</b>	27	36	27	90
	<b>Rata- rata</b>	9	12	9	30
	<b>Peresentase</b>	30%	40%	30%	100%

Sumber : Data Olahan, 2019

Daya tahan produk adalah berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk. Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa untuk sub indikator daya tahan produk dari 30 responden sebanyak 9 orang atau sama dengan 30% mengatakan baik konsumen beralasan bahwa daya tahan produk rotan sudah bagus atau daya tahan nya sudah kuat. kemudian konsumen yang mengatakan yang baik sebanyak 15 orang mereka beralasan bahwa daya tahan produk belum begitu baik dan masih belum layak untuk dipakai dalam waktu yang lama. Dan selanjutnya yang mengatakan daya tahan produk kurang baik sebanyak 6 orang atau sama dengan 20% karena daya tahan produk ada yang bagus dan ada juga yang tidak bagus atau produk memiliki batas ketahanan sendiri.

Kelayakan adalah kemungkinan dari gagasan suatu usaha yang akan dilaksanakan dapat memberikan manfaat dalam arti finansial maupun sosial benefit. Untuk sub indicator kelayakan produk sebanyak 8 orang mengatakan baik atau sama dengan 27% dikarenakan produk rotan sudah layak untuk dipasarkan. Kemudian konsumen yang mengatakan cukup baik sebanyak 13 orang atau sama dengan 43% konsumen beralasan bahwa kelayakan produk belum semuanya kelihatan bagus dan masih ada yang kurang dalam pembuatan rotan tersebut dan dari setiap produk yang dibuatnya belum ada yang layak untuk digunakan dan ada juga produk yang dibuatnya layak untuk digunakan. Dan yang selanjutnya yang mengatakan kurang baik sebanyak 8 orang atau sama dengan 27% konsumen beralasan bahwa tidak ada kelayakan yang jelas atau tidak tertulis.

Keandalan produk adalah probabilitas suatu produk akan bekerja sesuai dengan fungsi yang diinginkan tanpa ada kegagalan pada kondisi pengoperasian tertentu dan pada periode waktu tertentu. Dan untuk indicator selanjutnya yaitu keandalan sebanyak 10 orang mengatakan baik atau sama dengan 33% konsumen beralasan bahwa produk rotan sudah andal untuk dipasarkan. Kemudian responden yang mengatakan cukup baik yaitu sebanyak 8 orang atau sama dengan 27% dengan alasan bahwa keandalan produk tergantung pemakaian konsumen atau penilaian konsumen tersebut. Dan selanjutnya yang mengatakan kurang baik sebanyak 12% atau sama dengan 40% konsumen beralasan bahwa produk rotan kurang andal dalam pembuatan produk rotan tersebut.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa dari 30 responden penelitian untuk indicator kualitas produk dikategorikan Cukup Baik dengan persentase 40%



dari keseluruhan responden, kerna konsumen beralasan cenderung memperhatikan kualitas produk tersebut, dengan kualitas yang bagus atau baik maka konsumen lebih memilih produk yang dipasarkan oleh Perabot Rotan Rian.

Berdasarkan wawancara penulis dengan pemilik Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru dapat diperoleh informasi bahwa :

*Hasil wawancara dengan pengrajin Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru mengenai kualitas produk rotan dapat diperoleh penjelasan bahwa produk rotan memiliki kualitas yang sangat bagus dan tahan lama, karena rata-rata kualitas rotan atau tahan lamanya diatas 11 tahun, malahan ada yang lebih diatas 12 tahun itu tergantung cara pemakain oleh para konsumen tersebut, dikarenakan bahan baku yang digunakan berkualitas sehingga daya tahan produk rotan cukup lama untuk di gunakan atau diproduksi oleh para konsumen.( Pada tanggal 05 Februari 2019 )*

Berdasarkan wawancara penulis dengan karyawan Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru dapat diperoleh informasi bahwa :

*Hasil wawancara dengan karyawan pengrajin Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru mengenai kualitas produk rotan dapat diperoleh penjelasan mengenai kualitas produk rotan yang lumayan bagus atau disebut juga dengan cukup baik, karena kualitas dari produk rotan bisa dikatakan atau memiliki ketahanan yang cukup lama, karena dari segi pembuatan dan bahan baku yang kami gunakan berkualitas dengan finisshing sehingga kualitas dari rotan sudah cukup baik. ( Pada tanggal 05 Februari2019 )*

Dari hasil pengolahan data yang penulis dapatkan dari hasil kuesioner yang penulis sebarakan kepada responden. Penulis akan menguji dengan teori menurut Kotler dan Amstrong (2002) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Menurut Cannon, dkk ( 20008:286) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk meuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. Menurut Assauri

(2013:211) kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapatkan utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen.

**Tabel V.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Seluruh Indikator**

No	Item Yang Dinilai	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Varian Produk	9 (30%)	12 (40%)	9 (30%)	30
2	Desain Produk	9 (30%)	16 (53%)	5 (17%)	30
3	Kualiats produk	9 (30%)	9 (30%)	11 (37%)	30
	<b>Jumlah</b>	27	37	26	90
	<b>Rata-rata</b>	9	12	9	30
	<b>Persentase</b>	30%	40%	30%	100%

Sumber : Data Olahan Lapangan, 2019

Dari data diatas rekapitulasi tanggapan responden terhadap produk kerajinan rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru untuk kategori penilaian Baik yaitu sebesar 30%, untuk penilain Cukup Baik yaitu sebesar 40%, dan yang untuk kategori Kurang Baik adalah sebesar 30% dari total jumlah keseluruhan responden produk kerajinan rotan Perabot Rotan Rian di Kecamtan Rumbai Kota Pekanbaru sebanyak 30 orang. dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa untuk penilain ini di kategorikan **Cukup Baik** dengan total persentase 40%, sesuai dengan penjelasan sebelumnya tentang persentase sebesar 34%-67% masuk ke dalam kategori Cukup Baik.

Dari data diatas dan penjelasan diatas dapat kita ketahui atau dapat juga kita simpulkan bahwa untuk variabel analisis inovasi produk kerajinan rotan di

Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru (studi kasus Perabot Rotan Rian) **Cukup Baik** artinya masih perlu ditingkatkan lagi inovasi produk rotan yang ada baik itu varian produk, desain produk, dan kualitas produk agar untuk kedepannya lebih baik lagi dan lebih bermanfaat lagi.

Berdasarkan wawancara penulis dengan pemili Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru dapat diinformasikan bahwa :

*Hasil dari wawancar dengan pemilik Perabot Rotan Rian di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru “ Dengan selalu mengutamakan kualitas produk, desain produk, dan harga produk yang sesuai dengan selera konsumen supaya produk rotan masih bisa dipasarkan dan juga mengutamakan kinerja produk tersebut agar produk yang kami buat sesuai dengan selera konsumen dan kami pun juga memberikan pelayanan yang baik kepada konsemen supaya konsumen tersebut lebih nayamn untuk membeli produk rotan khususnya Perabot Rotan Rian. Selain itu pemilik Perabot Rotan Rian juga terus berupaya meningkatkan inovasi produknya serta menjadi industry yang unggul di kota Pekanbaru, selain itu juga menjadikan sebagai produk yang inovasi produknya lebih baik lagi dan lebih bisa menambahkan varain produk lainnya dan juga desain yang lebih baik dimata konsumen, pemilik perabot rotan Rian berharap konsumennya agar merasa lebih puas apa yang dibuat atau yang dipasarkan perabot rotan rian dan tetap menjadi pelanggan pada perabot rotan Rian tersebut di Kecamatan Rumabi Kota Pekanbaru. ( Pada tanggal 05 Februari 2019 )*

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah penulis lakukan mengenai Analisis Inovasi Produk Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru (Studi Kasus Perabot Rotan Rian), maka dapat penulis ambil kesimpulan dan saran-saran sebagai berikut :

1. Indikator Varian Produk berada kategori Cukup Baik hal ini dikarenakan varian produk yang diproduksi oleh Perabot Rotan Rian sudah dapat memberikan kepuasan dari segi kualitas yang sudah memiliki standar yang layak untuk di pasarkan.
2. Untuk indikator Desain Produk berada pada kategori Cukup Baik di karenakan bahwa industri pengolahan kerajinan rotan Rian sudah Cukup Baik dalam Kualitas, penampilan harga yang cukup terjangkau untuk di pasarkan.
3. Kemudian untuk Kualitas Produk berada pada kategori Cukup Baik, dikarenakan daya tahan produk sudah cukup baik untuk di produksi.

#### B. Saran

Adapun saran yang penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk indikator penampilan produk alangkah baiknya lebih ditingkatkan lagi untuk menciptakan penampilan produk yang lebih menarik supaya konsumen lebih tertarik lagi.



2. Untuk pemasaran alangkah baiknya mampu memperluas lagi pemasaran ataupun penjualannya sebaiknya dapat memasarkan ditempat industri pembelanjaan.
3. Untuk mengatasi keterlambatan produksi kerajinan rotan rian sebaik menambak karyawan supaya dapat meringankan dan memprkuat kualitas produk di industri Perabot Rotan Rian tersebut.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alifariied, 2011. *Teori dan Konsep Administrasi dari Pemikiran Paradik Matik Menuju Redefiansi*, Raja GrafindoPersada. Jakarta
- Assuari, Sofjan, 2017. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Candra, Gregorius, 2005. *Strategidan Program Pemasaran*, Andi.Yogyakarta.
- Daryanto, 2013. *Administrasi dan Manajemen Sekolah*,Rineka Cipta. Jakarata.
- Darwis, Eni Yulida, dan Lamun Bathara, 2009. *Dasar-Dasar Manajemen*. Pekanbaru, Pusat Pengembangan Pelatihan Universitas Riau.
- Elliten, Lena, dan Anatan, Lina, 2009. *Manajemen Inovasi Trasnformasi Menuju Oragnisasi Kelas Dunia*. Alfabeta. Bandung.
- Engkoswara dan Komariah, Aan, 2012. *Administrasi Pendidikan*, Alfabeta. Bandung
- Engkoswara dan Komaroah, Aan, 2012.*Administrasi Pendidikan*, Alfabeta. Bandung.
- Hasibuan, Melayu 2014. *Manajemen Dasa, Pengertian dan Manajemen*, Pkenbaru. UIR Pers.
- Haryadi, Hendi. 2009. *Administrasi Perkantoran Untuk Menejer&Staf*. Tranmedia : Jakarta
- Khotller Philip, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta Penerbit Erlangga.
- Khotller Philip dan Amstrong, Gary, 1997.*Dasar-Dasar Pemsaran*, PT Dian Rakyat. Jakarata.

- Khotller Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta  
Penerbit Erlangga.
- Kusdi, 2011. *Teori Organisasi dan Administrasi*. Jakarta Salemba Humanika.
- Manulang, 2004. *Dasar-Dasar Manajemen*, Gadjah Mada University. Yogyakarta.
- Mursid, 2010. *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara. Jakarta.
- Sagala, Syaiful, 2013. *Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*,  
Alfabeta. Bandung.
- Siswanto, 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Siagan, Sondang P. 2003, *Administrasi*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Siagan, Sondang P. 2008. *Filsafat Administrasi*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Sunyoto, Danang, 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta CAPS  
(Center For Academic Publising Service)
- Swatha, Basu. 2000. MBA. *Manajemen penjualan*. Ananda, Yogyakarta.
- Tjipno, Fandy, 2008, *pemasaran Strategik*. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Wawan, Dhewanto. 2015. *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil & Mikro*.  
Bandung
- Wawan, Dhewanto. 2013. *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi  
Perubahan*. Bandung
- Swastha, Basudan Sukotjo, Ibnu, 1993. *Bisnis Modern Edisi ke 3*,  
Liberty. Yogyakarta.
- Zulkifli, 2005. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Pekanbaru.  
UIR Pres.