

## MEMBANGUN KINERJA PEMASARAN MELALUI INOVASI DAN KEUNGGULAN BERSAING

*Dr.Sulistiyani, MM*

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang  
e-mail: tiyani.sulis24@yahoo.com

### ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah membuat model pembelajaran generatif berbasis budaya dalam mencapai kinerja pemasaran melalui inovasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengrajin limbah pabrik di kabupaten Semarang berjumlah 150, pengambilan sampel dengan syarat minimum sebanyak 100 responden, lokasi penelitian di kabupaten Semarang.alat analisis dengan R&D. Hasil penelitian pengembangan model kinerja pemasaran pengrajin limbah pabrik **Variabel Pembelajaran generative berbasis budaya** yaitu .Pembelajaran yang melahirkan ide-ide kreatif berciri budaya r hasilnya baik, menggali aspiransi berciri budaya dengan menggali atribut produk, Menampung aspirasi produk jawaban baik,, **Variabel Keterampilan** ).Terampil merencanakan yaitu ditunjukkan dengan terampil merencanakan dalam merencanakan design, terampil merencanakan bentuk dalam arti bentuknya dapat kotak, bola atau love, dan terampil merencanakan warna design. **Variabel komunikasi** : a)Perlunya memberikan informasi yang jelas, responden menjawab cukup baik yaitu tentang menyediakan kotak saran, menyesuaikan budget pelanggan, mendengarkan dan menerima saran dari pelanggan secara langsung. **Variabel inovasi** yang terdiri dari a).Banyaknya produk baru, sebagian besar menjawab baik, yaitu dengan banyaknya produk baru dengan cara mengembangkan bentuk, mengembangkan design baru, mengembangkan model bergambar binatang,. **Variabel kinerja** terdiri dari :a)Omset penjualan , sebagian besar volume penjualan tumbuh sekitar 20% sampai 25 %, ada pertumbuhan yang tetap atau stagnan, ada yang tetap penjualannya, ada yang naik sampai 80 %.

**Kata Kunci:** *generatif learning culture based, innovation, marketing performance, skill*

### 1. PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan industri dengan kontribusi ke 7 terbesar dari 10 sektor ekonomi yang ada. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), pada tahun 2013 industri kreatif dapat berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebanyak 7,29 % atau senilai 486,1 triliun. Industri kreatif menyerap tenaga kerja sebanyak 11,8 juta atau 10,72% dari total tenaga kerja di Indonesia pada tahun 2013.

Masalah pengembangan industri kreatif, pada kekurangan regulasi pembiayaan sehingga membuat Sumber Daya Manusia (SDM) kreatif banyak yang melarikan diri keluar negeri. Selain itu pembajakan kekayaan intelektual, infrastruktur serta akses internet dan teknologi yang kurang membuat industry kreatif terhambat.

Hasil penelitian kinerja UKM usaha pengrajin limbah pabrik menunjukkan belum optimal dalam bidang pemasaran, dengan kondisi ini perlu penelitian lanjutan dari kinerja pemasaran usaha limbah pabrik terutama di kabupaten Semarang. Hasil penelitian Goldman Lynda (2002) menyatakan pembelajaran suatu proses, kegiatan dan sistem yang merupakan tindakan, proses dan pelaku yang mempengaruhi organisasi dalam menerima informasi untuk diolah menjadi pengetahuan yang berharga, pembelajaran dibedakan menjadi pembelajaran generatif (mengintegrasikan secara aktif pengetahuan baru dengan menggunakan pengetahuan yang sudah dimiliki sebelumnya. dan pembelajaran adaptif (perubahan di dalam merespons pengembangan lingkungan bisnis), nilai-nilai yang mendukung pembelajaran adalah keterbukaan, kesediaan saling mendengarkan dengan pelanggan, informasi yang tersebar luas, kemampuan mengikuti perkembangan-perkembangan mutakhir,).

Inovasi merupakan cara, kegiatan dan proses yang terus-menerus melalui kegiatan teknis, administrasi maupun teknologi yang terus menerus dilakukan yang mengembangkan organisasi melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk-bentuk baru organisasi( Gana, 2003). Kinerja atau *performance* adalah segala sistem yang berhubungan dengan aktifitas dengan hasil (*outcome*) yang diperoleh.

Tien-Shang Lee (2005) menyatakan hubungan antara orientasi pembelajaran dengan inovasi pada industri barang dan jasa di Taiwan. Kemudian Hurley and Hult (1998) mengatakan dengan orientasi pembelajaran akan menuju pada pengembangan perusahaan dan pencapaian kinerja yang superior. Penelitian yang dilakukan oleh Calantone (2002) juga menyatakan bahwa inovasi berhubungan positif dengan kinerja.

Heidy (2002) mengemukakan hasil penelitian menunjukkan terdapatnya hasil hipotesis yang negatif antara orientasi pembelajaran dengan inovasi, sehingga ada kontradiksi atas hubungan tersebut. Penelitian Pablo Javier Crespell (2007) mengatakan adanya hubungan antara inovasi dengan kinerja . Penelitian Mavondo (2002) menyatakan terdapatnya hubungan antara inovasi dengan kinerja, dimana hasil penelitian menunjukkan hipotesis yang ditolak, pada usaha rumah sakit dan jasa profesional di Australia. Masalah penelitian ini dibagi

dua tahap, **tahap pertama** adalah :Merumuskan model pembelajaran generative yang berdasarkan budaya dalam mencapai kinerja pemasaran pada usaha pengrajin limbah pabrik, mengidentifikasi model komunikasi dan keterampilan dalam mencapai inovasi pada usaha pengrajin limbah pabrik dan menganalisis pembelajaran generatif berbasis budaya terhadap inovasi untuk meningkatkan kinerja pemasaran pada usaha pengrajin limbah pabrik di kabupaten Semarang.

**2. TINJAUAN PUSTAKA**

Pendapat Senge (1990) pembelajaran yang sebenarnya akan menyentuh perasaan yang berhubungan dengan apa arti menjadi manusia, sehingga kita akan mampu menciptakan kembali jati diri kita, sebagai suatu pembelajar tidak cukup hanya mampu bertahan saja, belajar untuk bertahan hidup atau biasa disebut belajar adaptif (*adaptive learning*), memang berguna dan sangat diperlukan, akan tetapi untuk pembelajaran organisasi, belajar adaptif saja tidak cukup, harus digabung dengan belajar generatif (*generative learning*), yaitu belajar dengan menggabungkan kapasitas kita dan untuk mencipta. Dalam proses pembelajaran mencakup semua tingkatan dalam organisasi dan jenis pembelajaran tidak akan terwujud, jika tidak didukung oleh ketrampilan (*skill*) yang memadai.

Perusahaan yang melakukan inovasi berusaha untuk lebih baik/mempunyai nilai lebih dari pesaing, sehingga merupakan premis/landasan dari keunggulan bersaing, yaitu ditunjukkan dengan kinerja keuangan yang lebih baik (Hunt, 1997).

Pendekatan ketrampilan proses ialah pendekatan pembelajaran yang bertujuan mengembangkan sejumlah kemampuan fisik dan mental sebagai dasar untuk mengembangkan kemampuan yang lebih tinggi pada diri seseorang. (Conny Semiawan dalam Oemar Hamalik, 2003).

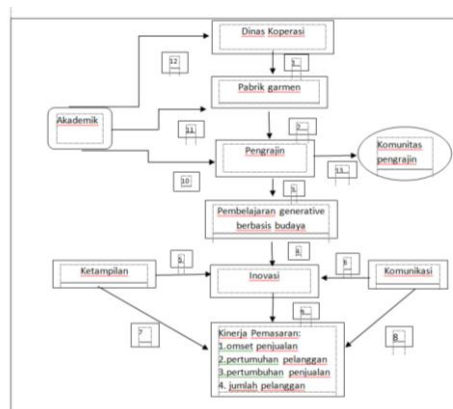
Pemberian informasi dalam komunikasi yang disampaikan akan dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diinginkan (George Strause Leonard Sayless, 1990). Tippin dan Sohi (2003) menyatakan dimensi pada proses pembelajaran melalui penyebaran informasi dengan menyebarkan pengetahuan yang diperoleh kepada semua bagian, dan interpretasi dengan cara individu yang mendapat informasi melakukan penelaah pada informasi yang mereka dapatkan dan melakukan koordinasi dalam proses pengambilan keputusan.

Keats *et all* (1988) menyatakan bahwa kinerja pasar merupakan kemampuan organisasi mentransformasi diri dalam menghadapi tantangan dari lingkungan dengan perspektif jangka panjang. Pelham, Alfred M (1997) mengemukakan bahwa kinerja pemasaran dipengaruhi oleh tiga hal, yaitu efektivitas perusahaan (*firm effectiveness*), pertumbuhan/porsi (*growth/share*), dan kemampulabaan (*profitability*).

**3. METODE PENELITIAN**

**Pendekatan dan Desain Penelitian**

Sesuai dengan masalah yang akan diteliti maka penelitian ini akan desain menggunakan metode *research and development*. Penelitian dan pengembangan adalah suatu proses /langkah-langkah untuk mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada dengan proses pembelajaran. Langkah-langkah utama dari R & D di kemukakan oleh Borg dan Hall (1989) sebagai berikut: Research and Information Collecting, Planning, Develop Preliminary form of produk, Preliminary filed testing, mean product revision , main Field testing, operasional product revision, operasional field testing, final product revision, dissemination and implementation.



Gambar 1. Desain dan Mekanisme Implementasi model penelitian

<b>Problematic</b>	<b>Target Luaran yang dicapai</b>
Dinas Koperasi	Yang memberi izin dalam melakukan usaha dalam lingkup koperasi
Pengrajin	Membuat produk dari kain limbah perca yang akan dihasilkan menjadi produk keset
Pembelajaran generatif berbasis budaya	Memerlukan ide-ide, menggali aspirasi, berpotensi meningkatkan produk lebih baik
Inovasi	Berusaha menciptakan produk keset yang baru, melayani dengan lebih baik, menggunakan alat yang lebih canggih
Ketrampilan	Memerlukan ketrampilan dalam perencanaan produk, trampil bernegosiasi, dan trampil memenuhi keinginan pelanggan,
Komunikasi	Memerlukan informasi yang jelas, memberi informasi sesuai keinginan pelanggan, komunikasi yang mudah dimengerti
Akademik	Memberi saran berkaitan dengan pemasaran terhadap usaha keset
Kinerja	Menghitung jumlah penjualan, pelanggan, omset penjualan

### **Variabel pembelajaran generatif berbasis budaya (Senge, 1990)**

1. pembelajaran organisasional yang berfokus melahirkan ide-ide kreatif berciri budaya.
2. menggali aspiratif berciri budaya, menggali atribut-atributi dari suatu produk,
3. pembelajaran generatif berbasis budaya berpotensi meningkatkan inovasi

### **Variabel ketrampilan (Challagala & Sherani, 1996)**

1. Trampil merencanakan
2. Trampil bernegosiasi
3. Trampil memenuhi keinginan pelanggan

### **Variabel komunikasi (Swan & Nelan, 1985)**

1. perlunya memberikan informasi yang jelas
2. informasi yang diberikan sesuai perintah
3. informasi yang diberikan mudah dimengerti

### **Variabel inovasi (Hanny, 2005)**

1. Banyaknya produk baru
2. Banyaknya pelayanan baru
3. Penggunaan teknologi baru

### **Variabel kinerja (Vos and Vos, 2000)**

1. Omset penjualan
1. Pertumbuhan pelanggan
2. Pertumbuhan penjualan
3. Jumlah pelanggan

### **Waktu penelitian**

Rencana penelitian dilakukan dalam jangka waktu 2 tahun, yang terbagi dalam dua tahun dimana setiap penelitian memerlukan jangka waktu satu tahun dengan waktu efektif 10 bulan, karena penelitian ini merupakan penelitian yang berkelanjutan dan berkesinambungan

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua usaha pengrajin limbah pabrik yang jumlahnya 150

### **Teknik pengambilan sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience random sampling*, yaitu dengan cara menemukan usaha pengrajin limbah pabrik yang mudah ditemui. Adapun jumlah sampel dihitung dengan teknik slovin yaitu sampel minimal diperoleh sampel sebanyak 100

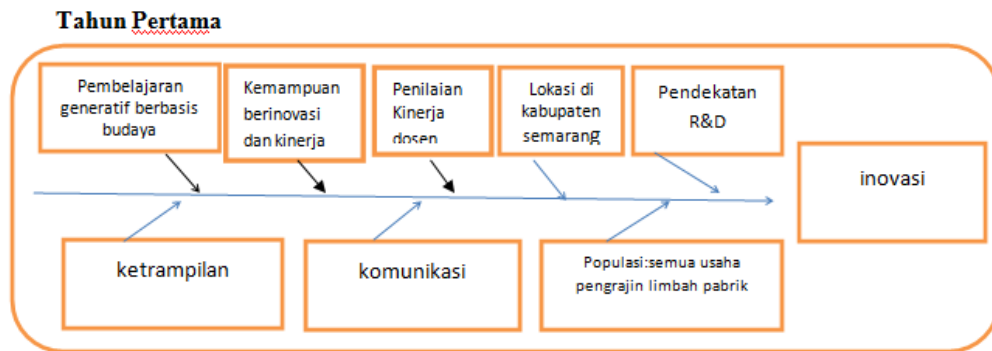
### **Teknik pengumpulan data**

1. Observasi secara langsung, sehingga diperoleh data yang valid
2. Kuesioner yang dibagikan pada usaha pengrajin limbah pabrik untuk diisi dari variabel pembelajaran generatif berbasis budaya,
3. FGD (*Fokus group discusion*), teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi melalui diskusi terarah yang dilakukan

Data yang telah diperoleh kemudian akan dianalisis dengan menggunakan *mixed method* yaitu gabungan antara metode kualitatif dengan metode kuantitatif. Analisis kuantitatif untuk menguji kehandalan data dan menguji kekuatan model dengan analisis OLS (*Ordinate least square*) regresi berganda. Sedangkan analisis kualitatif untuk mendeskripsikan hasil penelitian dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Data reduction: melakukan proses seleksi, pemfokusan, dan abstraksi data

2. Data display : menyajikan data dalam grafik dan tabel
3. *Conclusion drawing* : membuat penafsiran-penafsiran dan kesimpulan akhir



#### 4. PEMBAHASAN

Indikator	Rata-rata dan interpretasi	Temuan Penelitian Persepsi Responden
<i>Pembelajaran generative berbasis budaya</i>	<i>X1 ( 8,65) (Tinggi)</i>	<i>pada umumnya para usaha keset cukup mengembangkan ide kreatif, namun hanya sebatas pada beberapa kegiatan saja misalnya: * dengan informasi melihat gambar menjadi apel, kupu, sapi dll</i>
<i>Melahirkan ide-ide kreatif</i>		
<i>Menggali aspirasi produk</i>	<i>X2 (8,50) (Tinggi)</i>	<i>pada umumnya para usaha keset cukup mengembangkan ide kreatif, namun hanya sebatas pada beberapa kegiatan saja misalnya: * ada produk baru *seminar dan studi banding *Dengan informasi dari melihat gambar</i>
<i>Pembelajaran generative berpotensi meningkatkan inovasi</i>	<i>X3 (5,60) (Tinggi)</i>	<i>pada umumnya para usaha keset berpotensi meningkatkan inovasi sebatas pada beberapa kegiatan misalnya: *berpotensi meningkatkan ide ide dalam design *berpotensi meningkatkan gagasan dalam gambar gambar binatang *berpotensi meningkatkan kekhasan keset</i>

Indikator	Rata-rata dan interpretasi	Temuan Penelitian Persepsi Responden
<b>Komunikasi</b> <i>Perlunya memberikan informasi yang jelas</i>	X7(8,57) Tinggi	<i>Pada umumnya para usaha keset cukup mampu memberikan informasi yang jelas walaupun masih terbatas misalnya</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Menyediakan Kotak saran dan berbagi sampel kepada konsumen sehingga dapat langsung dimintai pendapat</i></li> <li>▪ <i>Menyesuaikan Budget pelanggan</i></li> <li>▪ <i>Mendengarkan dan Menerima saran dari pelanggan secara langsung</i></li> <li>▪ <i>Menampung ide-ide pelanggan lewat telepon atau sms</i></li> <li>▪ <i>Menampung keluhan konsumen secara langsung</i></li> </ul>
<i>Mengumpulkan informasi keunggulan pesaing</i>	X8(6,21) (Tinggi)	<i>Pada umumnya para usaha keset cukup mampu mengumpulkan informasi keunggulan pesaing walaupun masih terbatas misalnya</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Masukan dari pelanggan</i></li> <li>▪ <i>Melihat sendiri kegiatan pesaing</i></li> <li>• <i>Dalam menciptakan keset mempelajari dari pesaing</i></li> </ul>
<i>Informasi yang diberikan mudah dimengerti</i>	X9(8,51) Tinggi	<i>Pada umumnya para usaha keset cukup mampu memberikan informasi yang mudah dimengerti, walaupun masih terbatas misalnya:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Saling memberi informasi sesama karyawan atau antara karyawan</i></li> <li>▪ <i>Memberikan informasi yang jelas kepada calon pelanggan</i></li> <li>▪ <i>Memberikan informasi lewat brosur</i></li> <li>▪ <i>Memberikan informasi lewat Web</i></li> </ul>

Indikator	Rata-rata dan interpretasi	Temuan Penelitian Persepsi Responden
<b>Ketrampilan</b> <i>Trampil merencanakan</i>	X4(5,46) (Sedang)	<i>Pada umumnya para usaha keset cukup trampil merencanakan misalnya:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Trampil merencanakan design keset</i></li> <li>▪ <i>Trampil merencanakan bentuk keset</i></li> <li>▪ <i>Trampil mengkombinasikan warna keset</i></li> </ul>
<i>Trampil bernegosiasi</i>	X5(8,24) (Tinggi)	<i>Pada umumnya para usaha keset cukup trampil bernegosiasi, tetapi masih terbatas misalnya:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Bernegosiasi dengan kebutuhan pelanggan</i></li> <li>▪ <i>Bernegosiasi dengan keinginan pelanggan</i></li> <li>▪ <i>Bernegosiasi dengan keberatan pelanggan</i></li> </ul>
<i>Trampil memenuhi keinginan pelanggan</i>	X6(8,51) (Tinggi)	<i>Pada umumnya para usaha keset cukup tinggi memenuhi keinginan pelanggan dengan baik tetapi masih terbatas pada misalnya:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Keinginan pelanggan pada design terbaru</i></li> <li>▪ <i>Keinginan pelanggan pada motif binatang</i></li> <li>▪ <i>Keinginan pelanggan pada kombinasi warna keset</i></li> </ul>

Sumber : data primer yang diolah (2019)

Indikator	Rata-rata dan interpretasi	Temuan Penelitian Persepsi Responden
<b>Inovasi</b> Banyaknya produk baru	X10(8,52)sedang	Pada umumnya para usaha keset mampu memadukan bahan perca menjadi produk baru, misalnya: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pengembangan bentuk</li> <li>▪ Pengembangan design warna</li> <li>▪ Pengembangan model binatang</li> <li>▪ Pengembangan model tumbuhan</li> </ul>
Banyaknya pelayanan baru	X16(8,25)Sedang	Pada umumnya para usaha keset mampu melayani dengan baik, tetapi terbatas pada, misalnya: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pelayanan dalam keinginan pelanggan</li> <li>▪ Pelayanan dalam memenuhi kebutuhan calon pelanggan</li> <li>▪ Pelayanan dalam menetapkan harga</li> </ul>
Penggunaan teknologi baru	X12(8,64)Tinggi	Pada umumnya para usaha keset mampu menggunakan teknologi baru yang beraneka misalnya: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kualitas jahitan lebih baik</li> <li>▪ Kombinasi warna hijau, merah dan kuning</li> <li>▪ Mencari model karakter kartun yang lagi ngetrend</li> </ul>

Indikator	Rata-rata dan interpretasi	Temuan Penelitian Persepsi Responden
<b>Kinerja</b> Omset penjualan	X13(7,14)tinggi	Pada umumnya para usaha keset mampu menaikkan volume penjualan walaupun masih ada juga yang tetap misalnya: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tumbuh 20%-25%</li> <li>▪ Stagnan dan menguat</li> <li>• 80%-85%</li> </ul>
Pertumbuhan Pelanggan	X14(7,10)Tinggi	Pada umumnya para usaha keset mampu melakukan pertumbuhan pelanggan walaupun masih terbatas misalnya: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelanggan naik 20%-30%</li> <li>• Pelanggan naik 75-80%</li> </ul> Pada umumnya para usaha keset mempunyai pertumbuhan penjualan walaupun sebagian masih disekitar domisili misalnya:
Pertumbuhan penjualan	X15(6,92)sedang	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Satu wilayah kota</li> <li>▪ Di daerah tertentu</li> <li>▪ Di luar kota</li> </ul>
Jumlah pelanggan	X16(6,71)sedang	Pada umumnya para usaha keset mempunyai jumlah pelanggan yang cukup dalam 2 tahun terakhir misalnya: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sama atau tidak berubah</li> <li>▪ Setiap tahun bertambah sekitar 5-10 pelanggan</li> <li>▪ Sekitar 20 pelanggan</li> </ul>

### 5. KESIMPULAN

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan ;

Identifikasi jawaban responden dari model pembelajaran generative berbasis budaya adalah sebagai berikut :

**Variabel Pembelajaran generative berbasis budaya** yang terdiri dari: a).Pembelajaran organisasinya yang melahirkan ide-ide kreatif berciri budaya sebagian besar hasilnya baik, yaitu ditunjukkan dengan ide ide yang berasal dari melihat gambar-gambar dari televisi, mass media, internet, sehingga ide ide diaplikasikan dalam membuat keset dengan bentuk apel, bentuk kupu, bentuk sapi, bentuk daun daunan, dll. b).Menggali aspiransi berciri budaya dengan menggali atribut produk sebagian jawaban responden hasilnya baik, yaitu aspirasi ditunjukkan dengan adanya produk baru, rancangan yang baru, dimana aspirasi berasal dari mengikuti seminar-seminar dan melakukan studi banding artinya pengusaha keset berusaha melakukan studi banding dan mengikuti seminar yang diadakan pemda setempat, berkaitan dengan usaha keset, juga mencari informasi informasi dari

pameran tersebut.c).Menampung aspirasi produk sebagian besar jawaban baik, yaitu ditunjukkan dengan menampung aspirasi yang berasal dari karyawan, melihat televisi, melihat brosur, melihat internet, mengikuti pelatihan membuat produk dengan corak baru yang diadakan oleh dinas koperasi).Pembelajaran generative berbasis budaya berpotensi meningkatkan inovasi, yaitu ditunjukkan inovasi yang dilakukan dengan mengikuti trend karakter kartun, design atau corak bergambar, misal gambar sapi, gambar apel dan gambar kupu-kupu serta mengikuti trend masa kini.

**Variabel Ketrampilan** ).Terampil merencanakan sebagian besar jawaban hasilnya baik yaitu ditunjukkan dengan terampil merencanakan dalam merencanakan design, terampil merencanakan bentuk dalam arti bentuknya dapat kotak, bola atau love, dan terampil merencanakan warna design artinya kombinasi warna sangat beragam kombinasinya f).Terampil bernegosiasi, sebagian besar jawaban baik yaitu bernegosiasi dengan kebutuhan pelanggan artinya usaha keset melakukan pendekatan dengan untuk kebutuhan pelanggan, bernegosiasi dengan keinginan pelanggan dengan berusaha dalam memenuhi apa yang dibutuhkan pelanggan, bernegosiasi dengan keberatan pelanggan, artinya keluhan pelanggan dapat dikurangi atas produk yang dihasilkan).Terampil memenuhi keinginan pelanggan sebagian responden menjawab baik dengan memenuhi pelanggan pada design baru, keinginan pelanggan pada motif binatang artinya pelanggan ingin model atau variasi bergambar binatang.

**Variabel komunikasi** yang terdiri dari : a)Perlunya memberikan informasi yang jelas, sebagian responden menjawab cukup baik yaitu tentang menyediakan kotak saran, menyesuaikan budget pelanggan, mendengarkan dan menerima saran dari pelanggan secara langsung, menampung ide pelanggan lewat telepon atau sms, menampung keluhan pelanggan secara langsung.b)Mengumpulkan informasi keunggulan pesaing, sebagian besar menjawab baik, yaitu adanya masukan dari pelanggan, dari pelanggan banyak informasi yang didapat, antara lain desihn dengan gambar gambar kartun; dengan melihat sendiri kegiatan pesaing, dengan melihat kegiatan pesaing, sehingga akan dapat mengetahui kekurangan produk kita, untuk membuat keset dengan kualitas lebih baik dari produk buatan pesaing)Informasi yang diberikan mudah dimengerti, sebagian jawaban baik, dengan saling memberi informasi sesama karyawan atau antar karyawan, yaitu dengan memberi informasi yang jelas kepada calon pelanggan artinya memberitahukan kelebihan atau manfaat dari penggunaan keset, memberikan informasi yang jelas tentang keawetan keset, memberikan informasi lewat web secara lengkap tentang produk keset tersebut

**Variabel inovasi** yang terdiri dari a).Banyaknya produk baru, sebagian besar menjawab baik, yaitu dengan banyaknya produk baru dengan cara mengembangkan bentuk, mengembangkan design baru, mengembangkan model bergambar binatang, mengembangkan model bergambar tumbuh-tumbuhan).Banyaknya pelayanan baru, sebagian besar menjawab cukup baik, yaitu dalam melayanii keinginan pelanggan, melayani dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, melayani keinginan pelanggann yang berkaitan dengan harga yang bersaing, dan melayani dalam penggunaan keawetan produk.b)Penggunaan teknologi baru, sebagian besar menjawab cukup baik, dengan teknologi baru yaitu dengan cara memberi kualitas jahitan yang lebih baik, dengan teknologi kombinasi warna hijau, kuning dan merah, yang serasi, dengan teknologi karakter kartun yang lagi ngetrend artinya dengan teknologi jahitan lebih baik, dan rapi

**Variabel kinerja** terdiri dari :a)Omset penjualan , sebagian besar volume penjualan tumbuh sekitar 20% sampai 25 %, ada pertumbuhan yang tetap atau stagnan, ada yang tetap penjualannya, ada yang naik sampai 80 %.b)Pertumbuhan pelanggan, sebagian besar pelanggan tumbuh 20%, ada pelanggan yang tumbuh 75% sampai 80%.c)Pertumbuhan penjualan sebagian besar penjualan tumbuh dalam satu wilayah kota, ada penjualan tumbuh di daerah tertentu, serta ada pertumbuhan penjualan di luar kota.d)Jumlah pelanggan, sebagian besar jumlah pelanggan tumbuh sama atau berubah, ada jumlah pelanggan bertambah sekitar 5-10 , serta jumlah pelanggan meningkat 20 orang

## 6. SARAN

Dari hasil penelitian saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :Dalam pembelajaran generative berbasis budaya, sebaiknya selalu melihat gambar gambar keset yang baru, agar design, model, warna semakin berkembang.menampung aspirasi produk sebaiknya selalu mengikuti pameran, melakukan studing banding dengan usaha keset yang lain sehingga keset yang dihasilkan akan meningkat kualitasnya. Kegiatan usaha keset ada beberapa karyawan kurang trampil dalam merencanakan design keset, sehingga perlunya meningkatkan ketrampilan agar dapat lebih baik hasilnya, biasanya dalam meningkatkan ketrampilan dengan cara mengikuti pelatihan. Ketrampilan untuk memenuhi pelanggan sebaiknya usaha keset meningkatkan pelayanan yang lebih baik kepada para pelanggannya, sehingga calon pelanggan akan terkesan dengan pelayanan tersebut, akibatnya akan melakukan pembelian kembali produk keset tersebut. Informasi keunggulan pesaing, lebih diperhatikan, agar produk keset kita lebih baik dari produk pesaing, dengan cara kekurangan kekurangan pada produk keset diperbaiki, misal dengan cara meningkatkan pekerjaan jahitan lebih rapi.Meningkatkan kinerja penjualan yang hasilnya tetap tidak mengalami peningkatan, sebaiknya usaha keset lebih menggiatkan kegiatan promosi melalui brosur, instagram, bukalapak, toko pedia dll.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Argyris and Schon, 1978, *Organizational Learning : A of Action Perspective Reading*, MA: Addison Wesley
- [2]. Augusty, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen
- [3]. Baker & Sinkula, 1999, The Synergistic Effect of Market Orientation and Learning of organizational Performance, *Academy of Marketing Science Journal*
- [4]. Barney, JB , (1991), Firm Resource and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management*.
- [5]. Basu Swastha DH, 1989, *Etika Komunikasi*, Liberty, Yogyakarta
- [6]. Borg and Hult 1989, dalam N Nasution, M.A *Metode Penelitian Naturalistik-kualitatif*, Penerbit Taruna Bandung
- [7]. Calantone, R.J, Cavusgil, S.T, and Zhao, Y, (2002), Learning Orientation, Firm Innovation Capability, and Firm Performance , *Industrial Marketing Management*
- [8]. Challagala and Sherani, A Servani, (1996), Dimensions and Types of Supervisory Control : Effect Salesperson Performance and Satisfaction, *Journal of Marketing*
- [9]. Chi-cheng, 2012, From Invention to Innovation: Conversion Ability in Product Development, *Journal of Marketing*
- [10]. Conny Semiawan dalam Oemar Hamalik, 2003, *Membangun Industri Kecil dan Menengah*, download 18 September 2003