

4. ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil CV Max & Co

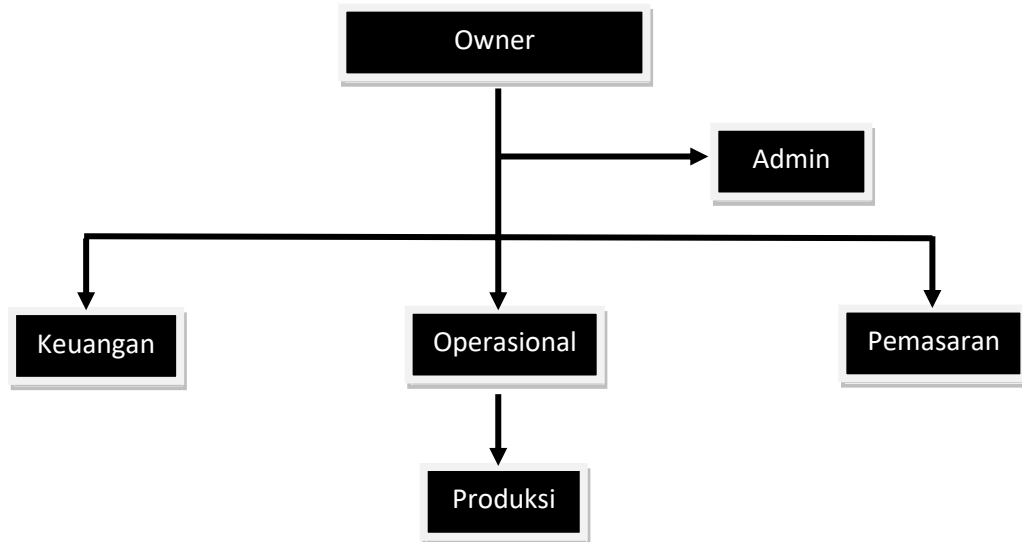
CV Max & Co sebagai salah satu produsen yang bergerak dalam bidang usaha *souvenir* yang berdiri sejak tahun 2009 di Mojosari dan memiliki outlet di Surabaya bertempat di Pakuwon Trade Center (PTC) yang diberi nama Maxmax Collection. CV ini didirikan oleh Cecellia Gunawan yang merupakan owner sekaligus 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.

4.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu hal yang sangat penting didalam suatu organisasi, baik dalam organisasi berskala besar maupun organisasi berskala kecil. Manfaat memiliki struktur organisasi ini dapat menciptakan bayangan kesuksesan dan bentuk bisnis di masa yang akan datang dalam perusahaan. Struktur organisasi juga dapat memudahkan pengembangan Sumber Daya Manusia, karena dengan adanya struktur organisasi ini perusahaan dapat melihat setiap bagian dari perusahaan. Dan adanya struktur organisasi ini juga dapat membantu perusahaan

dalam pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas antar masing-masing karyawan. Struktur organisasi yang dimiliki CV Max & Co ini sangat sederhana, berikut merupakan struktur organisasi dari CV Max & Co.



Gambar 4.1 Struktur organisasi

Sumber : Data Primer CV Max & Co

Dari struktur organisasi diatas, penulis akan menjelaskan tugas dan tanggung jawab masing-masing dari setiap divisi:

- a. Owner : Merupakan pemilik dari CV Max & Co tugas dan tanggung jawabnya berhubungan atas semua yang bersangkutan di CV Max & Co seperti perekrutan karyawan, pembagian tugas antar divisi, selain itu owner disini merangkap menjadi divisi pemasaran yang tugas dan tanggung jawabnya untuk mempromosikan dan mengiklankan produk.
- b. Keuangan : Merencanakan, mengatur, dan mengontrol arus kas, anggaran, dan menganalisa keuangan.
- c. Produksi : Membuat dan merencanakan jadwal proses produksi, mengawasi proses produksi.
- d. Admin : Mengatur proses pesanan dan pengiriman barang.
- e. Operasional : Merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi seluruh operasional perusahaan

4.2 Analisa

4.2.1 Inovasi Produk

Inovasi merupakan pengenalan produk, proses, atau sistem yang membawa kesuksesan ekonomi pada suatu perusahaan. Disini CV Max & Co melakukan inovasi produk untuk memenuhi kebutuhan dan konsumen yang semakin meningkat. CV Max & Co juga memberi kesempatan pada konsumen untuk berkreasi sendiri dalam memilih model dan desain untuk tas atau bantal. Selain itu dengan adanya inovasi produk, CV Max & Co dapat menjadi sebuah usaha *souvenir* yang tidak kalah dengan kompetitor-kompetitor lainnya karena suatu pengembangan produk berasal dari ide hingga menjadi barang siap pakai yang lebih bagus dari segi kualitas barang dan dari segi penampilan dan dapat meningkatkan nilai tambah dari suatu produk yang ditawarkan konsumen. Berikut beberapa gambar produk yang telah diproduksi oleh CV Max & Co :



Gambar 4.2 Koper dan ransel

Sumber : Data Sekunder



Gambar 4.3 Bantal

Sumber : Data Sekunder

Dalam melakukan inovasi, CV Max & Co selalu dituntut untuk selalu kreatif dalam memproduksi tas dan bantal, baik dalam segi kualitas maupun dari segi model tas dan bantal. Berikut merupakan gambar inovasi dari salah satu model tas dan bantal yang dilakukan oleh CV Max & Co:



Gambar 4.4 Tas makan, tas segi enam, tas serut dan bantal leher

Sumber : Data Sekunder

- **Tahap Inovasi Produk**

Berikut ini merupakan 6 tahapan inovasi produk yang dilakukan CV Max & Co diawali dengan tahap pemunculan ide, penyaringan ide, analisa bisnis, pengembangan, pengujian, dan yang terakhir komersialisasi.

Tabel Hasil Penelitian Tentang Tahapan Inovasi Produk

No	Tahap Inovasi Produk	Indikator	Hasil
1.	Pemunculan Ide	Sumber Ide	Dari owner yaitu Cecellia
		Pihak Terlibat	Semua staff dari CV Max & Co
		Waktu yang Dibutuhkan	Enam Bulan
		Hambatan	Banyak pesaing memproduksi barang yang sama
2.	Penyaringan Ide	Kegiatan Penyaringan Ide	Melihat kapasitas (<i>buying power</i> , kelas sosial, musim)
		Identifikasi peluang keberhasilan produk	Dilihat dari besarnya permintaan konsumen terhadap produk tertentu
		Kegagalan produk yang pernah dialami	Kualitas bahan yang digunakan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen
		Waktu yang dibutuhkan	Satu minggu
3.	Analisa Bisnis	Prediksi dampak financial	Dilihat dari biaya manufaktur, marketing, tingkat penjualan, dan laba
		Waktu yang dibutuhkan	Satu minggu
		Hambatan	Rekap data yang terlalu lama
4.	Pengembangan	Kegiatan yang dilakukan	Perubahan konsep ide menjadi produk nyata. Dilakukan meeting terlebih dahulu lalu membuat deskripsi produk, melakukan <i>photoshoot</i> , dan yang terakhir distribusi barang

		Waktu yang dibutuhkan	Dua minggu
5.	Pengujian	Metode pemasaran yang digunakan	Melakukan <i>photoshoot</i> produk lalu diupload di media sosial seperti instagram dan facebook, <i>mendorse</i> artis, dan memberikan promo-promo
		Sampel produk yang dibuat	Hanya satu contoh setiap produknya
		Waktu yang dibutuhkan	Satu minggu
6.	Komersial	Strategi	Menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk, <i>mendorse</i> artis ibukota, serta memberikan promo-promo
		Waktu yang diperlukan	Satu bulan
		Hambatan	Kurangnya rasa percaya pada produk yang dibuat, sehingga meyakinkan konsumen bahwa produk yang dibuat memiliki kualitas yang bagus

Sumber : Hasil Wawancara Diolah

Berikut merupakan penjelasan tentang analisa tabel tahapan inovasi produk yang dimulai dari pemunculan ide hingga tahap komersial :

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*. Seperti yang dikatakan oleh onwer dari CV Max & Co:

Pemunculan ide itu dari aku sendiri kan dari hobi itu jadi muncul ide buat buka usaha souvenir dan produksi sendiri.

Pihak-pihak yang terlibat dalam pemunculan ide ini adalah semua staff dari CV Max & Co. Dari owner, bagian keuangan, bagian produksi, bagian admin, dan bagian operasional, seperti yang dikatakan bagian produksi:

Pihak yang terlibat ya semua orang yang ada dalam struktur organisasi itu, disitu kita semua memberikan pendapat masing-masing meskipun semua keputusan dipegang oleh Cecellia.

Waktu yang dibutuhkan dalam melakukan pemunculan ide ini sekitar enam bulan. Dan dari pemunculan ide ini terdapat hambatan yang terjadi yaitu banyaknya pesaing dalam dunia bisnis yang sama sehingga itu dijadikan sebagai patokan CV Max & Co untuk memproduksi tas dan bantal dengan kualitas yang baik. Seperti yang dikatakan oleh owner CV Max & Co :

Banyak usaha souvenir juga kan sekarang kompetitornya banyak itu sih yang awalnya jadi hambatan.

Informasi yang sama juga didapat dari bagian produksi CV Max & Co yaitu Bapak Soegiarto :

Sekitar 6 bulanan Fel waktu yang diperluin. Jelas ada hambatannya Fel, hambatannya banyak pesaing yang memproduksi produk yang sama, tapi pesaing itu aku jadikan sebagai patokan untuk melakukan pengembangan produk. Solusinya ya kita membuat produk lebih baik dan memiliki kualitas yang bagus juga yang tidak dimiliki oleh pesaing-pesaing kita.

Dari penjelasan yang didapat pada pemunculan ide ini, maka dapat disimpulkan bahwa pemunculan ide ini berasal dari Cecellia selaku owner CV Max & Co. Dan konsekuensi dari kegiatan ini adalah banyaknya pesaing dalam dunia bisnis *souvenir* ini.

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, seperti yang dikatakan oleh Bapak Soegiarto selaku bagian produksi :

Melihat kapasitas seperti buying power dan kelas sosial, musim juga berpengaruh kayak natal, idul fitri, tahun baru cina. Dan yang terakhir preference customers. Untuk segi demografis aku lihat dari sisi usia, kan ini souvenirnya untuk anak-anak disitu dilihat karakter gambar kartun untuk tas atau bantal cocok gak dengan anak-anak, dilihat juga dari model tas sesuai tidak dengan anak-anak tetapi disini kita menggunakan sistem made by order jadi konsumen dapat memilih sendiri sesuai selera model tas dan bantal. Dilihat juga dari segi pendapatan konsumen sesuai tidak dengan harga produk yang di produksi, tapi disini kita menggunakan sistem by order jadi konsumen dapat memesan souvenir sesuai budget mereka. Disini kita bisa melayani pesanan semua level kelas sosial.

Selain itu juga proyeksi tingkat permintaan potensial dengan melihat berapa besar permintaan konsumen terhadap suatu produk tertentu dan diidentifikasi peluang keberhasilan produk seperti yang telah dikatakan bagian produksi:

Kita lihatnya seberapa besar permintaan konsumen untuk produk tertentu. Banyak gak yang mau produk seperti itu, cocok gak sama kemuan mereka. Misalnya dari segi harga.

Jadi disini CV Max & Co melihat tingkat permintaan konsumen dan peluang keberhasilan pada suatu produk tertentu. Dengan begitu, CV Max & Co ini dapat melihat seberapa besar keberhasilan produk yang sesuai dengan permintaan pasar, konsumen, dan tren yang ada. Jika produk tersebut telah sesuai dengan permintaan pasar maka dengan mudah mendapatkan hasil yaitu diterima oleh pangsa pasar dan konsumen.

Menurut bagian produksi, mengalami kegagalan merupakan hal yang wajar dalam setiap usaha. Kegagalan yang pernah terjadi yaitu kualitas bahan yang digunakan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen. Dan waktu yang diperlukan dalam melakukan penyaringan ide ini adalah satu minggu.

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. Hal ini dituturkan oleh bagian produksi.

Pada awalnya dibutuhkan biaya pemasaran yang besar karena ada tuntutan untuk membuat konsumen tertarik dengan produk tersebut seperti dengan cara mengendorse artis diperlukan biaya yang cukup besar, sehingga CV Max & Co harus mempertimbangkan dan menganalisa biaya yang dikeluarkan. Apakah sesuai dengan produk yang akan dihasilkan, hal itu yang diutarakan Bapak Soegiarto selaku bagian produksi. Waktu yang dibutuhkan dalam melakukan analisa bisnis ini sekitar satu minggu dan hambatan yang terjadi dalam analisa bisnis ini adalah Rekap data yang terlalu lama.

Dari wawancara diatas, CV Max & Co menjelaskan dan memberi informasi mengenai analisa bisnis seperti apa saja komponen-komponennya. CV Max & Co disini tidak mau memberikan penjelasan secara detail mengenai perhitungan untuk analisa bisnis.



Gambar 4.5 Souvenir

Sumber: Data Sekunder

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.



Gambar 4.6 Membuat deskripsi produk dan melakukan *photoshoot*

Sumber: Data Sekunder

5. Pengujian

Metode pengujian yang dilakukan CV Max & Co untuk memperkenalkan produk dipasaran dengan cara melakukan *photoshoot* produk lalu diupload di media sosial seperti instagram dan facebook, *mengendorse* artis, dan memberikan promo-promo. Dan membuat sampel produk agar konsumen memiliki bayangan barang yang akan dibeli. Hal ini dituturkan oleh Bapak Soegiarto :

Metode yang kita gunakan untuk memperkenalkan produk di pasar dengan melakukan photoshoot lalu di post di social media seperti instagram dan facebook, mengendorse artis, dan memberikan promo-promo untuk

pembelian produk tertentu. Membuat sampel produk juga agar pembeli tau contoh barang yang akan dibeli.

Waktu yang diperlukan dalam tahap pengujian ini adalah satu minggu. Pada tahap pengujian ini, CV Max & Co tidak memproduksi dalam jumlah yang banyak.

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, *mendorse* 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.

4.2.2 Inovasi Proses

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. Seperti yang dikatakan Vera bagian admin :

Untuk waktu delivery bisa disesuaikan dengan pembeli. Maksudnya bisa disesuaikan dengan pembeli itu kita fleksibel pembeli bisa mengatur sendiri waktu dan tempat dimana kita mengantarkan barangnya.

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. Seperti yang dikatakan Vera bagian admin :

Sebelum proses delivery, konsumen pesan dulu barang yang akan dibeli. Setelah itu mengisi form pembelian seperti nama, alamat, jenis barang yang dibeli, jumlah barang seperti itu, setelah isi form pembelian ditunggu pelunasannya melalui transfer biasanya DP(uang muka) dulu 50%, lalu setelah di transfer baru kita proses pembuatan sampai packaging, , setelah barang selesai kita kabari konsumen buat melunasi pembayaran, setelah itu baru kita kirim barangnya. Cara pemesanan melalui Via sms, Wa, atau line.



Gambar 4.7 Proses *delivery*

Sumber: Data Sekunder

4.2.3 Inovasi Supply Chain Management

Tujuan *supply chain management* sebagai pengelolah beragam kegiatan dalam rangka mendapatkan bahan mentah, kegiatan transformasi sehingga menjadi produk dalam proses, dan kemudian menjadi produk jadi, serta diteruskan dengan cara dikirim kepada konsumen melalui sistem distribusi.



Gambar 4.8 Inovasi *supply chain management* CV Max & Co

Sumber : Data Primer

Berikut merupakan tahapan dari inovasi *supply chain management* mulai dari *supplier* hingga *customer* :

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*. Dapat diinformasikan juga dari supplier utama CV Max & Co yang menjelaskan sistem pemesanan bahan baku CV Max & Co pada PT Sumber Jaya:

Pemesanan barang oleh CV Max & Co dengan sistem order PO yang dikirim melalui email oleh pihak CV Max & Co ke PT Sumber Jaya. PO dikirim H-1 sebelum barang dikirim ke CV Max & Co.

Pembayaran yang dilakukan dengan cara transfer melalui rekening. Supplier juga sudah menetapkan 15 hari waktu pembayaran setelah barang diterima. Supplier utama CV Max & Co juga akan memberikan informasi tentang sistem pembayaran pada PT Sumber Jaya:

Pembayaran melalui transfer. Sistem pembayaran yang disepakati yaitu jatuh tempo 15 hari setelah barang dikirim.

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. Untuk melakukan proses produksi ini minimal konsumen membeli 50pc tas atau bantal, seperti yang dikatakan Bapak Chandra sebagai bagian operasional:

Tergantung juga banyak souvenir yang dipesan customer, minimal kita melakukan proses produksi tas atau bantal 50pc. Dan tergantung dari deadline customer juga.

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. Seperti yang telah dituturkan Bapak Chandra sebagai bagian operasional:

Disini kita memiliki gudang untuk penyimpanan bahan baku dan produk yang sudah jadi. Biasanya produk yang sudah jadi kita simpan sampai tanggal pengiriman yang sudah ditentukan pembeli.

4. Distribution

Menurut Bapak Chandra, 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. Seperti yang dikatakan oleh bagian operasional:

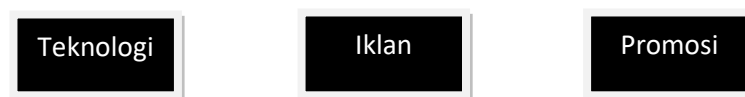
Retail kita ada di PTC namanya Max-max collection, tapi untuk store di PTC barangnya hanya sebagai contoh, jadi untuk pemesanan barang bisa pesan melalui admin kita. Biasanya juga ada reseller-reseller ambil di kita, terus mereka jual kembali barangnya.

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.

4.2.4 Inovasi Pemasaran

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:



Gambar 4.9 Inovasi pemasaran CV Max & Co

Sumber : Data Primer

1. Teknologi

Teknologi yang digunakan menggunakan teknologi mesin. Dengan menggunakan teknologi mesin maka kualitas barang yang diproduksi semakin bagus dan awet. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Cecellia sebagai owner sekaligus memegang bagian pemasaran:

Dulunya tas atau bantal jahitannya kurang kuat sekarang sudah kuat gak gampang rusak tergantung pemakaian juga. Sekarang menggunakan mesin jahit semua, dulu beberapa menggunakan mesin jahit, beberapa jahit sendiri jadi kayak kualitasnya kurang ada yang rapi ada yang enggak.



Gambar 4.10 Pembuatan tas menggunakan mesin jahit

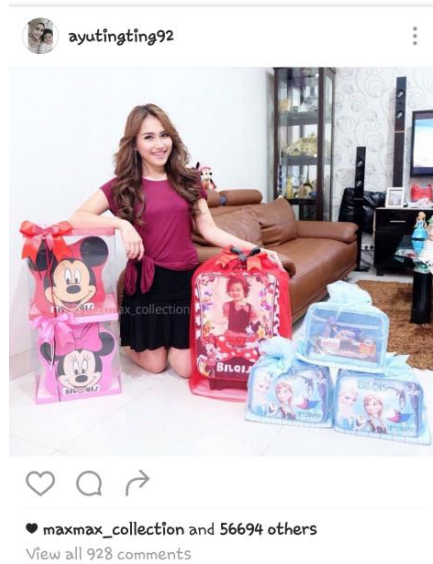
Sumber : Data Sekunder

2. Iklan

Iklan digunakan untuk memperkenalkan produk pada konsumen. Disini CV Max & Co mengiklankan produknya dengan cara mengendorse 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. Seperti yang dikatakan Cecellia selaku onwer juga bagian pemasaran:

Cece mengendorse artis untuk mengenalkan souvenir ini. Cece kayak nawari produk ke manager artis yang dituju terus kalau artisnya suka dan

setuju managernya langsung ngabari dan Cece kirim barang ke artis tersebut. Dan artis yang dituju itu upload produk souvenir Cece di media sosialnya, yang ngetren sekarang instagram ya.. Terus cece ya pernah masukin iklan di koran juga, tapi cuma dua kali aja.



Gambar 4.11 Endorse Ayu Ting Ting

Sumber: Data Sekunder



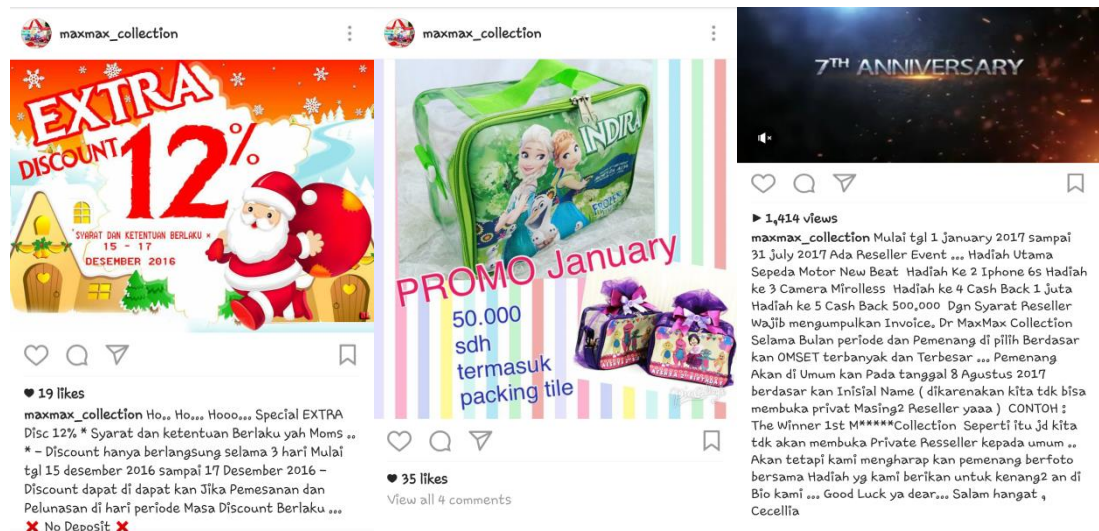
Gambar 4.12 Endorse Jessica Iskandar

Sumber : Data Sekunder

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. Berikut yang diungkapkan Cecellia:

Promosi biasanya Cece kasih diskon-diskon gitu. Kayak ini Cece ngadai promo untuk christmas diskon 12 % mulai tanggal 15 – 17 Desember, terus kayak beli tas gratis ongkos kirim tapi ada syarat dan ketentuannya juga, kayak beli min 500pc free ongkir daerah jabodetabek.



Gambar 4.13 Promosi yang dilakukan CV Max & Co

Sumber : Data Sekunder

4.3 Pembahasan

4.3.1 Inovasi Produk

Pengertian dari inovasi produk yaitu produk baru atau perbaikan produk yang telah ada untuk mengikuti tren yang ada saat ini. Menurut FandyTjiptonodanGregorius Chandra (2012) proses inovasi memiliki 6 tahap yaitu pemunculan ide, penyaringan ide, analisa bisnis, pengembangan, pengujian, dan komersial. CV Max & Co telah melakukan tahap-tahap inovasi produk menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2010):

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 mengendorse artis Ibukota seperti Ayu Ting Ting, Ashyanti, Jessica Iskandar. Pada tahap mengujian ini juga melakukan promosi seperti memberi diskon-diskon pada *item* tertentu. Waktu yang dibutuhkan dalam melakukan tahap pengujian ini sekitar satu minggu.

6. Tahap Komersial

Ini merupakan tahapan terakhir pada inovasi produk. Pada tahapan ini merupakan peluncuran produk CV Max & Co. Strategi yang digunakan pada tahap komersial ini yaitu menggunakan media sosial untuk peluncuran produk, mengendorse 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.

Setelah memperoleh informasi dari hasil wawancara mengenai tahap inovasi produk yang dilakukan CV Max & Co, maka dapat digambarkan tahap-tahap inovasi produk antara lain :



Keterangan :
Y = Dilakukan
N = Tidak Dilakukan

Gambar 4.14 Tahap inovasi produk CV Max & Co

Sumber : Data Primer

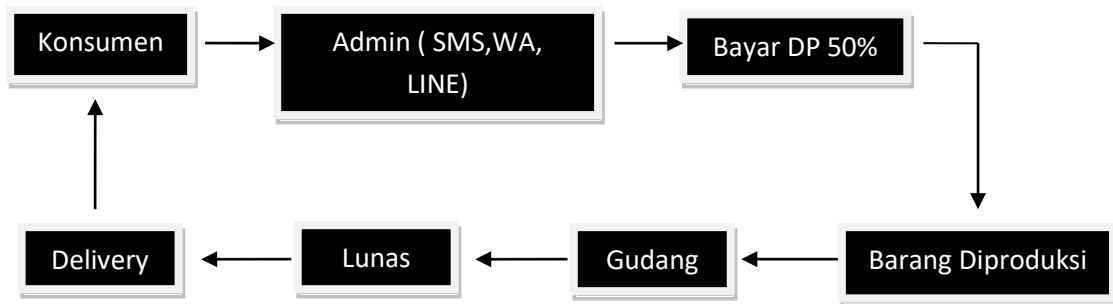
4.3.2 Inovasi Proses

Tujuan inovasi meningkatkan efisiensi dan efektivitas suatu organisasi. Menurut Sunarto dan Putra (2010), inovasi proses mencakup produksi ataupun metode *delivery*. Inovasi proses yang dilakukan oleh CV Max & Co yaitu *delivery*. Proses *delivery* di CV Max & Co dapat disesuaikan dengan konsumen, dalam artian konsumen dapat mengatur sendiri waktu dan tempat dimana barang akan diantar.

Menurut Dinitzen (2010) proses *delivery* memiliki tiga faktor yaitu *delivery time*, *delivery flexibility*, dan *delivery accuracy*. Setelah memperoleh informasi dari hasil wawancara mengenai inovasi proses yang dilakukan oleh CV Max & Co, maka dapat disimpulkan bahwa 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.

Berikut merupakan tahap inovasi proses yang dilakukan CV Max & Co:



Gambar 4.15 Proses *delivery* CV Max & Co

Sumber : Data Primer

4.3.3 Inovasi *Supply Chain Management*

Supply Chain Management Menurut Pujawan dan Mahendrawathi (2010) dapat didefinisikan sebagai jaringan perusahaan secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan produk ketangan pemakai akhir. Menurut Jacobs, Chase, Aquilano (2009) tahapan *supply chain management* ada 6 yaitu *supplier, manufacture, warehouse, distribution, retail, dan customer*. Berikut tahapan dari inovasi *supply chain management* yang telah dilakukan 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. Berikut merupakan gambar tahap-tahap inovasi *supply chain management*:



Gambar 4.16 Tahap inovasi *supply chain management* CV Max & Co

Sumber : Data Primer

4.3.4 Inovasi Pemasaran

Inovasi pemasaran ini sangat berperan penting pada keberhasilan CV Max & Co pada masa yang akan datang. Menurut Susantodan 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. Dulunya menjahit menggunakan tenaga manusia sekarang menjahit menggunakan tenaga mesin yaitu mesin jahit sehingga jahitan yang dihasilkan lebih kuat dan rapi.

2. Iklan

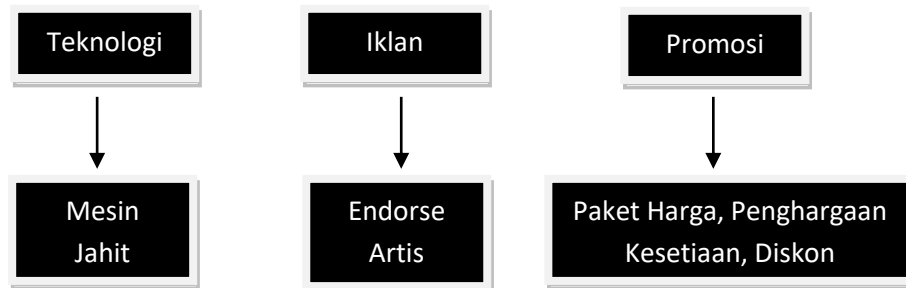
Disini CV Max & Co menggunakan iklan informatif dan iklan pengingat. Iklan informatif yang digunakan CV Max & Co adalah *mengendorse* artis dengan cara memberikan produk *souvenir* kepada artis yang dituju setelah itu artis yang dituju itu akan berfoto dengan produk *souvenir* dari CV Max & Co dan *upload* 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.



Gambar 4.17 Inovasi pemasaran CV Max & Co

Sumber : Data Primer