

ANALISA PROSES INOVASI USAHA SOUVENIR PADA CV MAX & CO

Felicia Oktaviana Gunawan

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: oktavianafelicia@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan-tahapan inovasi produk, inovasi proses, inovasi *supply chain management*, dan inovasi pemasaran pada CV Max & Co. Inovasi produk dilihat dari tahapan-tahapannya yaitu mulai dari pemunculan ide, penyaringan ide, analisa bisnis, pengembangan, pengujian, dan yang terakhir komersialisasi. Dalam inovasi proses mencakup metode *delivery*. Inovasi *supply chain management* dilihat dari tahapan-tahapan yaitu *supplier*, *manufacture*, *warehouse*, *distribution*, *retail*, dan yang terakhir *customer*. Dan inovasi yang terakhir adalah inovasi pemasaran yang terdiri dari teknologi, iklan, dan promosi. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara. Metode penelitian yang digunakan adalah analisa deskriptif kualitatif.

Kata kunci:

Inovasi, inovasi produk, inovasi proses, inovasi *supply chain management*, inovasi pemasaran.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan lingkungan bisnis saat ini berkembang sangat pesat dan persaingan di bidang perekonomian saat ini cukup ketat. Munculnya persaingan dalam bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari, maka dari itu kondisi tersebut menuntut setiap perusahaan memiliki strategi dan mengembangkan strategi agar dapat bertahan. Setiap pengusaha dituntut untuk selalu memahani dan mengerti akan kebutuhan konsumen, serta memahami perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis. Sehingga mampu bersaing dengan dunia bisnis lainnya.

Menurut Morrisey (1996), strategi ialah proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan supaya dapat tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa, dan pasar di masa depan. Saat ini sangat dibutuhkan strategi untuk bertahan dalam suatu bisnis untuk menghadapi perubahan yang terjadi di pasar bisnis dan strategi yang digunakan harus tepat agar bisnis yang dijalankan mengalami perkembangan dan berkelanjutan.

Manfaat memiliki strategi adalah membangun perusahaan menjadi lebih baik untuk masa yang akan datang. Dapat meningkatkan penjualan suatu produk atau jasa dan meningkatkan profitabilitas. Di era yang modern ini para pengusaha berlomba-lomba agar bisnis yang dijalankan tidak kalah saing dengan bisnis lainnya. Tingkatan pesaing di pasar bisnis saat ini semakin ketat, banyaknya jenis produk yang sama dengan merek yang berbeda.

Membangun strategi juga memerlukan proses inovasi sebagai faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan

atau unit usaha dalam bersaing dengan bisnis lain. Inovasi merupakan suatu bentuk penunjang kesuksesan ekonomi, berkat adanya pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara lama dalam mentransformasikan input menjadi output yang menciptakan perubahan besar dalam hubungan antara nilai guna dan harga yang di tawarkan kepada konsumen (dalam Fontana, 2011).

Dengan melakukan inovasi, perusahaan atau unit usaha memiliki harapan untuk dapat menciptakan produk yang baru dan belum pernah ada sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk sebelumnya. Inovasi juga merupakan cara untuk mendukung kualitas penjualan produk dan dapat menaikkan harga jual suatu barang, tetapi pengusaha juga harus pintar menetapkan harga agar konsumen tetap loyal.

Salah satu bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis *souvenir*. *Souvenir* adalah sebuah barang yang sangat berharga dan tak ternilai secara materi, karena *souvenir* merupakan sebuah ungkapan rasa terimakasih yang tulus (Tjahjono, 2011). Dimana saat ini bisnis *souvenir* banyak sekali ditemui di pasar bisnis dengan berbagai ide dan kreativitas yang beragam. Bisnis *souvenir* banyak sekali dicari dan diminati oleh konsumen yang ingin mengadakan suatu acara pesta. Karena hal ini menjadi keharusan bagi mereka yang mengadakan suatu acara pesta, terutama pesta ulang tahun dan pernikahan pasti menggunakan *souvenir* sebagai tanda terima kasih atau kenang-kenangan atas kedatangan para tamu undangan. Jadi, tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis *souvenir* saat ini banyak ditemui karena peluangnya masih sangat besar untuk menghasilkan keuntungan dan dapat dijalankan dengan modal yang tidak terlalu besar.

CV Max & Co merupakan industri yang bergerak dalam bidang *souvenir* yang didirikan oleh Cecellia pada tahun 2009 yang berlokasi di Jalan Hasanudin no. 34, Mojosari. CV Max & Co memproduksi berbagai macam *souvenir* mulai dari perlengkapan *souvenir* ulang tahun, aqiqah, *1st month* (satu bulanan). CV Max & Co lebih mengutamakan memproduksi jenis *souvenir* untuk perayaan ulang tahun anak-anak. *Souvenir* yang dibuat bisa berdasarkan *made by order* atau permintaan konsumen berdasarkan desain gambar dan bentuk sesuai yang mereka inginkan. Bahan-bahan dasar yang dipilih tidak sembarangan dan memiliki kualitas yang baik.

Harga yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan jenis produk permintaan pelanggan. Jenis produk yang ditawarkan antara lain, tas kecil hingga tas koper sekolah, bantal, kursi anak, *mug*, dan masih banyak lagi. Jadi, semua

kalangan dapat memesan *souvenir* sesuai dengan budget yang dimiliki. Bahkan beberapa artis ibukota memesan *souvenir* untuk perayaan ulang tahun anaknya.

Awal mula bagaimana artis ibukota sampai memesan *souvenir* di CV Max & Co yaitu dengan cara memberi barang kepada artis yang dituju dengan tujuan untuk dipromosikan barangnya atau yang sekarang lebih dikenal dengan sebutan *endorse* melalui media sosial. Dengan *mengendorse* artis ibukota, maka banyak masyarakat yang tertarik memesan *souvenir* dari CV Max & Co. Tujuan dari *mengendorse* artis ibukota itu sendiri untuk meningkatkan daya tarik calon pembeli sehingga mereka membeli barang yang dijual.

Inovasi yang efektif dimulai dari kecil, dengan begitu, strategi inovasi adalah kunci untuk melakukan perubahan kearah yang lebih baik dan kunci sukses yang harus dimiliki oleh setiap pengusaha untuk bertahan dan bersaing dengan pebisnis lainnya. Maka dari itu penelitian ini mengangkat judul Analisa Proses Inovasi Usaha Souvenir Pada CV Max & Co.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode kualitatif. Menurut Moleong (2011), penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Pada metode ini teknik pengambilan data menggunakan wawancara dengan informan dan dokumentasi. Peneliti memperoleh data primer melalui wawancara wawancara langsung kepada informan di CV Max & Co, sedangkan data sekunder melalui dokumen-dokumen laporan CV, dan media sosial CV.

Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan maksud tidak mewakili seluruh populasi dan sampel memiliki pengetahuan yang cukup juga dapat menjelaskan tentang objek penelitian. Arti dari *purposive sampling* itu sendiri menurut Sugiyono (2012), yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Contohnya orang tersebut dianggap paling mengerti.

Kriteria penentuan informan pada penelitian ini adalah Pemilik sekaligus merangkap pada divisi pemasaran (Cecellia), divisi produksi (Soegiarto), divisi operasional (Chandra), dan divisi admin (Vera).

Teknik analisa data menggunakan teknis *template analysis* pada penelitian ini menurut Moleong (2011):), merupakan proses analisis data diawali dengan: 1. Membahas seluruh data dari berbagai sumber, tahap ini data yang didapat melalui wawancara, pengamatan dari pencatatan yang dilakukan di lapangan, dokumen-dokumen perusahaan, dipelajari, dan dicermati keterkaitan satu sama lainnya, 2. Reduksi data yaitu upaya membuat abstraksi. Abstraksi ialah usaha membuat rangkuman inti dan proses pernyataan tetap sesuai dengan tujuan penelitian, 3. Kelompok atau kategori adalah langkah lanjutan pemberian *coding* dari hasil proses penelitian. Dalam kelompok ini disusun menjadi 4 (empat) dasar yaitu, pemikiran, institusi, pemaparan, dan kriteria tertentu, 4. Dalam sebuah penelitian dibutuhkan pemeriksaan keabsahan data.

Penelitian kualitatif memastikan bahwa penelitian yang dibuat ini benar alamiah dan perlu meningkatkan derajat kepercayaan data/ keabsahan data, 5. Penafsiran Data yang menjawab rumusan masalah dilakukan dengan cara deskriptif analitik, yang memiliki arti rancangan dikembangkan dari kelompok-kelompok yang ada. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas data pada penelitian ini yaitu triangulasi merupakan pengecekan data dari berbagai sumber, cara, dan waktu. Triangulasi data yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu mengecek dan membandingkan balik derajat kepercayaan suatu informasi yang didapatkan melalui berbagai sumber yang berbeda-beda.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

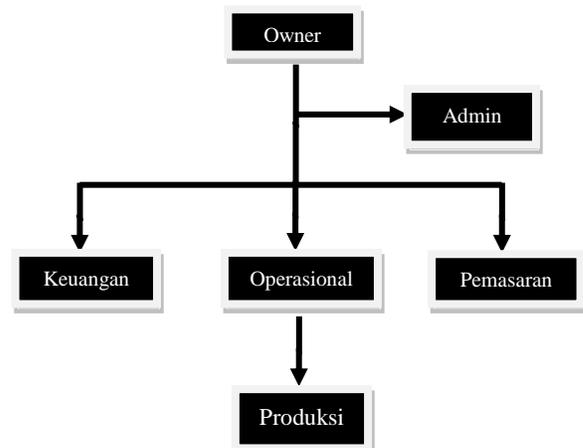
CV Max & Co sebagai salah satu produsen yang bergerak dalam bidang usaha *souvenir* yang berdiri sejak tahun 2009 di Mojosari dan memiliki outlet di Surabaya bertempat di Pakuwon Trade Center (PTC) yang diberi nama Maxmax Collection. CV ini didirikan oleh Cecellia Gunawan yang merupakan owner sekaligus merangkap sebagai divisi pemasaran. Pada mulanya CV ini dibuat karena hobi Cecellia dari SMP dengan kerajinan tangan dan membuat parcel. Dari hobi tersebut keluarlah ide untuk membuka usaha *souvenir* dan memproduksi sendiri. Awalnya barang yang dijual mengambil di orang lalu setelah dipikirkan matang-matang mulailah muncul ide memproduksi *souvenir* sendiri.

Souvenir yang diproduksi di CV Max & Co yaitu tas dan bantal, untuk *souvenir* yang lain seperti mug, kursi kayu kecil, jam tetap mengambil di orang tetapi dalam bentuk polos dan didesain sendiri. CV yang berdiri kurang lebih selama 7 tahun ini merupakan milik pribadi. Di CV Max & Co ini memiliki karyawan sebanyak 40 orang dan memiliki karyawan *outsourcing* sebanyak 10 orang.

Struktur Organisasi CV Max & Co

Berikut merupakan struktur organisasi dari CV Max & Co:

Gambar 1. Struktur Organisasi



B. Analisa

Analisa Inovasi Produk CV Max & Co:

1. Pemunculan Ide
Tahap ini merupakan tahapan dimana ide-ide muncul. Owner dari CV Max & Co menjelaskan bahwa sumber ide berasal dari dia sendiri yang awalnya hanya sebuah hobidan akhirnya disitu merupakan awal untuk berinovasi membuat suatu produk *souvenir* dan direalisasikan menjadi sebuah usaha membuat *souvenir*.
2. Penyaringan Ide
Dalam tahap melakukan penyaringan ide ini, CV Max & Co melakukan studi potensi pasar dimana melihat dari segi demografi, pendapatan untuk mengetahui daya beli para konsumen terhadap suatu produk, musim, dan kelas sosial.
3. Analisa Bisnis
Pada tahapan ini, CV Max & Co akan memperkirakan dampak keuangan yang akan terjadi apabila melakukan pengembangan dan pengenalan suatu produk. Disini CV Max & Co juga memprediksi dampak finansial yang menggunakan pengukuran biaya manufaktur dan tingkat penjualan. Dari pengukuran itu dapat mengetahui gambaran dari dampak finansial dari biaya-biaya lainnya seperti biaya yang digunakan untuk membeli bahan, biaya listrik, biaya gaji karyawan, serta biaya transportasi. Selain itu dilihat dari segi tingkat penjualan dalam menganalisa bisnis ini ditetapkan penjualan dalam memprediksi peningkatan penjualan. Pada awalnya dibutuhkan biaya pemasaran yang besar karena ada tuntutan untuk membuat konsumen tertarik dengan produk tersebut seperti dengan cara *endorse* artis diperlukan biaya yang cukup besar, sehingga CV Max & Co harus mempertimbangkan dan menganalisa biaya yang dikeluarkan.
4. Pengembangan
Dalam pengembangan ini, CV Max & Co mulai mengubah dari ide menjadi suatu produk yang dianggap menarik menjadi suatu konsep produk menjadi produk nyata. Kegiatan yang dilakukan CV Max & Co ini dalam mengembangkan produk yaitu merubah konsep ide menjadi produk nyata. Dilakukan meeting terlebih dahulu lalu membuat deskripsi produk, melakukan *photoshoot*, dan yang terakhir distribusi barang. Waktu yang dibutuhkan dalam melakukan pengembangan ini adalah dua minggu.
5. Pengujian
Metode pengujian yang dilakukan CV Max & Co untuk memperkenalkan produk dipasaran dengan cara melakukan *photoshoot* produk lalu upload di media sosial seperti instagram dan facebook, *endorse* artis, dan memberikan promo-promo. Dan membuat sampel produk agar konsumen memiliki bayangan barang yang akan dibeli.
6. Komersialisasi
Tahapan ini merupakan tahap akhir pada tahap pengembangan produk. Pada tahapan komersial ini

CV Max & Co akan meluncurkan produk ke pasar. Strategi yang digunakan oleh CV Max & Co ini adalah Menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk, *endorse* artis ibukota, serta memberikan promo-promo. Media sosial yang digunakan merupakan instagram dan facebook. Hambatan pada tahap komersial ini adalah kurangnya rasa percaya pada produk yang dibuat, sehingga meyakinkan konsumen bahwa produk yang dibuat memiliki kualitas yang bagus. Waktu yang diperlukan dalam melakukan tahapan komersial ini sekitar satu bulan.

Analisa Inovasi Proses CV Max & Co:

Disini inovasi proses memiliki tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pada CV Max & Co. Inovasi proses yang dilakukan merupakan proses *delivery*. Dimana proses *delivery* ini dapat menyesuaikan dengan permintaan konsumen mengenai tanggal, waktu, dan tempat konsumen itu memesan. Sebelum dilakukan proses *delivery*, konsumen memesan barang yang diinginkan melalui via Sms, Wa, atau line lalu melakukan pembayaran terlebih dahulu, setelah itu barulah barang yang dipesan oleh konsumen itu di produksi setelah barang selesai diproduksi maka barang tersebut dikirim sesuai tanggal, waktu, tempat sesuai dengan perjanjian konsumen.

Analisa Inovasi Supply Chain Management CV Max & Co:

1. Supplier

Untuk membuat produk, CV Max & Co membutuhkan supplier sehingga dapat menghasilkan produk yang diinginkan. Supplier merupakan pemasok bahan baku yang dibutuhkan untuk proses manufaktur. Bahan baku tersebut disesuaikan dengan kebutuhan produksi CV Max & Co. Supplier utama dari CV Max & Co adalah PT Sumber Jaya yang merupakan supplier kain dan benang. Pembelian untuk bahan baku biasanya dilakukan bila persediaan bahan baku sudah menipis. Pembelian bahan baku tersebut dilakukan atas pemesanan dengan menggunakan sistem *Purchasing Order*.

2. Manufacture

Pada tahapan ini merupakan perencanaan produksi. Perencanaan produksi ini dilakukan jika mendapat pesanan dari konsumen. Setelah mendapatkan pesanan maka dilakukan proses produksi sesuai dengan pesanan. Waktu yang dibutuhkan dalam proses produksi ini tergantung banyaknya *souvenir* yang diproduksi dan tergantung dari *deadline* konsumen.

3. Warehouse

Warehouse pada CV Max & Co merupakan gudang penyimpanan untuk bahan baku dan produk yang sudah selesai diproduksi. biasanya produk yang telah selesai diproduksi disimpan

terlebih dahulu sampai tanggal pengiriman yang sudah ditentukan konsumen.

4. *Distribution*

Produk yang telah disimpan digudang akan siap dikirim ke konsumen apabila telah melakukan pesanan terlebih dahulu melalui admin dan mengisi form *delivery order*, lembar *delivery order* ditanda tangani oleh bagian operasional, orang ekspedis atau kurir, dan penerima pesanan. Proses pengiriman menggunakan mobil box untuk sekitar daerah Surabaya dan menggunakan jasa ekspedisi untuk daerah luar Surabaya.

5. *Retail*

Tahap ini yang dimaksud retail adalah *store* CV Max & Co yang berada di Pakuwon Trade Center Surabaya dengan nama Max-max Collection. Dan *store-store* lain yang biasanya mengambil barang di CV Max & Co.

6. *Customer*

Konsumen dapat melakukan pemesanan produk melalui *store* dan bisa melalui admin dengan menghubungi melalui SMS, Line, atau Whatsup. Jika melakukan pemesanan di *store* biasanya konsumen memilih untuk mengambil sendiri barang pesanan di *store*, tidak jarang ada juga yang memesan melalui *store* dan barang minta dikirim ke lokasi konsumen.

Analisa Inovasi Pemasaran CV Max & Co:

Pada tahap inovasi pemasaran ini berperan sangat penting terhadap keberhasilan suatu perusahaan. Tujuan dari inovasi pemasaran yaitu memperkenalkan produk. Inovasi pemasaran yang digunakan CV Max & Co yaitu teknologi, iklan, dan promosi.

1. Teknologi

Teknologi yang digunakan menggunakan teknologi mesin. Dengan menggunakan teknologi mesin maka kualitas barang yang diproduksi semakin bagus dan awet.

2. Iklan

Iklan digunakan untuk memperkenalkan produk pada konsumen. Disini CV Max & Co mengiklankan produknya dengan cara *endorse* artis ibu kota dengan memberi produk *souvenir*. Setelah itu artis tersebut mengupload *souvenir* dari CV Max & Co di media sosial miliknya. Pernah sesekali mengiklankan pada media cetak seperti koran.

3. Promosi

Ditahap ini dilakukan untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk CV Mac & Co. Promosi yang dilakukan beragam. Biasanya memberi diskon pada produk tertentu, memberi paket harga, dan penghargaan atas kesetiaan.

C. Pembahasan

Pembahasan Inovasi Produk CV Max & Co:

1. Pemunculan Ide

Dimana pemunculan ide ini berasal dari owner dan ide itu sendiri merupakan hobi dari owner. Setelah

itu ide tersebut didiskusikan dan disetujui. Dari munculnya ide itu muncul pula hambatan yaitu banyak kompetitor yang mempunyai kemampuan memproduksi barang yang sama.

2. Penyaringan Ide

Untuk penyaringan ide ini mengevaluasi lingkungan dan permintaan pasar yang ada saat ini. Bisa dievaluasi dengan melihat kapasitas seperti *buying power*, musim seperti natal, idul fitri, atau tahun baru cina, dan kelas sosial. Pada penyaringan ide ini pernah melakukan pembuatan sampel tas dan bantal lalu mengalami kegagalan pada produk tas dan bantal, disitu jahitannya tidak kuat sehingga tas dan bantal menjadi rusak dan pegangan tas yang dibuat gampang putus. Bila dalam penyaringan ide mengalami kegagalan terus menerus, maka akan penyaringan ide ini akan dikembalikan kepada owner untuk dipikirkan kembali ide apa yang cocok untuk usaha ini.

3. Analisa Bisnis

Analisa bisnis ini dilakukan untuk mengetahui biaya pemasaran yang dikeluarkan karena pada awalnya biaya pemasaran ini memerlukan biaya yang besar untuk membuat konsumen tertarik pada produk yang dibuat CV Max & Co. Selain itu analisa bisnis ini dibuat untuk mengetahui biaya-biaya lainnya seperti biaya untuk membeli bahan baku, biaya listrik, biaya gaji, serta biaya transportasi.

4. Tahap Pengembangan

Pada tahapan ini merupakan tahapan yang disempurnakan yaitu mengubah ide menjadi produk nyata. Waktu yang diperlukan dalam tahap pengembangan ini sekitar dua minggu.

5. Tahap Pengujian

Setelah melakukan tahap pemunculan ide, penyaringan, analisa bisnis, pengembangan, saatnya melakukan pengujian pada produk. Pada tahap pengujian ini CV Max & Co melakukan beberapa tahap yaitu yang pertama melakukan diskusi terlebih dahulu, setelah itu melakukan *photoshoot* produk lalu foto-foto tersebut diupload di instagram dan facebook milik CV Max & Co. Membuat iklan juga dengan cara *endorse* artis Ibukota seperti Ayu Ting Ting, Ashyanti, Jessica Iskandar. Pada tahap pengujian ini juga melakukan promosi seperti memberi diskon-diskon pada *item* tertentu. Waktu yang dibutuhkan dalam melakukan tahap pengujian ini sekitar satu minggu.

6. Tahap Komersialisasi

Pada tahapan ini merupakan peluncuran produk CV Max & Co. Strategi yang digunakan pada tahap komersial ini yaitu menggunakan media sosial untuk peluncuran produk, *endorse* artis. Untuk pemberian merek, CV Max & Co tidak memberikan merek pada produksinya karena *souvenir* yang di produksi *made by*

order. Hambatan dalam melakukan tahap komersial ini adalah kurangnya rasa percaya terhadap kualitas produk yang di miliki CV Max & Co, disitu merupakan tantangan tersendiri untuk menyakinkan konsumen bahwa produk yang diproduksi oleh CV Max & Co memiliki kualitas yang bagus. Waktu yang dibutuhkan dalam tahap komersial ini satu bulan.

Pembahasan Inovasi Proses CV Max & Co:

CV Max & Co ini menggunakan faktor *Delivery Flexibility* karena waktu dan tempat dapat disesuaikan dengan konsumen. Menurut Dinitzen (2010) dapat didefinisikan yaitu pelanggan dapat memiliki pesanan nyasecara fleksibel (waktu dan produk merupakan kunci utama). Saat dimana pelanggan membutuhkan produk dan produsen mampu memberikansesuai dengan tempat dan waktu yang secara acak. Maka layanan antar tersebut dapat dikatakan fleksibilitas. Sebelum dilakukan pengiriman barang atau proses *delivery*, konsumen terlebih dahulu memesan *souvenir* dan menghubungi admin via SMS, WA (whats up), atau Line. Setelah melakukan pemesanan konsumen diberi *form* pembelian seperti nama, alamat, no. telepon, jenis barang yang dibeli dan melakukan pembayaran uang muka 50% terlebih dahulu melalui transfer. Setelah melakukan pembayaran baru dilakukan proses produksi. Sesudah barang yang dipesan selesai diproduksi dan siap kirim akan dimasukan digudang terlebih dahulu, setelah itu admin akan menghubungi konsumen untuk melakukan pembayaran lunas, setelah lunas barang tersebut akan dikirimkan ke konsumen sesuai dengan tanggal, waktu, dan tempat yang telah ditentukan.

Pembahasan Inovasi Supply Chain Management CV Max & Co:

1. *Supplier*

Supplier ini merupakan tempat dimana CV Max & Co mengambil bahan baku untuk keperluan produksi. Satu-satunya *supplier* dari CV Max & Co yaitu PT Sumber Jaya yang merupakan penyedia bahan baku utama kain dan benang.

2. *Manufacture*

Untuk melakukan tahap *manufacture* diperlukan adanya pesanan terlebih dahulu. Proses produksi disini dimana bahan baku yaitu kain dan benang dijahit menjadi barang jadi siap pakai dan siap dijual dipasar berupa tas dan bantal.

3. *Warehouse*

Warehouse ini merupakan tempat penyimpanan bahan baku dan produk yang sudah jadi. Barang yang sudah jadi tersebut disimpan terlebih dahulu sampai tanggal pengiriman yang telah disepakati oleh konsumen.

4. *Distribution*

Tahap ini merupakan proses pengiriman barang. Dilakukan oleh kurir menggunakan mobil box untuk daerah sekitar Surabaya dan menggunakan jasa ekspedisi bila pengiriman berada diluar daerah Surabaya.

5. *Retail*

CV Max & Co memiliki retail yang berlokasi di Pakuwon Trade Center Surabaya dengan nama Maxmax Collection. CV Max & Co ini biasanya juga mendapatkan pesanan dari *reseller* yang berada d kota Mojokerto, Sidoarjo, Surabaya, Jakarta, dan Bandung. *Reseller* dari berbagai kota tersebut akan menjual kembali produk yang telah dipesan di CV Max & Co.

6. *Customer*

Barang yang sudah jadi akan dikirim ke konsumen menggunakan kurir, ekspedisi, atau konsumen bisa mengambil sendiri barangnya di *store* yang berlokasi di Pakuwon Trade Center.

Setelah memperoleh informasi dari hasil wawancara mengenai inovasi *supply chain management* yang dilakukan oleh CV Max & Co, maka dapat disimpulkan bahwa CV Max & Co mencapai keunggulan kompetitif.

Pembahasan Inovasi Pemasaran:

Inovasi pemasaran ini sangat berperan penting pada keberhasilan CV Max & Co pada masa yang akan datang. Menurut Susanto dan Putra (2010) mengatakan bahwa dengan memanfaatkan teknologi dan memodifikasi desain-desain kemasan suatu produk, maka akan meningkatkan nilai jual produksi dan dapat memikat konsumen. Dan menurut Sunarto (2004) mengatakan untuk melakukan inovasi pemasaran ada 2 (dua) yaitu, iklan dan promosi. Iklan merupakan sebuah pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada konsumen melalui media agar pesan yang disampaikan membuat konsumen sadar mengenai perusahaan yang memproduksi produk yang ditawarkan. Dan promosi merupakan salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan nilai jual suatu produk. CV Max & Co memiliki tiga tahapan dalam melakukan inovasi pemasaran, yaitu :

1. Teknologi

CV Max & Co memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan nilai jual dalam memproduksi suatu barang. Dulu nya menjahit menggunakan tenaga manusia sekarang menjahit menggunakan tenaga mesin yaitu mesin jahit sehingga jahitan yang dihasilkan lebih kuat dan rapi.

2. Iklan

Disini CV Max & Co menggunakan iklan informatif dan iklan pengingat. Iklan informatif yang digunakan CV Max & Co adalah *mengendorse* artis dengan cara memberikan produk *souvenir* kepada artis yang dituju setelah itu artis yang dituju itu akan berfoto dengan produk *souvenir* dari CV Max & Co dan *upload* foto di media sosialnya yang sekarang lagi ngetren yaitu instagram. Iklan pengingat yang digunakan CV Max & Co yaitu dengan *mengendorse* artis dan artis tersebut *upload* produk *souvenir* ini, maka produk

souvenir yang dimiliki CV Max & Co akan gampang diingat oleh kalangan masyarakat.

3. Promosi

Promosi yang dilakukan untuk menarik minat pembeli seperti memberikan diskon-diskon pada produk tertentu dan memberikan hadiah pada pelanggan setia. Seperti saat ini momen untuk mempromosikan *souvenir* adalah momen natal yang jatuh pada bulan Desember, disini CV Max & Co menggunakan gambar *santaclaus* dan memberi diskon sebesar 12 % karena *santaclaus* merupakan *icon* dari natal dan 12 merupakan urutan bulan Desember.

Setelah penulis memperoleh informasi dari hasil wawancara mengenai teknologi, iklan, dan promosi yang dilakukan oleh CV Max & Co maka dapat disimpulkan bahwa teknologi dapat meningkatkan nilai jual suatu barang. Iklan yang digunakan merupakan iklan informatif dan iklan pengingat. Berikut merupakan definisi dari iklan tersebut iklan informatif digunakan habis-habisan saat suatu kategori produk yang baru mulai diperkenalkan. Bertujuan untuk membangun permintaan awal. Iklan Pengingat digunakan untuk menjaga agar konsumen tetap mengingat produk yang sudah ada sebelumnya, ini sangat penting untuk produk yang sudah matang. Dan alat promosi yang digunakan yaitu paket harga, penghargaan atas kesetiaan, dan diskon.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan melalui proses wawancara, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. CV Max & Co telah melakukan inovasi produk dalam memenuhi permintaan dan kebutuhan konsumen yang semakin meningkat, seperti tuntutan dalam kualitas produk yang lebih baik. Dalam melakukan inovasi produk CV Max & Co melalui beberapa tahapan pengembangan inovasi produk menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012) yaitu tahap pemunculan ide yang berasal dari owner dan penyaringan ide untuk mengidentifikasi peluang keberhasilan, setelah itu analisa bisnis untuk memprediksi dampak finansial, kemudian tahap pengembangan dan pengujian itu digunakan untuk mengolah ide menjadi produk nyata dan memberi contoh produk kepada konsumen, yang terakhir adalah tahap komersial yaitu peluncuran produk melalui media sosial dan *endorse* artis
2. CV Max & Co juga melakukan inovasi proses yaitu *delivery*. Proses dari *delivery* itu sendiri dari adanya pesanan dari konsumen melalui admin, lalu setelah melakukan pembayaran dimuka terlebih dahulu sebesar 50%, setelah melakukan pembayaran dimuka 50% barang yang dipesan diproduksi, setelah melakukan produksi barang dimasukkan kedalam gudang terlebih dahulu, setelah barang selesai diproduksi admin menghubungi konsumen untuk melakukan pembayaran lunas, setelah barang yang

dipesan dilunasi maka barang akan dikirim sesuai tanggal, waktu, dan tempat yang telah disepakati oleh konsumen. Menurut Dinitzen (2010) inovasi proses yang dilakukan adalah *delivery flexibility*.

3. CV Max & Co memiliki inovasi *supply chain management* sendiri untuk meminimalisasi pengeluaran yang berlebih. Tahapan dari *supply chain management* menurut Jacobs, Chase, Aquilano (2009) yaitu *supplier* yang merupakan tempat CV Max & Co mengambil bahan baku, yang kedua adalah *manufacture* dimana disini proses memproduksi barang, yang ketiga adalah *warehouse* atau bisa disebut gudang untuk menyimpan bahan baku dan pesanan yang telah selesai di produksi, keempat adalah *distribution* untuk mengirimkan barang yang telah selesai di produksi, kelima adalah *retail* merupakan toko-toko yang mengambil barang di CV Max & Co, dan yang terakhir yaitu *customer*, *customer* akan mengambil pesannya sendiri atau dikirim melalui jasa kurir/ekspedisi.
4. CV Max & Co juga melakukan tiga inovasi pemasaran yaitu teknologi, iklan dan promosi. Inovasi pemasaran disini yaitu teknologi digunakan untuk meningkatkan nilai jual *souvenir* dan memperbaiki kualitas produk dengan cara yang dulu menggunakan tenaga manusia untuk menjahit sekarang menggunakan mesin untuk menjahit, iklan yang digunakan yaitu iklan informatif dan iklan pengingat dengan cara *endorse* artis, dan promosi yang dilakukan memberikan paket harga seperti untuk pembelian *souvenir* tas seharga Rp 20.000,- sudah termasuk dengan *packaging* dan pita untuk hiasan, penghargaan kesetiaan berupa pemberian hadiah atau *cash back* kepada konsumen atau *retail-retail* yang menjadi langganan CV Max & Co, dan pemberian diskon seperti pada even natal yang jatuh pada bulan Desember memberikan diskon 12% untuk pembelian produk *souvenir* di CV Max & Co. Inovasi pemasaran yang dilakukan CV Max & Co sesuai dengan pendapat Susanto dan Putra (2010) tentang teknologi dan pendapat Sunarto (2004) tentang iklan dan promosi.

Saran

Adapun saran yang akan disampaikan penulis setelah wawancara yaitu:

1. Sebaiknya dalam melakukan pemunculan ide lebih terbuka dan dibicarakan kepada setiap bagian atau divisi untuk membantu menciptakan sebuah ide, sehingga setiap bagian atau divisi dapat membagi ide-ide mereka.
2. Pada proses *delivery* ini CV Max & Co seharusnya dapat menggunakan ketiga faktor *delivery* tersebut yaitu *delivery time*, *delivery flexibility*, dan *delivery accuracy* dan diperlukan perhatian terhadap barang yang akan dikirim sampai tujuan tanpa ada cacat (kondisi fisik tidak rusak).

3. Memiliki beberapa pemasok/*supplier* untuk mengantisipasi terjadinya kendala pendistribusian, namun tetap mengutamakan kualitas dan mutu dari bahan baku tersebut.
4. Sebaiknya iklan yang dibuat lebih menonjolkan kualitas produk daripada artisnya. Promosi yang digunakan lebih bervariasi seperti membuat *giveaway* (semacam kontes lomba menggunakan media sosial yaitu instagram), memberikan hadiah bila melakukan minimum pembelian, dan bisa menggunakan *promosipoint of purchase* dimana mencakup *display* dan peragaan di dekat tempat pembayaran atau penjualan (kasir).
5. Berhubung ini merupakan *commanditaire vennootschap* (CV) maka pemilik seharusnya 2 (dua) orang sesuai dengan dasar hukum pendirian CV yang diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Dagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Fontana, A. (2011). *Innovative we can!: Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. Jakarta: Cipta Inovasi Sejahtera
- Moleong, Lexy. J. (2011). *Metode penelitian kualitatif* (edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morrisey, GL. (1996). *Pedoman Pemikiran Strategis Membangun Landasan Perencanaan Anda* (Alih Bahasa Oleh Gianto Widiyanto). Jakarta: Prenhallindo
- Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R and D*. Bandung: Alfabeta
- Tjahjono, B. (2011). *Apakah arti sebuah souvenir*. Retrived July 5, 2011, from <http://www.kpmi.or.id/tulisan/342/Apakah+Arti+Sebuah+Souvenir/>