

**STRATEGI INOVASI PRODUK SDALAM PENINGKATAN
KEPUASAAN PELANGGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

MEGAWATLM

1704030176

Pembimbing:

Edi Indra Setiawan, S.E.,M.M

NIP.19791207201903100

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOP**

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Megawati. M
NIM : 17 0403 0176
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 24 Juli 2022
Yang membuat pernyataan,



Megawati. M
NIM 17 0403 0176

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis masih diberi nikmat iman dan nikmat kesehatan dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Peran Dinas Sosial dalam Penanganan Eksploitasi Seksual terhadap Anak di Kota Palopo” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam senantiasa turunkan kepada Nabi Muhammad saw, kepada para keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang telah memperjuangkan dan menyebarkan ajaran agama islam sehingga membawa peradaban perkembangan ilmu pengetahuan sebagai cahaya penerang hingga akhir zaman. skripsi ini di susun sebagai syarat yang harus di selesaikan, guna memperoleh gelar sarjana S1 (Strata satu) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan dan dan keikhlasan, kepada:

1. Khususnya kepada orang tua yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang dan segala yang

telah diberikan kepada anak-anaknya, serta semua saudara dan saudariku yang selama ini membantu dan mendoakanku. Mudah-mudahan Allah Swt mengumpulkan kita dalam surge-Nya kelak.

2. Rektor IAIN Palopo Prof. Dr. Abdul Pirol, M. Ag, Wakil Rektor I bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H, Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M dan Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Muhaemin, M.A yang telah memberikan kesempatan kepada penulis menuntut ilmu pada Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN) Palopo.
3. Dr. Takdir, SH.,M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo Beserta bapak/ibu Wakil Dekan I, II DAN III Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
4. Muzzayanah Jabani, ST.,MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Islam di IAIN Palopo.
5. Edi Indra Setiawan, S.E.,M.M. selaku pembimbing tunggal yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka menyelesaikan skripsi.
6. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy.,MA.Ek. dan Jibria Ratna Yasir, S.E.,M.Si. selaku penguji I dan Penguji II yang telah memberikan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Nurdin Batjo, S.Pt.,MM. selaku Dosen Penasehat Akademik

8. Seluruh dosen dan staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Madehang, S.Ag.,M.Pd. selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam Ruang Lingkup IAIN Palopo.
10. Kepada semua teman seperjuanganku, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo angkatan 2017 (khususnya kelas D), Yang selama ini membantu dan selaku memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
11. Kepada keluarga besar MAPALA IAIN PALOPO yang selama ini telah memberikan bantuan dan motivasi selama kuliah sampai penyusunan skripsi ini semoga kebersamaan, kekompakan, dan persaudaraan kita selama masa kuliah tetap terjaga.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak sempat disebutkan namanya satu persatu terima kasih atas semuanya.

Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahladari Allah Swt.

Amin

IAIN PALOPO

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Inovasi Produk Dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota Palopo yang ditulis oleh Megawati M, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0403 0176, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis 1 Desember 2022 Miladiyah bertepatan dengan tanggal 7 Jumadil Awal 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S. E)

Palopo, 22 Desember 2022

TIMPENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek. | Penguji I | () |
| 4. Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si. | Penguji II | () |
| 5. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. | Pembimbing I | () |

Mengetahui:

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah



Dr. Takdir, S.H., M.H.
NIP 19790724 200312 1002



Muhammad Jabani, S.T., M.M.
NIP 197501042005012003

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN

A. Translitesari Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada *Table* berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Đađ	Đ	De dengan titik di bawah
ط	Ta	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	<i>fathah</i>	a	a
ِ	<i>kasrah</i>	i	i
ُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>Fathahdanya'</i>	ai	a dani
اُو	<i>Fathahdanwau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *hauila*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf,

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِي	<i>Fathahdanalifatauya'</i>	ā	a dan garis di atas
اِ	<i>Kasrahnya'</i>	ī	Idangaris di atas
اُو	<i>Dammahdanwau</i>	ū	Udangaris di atas

مَاتَ : *mata*

رَامَى : *rama*

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamutu*

4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: raudhah al-athfal
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلِ	: al-madīnah al-fadhilah
الْحِكْمَةُ	: al-hikmah

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: rabbana
نَجَّيْنَا	: najjaina
الْحَقُّ	: al-haqq
نُعْمٌ	: nu‘ima
عَدُوٌّ	: ‘aduwwun

Jika huruf *kasrah* (ِ) ber-*tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ	: ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)
عَرَبِيٌّ	: ‘Arabī (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (*az-zalzalah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'maruna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

مِرْتٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللّٰهِ دِيْنُ اللّٰهِ *billāh*

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللّٰهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf

kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Swt = Subhanahu Wa Ta'ala

Saw = Sallallahu 'Alaihi Wasallam

as = 'Alaihi Al-Salam

H = Hijrah

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4

HR = Hadis Riwayat

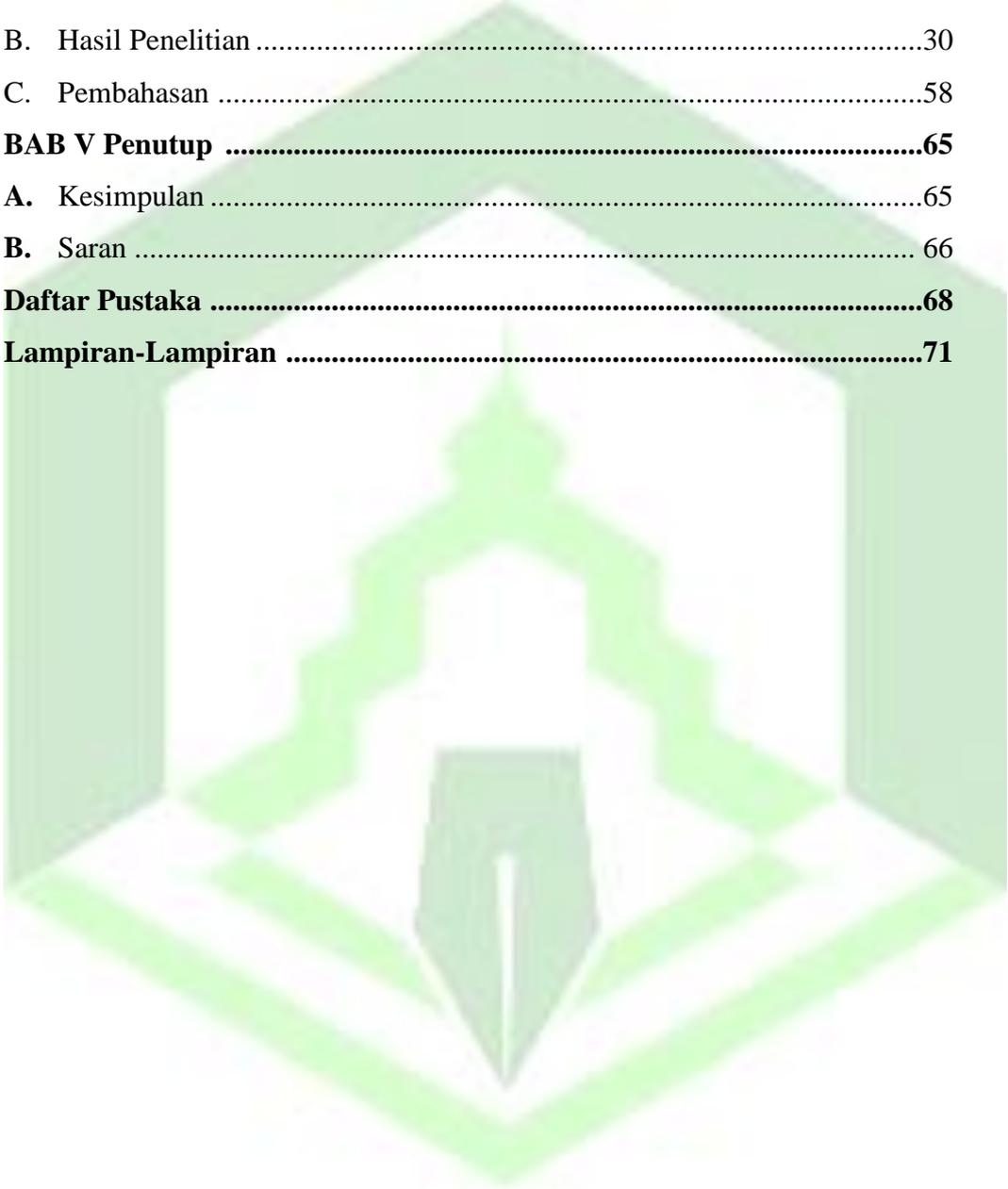


IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
PRAKATA	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	v
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Kajian Teori	8
C. Kerangka Pikir	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	22
B. Subjek/Informan Penelitian	22
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	22
D. Fokus Penelitian	23
E. Sumber Data Penelitian	23
F. Instrumen Penelitian	24
G. Metode Pengumpulan Data	24
H. Metode Analisis Data	25

I. Definisi Istilah	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
A. Gambaran Lokasi Penelitian	29
B. Hasil Penelitian	30
C. Pembahasan	58
BAB V Penutup	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
Daftar Pustaka	68
Lampiran-Lampiran	71



IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Informan Penelitian.....31



IAIN PALOPO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	20
Gambar 5.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	72



IAIN PALOPO

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	71
Lampiran 2 Jadwal Kegiatan Penelitian	72
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	73
Lampiran 4 Pedoman Wawancara	76
Lampiran 5 Tim Verifikasi	78
Lampiran 6 Hasil Turniti	79
Lampiran 7 Persetujuan Pembimbing	80
Lampiran 8 Persetujuan Penguji	81
Lampiran 9 Nota Dinas Penguji	82
Lampiran 10 Nota Dinas Pembimbing	83
Lampiran 11 Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah	84
Lampiran 12 Surat Keterangan Pelunasan UKT	85
Lampiran 13 Surat Keterangan Buta Aksara	86
Lampiran 14 Transkrip Nilai	87
Lampiran 15 Sertifikat Toefl.....	89
Lampiran 16 SK Pembimbing.....	90
Lampiran 17 SK Penguji.....	92
Lampiran 18 Riwayat Hidup	94

IAIN PALOPO

ABSTRAK

Megawati. M, 2022. “Strategi Inovasi Produk Dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan UMKM Kota Palopo” Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Edi Indra Setiawan, S.E.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi inovasi produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Kota Palopo. Manfaat penelitian ini ada dua yakni manfaat secara teoritis dan praktis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data diperoleh dari analisis data mulai dari teknik reduksi data dan penarikan kesimpulan. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1. Strategi inovasi produk UMKM Kota Palopo diterapkan dengan menggunakan konsep inovasi produk *re-arrange* (mengatur ulang) dan *simplify* (menyederhanakan). 2. Kebijakan pemerintah Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palopo kreatif sebagai tempat untuk mengapresiasi kualitas pelayanan dan produk baru yang telah diinovasi oleh UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo. Subjek penelitian ini yakni sepuluh UMKM Berbasis untuk memberikan fasilitas berupa tempat pelatihan dan panggung Ekonomi Kreatif Kota Palopo dan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palopo serta terkait dengan penelitian terdahulu yang relevan. Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi inovasi produk dalam peningkatan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo meskipun terhalang oleh beberapa kendala seperti kekurangan sumber daya manusia, kekurangan modal dan penguasaan teknologi keikutsertaan pemerintah untuk memberikan dukungan dan bantuan juga sangat berpengaruh terhadap penerapan konsep *re arrange* (mengatur ulang) dan *simplify* (menyederhanakan) strategi inovasi produk yang dilakukan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Strategi Inovasi Produk, UMKM

IAIN PALOPO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang banyak digeluti masyarakat dini baik yang menawarkan jasa maupun produk. Tidak dapat dipungkiri banyaknya usaha bermunculan dengan tawaran jasa atau produk yang sejenis maka diperlukan sebuah strategi inovasi produk untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Jelas kiranya bahwa dalam menerapkan suatu strategi inovasi produk adalah salah satu faktor yang sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan seperti memiliki kemampuan melihat dan mempelajari kebutuhan seperti apa yang dibutuhkan masyarakat selain itu kita juga harus memiliki jiwa kreatifitas untuk menciptakan hal-hal baru. Strategi inovasi produk mampu mendorong pelaku UMKM menciptakan produk yang lebih baik dari produk sebelumnya dan berbeda dengan produk yang ada dipasaran.¹

Selain itu, strategi inovasi produk sangat penting karena melalui suatu inovasi pelaku UMKM bisa lebih kreatif dalam menciptakan dan mengapresiasi kualitas pelayanan atau produk baru yang ditawarkan pada usahanya. Inovasi juga didefinisikan sebagai alat dasar yang menentukan arah

¹ Aang Curatman,Rahmadi,Soessanti Maulany dan Mastur Mujib Ikhsani,"Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM makanan dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon," *Jurnal Logika*,Vol.18,No.3(Desember 2016),hlm.62

strategi bisnis dan tujuan strategi untuk membantu bisnis agar dapat menghadapi tantangan baru dalam perkembangan dan pertumbuhan UMKM.

Karena itu, peran strategi inovasi produk sangat mendukung perkembangan UMKM itu sendiri bersama dengan pihak pemerintah.. Hingga disini pihak pemerintah dan pihak UMKM harus mampu mengayunkan langkah bersama pemerintah untuk mempertahankan dan mengembangkan UMKM di Indonesia. Dengan potensi yang dimiliki oleh kedua pihak memiliki pengaruh yang sangat penting dalam menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas-fasilitas dari pemerintah.

Maka dari itu pemerintah perlu memberikan dukungan dan mendorong pemberdayaan UMKM melalui berbagai upaya seperti pelatihan, pembinaan untuk meningkatkan pengetahuan dan penguasaan teknologi serta pemodalan. UMKM juga perlu mendapatkan perhatian dari semua pihak atas lemahnya akses informasi yang mengakibatkan kurangnya daya saing di pasar global agar tetap bertahan menghadapi arus pesaing mengingat UMKM mampu menjadi penyelamat dari krisis ekonomi.²

Berdasarkan hasil survei awal peneliti terkhusus untuk Kota Palopo yang merupakan salah satu daerah yang sudah banyak bermunculan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif. Namun dibalik usaha ini ada beberapa masalah yang dihadapi seperti modal, kurangnya sumber daya manusia, dan penguasaan teknologi hal ini yang di anggap sebagai salah satu faktor yang menghambat UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo serta menjadi penghambat dalam melakukan

² Gunarti, "Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa," *Jurnal Pendidikan, Hukum dan Bisnis*, Vol.1, No.5 (Desember 2017), hlm.61

inovasi produk untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Sehingga kondisi usaha ekonomi kreatif Kota Palopo hanya dapat dilihat dari peluang pemberdayaan dari waktu ke waktu yang belum menunjukkan besarnya harapan pada usaha tersebut untuk mendukung tumbuhnya sistem perekonomian yang berkeadilan dan mengakibatkan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif belum memberikan corak yang positif untuk Kota Palopo dimana Kota Palopo banyak dikenal oleh masyarakat umum baik dalam maupun luar daerah.³

UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo dianggap mampu meningkatkan dan mengembangkan jiwa kreativitas serta mampu menciptakan lapangan kerja untuk mengurangi jumlah pengangguran di Kota Palopo. Disinilah peran pemerintah Kota Palopo sangat penting untuk lebih optimis dalam membantu masyarakat Kota Palopo mengembangkan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif. Pemerintah berperan penting dalam pemberian akses modal, pelatihan dan pembinaan untuk meningkatkan kreatifitas masyarakat mengembangkan usaha.

Ini menunjukkan bahwa motivasi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo dalam berinovasi menghadapi pesaingnya dipasaran masih membutuhkan dukungan pemerintah. Agar kedepannya ekonomi kreatif Kota Palopo dapat berkembang secara pesat dan membrikan pendistribusian pendapatan yang bisa mensejahterakan masyarakat Palopo serta mampu mendorong pelaku UMKM untuk mempertahankan usahanya dan unggul dalam persaingan.

³ Tajuddin, Nur Mayasari, "Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo," *Jurnal Of Islamic Management And Business*, Vol.2, No.1 (April 2019), hlm.12

Hal ini yang membuat penulis sangat tertarik untuk dapat melakukan penelitian UMKM di Kota Palopo dengan Judul **“Strategi Inovasi Produk Dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan UMKM Di Kota Palopo”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti, yaitu:

1. Bagaimana strategi inovasi produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM di Kota Palopo ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana strategi inovasi produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM di Kota Palopo

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan pemahaman dalam peningkatan strategi inovasi produk untuk kemajuan UMKM dalam mempertahankan kepuasan pelanggan.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Penulis

Sebagai saran untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pentingnya memahami strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

- b. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai sumber informasi data sekunder sebagai pelengkap bagi seorang peneliti lain dan memberikan masukan yang berharga bagi mahasiswa.

c. Bagi Instansi Terkait

Diharapkan penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi UMKM berbasis ekonomi kreatif Kota Palopo, yakni berupa masukan mengenai pentingnya memahami strategi inovasi produk kemajuan UMKM dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.



IAIN PALOPO

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini penulis bukanlah yang pertama membahas tentang Strategi Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM di Kota Palopo. Adapun penelitian terdahulu yang relevan yang dapat dijadikan sumber rujukan untuk mendukung penulisan ini yaitu sebagai berikut:

1. Tesis yang ditulis oleh Vista Efanny Fillayata pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Road Café Steak Dan Pasta Bandung.” Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap tingkat kepuasan konsumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner dengan melibatkan 115 responden secara acak yang telah mengonsumsi produk minimal dua kali. Teknik analisis data yang digunakan yakni deskriptif kuantitatif.⁴

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Vista Efanny Fillayata adalah penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan membagikan kuesioner kepada 115 responden dan menggunakan analisis data dengan deskriptif kuantitatif. Persamaan penelitian ini adalah materi yang dibahas yaitu membahas tentang pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen.

⁴ Vista Efanny Fillayata, “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Road Café Steak dan Pasta Bandung,” *Jurnal Indonesia*, Vol.11, No.1, (2020), hlm.969

2. Penelitian yang dilakukan oleh Zaki Muttaqi Abdurrahman yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Batik Di Yogyakarta” tahun 2020. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh inovasi incremental terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM bati di Yogyakarta. Jenis dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan yakni analisis regresi berganda.⁵

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Zaki Muttaqi Abdurrahman dengan penelitian ini adalah teknik pengumpulan dan analisis datanya. Sedangkan persamaannya yakni sama-sama membahas tentang materi inovasi produk pada UMKM.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nadhiya Destari pada tahun 2020 dengan judul “Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat.” Tujuan penelitian ini untuk mengetahui inovasi produk Kue Nazka dan mampu meningkatkan kepuasan konsumen di Suka Bumi Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi,wawancara dan dokumentasi.⁶

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nadhiya Destari dengan penelitian ini adalah penelitian ini lebih berfokus ke satu produk saja yakni Kue Nazka. Sedangkan persamaannya yakni sama-sama menggunakan metode

⁵Zaki Muttaqi Abdurrahman,” Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Batik Di Yogyakarta,”(2020),hlm.26

⁶Nadhiya Destari,” Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat,(2020),hlm.2020

kualitatif dan pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi serta membahas materi yang sama yakni inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

B. Kajian Teori

1. Strategi dalam menjalankan sebuah bisnis sangat diperlukan untuk menetapkan suatu tindakan yang difokuskan dalam membangun keunggulan diferensial yang berkelanjutan, relatif terhadap pesaing, dibenak pelanggan, untuk menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan.

Menurut Philip Kotler strategi dalam sebuah bisnis adalah cara dimana fungsi pemasaran mengatur kegiatannya untuk mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dalam penjualan pada tingkat bauran pemasaran. Pada strategi pemasaran sebagai salah satu rangkaian padangan pada pola pikir (*minset*) dalam pemasaran yang menjadi tujuan *marketing*.

Dalam pola pikir tersebut terkandung strategi yang terperinci mengenai sasaran pasar atau target market, dimana posisinya, bauran serta anggaran untuk pemasaran. Kotler mengungkapkan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian logika tentang pemasaran dimana usaha (bisnis) tertentu mengharapkan adanya nilai lebih serta keuntungan dari bentuk hubungan dengan klien atau konsumen.⁷

2. Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Keller inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses mulai dari merancang dan mengembangkan konsep yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain sehingga dapat menghasilkan suatu

⁷ Philip Kotler, Strategi Pemasaran, (Bandung Alfabeta, 2010), hlm.5

produk baru atau merupakan gabungan kreatif dan berbagai produk yang telah ada. Adapun tujuan dari inovasi produk yaitu untuk meningkatkan kualitas manusia dan memperoleh banyak keterampilan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Berikut ini ada beberapa tujuan inovasi produk yaitu:

- a. Peningkatan kualitas produk
- b. Melakukan perubahan produk dan layanan yang sudah jenuh
- c. Memenuhi kebutuhan pelanggan
- d. Pengembangan dan penerapan pengetahuan wawancara
- e. Meningkatkan efisiensi produk

Dalam melakukan inovasi produk tentunya itu bisa memberikan manfaat tidak hanya pada barang namun juga pada perusahaan yang memproduksi. Berikut merupakan manfaat dari pembaruan produk, diantaranya:

- a. Memberikan nilai plus pada produk sehingga bisa menarik perhatian konsumen. Dengan begitu, konsumen akan mencoba untuk menggunakan produk tersebut.
- b. Meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan. Perkembangan pasar semakin lama semakin maju dan sengit. Jika pelaku usaha tetap menggunakan produk yang sama dalam waktu yang lama tanpa ada ide, maka akan kalah dan kehilangan banyak pelanggan.⁸

Sementara itu, Inovasi produk memiliki arti sebagai suatu kemajuan fungsional dari suatu produk yang bisa membuat produk tersebut lebih baik dibanding dengan produk pesaing. Selain itu, menurut Alison dan Richard Ashton

⁸ Mochammad Zaki P, "Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pelaku Usaha di Sentra Kripik Singkong Pedas Cimahi, *Jurnal Inovasi Produk*, Vol.2, No.1(2019), hlm.15

bahwa pada dasarnya konsep inovasi produk didasari pada dua hal yaitu sebagai berikut:

a. *Marketing Pull / Demand Pull*

Dimana inovasi bisa saja terjadi karena ketidakpuasan dari konsumen atau dari pangsa pasar pelaku usaha atas produk yang telah ditawarkan. Sehingga untuk mengatasi masalah tersebut, maka mau tidak mau harus mengadakan pembaruan terhadap suatu produk. Selain itu, dorongan untuk melakukan suatu ide juga disebabkan karena seseorang atau sekelompok orang yang ingin membuat suatu produk yang diinginkan pasar.

b. *Technology Pull*

Dimana inovasi produk ini terjadi karena ketidakpuasan dari peneliti baik yang internal ataupun eksternal terhadap produk yang sudah ada. Karena hal tersebut tujuan dilakukannya pembaruan tersebut adalah untuk mengkomersilkan produk yang belum dimengerti. Bisa juga dianggap untuk mencegah ketertinggalan persaingan karena teknologi yang semakin lama semakin berkembang.

Tidak hanya itu inovasi produk juga memiliki konsep yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha untuk memperbaiki kualitas produk baru atau jasa yang ditawarkan. Konsep inovasi produk tersebut yaitu:

a. *Simplify* (Menyederhankan)

Konsep ini menyederhanakan suatu proses. Misalnya yang awalnya membuat produk harus disortir terlebih dahulu kemudian untuk inovasinya tidak perlu disortir namun bisa dimaksimalkan dalam pengolahan.

b. *Combine* (Menggabungkan)

Konsep ini adalah menggabungkan satu atau dua produk menjadi satu produk. Misalnya yang awalnya shampoo yang diproduksi bertujuan untuk mengatasi ketombe dan ada yang untuk rambut rontok. Kemudian dari inovasi berkonsep kombinasi tersebut, dibuat shampoo untuk anti ketombe dan rambut rontok.

c. *Integrate* (Mengintegrasikan atau menyatupadukan)

Konsep ini menyatukan beberapa produk. Hampir sama dengan mengkombinasikan namun lebih kompleks sehingga keunggulan yang dimiliki tidak hanya satu namun juga bisa berlipat. Dengan begitu nilai plus yang dimiliki produk tersebut juga akan semakin besar.

d. *Re-Arrange* (Mengatur ulang)

Konsep mengatur ulang tentang produk bisa dilakukan melalui komposisi, bisa dari produksi atau bahkan bisa dari desainya, agar terlihat lebih menarik dimata konsumen.

e. *Eliminate* (Menghilangkan atau mengeliminasi atau menyingkirkan)

Menghilangkan proses atau bagian tertentu yang tidak perlu dikerjakan. Misalnya dalam desain atau tampilan dari produk tersebut ada gambar bintang. Padahal kalau tidak ada gambar tersebut, desain produk tetap bagus, sehingga gambar dihilangkan.⁹

Sedangkan menurut Kusumo dimensi dari inovasi produk adalah sebagai berikut:

⁹ Oviliani Yenty Yuliana,"Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis,"*Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*,Vol.2,No.1(Mei 2000),hlm.41

- a. Produk pengembangan yaitu mengembangkan suatu produk yang telah ada sebelumnya
- b. Produk tiruan yaitu meniru produk lain kemudian memodifikasi produk tersebut sesuai dengan kebutuhan pasar
- c. Produk baru yaitu menciptakan produk yang betul-betul baru dan tidak diciptakan oleh pihak manapun

Inovasi produk sangatlah berguna melakukan proses produksi. Banyak cara yang dapat digunakan untuk melakukan inovasi produk. Agar mendapatkan banyak ragam produk dan laku dipasaran. Pelaku usaha bisa mendapatkan keuntungan yang banyak. Ada tiga cara yang bisa diterapkan dalam melakukan inovasi produk yaitu:

- a. Mencari ide baru
- b. Mengamati produk serupa
- c. Melihat keinginan konsumen

Ada beberapa tahapan yang perlu dilalui dalam berinovasi pada pengembangan usaha dan sampai kepada dipasarkannya produk-produk unggul untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun tahapan-tahapan yang perlu diterapkan yaitu:

- a. Pemunculan gagasan

Pada tahapan ini ada beberapa pihak yang harus terlibat seperti pelaku usaha itu sendiri, karyawan jika ada dan konsumen untuk melakukan pertemuan (*meeting*) minimal empat kali dalam sebulan. Pada saat melakukan pertemuan

biasanya ada beberapa hal yang dibahas seperti teknik pembuatan produk, model, dan berbagai macam kegiatan-kegiatan yang bisa meningkatkan produksi produk.

b. Penyaringan gagasan

Tahapan penyaringan gagasan ini dilakukan pada saat pertemuan disini pelaku usaha dan anggotanya akan melakukan penyaringan gagasan seperti apa bentuk produk yang banyak disukai oleh konsumen. melalui tahap ini pelaku usaha akan lebih mudah melakukan inovasi produk terhadap produk jualannya sendiri baik itu dari segi warna maupun bentuk.

c. Pengembangan dan Penyajian konsep

Pada tahapan pengembangan dan penyajian konsep gagasan yang diterima akan diterapkan dan hasilnya akan ditunjukkan ke konsumen.

Pada proses penerapan inovasi produk kemampuan berinovasi menurut Kuratko,D.F. ada empat jenis inovasi produk antara lain:

a. Inovasi tambahan (*Incremental innovation*) merupakan salah satu inovasi produk yang memanfaatkan produk atau sesuatu yang telah ada untuk diinovasi kembali baik itu dari desain ataupun selera sesuai dengan keinginan konsumen atau sebuah inovasi yang hanya berfokus pada perbaikan kualitas produk maupun jasa agar unggul dari yang sebelumnya.

b. Inovasi arsitektur (*Architectural innovation*) merupakan inovasi yang dilakukan terhadap suatu produk dengan penerapan teknologi yang sudah ada atau baru muncul untuk memecahkan suatu persoalan.

c. Inovasi yang mengganggu (*Disruptive innovation*) merupakan inovasi yang dilakukan dengan menciptakan pasar baru dengan mengganggu atau merusak pasar yang sudah ada dan pada akhir mengganti teknologi terdahulu.

d. Inovasi radikal (Radikal innovation) merupakan inovasi yang dilakukan dengan melakukan perubahan secara keseluruhan baik komponen maupun sistem yang sudah ada.¹⁰

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Adalah suatu bisnis yang dijalankan secara individu, rumah tangga atau badan usaha ukuran kecil. Keberadaan UMKM saat ini tidak bisa dihilangkan karena sangat membantu pendapatan masyarakat. Ini menunjukkan UMKM sebagai kegiatan perekonomian juga harus meningkatkan kreatifitas dalam melakukan inovasi produk untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan meningkatkan jumlah penjualan.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berdasarkan Undang-Undang No.20 tahun 2008 pasal 1 menjelaskan yang dimaksud dengan:

1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan/ atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi

¹⁰ Anthony Loenardo Jonathan, "Analisis Terhadap Inovasi Produk Pada PT. Karyayudha Tiaratama", *Jurnal Agora*, Vol.6, No.2, (2008), hlm.3

bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil sebagaimana dimaksud Undang-Undang ini

3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.¹¹

Berdasarkan pengertian diatas berikut ini merupakan kriteria dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah:

- 1) Usaha Mikro, memiliki kekayaan asset atau kekayaan bersih maksimal Rp.50.000.000,00 dengan omset tahunan maksimal berjumlah Rp.300.000.000,00.
- 2) Usaha Kecil, memiliki kekayaan asset atau kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 dengan omset tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 sampai dengan Rp.2.500.000.000,00.
- 3) Usaha menengah memiliki kekayaan asset atau kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 sampai dengan Rp.10.000.000.000,00 dengan omset tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 sampai dengan Rp.50.000.000.000,00.¹²

UMKM sebagai penyelamat ekonomi bangsa dan negara mampu menyerap tenaga kerja serta mengurangi pengangguran. Adapun keunggulan yang bisa berdampak terhadap usaha UMKM antara lain:

¹¹ Undang-Undang Republik Indonesia No.2 Tahun 2008, *Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, Pasal 1 Ayat 1-3

¹² Adi Putra, Hasan Basri, "Representasi Sosial Ekonomi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dikawasan Objek Wisata Percandian Muaro Jambi-Provinsi Jambi," *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan*, Vol.5, No.1 (4 Maret 2019). hlm.4

- 1) Inovasi dalam teknologi yang telah memudahkan mengembangkan produk
- 2) Hubungan kemanusiaan yang akrab dalam perusahaan kecil
- 3) Kemampuan menciptakan kesempatan tenaga kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja
- 4) Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat disbanding dengan perusahaan besar pada umumnya birokrasi
- 5) Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan

Dengan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) juga memiliki banyak potensi seperti:

- 1) Usaha mikro, kecil dan menengah tidak membutuhkan waktu yang lama dalam hal produksinya jadi dapat dikatakan memiliki waktu produksi yang singkat.
- 2) Dapat menciptakan dan membuka lapangan pekerjaan yang seluas-luasnya
- 3) Modal, sumber modal bisa berasal dari modal pribadi atau dari pinjaman pihak lain
- 4) Kemampuan bagi sumber daya manusia dapatkan peluang yang besar sehingga dapat berkembang.
- 5) Usaha mikro kecil dan menengah memberikan peluang untuk bisa lebih mengembangkan kreativitas dan skill.¹³

Selain potensi yang dimiliki adapun keunggulan dari UMKM itu sendiri antara lain sebagai berikut:

¹³Racmad Budiarto, "Pengembangan UMKM," Konseptual dan Pengalaman Praktis, Edisi 1 (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2015). hlm. 17

- 1) Inovasi, dalam melakukan kegiatannya diperlukan pembaruan untuk dapat mengembangkan produk baru yang diperoleh mempunyai ciri khas yang menarik
- 2) Fleksibilitas, dalam melakukan usahanya pelaku UMKM harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi untuk dapat terus berkembang kedepannya.¹⁴

4. Peningkatan

Manurut seorang ahli bernama Adi S, peningkatan berasal dari kata tingkat. Yang berarti lapis atau lapisan dari sesuatu yang kemudian membentuk susunan. Secara umum, peningkatan merupakan upaya untuk menambah derajat, tingkat, dan kualitas maupun kuantitas. Peningkatan juga dapat berarti penambahan keterampilan dan kemampuan agar dapat menjadi lebih baik.¹⁵

Secara umum peningkatan merupakan upaya untuk menambah derajat, tingkat, dan kualitas maupun kuantitas. Peningkatan juga dapat tanggap sebagai penambahan keterampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik. Selain itu peningkatan juga sebagai pencapaian dalam proses, ukuran, sifat, hubungan, dan sebagainya. Contoh penggunaan katanya adalah strategi inovasi produk dalam peningkatan kepuasan pelanggan serta peningkatan pendapatan. Hingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan pada contoh tersebut memiliki arti yaitu kemampuan untuk membuat usaha menjadi lebih baik.

Tercapainya peningkatan pada usaha biasanya diperlukan perencanaan dan eksekusi yang baik. Perencanaan eksekusi ini harus saling berhubungan dan

¹⁴ Syaakir Sofyan, "Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia," *Jurnal Bilancia*, Vol.11, No.1 (Januari-Juni 2017), hlm.42

¹⁵ Elok Nuriyanto, "Peningkatan Hasil Belajar Melalui Modal Pembelajaran Kooperatif Tipe Two Stay Two Stray Pada Siswa SMP," *Jurnal Suluh Edukasi*, Vol.1, No.1, (Maret 2020), hlm.103

tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan. Peningkatan juga dapat menggambarkan perubahan keadaan atau sifat negative menjadi positif. Sedangkan hasil dari sebuah peningkatan dapat berupa kuantitas dan kualitas. Hasil dari peningkatan juga ditandai dengan tercapainya tujuan pada suatu titik tertentu.

5. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah sebuah ungkapan perasaan senang maupun kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan dengan kenyataan yang diperoleh. Kepuasan pelanggan sangat berperan dalam konsep pemasaran produk untuk menunjang keberhasilan suatu usaha demi mewujudkan tujuan dan harapan. Sederhananya kepuasan pelanggan terhadap produk tertentu merupakan hasil dari perbandingan yang dilakukan pelanggan terhadap tingkat manfaat yang ditawarkan dengan tingkat manfaat yang diharapkan.¹⁶

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh penting terhadap pelayanan yang mana pelayanan akan dianggap baik jika mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Pengukuran kepuasan pelanggan sebagai suatu elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang baik dan efisien terhadap pelanggan.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang

¹⁶ Dita Putri Anggraini, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Administrasi Binis*, Vol.37, No.1 (Agustus 2016), hlm.173

tanggap terhadap kepuasan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran.

Menurut pakar Kotler dan Keller kepuasan merupakan senang ataupun kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi pelanggan itu sendiri. Kepuasan pelanggan dalam sebuah usaha dianggap sebagai salah satu dimensi kinerja pasar karena peningkatan kepuasan konsumen berpotensi pada pertumbuhan penjualan jangka pendek maupun jangka panjang.¹⁷



IAIN PALOPO

¹⁷ Anindya Dwiana Putri, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen," *International Journal Of Management*, Vol.6, No.2, (2017), hlm.3

C. Kerangka Pikir

Menurut Crawford menyatakan bahwa inovasi produk adalah suatu trik yang digunakan dalam keseluruhan operasi baik itu dalam bentuk pelayanan ataupun penciptaan produk baru pada suatu badan usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan dipasaran.¹⁸ Karena itu adapun kerangka pikir pada penelitian ini digunakan untuk mempermudah jalanya pemikiran terhadap masalah yang akan dikupas. Kerangka pikir yang digunakan dalam skripsi ini dalam diagram berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

¹⁸ Putu Sukarmen, "Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel *Intervening* Pada Produk Gula Pasir Sebelas," *Jurnal Ekonomi*, Vol.7, No.1, (2013), hlm.67

Melalui pendekatan sosiologi yang dilakukan peneliti melakukan interaksi langsung kepada pelaku UMKM Kota Palopo dengan tujuan untuk melihat langsung kelapangan proses penerapan inovasi produk yang dilakukan UMKM Kota Palopo untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Sehingga kerangka pikir diatas dapat diuraikan peneliti bahwa dalam menerapkan strategi inovasi produk UMKM Kota Palopo menerapkan sebuah trik baik itu dalam pengembangan produk lama dan penciptaan produk lama serta meningkatkan kualitas pelayanan dalam sebuah usaha gunanya agar kepuasan pelanggan pada UMKM Kota Palopo dapat meningkat.



IAIN PALOPO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, penelitian kualitatif ini diambil penulis bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena, peristiwa dinamika sosial, sikap kepercayaan, dan persepsi seorang atau kelompok terhadap sesuatu.

Proses penelitian kualitatif dimulai dengan menyusun asumsi dasar atau aturan berfikir yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan dalam riset kemudian ditafsirkan.¹⁹

B. Subjek/Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang, benda maupun suatu tempat data untuk variabel permasalahan. Adapun informan pada penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kota Palopo yang memanfaatkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Kota Palopo. Lokasi penelitian ini dipilih peneliti karena Kota Palopo merupakan salah satu tempat perekrutan masyarakat yang mampu berwirausaha. Adapun waktu penelitian ini yaitu penelitian ini dimulai pada bulan April-Juli 2022.

¹⁹Ilham Choirul Anwar, Mengenal Penelityian Kualitatif, Pengertian Analisis. [Online] Accurate at: <http://tirto.id/mengenal-penelitian-kualitatif-dan-metode-analisis-f9vh> > [Accessed 17 Agust].

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian kualitatif ini adalah Strategi Inovasi Produk Dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan UMKM Kota Palopo. Hal ini kemudian didasarkan pada permasalahan yang nampak pada UMKM Kota Palopo mengenai bagaimana strategi inovasi produk dalam peningkatan kepuasan pelanggan UMKM Kota Palopo. Oleh karena itu penelitian ini dibatasi oleh konsep-konsep inovasi produk yang mampu mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan UMKM Kota Palopo.

E. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data terdiri dari dua macam yakni:

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.²⁰ Adapun yang dimaksud dalam data primer yaitu dengan melakukan observasi dan wawancara langsung kepada tujuh UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo Seperti Nurbiana Shop, Mapaccing Laundry, Four Tea, Kios Buah, Toko Tunas Baru, MS Glow By Aish Palopo, Home Dekor dan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palopo.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang melengkapi data primer yang memberikan data kepada peneliti misalnya lewat dokumen-dokumen yang telah disusun serta karya ilmiah yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

²⁰ Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta: Absolute Media, 2020), hal. 121

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi instrumen adalah penelitian itu sendiri sebagai instrumen utamanya, adapun instrumen yang melengkapi data-data yang didapatkan melalui teknik observasi, wawancara, dokumentasi. Selain itu ada alat bantu yang digunakan sebagai instrumen yaitu kamera, telepon genggam, pulpen dan buku tulis.

G. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Observasi

Observasi sebagai salah satu teknik pengumpulan data yang tidak mengukur sikap responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi atau kondisi). Teknik ini digunakan untuk melakukan pengamatan langsung ke Jl.Dr.Ratulangi (Nurbiana Shop), Jl.Poros Palopo Masamba (Four Tea), Jl.Ahmad Dahlan (Mapaccing Laundry), Jl.Durian (Kios Buah), Jl.Durian (Toko Tunas Baru), Jl.Dr.Ratulangi (MS Glow By Aish Palopo), Jl.H.Andi Kasim (Home Dekor) dan Jl.Amasangan (Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) sehingga akan diperoleh pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan pada saat melakukan proses wawancara.

2. Wawancara

Wawancara ialah percakapan tanya jawab atau suatu bentuk komunikasi untuk memperoleh sebuah informasi yang dibutuhkan. Sedangkan jenis wawancara yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian adalah

wawancara bebas terpimpin kepada para pelaku UMKM yang memanfaatkan inovasi produk dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Proses wawancara dilakukan secara tatap muka (*face to face*) dimana peneliti langsung bertanya kepada pihak informan, kemudian informan menjawab secara bebas dan apa adanya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi sudah lebih banyak dipakai sebagai alat untuk keperluan perlengkapan, dokumentasi menghasilkan data deskriptif yang cukup berharga dan sering digunakan untuk meneliti sebagai subjek dan hasilnya yang dianalisis secara induktif. Jadi dalam penelitian ini dokumentasi hanya sebagai pendukung dari sumber data.

H. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kuantitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa Aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Adapun beberapa aktivitas yang bisa dilakukan dalam menganalisis data seperti data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification. Langkah-langkah dalam analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman diuraikan sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data reduction*)

Mereduksi data berarti merangkul, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Selanjutnya

laporan yang direduksi dirangkum dan dipilih berdasarkan hal-hal pokok difokuskan harus relevan. Sehingga diperoleh gambar yang lebih tajam tentang hasil pengumpulan data.²¹

2. Penyajian Data (*Data display*)

Setelah data tereduksi selanjutnya dilakukan penyajian data. Tujuannya adalah agar data yang dipaparkan dapat dipahami dengan baik oleh peneliti itu sendiri atau orang lain. Selain itu penyajian data dapat berupa teks naratif, matriks grafik, jaringan dan bagan. Penyajian data juga merupakan bagian dari analisis, bahkan mencakup pula reduksi data.²²

3. Verifikasi Data (*Conslusion drawing*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut miles dan huberman adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi.²³

I. Definisi Istilah

Untuk menghindari adanya kesalahpahaman dan hal-hal yang dapat membingungkan bagi para pembaca maka penulis mempertegas istilah-istilah yang dianggap penting untuk diberikan penjelasan agar lebih memahami isi dari penelitian.

1. Strategi

Strategi adalah suatu seni merancang operasi dalam menghadapi tantangan dalam suatu usaha seperti cara-cara mengatur posisi atau siasat dalam menghadapi sebuah tantangan. Secara umum strategi merupakan suatu teknik yang

²¹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung Alfabeta, 2004), hlm. 247

²²Baswari, dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Asdi Mahasatya, 2008), hlm. 209

²³ Sugiono, *Metode Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung Alfabeta, 2004), hlm. 254

digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi juga dikenal sebagai ilmu dan seni yang memanfaatkan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam menghadapi sebuah tantangan.²⁴

2. Inovasi Produk

Inovasi produk diartikan sebagai upaya pelaku UMKM memperbaiki, meningkatkan, dan mengembangkan produk yang telah ada sebelumnya. Inovasi produk merupakan cara untuk meningkatkan nilai sebagai komponen kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa pelaku UMKM menjadi pimpinan pasar dan mempertahankan kepuasan pelanggan.²⁵

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diartikan sebagai suatu kegiatan usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, maupun badan usaha kecil. UMKM juga, merupakan salah satu praktik usaha populer dikalangan masyarakat. Banyaknya pengiat UMKM menjadikan sektor bisnis ini sebagai salah satu roda penggerak perekonomian Negara.²⁶

4. Peningkatan

Peningkatan merupakan proses untuk memotivasi dan hasil usaha seseorang menjadi lebih baik daripada sebelumnya. Peningkatan juga dapat diartikan sebagai proses, cara, perbuatan meningkatkan usaha atau kegiatan. Sehingga peningkatan juga dapat dipandang sebagai sebuah lapisan dari sesuatu yang kemudian

²⁴ Fatimah, "Strategi Belajar Dan Pembelajaran Dalam Meningkatkan Keterampilan Bahasa," *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, Vol.1, No.2, (Oktober 2018), hlm.109

²⁵ Arianti, Tujuan Inovasi Produk, [Online] Accurate Online. Available at: <http://www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-baru-.com/> [Accessed 27 March 2018]

²⁶ Husen Mulachela, Ciri, Faktor Dan Pengembangan UMKM, [Online] Accurate Online. Available at: <http://www.scribd.com/doc/90976520/UMKM-com/> [Accessed 25 August 2021]

membentuk susunan. Peningkatan sama halnya dengan mengalami kemajuan, penambahan dan kemampuan untuk menjadi lebih baik.²⁷

5. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat dijadikan sebagai tolak ukur dari perasaan kecewa atau senang seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil atau pelayanan yang dipikirkan dengan kinerja yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan pelayanan yang diterima atau diharapkan.²⁸ Perasaan tersebut timbul karena pelanggan membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan.

²⁷Syekh Nurjayati, "Peningkatan pendidikan social dan ekonomi," *Jurnal Pendidikan*, Vol. 31, No.2, (2021), hlm.1

²⁸Yusepaldo Pasharibu, "Harga, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pada Transportasi Online Terhadap Kepuasan Pelanggan," *International Journal Economic and Budiness*, Vol.21, No. 2, (Oktober 2018), hlm.245

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

Secara geografis terletak antara $2^{\circ}53'15''$ - $3^{\circ}04'08''$ Lintang selatan dan $120^{\circ}03'10''$ - $120^{\circ}14'34''$ Bujur timur. Berdasarkan posisi geografisnya. Kota Palopo memiliki batas-batas: Utara – Walendrang Kabupaten Luwu; Selatan – Kecamatan Bua Kabupaten Luwu; Barat – Kecamatan Tondon Nanggala Kabupaten Toraja Utara; Timur – Teluk Bone. Luas wilayah Kota Palopo tercatat 247,52 km persegi yang meliputi 9 kecamatan dan 48 kelurahan. Kecamatan terluas di Kota Palopo adalah kecamatan Wara Barat dengan luas 54,13 km persegi atau mencakup 21,87 persen dari luas Kota Palopo secara keseluruhan.²⁹

Secara spesifik Kota Palopo dipengaruhi oleh adanya iklim tropis basah, dengan keadaan curah hujan bervariasi antara 500-1000 mm/tahun. Suhu udara berkisar sekitar $25,5^{\circ}\text{C}$ sampai dengan $29,7^{\circ}\text{C}$, berkurang $0,6^{\circ}\text{C}$ sampai kenaikan dengan 85% tergantung lamanya penyinaran matahari yang bervariasi antara 2,5 sampai 8,5 jam perhari.

Adapun kondisi pemukiman tanah kawasan perkotaan (kawasan *buil-up area*) cenderung datar, linier sepanjang jalan trans sulawesi, dan sedikit menyebar pada arah jalan lingkungan di wilayah perkotaan, sedangkan kawasan yang menjadi pusat kegiatan dan cukup padat adalah sekitar pasar (pusat perdagangan jasa), sekitar perkantoran, dan sepanjang pesisir yang merupakan kawasan pemukiman kumuh yang basah dengan kondisi tanah genangan dan pasang surut

²⁹ BPS Kota Palopo, “Kota Palopo Dalam Angka Palopo Municipality In Figures 2019”, hal.37

air laut. Secara garis besar keadaan topografis Kota Palopo ini terdiri dari tiga variasi yaitu daratan rendah sepanjang pantai, wilayah perbukitan bergelombang dan datar dibagian tengah dan pegunungan dibagian barat, selatan dan sebagian dibagian utara.

B. Hasil Penelitian

1. Data Informan UMKM di Kota Palopo

Pertumbuhan ekonomi Kota Palopo yang semakin pesat yang bisa menggambarkan bahwa Kota Palopo telah mengalami kemajuan. Hal ini didukung dengan banyaknya masyarakat Kota Palopo yang mulai menggeluti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk membantu perekonomian keluarga dan mengurangi jumlah pengangguran di Kota Palopo. Melalui strategi inovasi produk untuk mengembangkan dan mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo dari tahun ketahun.

Perkembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo membawa dampak yang baik untuk Kota Palopo Sendiri, karena dari hal tersebut menandakan bahwa setiap hari terjadi perputaran uang yang bisa menambah pendapatan daerah yang kedepannya dapat memberikan kontribusi terhadap pembangunan Kota Palopo. Tetapi tidak menutup kemungkinan ditengah banyaknya UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo baik itu penawaran jasa maupun produk sejenis tentunya ada hambatan yang dihadapi oleh setiap Pelaku UMKM salah satu hambatan yang paling menonjol yaitu strategi

dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Berikut ini ada nama-nama pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif yang menjadi informan dari penelitian ini:

Tabel 4.1 Informan Penelitian

No	Nama Pemilik	Nama Usaha	Jenis Usaha
1	Nurbiana	Nurbianashop	Fashion
2	Muh Syarif	Mapaccing Laundry	Jasa
3	Fitri Yulianti	Four Tea	Kuliner
4	Ratna Rahim	Kios Buah	Agro Bisnis
5	Aisyah	Toko Tunas Baru	ATK dan Percetakan
6	Aisyah Saputi	MS Glow By Aish Palopo	Kosmetik
7	Surpi	Home Dekor	Kerajinan Tangan

a. Nurbiana memiliki usaha yang menawarkan busana khusus wanita yang bergerak dibidang fashion. Usaha ini sudah dijalankan selama 3 tahun. Awal mulanya usaha ini dijalankan untuk memenuhi kebutuhan perekonomian keluarga. Usaha ini merupakan usaha milik sendiri dan juga dijalankan sendiri. Dalam menjalankan usaha ini selalu memberikan respond dan pelayanan yang baik kepada konsumen untuk membuat pelanggannya merasa nyaman.³⁰

b. Muh Syarif memiliki usaha laundry yang bergerak dibidang jasa. Usaha ini dijalankan selama 4 tahun. Awal mula usaha ini dijalankan berawal dari

³⁰ Nurbiana, Owner Nurbiana Shop, "Wawancara", Palopo, 6 Juni 2022

Program Kreatifitas Mahasiswa (PKM) lalu berlanjut menjadi usaha sendiri yang dijalankan bersama 8 orang karyawan. On time dan selalu jujur adalah sikap yang diterapkan untuk melayani pelanggan agar pelanggan selalu percaya.³¹

c. Fitri Yulianti memiliki usaha kuliner khususnya minuman. Usaha ini sudah dijalankan selama 2 tahun. Awalnya usaha ini dijalankan karena dianggap menggiurkan dan banyak orang menyukainya. Usaha ini merupakan usaha milik sendiri dan dijalankan bersama 1 orang karyawan. Dalam mempertahankan kepuasan pelanggannya pemilik usaha menawarkan berbagai macam rasa minuman seperti taro, capucino, redvelvet, vanilla dan masih banyak lainnya disamping itu pemilik usaha selalu mempertahankan cita rasa produknya.³²

d. Ratna Rahim pemilik usaha di Kios Buah yang bergerak dibidang Agro Bisnis yang sudah dijalankan selama 2 tahun. Alasan pengusaha memilih usaha ini selain pendapatan yang menjanjikan juga karena dengan menjadi penjual secara tidak langsung kita sudah ikut berpartisipasi membantu masyarakat hidup sehat. Adapun beberapa macam buah yang dijual seperti buah naga, semangka, apel, melon jeruk dan masih banyak lainnya. Dalam mempertahankan kepuasan pelanggannya selain memberikan pelayanan yang baik pemilik usaha juga selalu melakukan pengecekan terhadap buah-buahan yang masih layak atau sudah tidak layak untuk diperjual belikan.³³

e. Aisyah pemilik usaha di Toko Tunas Baru yang bergerak dibidang ATK dan percetakan. Usaha ini merupakan usaha milik sendiri yang dijalankan bersama 3 orang karyawan dan sudah berjalan selama 4 tahun. Pemilik usaha memiliki

³¹ Muh Syarif, Owner Mapaccing Laundry, "Wawancara", Palopo, 7 Juni 2022

³² Fitri Yulianti, Owner Four Tea, "Wawancara", Palopo, 8 Juni 2022

³³ Ratna Rahim, Owner Kios Buah, "Wawancara", Palopo, 7 Juli 2022

usaha ini untuk dijalankan karena anggapan bahwa selama masih ada perkantoran, sekolah, dan instansi-instansi pemerintahan usaha ini sangat menjanjikan. Adapun yang dilakukan untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya seperti memberikan pelayanan baik, mengadakan promo dan biasanya memberikan potongan harga kepada pelanggan yang melakukan pembelian barang secara besar-besaran.³⁴

f. Aisyah Saputri memiliki usaha dibidang kosmetik yang diberi nama Ms Glow By Aish Palopo. Usaha ini sudah berjalan selama 3 tahun dan juga merupakan usaha milik sendiri yang dijalankan bersama 2 orang karyawannya. Pemilik usaha memilih usaha ini berawal dari hasil Ms Glow yang telah digunakan pemilik usaha itu bagus kemudian banyak kerabatnya yang tertarik menggunakan produk serupa disitulah akhirnya pemilik usaha memutuskan untuk membuka dan mengembangkan usaha Ms Glow By Aish Palopo. Adapun yang dilakukan pemilik usaha untuk mempertahankan kepuasan pelnggannya yaitu selalu *up date* menawarkan produk-produk baru Ms Glow kepada masyarakat baik secara *online* maupun *offline* selain itu pemberian pelayanan yang baik dengan penerapan senyum, salam, sapa (3S).³⁵

g. Supri pemilik usaha kerajinan tangan yang diberi nama Home Dekor. Usaha ini sudah berjalan selama 3 tahun yang merupakan usaha milik sendiri yang dijalankan bersama 2 orang karyawan. Alasan pemilik usaha memilih usaha ini karena dianggap memiliki peluang yang banyak karena masih sedikit orang yang menjalankan usaha kerajinan tangan. Adapun cara yang dilakukan pemilik usaha

³⁴ Aisyah, Owner Toko Tunas Baru, "Wawancara", Palopo, 7 Juli 2022

³⁵ Aisyah Saputri, Owner MS Glow By Aish Palopo, "Wawancara", Palopo, 7 Juli 2022

untuk mempertahankan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan yang bagus serta selalu melakukan pembaharuan hasil-hasil kerajinan tangan yang dijual.³⁶

Pertumbuhan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo membawa dampak yang positif bagi pertumbuhan ekonomi. Dengan mengembangkan ide dan kreatifitas di era ekonomi yang modern saat ini telah menjadi sebuah fenomena tersendiri disebagian besar pelaku UMKMK khususnya dibidang ekonomi kreatif. Pengembangan UMKM berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo masih memiliki tantangan tersendiri seperti dalam melakukan strategi inovasi produk masih kurang memahami pemanfaatan teknologi, sumber daya dan skill yang dimiliki masih kurang untuk menghadapi persaingan sekaligus mempertahankan kepuasan pelanggannya.

Telah diketahui bahwa UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo banyak yang sejenis baik yang bergerak dibidang jasa atau yang menawarkan produk. Hingga perlu kiranya setiap UMKM memiliki ciri Khas masing-masing dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM berbasis ekonomi kreatif perlu menerapkan sebuah strategi inovasi produk. Ini menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM Kota Palopo untuk mulai belajar mengolah skill baik itu penguasaan teknologi atau pun sumberdaya manusi karena itu sangat berpengaruh untuk mengolah jiwa kreatifitas pelaku UMKM dalam melakukan inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan dalam hal ini pelaku UMKM

³⁶ Supri, Owner Home Dekor, "Wawancara", Palopo, 7 Juli 2022

Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo, awal-awal ide dan terinspirasi menjalankan usaha tersebut.

Seperti pada bidang fashion tentunya dalam memilih usaha ini untuk dijalankan ada beberapa hal yang membuat pengusaha terinspirasi seperti tingkat pendapatan, mudah dijalankan dan juga karena hobi. Sebagai pelaku bisnis fashion, ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam karakteristik untuk mengembangkan usaha yaitu detail, kritis, mengamati, memahami produk yang ada, independen senang menganalisa dan berwawasan luas. Sementara dalam hal komunikasi, karakter yang harus dibentuk salah satunya adalah keterampilan interpersonal. Seperti yang telah dikemukakan oleh Nurbiana sebagai pemilik usaha NurbianaShop menyatakan bahwa:

“Awalnya penjual terinspirasi menjadi penjual pakaian karena berfikir bahwa menjadi pengusaha fashion memiliki tingkat keuntungan yang lebih besar selain itu pelaku usaha juga senang dengan fashion”.³⁷

Sama halnya pada usaha laundry yang bergerak dibidang jasa tentunya dalam memilih usaha ini ada hal-hal yang membuat pelaku usaha terinspirasi seperti pendapatan, meringankan pekerjaan manusia, dan usaha bisa dijalankan sendiri. Peluang laundry saat ini memang terbilang menjanjikan. Khususnya diperkotaan yang mayoritas orangnya tidak punya cukup waktu untuk mencuci baju sendiri. Hal inilah yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk membangun bisnis laundry. Berdasarkan hasil penelitian Muh. Syarif menyatakan bahwa :

³⁷ Nurbiana, Owner Nubianashop, "Wawancara", Palopo, 6 Juni 2022

“Awalnya pemilik usaha termotivasi untuk menjalankan usaha laundry selain memiliki target pasar yang luas dan bisa terus berkembang juga karena bisa menjadi sebagai solusi untuk mempermudah kehidupan manusia dan penghasilan yang menggiurkan.³⁸

Memilih usaha kuliner untuk dijalankan baik itu minuman atau makanan tentunya ada hal-hal yang membuat pelaku usaha tertarik menjalankannya seperti pendapatan, ikut tren dan bisa juga karena hobi. Seperti diketahui, dengan harga kompetitif serta kualitas beraneka ragam, usaha kuliner memang banyak didominasi. Melalui dari makanan sampai minuman begitu beraneka ragam yang ditawarkan kepada konsumen. Selain tengah digemari, usaha kuliner juga tidak membutuhkan modal terlalu besar. Seperti yang telah dikatakan oleh Fitri Yulianti bahwa:

“Awalnya pemilik usaha termotivasi menjadi penjual minuman kekinian karena sangat berpeluang untuk mendapatkan omset yang besar dengan modal yang bisa terbilang kecil dan juga banyak diminati banyak orang.”³⁹

Percetakan merupakan salah satu usaha jasa yang saat ini banyak dijalankan oleh para pengusaha digital, jenis bisnis yang satu ini keuntungannya lumayan besar. Hal inilah yang dijadikan sebagai salah satu alasan yang mampu menginspirasi usaha percetakan untuk menjalankan usaha ini. Hal ini tidak luput dari besarnya kebutuhan masyarakat akan jasa percetakan sehingga membuat industri ini menawarkan peluang bisnis yang menjanjikan. Seperti yang dikatakan oleh Aisyah pemilik Toko Tunas Baru bahwa:

“Awalnya pemilik usaha termotivasi untuk menjual ATK dan percetakan karena perkembangan instansi-instansi pemerintahan, sekolah dan perkantoran saat ini sangat pesat sehingga pengusaha berinisiatif untuk mengembangkan usaha di bidang ATK dan percetakan.”⁴⁰

³⁸ Muh Syarif, Owner Mapaccing Laundry, "Wawancara", Palopo, 7 Juni 2022

³⁹ Fitri Yulianti, Owner Four Tea, "Wawancara", Palopo, 8 Juni 2022

⁴⁰ Aisyah, Owner Toko Tunas Baru, "Wawancara", Palopo 7 Juli 2022

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada beberapa UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo ada beberapa hal yang menjadi inspirasi awal dari pelaku usaha baik itu dibidang fashion wanita, laundry, kuliner dan percetakan memiliki peluang, omset yang besar, dan untuk membantu pekerjaan manusia serta juga karena hobi sebagai tujuan awal dari usaha yang dijalankan.

2. Kendala Yang Dihadapi Oleh Para Pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Menerapkan Strategi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Menurut dari hasil wawancara, dalam meningkatkan kepuasan pelanggan perlu penerapan strategi inovasi produk pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo. Namun dalam penerapannya masih terkendala oleh beberapa masalah pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo yang telah diteliti. Adapun kendala-kendala yang dihadapi seperti kurangnya sumberdaya manusia masih seperti dalam penguasaan dan pemanfaatan teknologi masih minim. Contohnya seperti dalam memilih usaha fashion untuk dijalankan tentunya dalam menjalankan usaha ini ada permasalahan yang dihadapi seperti kekurangan penguasaan teknologi, dan tidak berfikir kreatif dalam menentukan manset pasar. Berdasarkan hasil penelitian pada bidang fashion Nurbiana menyatakan bahwa:

“Permasalahanya, selain jiwa kreatifitas masih terkait dengan pemanfaatan teknologi dalam melakukan penjualan atau promosi secara *online* yang seharusnya memanfaatkan fitur-fitur aplikasi media *online* untuk membuat konten-konten menarik yang bisa memberikan daya tarik kekonsumen untuk membeli produk pengusaha malah masih keseringan melakukan promosi dengan memposting gambar seadanya . Disini juga pengusaha masih kurang update tentang trend

digital sehingga beberapa platform media sosial yang mengeluarkan fitur-fitur baru yang bisa mendukung penjualan fashion secara luas kurang dipahami.”⁴¹

Selain itu, dalam usaha penjualan buah kesulitan mempertahankan kualitas buah agar tidak mengalami pembusukan menjadi salah satu kendala yang sulit ditangani pelaku usaha penjualan buah. Selain itu, sulitnya mencari konsumen membuat pelaku tidak merekrut banyak karyawan mengingat pelaku usaha masih kekurangan modal untuk memberikan upah kepada karyawannya. Berdasarkan hasil penelitian Ratna Rahim menyatakan bahwa:

“Permasalahannya, kurangnya modal dan kreatifitas terkait dengan kualitas buah-buahan yang sulit terjaga tidak dapat dipungkiri bahwa buah-buahan tidak bisa awet dalam waktu yang lama. Sehingga buah-buahan akan gampang busuk jika tidak laku dalam waktu yang lama.”⁴²

Dibalik permasalahan yang dihadapi mereka juga menjadi salah satu tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan karenanya jika disertai dengan tekad yang kuat, dukungan dari orang sekitar dan kesabaran dalam menjalankan usaha tersebut hingga bisa meningkat hari demi hari. Selain itu menurut dari hasil wawancara yang diperoleh, pada awal menjalankan usaha terdapat beberapa tantangan tersendiri yang mereka hadapi. Tantangan yang diperoleh ada yang mendapatkan respon yang baik ada juga yang tidak. Tetapi dari tantangan yang dihadapi dapat menjadi pondasi dalam awal-awal memulai suatu usaha.

Seperti usaha laundry yang juga merupakan usaha dibidang jasa yang sudah banyak digeluti oleh banyak orang. Sehingga diawal usaha biasanya kesulitan kesulitan banyak terjadi. Adapun kesulitan-kesulitan yang sering terjadi

⁴¹ Nurbiana, Owner Nurbianashop, "Wawancara", Palopo 6 Juni 2022

⁴² Ratna Rahim, Owner Kios Buah, "Wawancara", Palopo, 7 Juli 2022

pada awal usaha seperti sulit mencari konsumen, sulit menentukan harga dan sulit menentukan lokasi yang strategis untuk menjalankan usaha. Seperti yang dikatakan oleh Muh.Syarif sebagai pemilik usaha Mapaccing Laundry bahwa:

“Kesulitan awal yang pertama adalah konsumen dan kedua susah dalam mencari tahu harga saingan sebagai patokan harga”⁴³

Selain itu, dalam menjalankan usaha kuliner kesulitan awal selain pelaku usaha sulit mendapatkan konsumen pelaku usaha biasanya sulit dalam melakukan takaran-takaran bahan-bahan baku untuk menciptakan cita rasa yang lebih unggul dari produk lainnya. Sehingga pelaku usaha perlu banyak belajar untuk mengatasi kesulitan-kesulitan yang sering terjadi diawal usaha. Berdasarkan penelitian pada usaha kuliner Fitri Yulianti menyatakan bahwa:

“Tantangan tersendiri pada awal usaha yaitu mencari konsumen dan sulit meracik produk yang dapat membuat orang menjadi penasaran untuk dapat menyukainya hingga bisa menjadi ketagihan.”⁴⁴

Menurut wawancara yang telah dilakukan dengan pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palopo telah melakukan kontribusi untuk mendukung Ekonomi Kreatif di Kota Palopo untuk bisa terus berkembang. Ekonomi Kreatif merupakan salah satu sektor usaha yang paling banyak berkontribusi dalam meningkatkan ekonomi di Kota Palopo sendiri. Dari sini pemerintah hanya sebagai penengah dan penyeimbang Ekonomi Kreatif di Kota Palopo yang bertujuan memberikan fasilitas sampai Ekonomi Kreatif bisa terus berkembang. Berdasarkan hasil penelitian Masdar menyatakan bahwa:

IAIN PALOPO

⁴³ Muh Syarif, Owner Mapaccing Laundry, "Wawancara", Palopo, 7 Juni 2022

⁴⁴ Fitri Yulianti, Owner Four Tea, Wawancara, Palopo, 8 Juni 2022

“Selama ini kami mencoba memberikan ruang dan wadah bagi mereka untuk memperlihatkan hasil karyanya. Jadi, kami biasa membuka kegiatan salah satunya adalah tempat Praktek Kerja Lapangan (PKL) sebagai tempat pelatihan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo mengasah keahliannya dalam berinovasi menciptakan produk-produk baru yang bisa ditawarkan kekonsumennya selain itu kami juga sering mengadakan kegiatan workshop semacam pembinaan dan panggung kreatif untuk UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif yang bergerak dibidang jasa tujuannya agar mereka bisa memperlihatkan hasil-hasil karyanya dan bagaimana memberikan pelayanan yang baik atas jasa yang telah ditawarkan kepada konsumen.”⁴⁵

Dari hasil wawancara tersebut pemerintah telah memberikan fasilitas dengan memberikan wadah bagi para pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif baik yang menawarkan sebuah produk maupun jasa dengan membuka tempat Praktek Kerja Lapangan (PKL) sebagai tempat pelatihan untuk memperkenalkan sekaligus menawarkan produk-produk baru yang telah diproduksi kepada konsumen selain itu pemerintah juga mengadakan *workshop* seperti pembinaan dan panggung kreatif untuk UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo yang bergerak dibidang jasa sebagai tempat belajar mengolah skill bagaimana cara memberikan pelayanan yang baik dan sebagai tempat memperlihatkan hasil karyanya kepada konsumen seperti contohnya Lapangan Gaspa, Lapangan Pancasila dan Gedung Kesenian.

3. Strategi Inovasi Produk UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian inovasi produk sebagai upaya yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Maka dari itu, dalam penerapan strategi inovasi

⁴⁵ Masdar, Kepala Bidang Ekonomi Kreatif, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palopo, "Wawancara", Palopo: 16 Januari 2022

produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo inovasi produk memiliki tujuan seperti

a. Peningkatan Kualitas Produk

Pada peningkatan kualitas produk sangat berpengaruh terhadap sukses atau tidaknya UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo. Pasalnya, jika strategi marketing dan pelayanan sudah bagus tetapi kualitas produk kurang sesuai, maka konsumen pun akan beralih keproduk lainnya. Oleh karena itu, peningkatan kualitas itu sangat perlu dalam peningkatan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo seperti yang dikatakan oleh Ranta Rahim Bahwa:

“Pada usaha penjualan buah kualitas produk itu sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, setiap pagi sebelum memulai penjualan buah-buahan untuk menjaga kualitas buahnya biasanya pemilik usaha Kios Buah melakukan pengecekan terhadap kelayakan buah-buahan untuk dijual kembali. Selain itu, pemilik usaha Kios Buah juga menyarankan kekonsumen untuk mencobanya terlebih dahulu gunanya agar konsumen bisa lebih yakin dengan kualitas buah yang dijual di Kios Buah”⁴⁶

Berdasarkan hasil penelitian pada Kios Buah pemilik usaha melakukan peningkatan kualitas dengan melakukan pengecekan terhadap buah-buahannya sebelum melakukan penjualan. Selain itu, menyediakan tester untuk dicoba konsumen sebelum membeli buah di Kios Buah bertujuan untuk menyakinkan konsumen akan kualitas buah yang diperjual belikan.

b. Melakukan perubahan produk dan layanan yang sudah jenuh

Dalam penerapan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan kondisi produk dan sistem pelayanan yang sudah jenuh adalah sebuah ancaman yang nyata untuk UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo yang

⁴⁶ Ratna Rahim, Owner Kios Buah, "Wawancara," Palopo, 7 Juli 2022

harus diatasi. Oleh karena itu UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo berusaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan, mengembangkan kreativitas dan mengefektifkan harga sebagai salah satu cara yang dilakukan untuk mengatasi kejenuhan produk dan sistem pelayanan dalam usahanya yang sudah jenuh.

Berdasarkan hasil penelitian Nurbiana menyatakan bahwa:

“Mengenai model-model *fashion* yang dijual dan cara pelayanan di NurbianaShop selain menawarkan harga *fashion* yang bisa dijangkau dikalangan masyarakat manapun menjalin hubungan baik kepada konsumen serta kreatif dalam mengembangkan usaha adalah cara yang dilakukan pelaku usaha NurbianaShop untuk mengatasi kejenuhan produk dan sistem pelayanan yang diterapkan pada usaha NurbianaShop.”⁴⁷

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo khususnya usaha NurbianaShop. Dalam mengatasi kejenuhan model-model *fashion* serta sistem pelayanan di NurbianaShop selain menawarkan harga yang mudah dijangkau masyarakat biasa pelaku usaha NurbianaShop juga berusaha menjalin hubungan dengan konsumennya serta selalu menciptakan kreativitas-kreativitas baru dalam pengembangan usaha NurbianaShop seperti dalam melakukan promosi dimedia social.

c. Memenuhi kebutuhan pelanggan

Memenuhi kebutuhan pelanggan sebagai salah satu tindakan yang perlu dilakukan dalam penerapan strategi inovasi produk. Memenuhi kebutuhan pelanggan juga merupakan salah satu tujuan inovasi produk yang bisa mendorong kepuasan pelanggan. Memenuhi kebutuhan pelanggan dapat dilakukan pelaku usaha dengan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhannya serta memberikan pelayanan yang bisa membuat konsumen nyaman dalam melakukan

⁴⁷ Nurbiana, Owner NurbianaShop, "Wawancara," Palopo, 7 Juni 2022

negosiasi dalam pembelian produk kepada pelaku usaha. Seperti yang telah dilakukan oleh Fitri Yulianti bahwa:

“Dalam memenuhi kebutuhan pelanggan biasanya jika ada pembeli baik itu yang melakukan pembelian secara langsung maupun online biasanya pelaku usaha tetap konsisten untuk tetap memberikan respon yang baik ketika ada yang menanyakan terkait tentang rasa minuman dan tidak lupa memperlihatkan daftar menu untuk memperlihatkan berbagai macam minuman yang diperjual belikan di Stand Fourtea. Selain itu, mempertahankan cita rasa minuman merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.”⁴⁸

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo khususnya pada bidang kuliner. Pada pemenuhan kebutuhan pelanggan pelaku usaha Four Tea selalu memberikan pelayanan dan respon yang baik kepada konsumen serta mempertahankan cita rasa minuman untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

d. Meningkatkan efisiensi produk

Dalam menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan meningkatkan efisiensi produk merupakan salah satu tujuan dari inovasi produk. Meningkatkan efisiensi produk dapat dilakukan dengan melakukan penambahan atau pengurangan operator (d disesuaikan dengan kebutuhan pasar), tidak mengurangi dan menambah jam kerja dengan menambahkan jumlah mesin yang beroperasi, mengevaluasi mesin yang tidak produktif serta menyesuaikan kebutuhan bahan baku. Berdasarkan hasil penelitian Muh.Syarif menyatakan bahwa:

“ Pada usaha laundry sebagai usaha pelayanan jasa untuk meningkatkan efisiensi kinerja pelaku usaha Mapaccing Laundry selalui menekankan kepada karyawannya untuk *on time* dalam menyelesaikan laundryan konsumen. Selain

⁴⁸ Fitri Yulianti, Owner NurbianaShop, "Wawancara," 8 Juni 2022

itu, tidak menganjurkan karyawannya untuk lembur menyelesaikan laundryn yang belum selesai mengingat beberapa mesin yang digunakan seperti mesin cuci juga perlu untuk diistirahatkan.”⁴⁹

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo dalam menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Meningkatkan efisiensi produk sebagai tujuan dari inovasi produk dilakukan oleh pelaku usaha Mapacing Laundry dengan membuat peraturan harus on time dalam bekerja dan tidak menganjurkan karyawannya untuk lembur mengingat beberapa mesin yang digunakan seperti mesin cuci juga perlu diistirahatkan.

e. Pengembangan dan menerapkan pengetahuan

Dalam penerapan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo. Pengembangan dan penerapan pengetahuan juga merupakan tujuan dari inovasi produk. Oleh karena itu, mengembangkan dan menerapkan pengetahuan sangat diperlukan untuk menyukseskan penerapan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengembangan dan penerapan strategi inovasi produk dapat dilakukan dengan memahami desain dan selera yang diminat oleh pelanggan dengan cara melihat dan mempelajari keadaan pasar. Seperti yang dikatakan oleh Nurbiana bahwa:

“Pada pengembangan dan penerapan pengetahuan tentang inovasi dalam strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan diterapkan pelaku usaha NurbianaShop dengan menjual *fashion* wanita yang sedang tren dikalangan masyarakat saat ini seperti baju oversize, rok pleskit bermotif, gamis celana cutbray dan lain-lain sebagainya.”⁵⁰

⁴⁹ Muh.Syarif,Owner Mapacing Laundry, "Wawancara,"Palopo,7 Juni 2022

⁵⁰ Nurbiana,Owner NurbianaShop, "Wawancara," Palopo,7 Juli 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penerapan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo melakukan pengembangan dan penerapan pengetahuan. Oleh karena itu, pelaku usaha NurbianaShop melakukan pengembangan dan penerapan pengetahuan dengan mencoba melihat dan mempelajari selera dan desain *fashion* yang banyak diminati konsumen.

Untuk itu, UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo merupakan salah satu sektor industri usaha yang menjadi prioritas untuk dikembangkan di Kota Palopo. Oleh karena, peningkatan kepuasan pelanggan sangat mendukung UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo. Dukungan tersebut dapat dilakukan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dengan memanfaatkan inovasi produk seperti :

a. Memberikan nilai plus pada produk sehingga bisa menarik perhatian untuk konsumen

Dalam menjalankan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo bukan hanya sekedar menjual produk. Salah satu cara yang dapat dilakukan pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo agar tetap relevan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan maka dapat dilakukan dengan memberikan nilai tambah pada produk maupun jenis usaha yang dijalankan. Penambahan nilai plus pada produk dilakukan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo dengan cara memberikan pelayanan berkualitas dan memberikan respon yang baik kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian Aisyah Saputri menyatakan bahwa:

“Menerapkan senyum, salam dan sapa atau yang biasa dikenal dengan istilah 3S sebagai cara pelaku usaha MS Glow By Aish Palopo dan karyawannya untuk memberikan pelayanan dan respon yang baik kepada konsumennya. Memberikan respon yang baik diterapkan oleh pelaku usaha MS Glow By Aish Palopo tujuannya untuk menambah nilai plus pada usahanya.”⁵¹

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo penerapan strategi inovasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelaku usaha MS Glow By Aish Palopo memberikan nilai plus pada usahanya untuk menarik perhatian konsumen dengan memperbaiki kualitas pelayanan dan memberikan respon yang baik kepada konsumen dengan menerapkan istilah 3S (Senyum, Salam dan Sapa).

b. Meningkatkan daya saing perkembangan pasar yang semakin lama semakin maju dan sengit

Pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo juga menghadapi persaingan yang ketat didunia usaha terkhusus untuk Kota Palopo. Oleh karena itu perlu suatu trik untuk menyiasati usaha yang tidak memiliki banyak *budget* untuk marketing dengan cara menghargai dan memberikan respon yang baik atas kritikan dari pelanggan serta menciptakan kreativitas-kreativitas yang baru.

Berdasarkan hasil penelitian Nurbiana menyatakan bahwa:

“ Selalu memberikan respond dan pelayanan yang baik dalam menawarkan model-model *fashion* wanita yang diperjual belikan serta tidak lupa menceritakan jenis kain pakaian yang dijual gunanya agar pembeli bisa membedakan kualitas pakaian.”⁵²

IAIN PALOPO

⁵¹ Aisyah Saputri, Owner MS Glow By Aish Palopo, "Wawancara," Palopo, 7 Juli 2022

⁵² Nurbiana, Owner NurbianaShop, "Wawancara," Palopo, 7 Juni 2022

Selain itu, pada usaha dibidang kuliner yang sedang merajalela di Kota Palopo, dimana diketahui ada banyak UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo yang menekuninya karena memang hasilnya cukup memuaskan. Memiliki potensi yang cukup besar sehingga pelaku usaha perlu memiliki jiwa kreativitas untuk menciptakan kreasi baru baik itu tentang makanan ataupun minuman. Selain itu, adanya sistem pengantaran makanan dan minuman berbasis teknologi untuk memudahkan terjadinya transaksi antara pelaku usaha dan pembeli juga salah satu bentuk berpikir pelaku usaha kuliner secara kreatif. Seperti yang dikatakan oleh Fitri Yulianti bahwa:

“ Dalam menjual berbagai macam rasa minuman boba dan minuman tanpa boba pelaku usaha Four Tea melakukan sebuah kreativitas untuk mempromosikan produknya seperti membuat video-video pendek tentang keadaan, bentuk dan daftar menu untuk kemudian diposting dimedia social seperti instagram, facebook dan whastapp sebagai cara yang dilakukan untuk memperkenalkan usahanya kepada masyarakat selain itu, biasanya jika ada yang melakukan pembelian minuman secara *online* pelaku usaha Four Tea juga menawarkan jasa pengantaran.”⁵³

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo melakukan pemanfaatan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu untuk meningkatkan daya saing usaha pemilik usaha NurbianaShop dan Four Tea melakukan beberapa cara seperti meningkatkan kreatifitas kerja dengan menawarkan jasa pengantaran serta memberikan respon dan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Selain itu, UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo pada bidang kosmetik juga memanfaatkan inovasi produk dengan menjual produk-produk kosmetik yang mengatasi kekurangan-kekurangan pada kulit yang biasa

⁵³ Fitri Yulianti, Owner Four Tea, "Wawancara," Palopo, 8 Juni 2022

dikeluhkan oleh konsumen seperti jerawat, kulit berminyak, kulit kusam dan beruntusan. Tidak hanya itu, penjualan kosmetik pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif selalu menawarkan produk kosmetik yang sudah berBPOM ini bertujuan agar pelanggan tidak kecewa dengan kualitas produk. Seperti yang telah dikatakan oleh Aisyah Saputi bahwa:

“Menjual produk MS Glow sebagai produk yang sudah berBPOM dengan berbagai jenis paket seperti paket acne untuk mengobati jerawat, paket glowing untuk membuat kulit glowing, paket luminous untuk menghilangkan flek hitam dan lain-lain sebagai cara pemilik usaha MS Glow By Aish Palopo untuk memanfaatkan inovasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.”⁵⁴

Penerapan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo juga perlu memperhatikan keinginan pasar serta memanfaatkan teknologi secara maksimal agar pelaku usaha bisa terus update tentang perkembangan produk-produk yang banyak diinginkan dipasaran. Dapat diketahui bahwa penggunaan teknologi dan pemenuhan keinginan pasar sebagai dasar dari konsep sebuah inovasi produk yang bisa mendorong peningkatan kepuasan pelanggan kedepannya. Berdasarkan hasil penelitian Aisyah menyatakan bahwa:

“Melihat Kota Palopo sebagai tempat yang banyak bermunculan sekolah, kantor dan instansi-instansi pemerintahan maka pelaku usaha Toko Tunas bangsa mencoba memenuhi kebutuhan pasar dengan berinisiatif membangun usaha percetakan dan ATK tidak hanya itu pelaku usaha juga memanfaatkan teknologi dalam melakukan penjualan barang untuk memudahkan konsumennya melakukan pembelian ATK ditempat tanpa harus datang di Toko Tunas baru selain itu pelaku usaha Toko Tunas Baru Juga memanfaatkan jasa ojek untuk melakukan pengantaran barang kepada konsumen yang belanja secara online.”⁵⁵

IAIN PALOPO

⁵⁴ Aisyah Saputri, Owner Ms Glow By Aish Palopo, "Wawancara", 7 Juli 2022

⁵⁵ Aisyah, Owner Toko Tunas Baru, "Wawancara", 7 Juli 2022

Selain dasar dari konsep inovasi produk yang diterapkan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo pelaku usaha juga memilih konsep inovasi produk untuk dilakukan pada saat menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada usahanya. Dalam memilih konsep inovasi produk untuk diterapkan pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif memilih sesuai dengan kebutuhan usahanya dalam memperbaiki kualitas produk baru atau pelayanan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Adapun konsep-konsep inovasi produk yang bisa diterapkan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo untuk meningkatkan kepuasan pelanggan seperti menyederhanakan (*simplify*), menggabungkan (*combine*), mengatur ulang (*re-arrange*), menintegrasikan atau menyatupadukan (*integrate*), menghilangkan atau menyingkirkan (*eliminate*). Berdasarkan hasil penelitian Supri menyatakan bahwa:

“Dalam mengurangi biaya bahan baku dan bahan produksi usaha Home Dekor dalam membuat kerajinan tangan khususnya hiasan rumah seperti pot bunga hiasa dalam rumah maka konsep sederhana diterapkan pelaku usaha Home Dekor hanya memanfaatkan botol bekas kemudian dikreasikan menjadi sebuah pot dengan hiasan lucu dan unik. Seperti bentuk kelinci, kucing atau disesuaikan dengan keinginan konsumen.”⁵⁶

Selain itu, UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo pada bidang laundry sebagai salah satu usaha yang bergerak dibidang saja. Maka dalam melakukan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pelaku usaha juga perlu menerapkan konsep-konsep inovasi produk untuk memperbaiki kualitas usahanya terutama dari segi pelayanan kepada konsumen

⁵⁶ Supri, Owner Home Dekor, "Wawancara," Palopo, 7 Juli 2022

yang berkunjung. Oleh karena itu berdasarkan hasil penelitian Muh.Syarif menyatakan bahwa:

“Pada usaha mapaccing laundry setiap bulan sekali biasanya melakukan brifing bersama delapan orang karyawannya untuk mengevaluasi kekurangan-kekurangan dalam pelayanannya selama satu bulan seperti masalah ketepatan kerja yang diatur kembali agar kedepannya bisa lebih *on time* dan kualitas pelayanannya bisa lebih baik dari waktu ke waktu.”⁵⁷

Terlepas dari itu, dalam menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo juga memiliki dimensi inovasi produk. Pada dimensi inovasi produk pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dituntut untuk mampu mengembangkan produk yang telah ada, mampu memodifikasi produk lama sesuai dengan kebutuhan pasar dan menciptakan produk baru yang betul-betul menjadi produk yang tidak ada kesamaannya dengan produk pelaku usaha lainnya. Seperti yang dikatakan oleh Nurbiana bahwa:

“Dalam mengembangkan produk-produk fashion wanita pelaku usaha NurbianaShop melakukan penjualan pakaian wanita dengan mengikuti tren yang banyak diminati saat ini seperti baju oversize, gamis, rok span, rok plisket dan lain-lain sebagainya. Selain itu pelaku usaha NurbianaShop sudah memiliki Toko jika ingin melakukan pembelian secara langsung tidak hanya itu pelaku usaha NurbianaShop sudah memiliki Toko *Online* seperti shopee, facebook, whatsapp dan instagram.”⁵⁸

Pada bidang kuliner UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo dalam menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tentunya juga memiliki dimensi inovasi produk. Dimensi inovasi produk yang dilakukan bisa berupa penciptaan prodek baru atau hanya memodifikasi produk

⁵⁷ Muh. Syarif, Owner Mapaccing Laundry, "Wawancara," Palopo, 7 Juni 2022

⁵⁸ Nurbiana, Owner NurbianaShop, "Wawancara," Palopo, 7 Juni 2022

tiruan sesuai dengan kebutuhan pasar. Tujuan dimensi inovasi ini diterapkan gunanya untuk memperjelas kegiatan yang akan dilakukan pada bidang kuliner UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo saat menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Seperti oleh Fitri Yulianti bahwa:

“Penciptaan produk baru atau memodifikasi produk lama sesuai dengan kebutuhan konsumen dilakukan pelaku usaha Four Tea dengan menawarkan berbagai rasa minuman seperti red velvet, capucino, taro dan lain-lain sebagainya. Pelaku usaha Four Tea juga menawarkan dua jenis minuman ada yang berboba dan ada juga yang tidak namun harganya tetap sama. Selain itu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pelaku usaha Four Tea tetap berusaha mempertahankan cita rasa minuman yang dijual.”⁵⁹

Selanjutnya, dalam menerapkan strategi inovasi produk UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif tentunya ada cara dalam melakukan inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun cara-cara yang bisa dilakukan agar inovasi produk bisa terbilang sukses seperti mencari ide baru, mengamati peluang, dan melihat keinginan konsumen. seperti yang telah dikatakan oleh Aisyah bahwa:

“Kota Palopo sebagai salah satu daerah yang sudah banyak terdapat sekolah, kampus, kantor dan instansi-instansi pemerintah membuat pelaku usaha Toko Tunas Baru berinisiatif untuk menjalankan usaha ATK dan percetakan karena dianggap selain pendapatannya menjanjikan usaha ATK dan percetakan juga sangat berpeluang dijalankan di Kota Palopo.”⁶⁰

Selanjutnya, UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo pada bidang kosmetik sebagai salah satu usaha yang sedang berkembang pesat. Tidak heran jika saat ini wanita di Kota Palopo banyak yang membutuhkan kosmetik, baik berupa *make up* maupun sebagai produk perawatan wajah. Dalam mengetahui

⁵⁹ Fitri Yulianti, Owner Four Tea, "Wawancara," Palopo, 8 Juni 2022

⁶⁰ Aisyah, Owner Toko Tunas Baru, "Wawancara," Palopo 7 Juli 2022

kebutuhan pelanggan bisnis kosmetik di Kota Palopo perlu mengedukasi calon konsumen tentang manfaat dan cara penggunaan produk tersebut tanpa harus mengorbankan banyak tester untuk mencoba kosmetik. Selain itu, pemilik usaha harus menggunakan produk sendiri agar bisa mengetahui langsung dampak penggunaan dan kualitas kosmetik agar pembeli tidak ragu lagi untuk membeli kosmetik tersebut. Seperti yang telah dikatakan oleh Aisyah Saputri bahwa:

“Dalam mengetahui kebutuhan pelanggan jika ada yang berkunjung membeli skincare MS Glow di MS Glow By Aish Palopo atau memesan lewat media sosial biasanya pihak Toko akan bertanya kekonsumen keluhan pada kulitnya setelah itu pelaku MS Glow By Aish Palopo akan menawarkan jenis paket MS Glow yang cocok dengan kulit konsumen seperti paket *acne* untuk kulit berjerawat, *whitening* untuk kulit normal yang ingin putih serta paket *glowing* untuk wajah yang ingin *glowing* dan lain-lain sebagainya. Selain itu, pelaku usaha MS Glow By Aish Palopo juga menggunakan langsung produk MS Glow yang dijual untuk memperlihatkan kualitasnya kepada konsumen.”⁶¹

Dalam penerapan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo. Ada tahapan yang perlu dilalui dalam melakukan inovasi produk untuk mengembangkan sampai dipasarkan produk-produk unggul tersebut. Adapun tahapan-tahapan yang perlu dilalui dalam perancangan strategi inovasi produk seperti:

c. Pemunculan gagasan

Pemunculan gagasan yang dilakukan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo sebagai tahapan awal dalam memunculkan ide-ide baru untuk dikembangkan dalam suatu usaha baik itu berupa produk baru ataupun kualitas pelayanan dalam suatu usaha.

⁶¹ Aisyah Saputri, Owner MS Glow By Aish Palopo, "Wawancara," Palopo, 7 Juli 2022

Pemunculan gagasan pada usaha kuliner dimulai dengan pengumpulan ide-ide baru tentang kuliner sebanyak-banyaknya. Sebuah ide tentang kuliner baik itu makanan maupun minuman akan bermunculan dengan berbagai cara, antara lain dengan melihat keadaan sekitar, melakukan pertemuan antara pelaku usaha dan karyawannya untuk mengumpulkan ide-ide terbaru tentang kuliner. Pemunculan beberapa ide contohnya penjualan beraneka ragam makanan seperti roti, kue kering, nasi dan penjualan beraneka ragam minuman seperti pop ice, minuman boba dan kopi panas. Seperti yang telah dikatakan oleh Fitri Yulianti bahwa:

“Tahapan awal pemilik usaha Four Tea bersama satu orang karyawannya sebelum melaunching minuman atau produk baru terlebih dahulu melihat keadaan dan membahas beberapa ide-ide dan konsep mengenai produk baru yang akan dimunculkan. Seperti pada saat awal usaha ini ada beberapa macam minuman yang rencana kan dijual di Stand Four Tea seperti kopi original, kopi susu, minuman boba dan minuman tanpa boba.”⁶²

Selain itu, penjualan buah-buahan pada tahapan pemunculan gagasan pelaku usaha sebelum memulai dan mengembangkan usahanya tentunya pelaku usaha penjualan buah mengumpulkan beberapa ide-ide baru tentang produk-produk lain yang cocok dijual dengan bersama buah-buahan. Pada tahap perancangan ini tentunya pelaku usaha penjualan buah juga berfikir tentang penjagaan kulit buah-buahnya agar tidak cepat membusuk. Berdasarkan hasil penelitian Ratna Rahim menyatakan bahwa:

“Sebelumnya pada awal usaha pemilik usaha Kios Buah melihat tempatnya yang sangat alternatif dipinggir jalan pelaku usaha sempat berencana untuk tidak hanya menjual buah-buahan tapi juga berencana menjual beberapa cemilan seperti kerupuk, minuman dingin dan berbagai jenis kue.”⁶³

⁶² Fitri Yulianti, Owner Four Tea, "Wawancara," Palopo, 8 Juni 2022

⁶³ Ratna Rahim, Owner Kios Buah, "Wawancara," Palopo, 7 Juli 2022

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo dididang kuliner dan penjualan buah. Maka perancangan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada tahap pemunculan gagasan pelaku usaha melakukan pertemuan untuk saling bertukar pikiran mengeluarkan ide-ide tentang produk, dan memikirkan beberapa ide tentang beberapa produk yang cocok dijual bersama dengan jenis produk berbeda serta ide-ide tentang penjagaan kualitas produk.

b. Penyaringan gagasan

Pada tahapan penyaringan gagasan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo biasanya melakukan seleksi terhadap ide-ide yang telah dimunculkan sebelumnya untuk dikembangkan.

Tahap penyaringan gagasan pada usaha kuliner setelah melakukan pemunculan beberapa ide baru tentang kuliner. Dari berapa ide-ide kuliner yang telah diciptakan perlu melakukan penyaringan ide-ide kuliner yang akan diciptakan dan dikembangkan. Penyaringan gagasan ini bertujuan supaya pelaku usaha kuliner bisa menciptakan kuliner-kuliner yang menarik untuk dipasarkan. Agar nantinya bisa diproses ke tahap selanjutnya. Hal ini juga berguna untuk mengurangi biaya produksi, meminimalkan resiko gagal, dan juga untuk memilih ide yang dianggap layak dan dapat diproduksi oleh pengusaha kuliner.

Berdasarkan hasil penelitian Fitri Yulianti menyatakan bahwa:

“Tahapan penyaringan gagasan yang dilakukan oleh Pihak Four Tea bersama karyawannya adalah berdiskusi kembali untuk melakukan seleksi terhadap produk-produk yang sebelumnya direncanakan untuk diperjual belikan. Adapun produk yang tidak jadi untuk dikembangkan seperti kopi original dan

kopi susu karena beberapa kendala seperti keterbatasan bahan baku dan peralatan yang belum memadai.”⁶⁴

Selain itu, pada usaha penjualan buah penyaringan gagasan dilakukan pelaku usaha untuk mengurangi biaya produksi, meminimalisir kegagalan usaha, dan juga untuk memilih ide penjualan buah yang dianggap layak seperti melakukan penyortiran pada buah agar bisa dipisahkan dengan buah-buahan yang sudah tidak layak dijual serta meminimalisir tempat penjualan agar bisa terlihat rapi. Seperti yang telah dilakukan oleh Ratna Rahim bahwa:

“Setelah dipikir dan pertimbangkan oleh pemilih usaha Kios Buah akhirnya pelaku usaha melakukan penyaringan produk dengan melihat keadaan kios yang masih sempit akhirnya pelaku usaha hanya menjual beberapa jenis buah saja seperti semangka, apel, nanas, buah naga, anggur dan lain-lain. Selain itu ini jugalah yang menjadi salah satu penyebab sehingga usahanya diberi nama Kios Buah.”⁶⁵

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo dibidang kuliner dan penjualan buah. Pada perancangan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelaku usaha melalui tahapan penyaringan gagasan dengan melakukan pertimbangan dan memilih beberapa ide yang cocok dikembangkan dalam usahanya sebagai cara yang dilakukan untuk mengurangi biaya produksi dan meminimalisir ruang pada tempat usahanya.

d. Pengembangan dan penyajian konsep

Perkembangan dan penyajian konsep sebagai suatu proses yang dilakukan oleh UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo untuk

⁶⁴ Fitri Yulianti, Owner Four Tea, "Wawancara," Palopo, 8 Juni 2022

⁶⁵ Ratna Rahim, Owner Kios Buah, "Wawancara," Palopo, 7 Juli 2022

mengembangkan atau memperbaiki produk dan kualitas pelayanan untuk mempertahankan kelangsungan usaha.

Pada pengembangan dan penyajian konsep pada usaha kuliner konsepnya disini merupakan sebuah hasil dari semua ide-ide dan konsep baru yang telah melalui penyaringan gagasan akan di uji dan dikembangkan pelaku usaha kuliner dalam usahanya. Konsep-konsep baru pun yang telah terpilih harus memenuhi keinginan konsumen. Sehingga kuliner yang diperjual belikan akan banyak diminati oleh konsumen. Seperti yang telah dikatakan oleh Fitri Yulianti bahwa:

“Pada akhir pihak Four Tea hanya memutuskan untuk mengembangkan dua macam produk minuman seperti minuman boba dan minuman tanpa boba yang ditawarkan dengan berbagai jenis rasa seperti capucini, taro, strobery, vanila dan lain lain sebagainya. Selain itu untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan pihak dari Four Tea selalu berusaha mempertahankan cita rasa minuman.”⁶⁶

Selain itu, pada usaha penjualan buah pengembangan dan pengujian konsep yang telah diseleksi sebelumnya. Kemudian menjadikannya suatu konsep baru pada penjualan buah-buahan yang bisa dikembangkan. Oleh karena itu, dalam pengembangan dan pengujian konsep pada penjualan buah perlu dibuat beberapa alternatif lain yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan juga dianggap menarik. Berdasarkan hasil penelitian Ratna Rahim menyatakan bahwa:

“Pada tahapan akhir pelaku usaha kios buah memutuskan untuk mengembangkan usahanya dengan menjual buah-buahan saja seperti apel, anggur, buah naga, nanas dan lain lain sebagainya. Selain itu untuk menarik simpati dari konsumen pelaku usaha kios buah selalu melakukan pengecekan kelayakan buah dan melakukan penyusunan buah-buahan sesuai jenisnya agar terlihat rapi dan menarik”⁶⁷

⁶⁶ Fitri Yulianti, Owner Four Tea, "Wawancara," Palopo, 8 Juni 2022

⁶⁷ Ratna Rahim, Owner Kios Buah, "Wawancara," Palopo, 7 Juli 2022

Pada penelitian yang dilakukan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo dibidang kuliner dan penjualan buah-buahan. Perancangan strategi inovasi produk pada tahap pengembangan dan penyajian konsep dilakukan dengan mengembangkan ide yang telah dipilih pada saat penyaringan gagasan dan memuat alternatif yang menarik agar bisa menarik minat konsumen.

Pengembangan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo juga memiliki pengaruh yang besar dalam mengembangkan dan mempertahankan UMKM Berbasis Kota Palopo. Selain itu, dengan adanya pengembangan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo mampu meringankan kendala-kendala yang telah dihadapi dan membantu pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dalam menciptakan kreatifitas-kreatifitas baru baik itu kualitas pelayanan pada usaha maupun produk baru. Karena itu, ditengah adanya hambatan kurangnya modal, sumber daya manusia dan penguasaan teknologi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo mengembangkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menerapkan jenis inovasi tambahan (*incremental innovation*) yang mengandalkan perbaikan pada kualitas pelayanan dan produk baru pada usaha dari waktu ke waktu.

Pada usaha laundry jenis inovasi tambahan sangat dibutuhkan untuk menutupi segala kekurangan dalam usaha laundry agar pelayanan yang diberikan kepada konsumen tidak mengeceakan dan membuat konsumen kapok. Adapun kekurangan-kekurangan yang biasa terjadi dan bisa ditutupi oleh inovasi

tambahan seperti kurangnya modal yang mengakibatkan pelaku usaha laundry tidak melakukan pengadaan kendaraan khusus untuk digunakan dalam melakukan antar jemput pakaian laundry konsumen dengan adanya inovasi tambahan kendala dalam usaha ini dapat ditutupi dengan memanfaatkan jasa pengantaran seperti ojek online. Seperti yang telah dikatakan oleh Muh.Syarif bahwa:

“Dalam menjalankan usaha laundry beberapa karyawan yang dipekarjakan di Mapaccing Laundry hanya berfokus untuk menyelesaikan laundry dari konsumen saja. Maka dalam memberikan layanan tepat waktu kepada pelanggan yang menginginkan pelayanan jasa antar jemput laundry kurangnya modal membuat pelaku Mapaccing Laundry biasanya memanfaatkan jasa ojek online.”⁶⁸

Bedasarkan hasil penelitian pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo pengembangan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menerapkan jenis inovasi tambahan (*incremental innovation*). Dengan jenis inovasi tambahan ini UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo menawarkan hasil inovasi produk yang hanya berfokus pada perubahan produk dan berusaha meningkatkan kualitas pelayanan.

C. Pembahasan

Berikut pembahasan hasil analisis data pada penelitian ini adalah pembahasan mengenai strategi inovasi produk dalam peningkatan kepuasan pelanggan UMKM Kota Palopo. Strategi inovasi produk dianalisis berdasarkan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo dengan meliputi: Tujuan inovasi produk, Manfaat inovasi produk, Dasar dari konsep inovasi produk, Konsep-konsep inovasi

⁶⁸ Muh.Syarif, Owner Mapaccing Laundry, "Wawancara," Palopo, 7 Juni 2022

produk, Dimensi inovasi produk dan Tahapan-tahapan inovasi produk serta Jenis inovasi produk.

Menurut Johannessen strategi inovasi produk sebagai cara yang spesifik yang dilakukan setiap unit usaha atau badan usaha baik individu maupun kelompok untuk memasukkan ide, praktek dan objek baru terhadap suatu produk maupun suatu pelayan untuk mendapatkan hasil yang lebih unggul dari sebelumnya. Oleh karena itu, penerapan inovasi produk itu sendiri memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas produk, melakukan perubahan terhadap produk dan sistem pelayanan yang sudah jenuh, memenuhi kebutuhan pelanggan, pengembangan dan penerapan pengetahuan wawancara serta meningkatkan efisiensi produk.

Berdasarkan hasil penelitian pada tujuh UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo penerapan strategi inovasi produk dalam peningkatan kepuasan pelanggan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, melakukan perubahan pada produk yang sudah jenuh dan untuk meningkatkan efisiensi produk serta pengembangan serta menerapkan pengetahuan. Tujuan inovasi produk ini diketahui setelah melakukan penelitian pada Four Tea, Kios Buah, NurbianaShop, dan Mapaccing Laundry yang dalam pemenuhan kebutuhan pelanggannya tidak hanya mempertahankan cita rasa minumannya, memberikan pelayanan yang baik namun juga menawarkan harga yang mudah dijangkau oleh kalangan masyarakat manapun. Hal ini dilakukan agar efisiensi produknya bisa tetap eksis didunia bisnis sesuai dengan tujuan inovasi produk.

Selain itu, penerapan strategi inovasi produk juga telah memberikan manfaat bagi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada MS Glow By Aish Palopo, NurbianaShop dan Four Tea menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan telah memberikan manfaat seperti memberikan nilai plus pada produk sehingga bisa menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan. Dengan begitu, konsumen akan mencoba untuk menggunakan produk tersebut. Selain itu, inovasi produk juga meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan. Perkembangan pasar semakin lama semakin maju dan sengit. Jika pelaku usaha tetap menggunakan produk yang sama dalam waktu yang lama tanpa ada ide, maka akan kalah dan kehilangan banyak pelanggan.

Selanjutnya, Penerapan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo juga perlu memperhatikan keinginan pasar serta memanfaatkan teknologi secara maksimal agar pelaku usaha bisa terus update tentang perkembangan produk-produk yang banyak diinginkan dipasaran. Dapat diketahui bahwa penggunaan teknologi dan pemenuhan keinginan pasar sebagai dasar dari konsep sebuah inovasi produk yang bisa mendorong peningkatan kepuasan pelanggan kedepannya. Seperti penelitian yang telah dilakukan pada Toko Tunas Baru yang telah menerapkan dasar dari konsep inovasi produk itu sendiri mulai dari *marketing pull* dan *Technology Pull*

Tidak hanya itu, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo dalam penerapan strategi inovasi produk

juga menerapkan konsep inovasi produk untuk memperbaiki kualitas produknya agar bisa memenuhi permintaan pasar. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo seperti Mapaccing Laundry dan NurbianaShop menerapkan dua konsep inovasi produk diantaranya *re-arrange* (mengatur ulang) dan *simplify* (menyederhakan).

Selanjutnya, dalam penerapan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo juga memiliki dimensi inovasi produk. Pada dimensi inovasi produk pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dituntut untuk mampu mengembangkan produk yang telah ada, mampu memodifikasi produk lama sesuai dengan kebutuhan pasar dan menciptakan produk baru yang betul-betul menjadi produk yang tidak ada kesamaannya dengan produk pelaku usaha lainnya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada NurbianaShop dan Four Tea terbukti telah menerapkan tiga dimensi inovasi produk mulai dari pengembangan produk, memodifikasi produk tiruan sesuai dengan permintaan pasar dan menciptakan produk baru.

Dalam menerapkan strategi inovasi produk UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif tentunya ada cara dalam melakukan inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun cara-cara yang bisa dilakukan agar inovasi produk bisa terbilang sukses seperti mencari ide baru, mengamati peluang, dan melihat keinginan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Toko Tunas Baru dan MS Glow By Aish Palopo melakukan inovasi dengan cara menciptakan ide baru, memenuhi kebutuhan pelanggan dan mengamati peluang.

Perancangan strategi inovasi produk sebagai suatu kreasi yang dilakukan terhadap suatu produk maupun pemberian pelayanan untuk mendapatkan hasil akhir dengan mengambil suatu tindakan jelas atau kreatifitas secara fisik. Perancangan strategi produk inovasi produk yang dilakukan dalam suatu badan usaha baik itu individu maupun kelompok biasanya untuk mendapatkan hasil yang sempurna melewati beberapa tahapan seperti rancangan gagasan, penyaringan gagasan dan pengembangan gagasan dan penyajian konsep.⁶⁹

Dalam melakukan perancangan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo. Dalam menciptakan dan memunculkan ide-ide baru ada tahapan - tahapan yang dilalui seperti pemunculan gagasan, penyaringan gagasan, pengembangan dan penyajian konsep yang diterapkan pada usaha Four Tea dan Kios Buah. Tahapan perancangan strategi inovasi ini diterapkan pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo gunanya agar dalam melakukan perancangan produk baru lebih terorganisir dan mendapatkan hasil yang bisa meningkatkan kepuasan pada pelanggannya.

Pengembangan strategi inovasi produk mencakup aktifitas-aktifitas yang inovatif dalam menciptakan kreativitas produk baru, jasa atau proses baru. Pengembangan strategi inovasi produk diartikan sebagai proses penyebaran dan adaptasi produk, jasa, atau ide yang telah dilakukan oleh suatu unit usaha baik itu individu maupun kelompok. Menurut Thompson pengembangan strategi inovasi

⁶⁹ Dina Rahmayanti, "Perancangan Produk dan Aplikasinya," *Jurnal Pengembangan teknologi dan Komunikasi*, Vo.13, No.2 (Juli 2019), hlm.4

produk adalah suatu usaha yang dilakukan oleh setiap unit usaha baik itu individu maupun kelompok untuk menciptakan produk baru atau jasa.⁷⁰

Pengembangan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo melalui keterbatasan sumberdaya manusia dan kurangnya modal. Maka jenis inovasi yang diterapkan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo jenis inovasi tambahan (*incremental innovation*) yang berfokus pada peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan seperti yang diterapkan pada usaha Mapaccing Laundry.

Selain itu, dalam pengembangan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo juga menerapkan beberapa konsep seperti penciptaan hal-hal yang menarik, bersikap jujur dan tidak merekayasa produk orang lain, serta menyikapi keluhan pelanggan dengan ramah. Penyajian konsep ini pada pengembangan strategi inovasi produk pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo bertujuan untuk menciptakan kenyamanan dan hubungan yang baik antara pelaku usaha dan konsumennya yang secara tidak langsung memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada usaha NurbianaShop, Pangkas Rambut Rama Madura, MS Glow By Aish Palopo, Four Tea, Kios Buah, Bengkel Bahar dan Planet Kidz.

Perkembangan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kratif Kota Palopo juga memanfaatkan

⁷⁰ Mukhlisatul Jannah,"Strategi Inovasi Produk Dalam Menggapai Keunggulan Kompetitif,"*Journal Islamic Economic*, Vol.5,No.1(2014),hlm.3

media sosial sebagai salah satu teknologi yang digunakan untuk mempromosikan dan memperkenalkan suatu usaha yang dijalankan oleh UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo seperti NurbianaShop, Planet Kidz, dan MS Glow By Aish Palopo untuk memperkenalkan usahanya secara luas. Meskipun masih sering terkendala dengan kurangnya kreativitas, sumber daya manusia, penguasaan teknologi dan modal.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada tujuh UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo pengembangan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa meskipun masih terkendala dimodal, sumber daya manusia, dan penguasaan teknologi. UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo tetap berusaha meningkatkan kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta memanfaatkan media sosial dengan seadanya untuk memperkenalkan usahanya dan memudahkan pelaku usaha dan konsumen untuk melakukan transaksi jarak jauh. Dapat dilihat bahwa aktivitas pengembangan strategi inovasi produk terbukti memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap peningkatan kepuasan pelanggan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo oleh karena itu peran pelaku usaha dan pemerintah sangat diperlukan untuk saling bekerja sama dalam mempertahankan dan mengembangkan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo agar bisa tetap eksis.

IAIN PALOPO

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian yang dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan, bahwa strategi inovasi produk dalam peningkatan kepuasan pelanggan UMKM Kota Palopo yakni:

1. UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo tingkatan atau predikat khusus bagi Kota Palopo sebab masih terdapat hambatan dan tantangan yang dialami oleh para pelaku usaha. Adapun hambatan dan tantangan yang masih terlihat seperti sulit mendapat konsumen, kekurangan modal, sumber daya manusia dan penguasaan teknologi yang masih terbatas. Dengan begitu para pelaku usaha masih sulit mengembangkan usahanya agar bisa meningkat dengan maksimal. Selain itu, dukungan dari pemerintah untuk memberikan bantuan fasilitas dan kegiatan-kegiatan yang bisa memicu pengetahuan dan pembedaan skill dibidang teknologi seperti pembinaan dan pelatihan sangat dibutuhkan dalam proses pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif. Dengan adanya dukungan seperti itu dari pemerintah maka akan ada peluang untuk bisa menghasilkan UMKM yang unggul dan tentunya bisa membawa dampak positif terhadap peningkatan perekonomian Kota Palopo.

2. Strategi inovasi produk dalam peningkatan kepuasan pelanggan sebagai salah satu cara yang diterapkan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo untuk menghasilkan suatu kreatifitas baru yang inovatif baik itu penciptaan produk baru maupun peningkatan kualitas pelayanan. Dengan beberapa cara

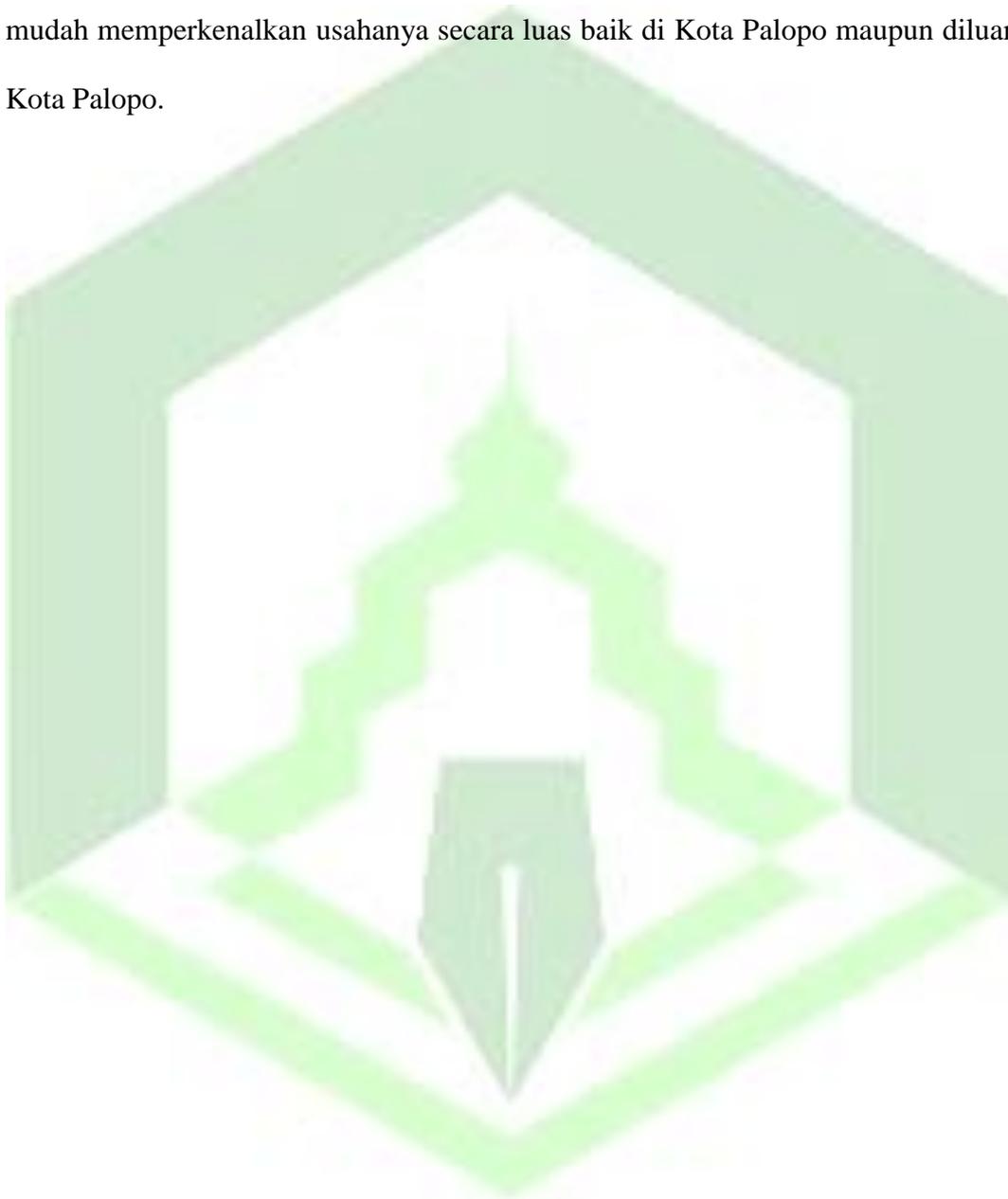
seperti penciptaan produk-produk yang menarik, melakukan kontrol dan evaluasi produk, belajar mengetahui kebutuhan pelanggan, memberikan respon yang baik kepada pelanggan serta tidak melakukan rekayasa terhadap usaha orang lain. Selain itu, dalam memperkenalkan dan melakukan promosi usaha selain melakukan promosi langsung UMKM Berbasis Kota Palopo juga memanfaatkan media sosial seperti facebook, whatsapp, dan instagram meskipun belum maksimal karena biasa terhalang oleh jaringan, masih kurang kreatif dalam pembuatan konten-konten promosi produk yang menarik dan kurangnya modal membuat pelaku usaha tidak *mengupdate* aplikasi berbayar yang bisa melakukan promosi di media sosial secara luas.

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan diatas, penulis memberikan beberapa saran yakni:

1. Pihak pemerintah harus lebih giat melakukan pendekatan dengan pelaku usaha UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo sehingga permasalahan ataupun kendala-kendala yang dihadapi bisa diketahui dengan jelas dan diberikan perizinan usaha serta bantuan-bantuan fasilitas seperti kegiatan-kegiatan workshop, pembinaan dan pelatihan.
2. Pelaku UMKM Kota Palopo sebaiknya terus menjalin kerja sama yang baik dengan pemerintah Kota Palopo untuk tetap mengoptimalkan pengadaan workshop tentang produk-produk inovatif serta pelatihan mengenai penguasaan teknologi seperti media sosial pelaku usaha harus menguasai fitur-fitur aplikasi bisnis yang bisa membantu menghasilkan kreatifitas-kreatifitas baru dan mampu

mendorong pemasaran produk secara maksimal. Selain itu, pemanfaatan teknologi secara maksimal UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo akan lebih mudah memperkenalkan usahanya secara luas baik di Kota Palopo maupun diluar Kota Palopo.



IAIN PALOPO

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Muttaqi Zaki." Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Batik Di Yogyakarta,"(2020).
- Anggraini Putri Dita."Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan,"*Jurnal Administrasi Bisnis*,Vol.37,No.1(Agustus 2016).
- Anwar Choirul Ilham.Mengenal Penelihan Kualitatif,Pengertian Analisis.[Online] Accurate at:<http://tirto.id/mengenal-penelitian-kualitatif-dan-metode-analisis-f9vh>>[Accessed 17 Agust].
- Arianti.Tujuan Inovasi Produk,[Online] Accurate Online. Availableat:<http://www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-baru-.com/>[Accessed 27 March 2018].
- Baswari,dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*,(Jakarta:Asdi Mahasatya, 2008).
- BPS Kota Palopo , "Kota Palopo Dalam Angka Palopo Municipality In Figures 2019".
- Budiarto Racmad."Pengembangan UMKM,"Konseptual dan Pengalaman Praktis,Edisi 1(Yogyakarta:Gajah Mada University Press,2015).
- Curatman Aang,Rahmadi,Soessanti Maulany dan Mastur Mujib Ikhsani."Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon,"*Jurnal Logika*,Vol.18,No.3(Desembaer 2016)
- Destari Nadhiya."Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat,(2020).
- Fatimah,"Strategi Belajar Dan Pembelajaran Dalam Meningkatkan Keterampilan Bahasa,"*Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*,Vol.1,No.2,(Oktober 2018).
- Fillayata Efanny Vista." Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak dan Pasta Bandung)",*Jurnal Industrial Research and Nasional*, Vol.12,No.1(27 Agustus 2020).
- Fillayata Efanny Vista."Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Road Café Steak dan Pasta Bandung,"*Jurnal Indonesia*,Vol.11,No.1,(2020).

- Gunarti."Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa,"*Jurnal Pendidikan,Hukum dan Bisnis*,Vol.1,No.5(Desember 2017).
- Jannah Mukhlisotul."Strategi Inovasi Produk Dalam Menggapai Keunggulan Kompetitif,"*Journal Islamic Economic*,Vol.5,No.1(2014).
- Jonathan Loenardo Anthony."Analisis Terhadap Inovasi Produk Pada PT. Karyayudha Tiaratama",*Jurnal Agora*,Vol.6,No.2,(2008).
- Juniar Dewi."Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Satria F150 (Survei Pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia)", *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*,Vol.4,No.1(Januari 2021).
- Kotler Philip,*Strategi Pemasaran*,(Bandung Alfabeta,2010).
- Mukhtazar.*Prosedur Penelitian Pendidikan* ,(Yogyakarta: Absolute Media,2020).
- Mulachela Husen.Ciri, Faktor Dan Pengembangan UMKM,[Online] Accurate Online. Available at:<http://www.scribd.com/doc/90976520/UMKM-com>[Accessed 25 Agust 2021].
- Nuriyanto Elok."Peningkatan Hasil Belajar Melalui Modal Pembelajaran Komperatif Tipe Two Stay Two Stray Pada Siswa SMP,"*Jurnal Suluh Edukasi*,Vol.1,No.1,(Maret 2020).
- Nurjayati Syekh."Peningkatan Pendidikan Social dan Ekonomi,"*Jurnal Pendidikan*,Vol.31,No.2,(2021).
- P Zaki Mochammad."Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pelaku Usaha di Sentra Kripik Singkong Pedas Cimahi,"*Jurnal Inovasi Produk*,Vol.2,No.1(2019).
- Pasharibu Yusepaldo."Harga, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pada Transportasi Online Terhadap Kepuasan Pelanggan,"*International Journal Economic and Business*,Vol.21,No.2(Oktober 2018).
- Putra Adi, Hasan Basri,"Representasi Sosial Ekonomi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dikawasan Objek Wisata Percandian Muaro Jambi-Provinsi Jambi,"*Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan*,Vol.5,No.1(4 Maret 2019).
- Putri Dwiana Anindya."Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen,"*International Journal Of Management*,Vol.6,No.2,(2017).

Rahmayanti Dina."Perancangan Produk dan Aplikasinya,"*Jurnal Pengembangan teknologi dan Komunikasi*,Vo.13,No.2(Juli 2019).

Sofyan Syaakir."Peran UMKM (Usaha Mikro,Kecil, dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia,"*Jurnal Bilancia*,Vol.11,No.1(Januari-Juni 2017).

Sugiono.*Metode Kuantitatif Kualitatif R&D*,(Bandung Alfabeta,2004).

Sugiono.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*,(Bandung Alfabeta,2004)

Sukarmen Putu,"Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel *Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas*," *Jurnal Ekonomi*,Vol.7,No.1,(2013).

Tajuddin,Nur Mayasari."Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo,"*Jurnal Of Islamic Management And Business*,Vol.2,No.1(April 2019).

Undang-Undang Republik Indonesia No.2 Tahun 2008,*Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*,Pasal 1 Ayat 1-3

Yuliana Yenty Oviliani."Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis,"*Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*,Vol.2,No.1(Mei 2000).

IAIN PALOPO

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian





PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
 NOMOR : 346/IP/DPMPSTSP/IV/2022

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2016 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: MEGAWATI
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Balandai Kota Palopo
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 18 0403 0176

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN UMKM KOTA PALOPO
 (STUDI KASUS UMKM KEL. BALANDAI KEC. BARA KOTA PALOPO)**

Lokasi Penelitian	: KELURAHAN BALANDAI KOTA PALOPO
Lamanya Penelitian	: 12 April 2022 s.d. 12 Juli 2022

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
 Pada tanggal : 14 April 2022
 a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP



SUBIHA, SH
 Pangkat : Penata Tk I
 NIP. 19720215 200604 2 016

Tembusan:

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sulsel;
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403.BWD
4. Kapotres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

Jadwal Kegiatan Penelitian

Lampiran 2 Jadwal Kegiatan Penelitian

Kegiatan	2020	2021			2022											
	Nov	Ags	Sep	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov			
													1	2	3	
Pengajuan judul proposal skripsi																
Acc judul																
Penyusunan proposal																
Bimbingan																
Seminar proposal																
Penyusunan data																
Analisis data																
Seminar hasil																
Penyusunan skripsi																
Sidang																
Revisi																

Gambar 5.1 Jadwal Kegiatan Penelitian

Lampiran 3 Dokumentasi







Lampiran 4 Pedoman Wawancara

Instrumen Penelitian

Narasumber 1 : Pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo

1. Sejak tahun berapa UMKM ini mulai dijalankan ?
2. Apa nama UMKM ini ?
3. Mengapa informan memilih UMKM untuk dijalankan ?
4. Dalam menjalankan UMKM ini apakah informan menjalankan sendiri, bersama keluarga ataupun bersama badan usaha lainnya?
5. Apakah UMKM yang informan jalankan ini milik sendiri, keluarga atau ada usaha lainnya ?
6. Apa ide awal yang menginspirasi informan menjalankan UMKM ?
7. Apa kesulitan yang informan alami pada awal mulai UMKM ini ?
8. Dalam penerapan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada UMKM apa kendala yang informan alami ?
9. Apa yang informan lakukan dalam menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan ?
10. Apa tujuan informan menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?
11. Setelah menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan apa yang menjadi dasar dari konsep inovasi produk yang diterapkan oleh informan ?
12. Pada saat menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan apa manfaat yang informan dapatkan ?

13. Seperti apa konsep-konsep inovasi produk yang informan terapkan dalam strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan ?
14. Dalam menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan apa saja dimensi inovasi produk yang informan terapkan ?
15. Apa saja cara-cara yang informan lakukan dalam menerapkan strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan ?
16. Dalam memunculkan ide atau gagasan-gagasan baru pada strategi inovasi produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan apa saja tahapan-tahapan yang dilalui informan ?
17. Apa jenis inovasi produk yang informan terapkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan ?

Narasumber 2 : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palopo

1. Bagaimana permasalahan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Kota Palopo?
2. Bagaimana kontribusi yang dilakukan oleh pemerintah (Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Palopo) untuk bisa mendorong pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif?

Lampiran 5 Tim Verifikasi Naskah Skripsi

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. :
Hal : skripsi an. Megawati.M

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Megawati.M
NIM : 17 0403 0176
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Strategi Inovasi Produk Dalam Peningkatkan Kepuasan Pelanggan UMKM Kota Palopo

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

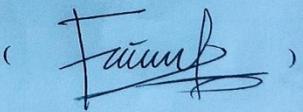
1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Tim Verifikasi

1. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
Tanggal :
2. Fadillah, S. AP.
Tanggal : 16 November 2022

()
()

Lampiran 6 Hasil Turnitin

Strategi inovasi produk terhadap peningkatan kepuasan pelanggan UMKM Kota Palopo

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	5%
2	ejournal.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%
3	docplayer.info Internet Source	1%
4	jom.untidar.ac.id Internet Source	1%
5	pariwisatapalopo.blogspot.com Internet Source	1%
6	www.jurnal.id Internet Source	1%
7	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
8	id.123dok.com Internet Source	<1%
9	www.gramedia.com Internet Source	<1%

Lampiran 7 Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul :“ Strategi Inovasi Produk Dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan UMKM Kota Palopo”

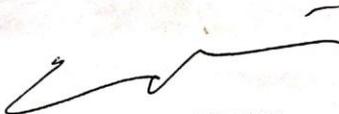
Yang ditulis oleh:

Nama : Megawati.M
Nim : 17 0403 0176
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam Program
Studi : Manajemen Bisnis Syariah

menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat- syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian *Munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.

NIP. 198912072019031005

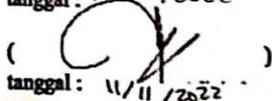
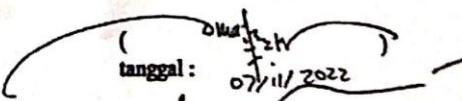
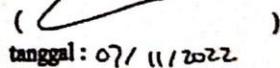
Tanggal :

Lampiran 8 Halaman Persetujuan Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi/tesis berjudul Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan UMKM Kota Palopo yang ditulis oleh Megawati. M Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0403 0176, Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Kamis, 20 Oktober 2022 bertepatan dengan 24 Rabiul Awal 1444 Hijriyah, telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian munaqasyah.

TIM PENGUJI

- | | |
|--|--|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H.
(Ketua Sidang/Penguji) | ()
tanggal : _____ |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI.,M.A.
(Sekretaris Sidang/Penguji) | ()
tanggal : 15/11/2022 |
| 3. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.
(Penguji I) | ()
tanggal : 11/11/2022 |
| 4. Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si.
(Penguji II) | ()
tanggal : 07/11/2022 |
| 5. Edi Indra Setiawan, S.E., M M
(Pembimbing I/Penguji) | ()
tanggal : 07/11/2022 |

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 9 Nota Dinas Penguji

Dr. Adzan Noor Bakri, SE., Sy., MA., Ek.

Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si.

Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.

NOTA DINAS PENGUJI

Lamp- : 1 Exemplar

Hal : skripsi an. Megawati. M

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Megawati. M
 NIM : 17 0403 0176
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan UMKM Kota Palopo

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian munaqasyah.

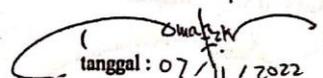
Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr. wb.

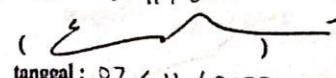
1. Dr. Adzan Noor Bakri, SE., Sy., MA., Ek.
 (Penguji I)

()
 tanggal : 11 / 11 / 2022

2. Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si.
 (Penguji II)

()
 tanggal : 07 / 11 / 2022

3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
 (Pembimbing I/Penguji)

()
 tanggal : 07 / 11 / 2022

Lampiran 10 Nota Dinas Pembimbing

Edi Indra Setiawan, S.E.,M.M.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp :
Hal : Skripsi Megawati. M

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo
Di-

Palopo
Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawa ini:

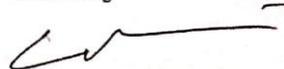
Nama : Megawati. M
NIM : 17 0403 0176
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul : Strategi Inovasi Produk Dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan UMKM Kota Palopo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian *Munaqasyah*.

Demikian surat ini disampaikan untuk diproses selanjutnya.

Wasalamu 'alaikum Wr.Wb

Pembimbing



Edi Indra Setiawan, S.E.,M.M.

Tanggal :

Lampiran 11 Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
Jalan Bittu Kota Palopo 91914 Telepon (0471) 22078
Email: febi@iainpalopo.ac.id Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

NOMOR: B098/tn.19/FEBI.04/KS.02/MBS/11/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa mahasiswa (i) :

Nama : Megawati M
NIM : 17 0403 0176
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

benar telah mengikuti perkuliahan sesuai dengan kurikulum program studi Manajemen Bisnis Syariah dan dinyatakan bebas mata kuliah yang diprogramkan sejak semester I tahun akademik 2017/2018 s.d semester VII tahun akademik 2019/2020 berdasarkan data nilai prodi.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 08 November 2022
Ketua Prodi
Manajemen Bisnis Syariah



Muzayyanah Jabani, S.T., M.M
NIP 19750104 200501 2 003

Lampiran 12 Surat Keterangan Pelunasan UKT


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Btth Kota Palopo 91914 Telepon/HP 085243175771
 Email: febi@iainpalopo.ac.id Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

SURATKETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Saepul, S.Ag., M. Pd I
 NIP : 19720715 200604 1 001
 Jabatan : Kepala Bagian Tata Usaha
 Unit Kerja : FEBI IAI Palopo

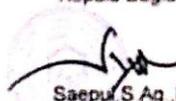
menerangkan bahwa:

Nama : MEGAWATI
 NIM : 17 0403 0176
 Semester/Prodi : X10 / MBS - D
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Yang bersangkutan benar telah melunasi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) semester 1 s/d x10.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 27 SEPTEMBER 2022
 an Dekan
 Kepala Bagian Tata Usaha


 Saepul, S. Ag., M. Pd I
 NIP19720715 200604 1001

CS Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 13 Surat Keterangan Buta Aksara



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Agatis Balandai Telp. 0471-22076
 Website: <http://www.iainpalopo.ac.id/> / <http://febi-iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen penguji dan Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dan menulis al-Qur'an dengan kurang baik/ancar *coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa.

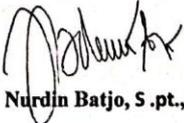
Nama : Megawati
 NIM : 17 0403 01
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui :
 Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah

Muzayyana Jabani, ST.,MM

Palopo, 8 Agustus 2022
 Dosen Penguji


 Nurdin Batjo, S.pt., M.M

Lampiran 14 Transkrip Nilai



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
TRANSKRIP PRESTASI AKADEMIK
DIBERIKAN KEPADA

NAMA : MEGAWATI M
NIM : 17 0403 0176

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI : Manajemen Bisnis syariah

No	Nama Mata Kuliah	Nilai (N)	Kredit (K)	N x K	Ket
1	BAHASA ARAB	3.00	2	6.00	B
2	BAHASA INDONESIA	3.25	2	6.50	B+
3	BAHASA INGGRIS	3.25	2	6.50	B+
4	PENDIDIKAN KEWARGAAN	3.50	2	7.00	A-
5	MBTA	2.25	2	4.50	C
6	TEKNIK PENULISAN KARYA ILMIAH	3.25	2	6.50	B+
7	PENGANTAR FIQIH DAN USHUL FIQIH	3.50	2	7.00	A-
8	STUDI ISLAM DAN KEARIFAN LOKAL	3.75	2	7.50	A
9	PENGETAHUAN KOMPUTER	4.00	2	8.00	A+
10	TEORI DAN PRAKTEK DAKWAH	3.00	2	6.00	B
11	PENGANTAR FILSAFAT	3.50	2	7.00	A-
12	TAUHID	3.00	2	6.00	B
13	PENGANTAR AKUNTANSI	3.75	2	7.50	A
14	DASAR-DASAR EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	3.50	3	10.50	A-
15	ULUMUL QURAN	3.50	2	7.00	A-
16	BAHASA INGGRIS EKONOMI	3.25	2	6.50	B+
17	PENGANTAR MANAJEMEN	2.75	2	5.50	B-
18	ULUMUL HADIST	3.25	2	6.50	B+
19	PENGANTAR ILMU EKONOMI	3.75	2	7.50	A
20	PENGANTAR EKONOMI MIKRO	2.75	2	5.50	B-
21	PENGANTAR EKONOMI MAKRO	2.75	2	5.50	B-
22	APLIKASI KOMPUTER	3.25	2	6.50	B+
23	EKONOMI WILAYAH DAN KEARIFAN LOKAL	3.50	2	7.00	A-
24	MAGANG I	3.25	2	6.50	B+
25	SHARAH AYAT DAN HADIS EKONOMI DAN BISNIS	3.25	3	9.75	B+
26	SEJARAH PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM	4.00	2	8.00	A+
27	EKONOMI MIKRO ISLAM	2.25	2	4.50	C
28	EKONOMI MAKRO ISLAM	2.75	2	5.50	B-
29	KEWIRUSAHAAN	3.75	2	7.50	A
30	ASPEK HUKUM BISNIS	2.50	2	5.00	C+
31	MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH	3.25	3	9.75	B+
32	MATEMATIKA BISNIS	2.50	3	7.50	C+
33	BANK DAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH	2.25	2	4.50	C
34	PEREKONOMIAN INDONESIA	3.50	2	7.00	A-
35	MAGANG II	3.75	2	7.50	A
36	MANAJEMEN SUMBER DAYA INSANI	3.00	3	9.00	B
37	AKUNTANSI BIAYA	3.00	3	9.00	B
38	BISNIS INTERNASIONAL	3.00	3	9.00	B
39	STUDI KELAYAKAN BISNIS	3.00	3	9.00	B
40	MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH	3.00	3	9.00	B
41	FIQIH MUAMALAT	3.50	3	10.50	A-
42	KOMUNIKASI PEMASARAN	3.50	2	7.00	A-
43	AKUNTANSI MANAGERIAL	3.00	3	9.00	B
44	MANAJEMEN STRATEGIK	3.25	3	9.75	B+
45	MANAJEMEN ZISWAF	3.25	2	6.50	B+

46	STATISTIK BISNIS	3.50	3	10.50	A-
47	PENGANGGARAN PERUSAHAAN	3.50	3	10.50	A-
48	ETIKA DAN HUKUM BISNIS ISLAM	2.75	3	8.25	B-
49	PERPAJAKAN	3.50	2	7.00	A-
50	EKONOMETRIKA	4.00	3	12.00	A+
51	PROFESI PASAR MODAL	4.00	2	8.00	A+
52	EKONOMI KREATIF	4.00	2	8.00	A+
53	MANAJEMEN MUTU	2.75	3	8.25	B-
54	SISTEM INFORMASI MANAJEMEN	3.75	3	11.25	A
55	MANAJEMEN OPERASIONAL	3.50	3	10.50	A-
56	KEWIRAUSAHAAN DIGITAL	3.25	3	9.75	B+
57	METODE PENELITIAN BISNIS	3.75	3	11.25	A
58	KULIAH KERJA NYATA	4.00	.4	16.00	A+
59	KOMPREHENSIF	3.25	2	6.50	B+
			141	462.50	

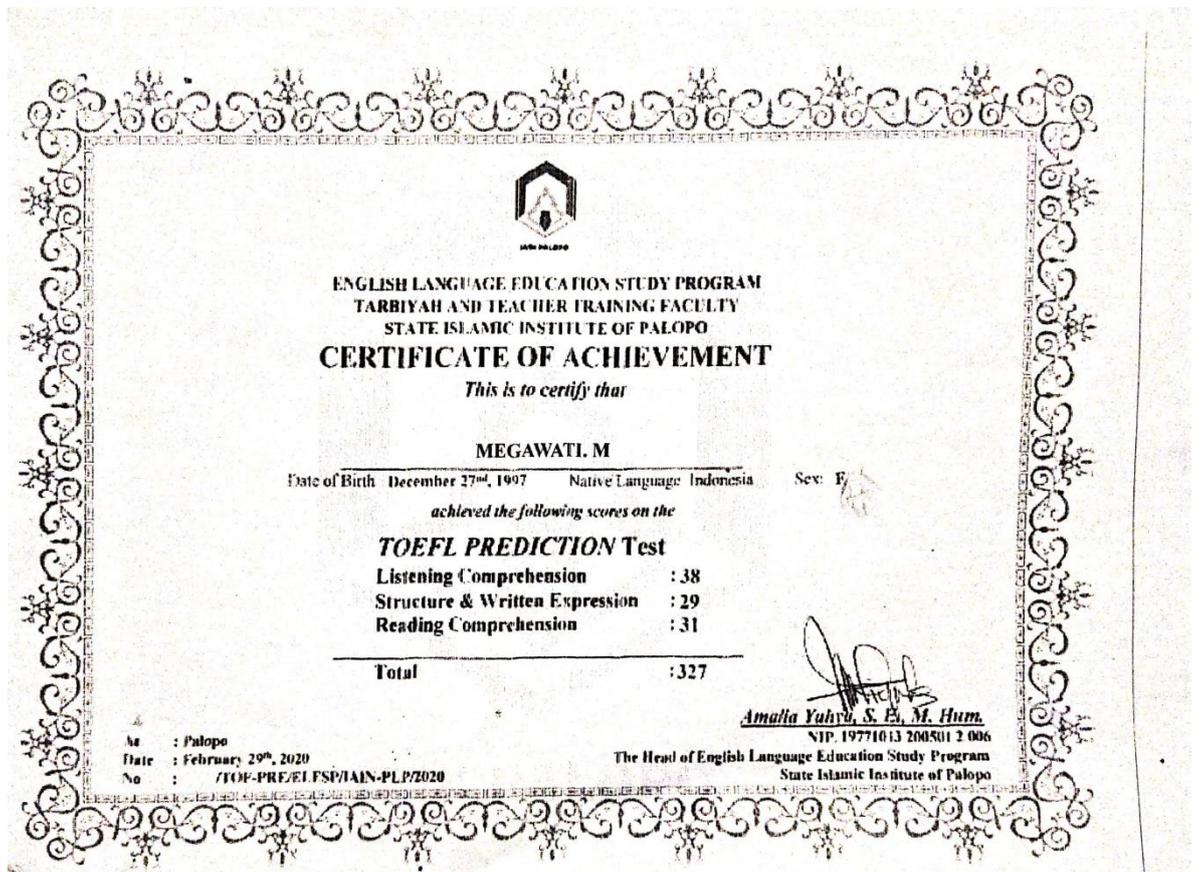
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.28

Jumlah Kredit : 141

Palopo, 11 Agustus 2022
Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah

Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.

Lampiran 15 Sertifikat Toefl



CS Scanned with CamScanner



IAIN PALOPO

Lampiran 16 SK Pembimbing



IAIN PALOPO
SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR : 503 TAHUN 2021
TENTANG

PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang** : a. bahwa demi kelancaran proses penyusunan dan penulisan skripsi bagi mahasiswa strata SI, maka dipandang perlu dibentuk Pembimbing Penyusunan dan penulisan skripsi,
b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Pembimbing sebagaimana dimaksud dalam butir adi atas maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.

Memperhatikan : Penunjukan Pembimbing dari Ketua Prodi

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM SI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Pertama** : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua** : Tugas Dosen Pembimbing Penyusunan dan Penulisan Skripsi adalah : membimbing, mengarahkan, mengoreksi, serta memantau penyusunan dan penulisan skripsi mahasiswa berdasarkan panduan penyusunan skripsi dan pedoman akademik yang ditetapkan pada Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Ketiga** : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2021.
- Keempat** : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pembimbingan atau penulisan skripsi mahasiswa selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan didalamnya.
- Kelima** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo
Pada Tanggal : 09 November 2021



Rector
Rektor Institut Agama Islam Negeri Palopo
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

- Tembusan** :
1. Kabiro AUAK;
 2. Mahasiswa yang bersangkutan
 3. Pertinggal



Dipindai dengan CamScanner

IAIN PALOPO

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NO : 503 TAHUN 2021
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Megawati
NIM : 17 0403 0176
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
- II. Judul Skripsi : **Persepsi dan Pemahaman UMKM terhadap Inovasi Produk.**
- III. Dosen Pembimbing : Edi Indra Setiawan, SE., M.M.

Palopo, 09 November 2021

Rektor
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Kambali M

Lampiran 17 SK Penguji



**SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR : 514 TAHUN 2022**

**TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM INSTITUT AGAM ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang** : a. bahwa demi kelancaran proses pengujian tugas akhir bagi mahasiswa Program S1, maka dipandang perlu dibentuk Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah
b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Penguji tugas akhir sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.
- Memperhatikan** : DIPA IAIN Palopo Tahun Anggaran 2022
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan** : **KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**
- Pertama** : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua** : Tugas Dosen Penguji Tugas akhir skripsi mahasiswa adalah : mengoreksi, mengarahkan, menilai/ mengevaluasi dan menguji kompetensi dan kemampuan mahasiswa berdasarkan skripsi yang diajukan serta memberi dan menyampaikan hasil keputusan atas pelaksanaan ujian skripsi mahasiswa berdasarkan pertimbangan tingkat penguasaan dan kualitas penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.
- Ketiga** : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2021.
- Keempat** : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pengujian munaqasyah selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya.
- Kelima** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo
Pada Tanggal : 02 Agustus 2022



Rektor
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

- Tembusan :**
1. Kabiro AUAK;
 2. Pertinggal;
 3. Mahasiswa yang bersangkutan;



Dipindai dengan CamScanner

IAIN PALOPO

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO
NOMOR : 514 TAHUN 2022
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Megawati
NIM : 17 0403 0176
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
- II. Judul Skripsi : **Persepsi dan Pemahaman UMKM terhadap Inovasi Produk.**
- III. Tim Dosen Penguji :
- Ketua Sidang : Dr. Takdir, SH., M.H.
Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A.
Penguji Utama (I) : Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.
Pembantu Penguji (II) : Jibria Ratna Yasir, SE., M.SI.

Palopo, 02 Agustus 2022



Rektor Institut Agama Islam Negeri Palopo
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Lampiran 17

RIWAYAT HIDUP

Megawati M, lahir di Sura'Boko' pada 10 September 1998.

Penulis merupakan anak kedua dari 4 bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Mattong dan seorang ibu yang bernama Mariani. Saat ini penulis bertempat tinggal di Kalosi, Dusun Kalosi Timur, Kecamatan Alla Kabupaten Enrekang.

Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di SD Negeri 180 Kalimbua. Kemudian ditahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Alla sampai tahun 2014. Penulis melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Enrekang hingga tahun 2017. Setelah lulus di SMK Penulis melanjutkan pendidikan di Institute Agama Islam Negeri Palopo pada program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan penulis pernah menjadi anggota aktif diorganisasi MAPALA IAIN Palopo pada tahun 2018 sampai 2022.

Contact person penulis: megawati_mhs17@iainpalopo.ac.id

IAIN PALOPO