

**INOVASI PRODUK KAUS *FULL PRINTING*
TEKNIK *SUBLIME TO COTTON* ANYAMAN BENANG
DI UMKM CV. BATARA ALAM RAYA**

Prety Diawati¹

Politeknik Pos Indonesia

pretydiawati@poltekpos.ac.id

Avina Zahinka Melati²

Politeknik Pos Indonesia

Abstrak.

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui inovasi produk kaus *full printing* Anyaman Benang di UMKM CV. Batara Alam Raya. Permasalahan yang ditemukan dalam penelitian adalah industri konveksi di Kota Bandung tahun 2016 mendominasi hingga 31,09 persen dan data pendapatan dari perolehan hasil produksi kaus (*t-shirt*) di Anyaman Benang selama 3 tahun terakhir mengalami pasang surut sesuai dengan daur hidupnya yang terus berputar, sehingga konveksi adalah usaha yang paling kompetitif. Semakin ketatnya persaingan, maka diperlukan inovasi produk agar perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing. Anyaman Benang ingin menawarkan produk kaus *full printing* dengan teknik cetak *sublime* dan berbahan katun. Kaus *sublime* katun sangat jarang sekali ditemui dan walaupun ada maka itu masih merupakan produk impor dari luar negeri. Sehingga produk dalam negeri kaos *sublime* masih jarang, sedangkan kemajuan teknologi *digital textile printing* di Indonesia terus menerus berkembang. Inovasi produk memiliki lima karakteristik yaitu keunggulan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), kemungkinan dicoba (*trialability*) dan keterlihatan (*observability*). Berdasarkan hasil analisis, proses implementasi inovasi produk perusahaan tersebut yang mulai berjalan pada bulan April 2019 sudah sesuai dan baik, hanya saja pada proses implementasi ada beberapa hambatan yaitu tingginya harga teknologi, kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) dalam desain produk serta hambatan lainnya pada proses produksi yaitu kesulitan pada proses steam dan kesulitan dalam proses *setting*. Agar inovasi produknya dapat berjalan baik, perusahaan memutuskan langkah selanjutnya untuk perbaikan agar mendapatkan hasil produk yang memuaskan, antara lain Anyaman Benang membangun koneksi jaringan dan berkolaborasi dengan pabrik *garment* yang sudah memiliki mesin teknologi baru *sublimation*, merekrut satu orang tenaga ahli untuk merancang *mock up* dan memahami serta memperbaiki proses dalam menginovasikan produk.

Kata Kunci : Inovasi Produk

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan negara manufaktur dikarenakan tingginya jumlah industri yang berkembang di Indonesia. Salah satu bidang industri yang berkembang sangat pesat adalah industri tekstil, sehingga menjadi industri strategis bagi perekonomian Indonesia. Industri pakaian jadi merupakan salah satu bagian dari struktur subsektor

industri TPT (Tekstil dan Produk Tekstil). Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, sehingga memegang peran penting dalam kehidupan. Pada peranan industri penghasil pakaian, terdapat perusahaan garmen dan konveksi. Perkembangan konveksi selalu menunjukkan angka yang positif dan bahkan dapat bertahan diberbagai kondisi. Hingga saat ini,

bisnis konveksi masih menjadi bisnis yang diminati oleh para pengusaha dan memiliki sebaran merata di seluruh wilayah Indonesia.

Tabel 1.1 jumlah industri menurut golongan pokok dan skala usaha di Kota Bandung tahun 2016 :

No.	Golongan Pokok	UMK	UMB	Jumlah (unit)
1.	Konveksi	9.776	333	10.109
2.	Makanan	8.613	148	8.761
3.	Kulit	2.347	92	2.439
4.	Percetakan	1.999	75	2.074
5.	Minuman	1.895	12	1.907
6.	Logam	1.722	33	1.755
7.	Tekstil	1.039	128	1.167
8.	Pengolahan lainnya	988	28	1.016
9.	Kayu	775	11	786
10.	Karet	421	58	479
11.	Furnitur	441	13	454
12.	Reparasi	254	13	267
13.	Galian	254	10	264
14.	Kertas	223	12	235
15.	Mesin	173	21	194
16.	Kimia	142	24	166
17.	Peralatan Listrik	91	18	109
18.	Farmasi	89	16	105
19.	Alat Angkutan	64	20	84
20.	Kendaraan Bermotor	43	8	51
21.	Komputer, Elektronik & Optik	39	11	50
22.	Logam Dasar	9	9	18
23.	Tembakau	12	0	12
24.	Batubara & Minyak bumi	9	1	10
Jumlah		31.418	1.094	32.512

Sumber : <https://bandungkota.bps.go.id> (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dari total jumlah industri pengolahan di Bandung, industri konveksi ini mendominasi hingga 31,09 persen.

Industri konveksi pada usaha mikro besar (UMB) ada 333 usaha dan industri konveksi pada usaha mikro kecil (UMK) ada 9.776 usaha. Jika dibandingkan golongan pokok yang lainnya, Industri konveksi memiliki peluang usaha sektor pengolahan di Kota Bandung yang cukup menjanjikan. Selain itu, usaha konveksi pakaian merupakan usaha yang paling kompetitif dan menjadi salah satu usaha yang tak pernah mati serta selalu memiliki prospek besar di pasaran. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kondisi persaingan di sektor bisnis konveksi saat ini memang cukup ketat. Semakin ketatnya persaingan, maka diperlukan inovasi produk agar perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing.

Salah satu UMKM konveksi yang ada di kota Bandung adalah Anyaman Benang. Anyaman Benang merupakan salah satu jenis usaha di CV Batara Alam Raya yang berdiri sejak tahun 2010. Selain memproduksi kaus atau *t-shirt*, Anyaman Benang juga memproduksi produk lain seperti kemeja, jaket, baju *set training* dan lain-lain. Produk yang memiliki spesifikasi dan keunggulan yang sama dengan produk pesaing, tidak akan bisa menarik minat konsumen karena konsumen lebih tertarik untuk menikmati inovasi atau pengembangan dari suatu produk. Sehingga produk pasti akan mengalami penurunan siklus hidup produk, seperti halnya konveksi Anyaman Benang yang sering mengalami penjualan produk pasang surut sesuai dengan daur hidupnya yang terus berputar. Berikut adalah tabel mengenai pendapatan dari perolehan hasil produksi kaus selama tiga tahun terakhir :

Tabel 1.2 Pendapatan dari Perolehan Hasil Produksi Kaus (T-shirt) Tahun 2016-2018

Tahun	Pendapatan (Rupiah)	Kuantitas Penjualan
2016	1.505.000.000	40.500 pcs
2017	225.000.000	14.500 pcs

2018	375.000.000	20.000 pcs
------	-------------	------------

Sumber : Konveksi Anyaman Benang,
CV Batara Alam Raya

Tabel 1.2 di atas, menampilkan data penurunan penjualan penjualan kaos *t-shirt* secara signifikan dari Tahun 2016 hingga Tahun 2018. Pada tahun sebelumnya, tahun 2016 adalah masa kejayaan konveksi Anyaman Benang mendapatkan omset sebesar Rp 1.505.000.000,-. Sementara, pada tahun 2018 mendapatkan omset sebesar Rp 375.000.000,-. Hal tersebut, mempengaruhi sistem pembayaran perputaran modal dalam produksinya.

Kurangnya pengelolaan dalam produksi, dilihat dari produk kaos pada Anyaman Benang yang hanya menggunakan cetak sablon untuk memindahkan desain gambar pada kaos. Oleh karena itu, perusahaan ingin menawarkan produk kaos *full printing* dengan teknik cetak *sublime* dan berbahan katun. Kaus *sublime* katun sangat jarang sekali ditemui dan walaupun ada maka itu masih merupakan produk impor dari luar negeri. Sehingga produk dalam negeri kaos *sublime* masih jarang. Sedangkan kemajuan teknologi *digital textile printing* terus menerus berkembang, tentunya hal tersebut bertujuan agar pelaku usaha konveksi dapat menginovasikan teknik printing *sublime* untuk membuat baju yang unik dan desain yang menarik.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik Anyaman Benang ingin membuat inovasi produk yaitu dengan memproduksi produk kaos *full printing*. Inovasi produk tersebut diterapkan untuk menambahkan penawaran produk baru kaos, jika kaos Anyaman Benang biasanya menggunakan teknik cetak sablon, maka kali ini produk kaos *full printing* ini menggunakan teknik cetak *sublime*. Proses produksinya dengan menggunakan teknologi *sublimation* baru. Pada saat ini perusahaan berbasis mesin teknologi terus melakukan inovasi, *sublimation* adalah salah satu teknologi

baru di dunia cetak digital atau *digital textile printing*. Selain itu, inovasi produk Anyaman Benang ini dapat dilihat dari model kausnya. Model merupakan pola acuan dari sebuah sistem nyata. Model kaus kaus *full printing* Anyaman Benang ini bergambar penuh dari bagian depan dan belakang kaus serta lengan kaus. Sentuhan gambar motif berbeda-beda ataupun sentuhan gradasi warna pada lengan kaus menyesuaikan dengan desain gambar. Berdasarkan uraian di atas maka pada penelitian ini dikaji lebih dalam tentang pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Inovasi Produk Kaus *Full Printing* Teknik *Sublime to Cotton* Anyaman Benang di CV Batara Alam Raya”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dirancang pada tahapan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah : (1) Bagaimana gambaran inovasi produk Kaus *Full Printing* Anyaman Benang Teknik *Sublime to Cotton* di CV Batara Alam Raya? (2) Apa saja hambatan dalam melakukan inovasi produk Kaus *Full Printing* Anyaman Benang Teknik *Sublime to Cotton* di CV Batara Alam Raya? (3) Bagaimana upaya dalam mengatasi hambatan pada saat melakukan inovasi produk Kaus *Full Printing* Anyaman Benang Teknik *Sublime to Cotton* di CV Batara Alam Raya?

2. LANDASAN TEORI

Pengantar Bisnis

Ariani (2014:1) mengatakan bahwa bisnis adalah organisasi atau individu yang menyediakan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga akan menghasilkan profit. Kunci sukses dari sebuah bisnis yang dibangun adalah ketika mereka dapat menghasilkan produk dan memasarkannya kepada target konsumen. Selisih antara biaya yang digunakan untuk memproduksi produk terhadap

harga produk tersebut didefinisikan sebagai profit (keuntungan). Bisnis tercipta karena adanya jiwa wirausaha dari seseorang, dimana orang tersebut memiliki ketertarikan untuk membuka suatu usaha. Pelaku usaha diwajibkan untuk dapat melihat kesempatan dalam menghasilkan produk dan jasa yang memiliki keunikan karakteristik yang belum pernah diproduksi oleh competitor lain.

Manajemen Inovasi

Syamsul Maarif dan Kartika (2017:137) menjelaskan bahwa manajemen inovasi adalah suatu kegiatan dalam mengelola inovasi agar memiliki daya guna bagi pencipta sehingga produk tersebut dapat bersaing bersaing di pasaran dan dapat berkelanjutan bagi organisasi. Manajemen inovasi sangat diperlukan untuk mengakomodir atas ide-ide baru yang tercipta dengan jangka waktu yang cepat dan setiap saat sebagai antisipasi perubahan kebutuhan konsumen yang sangat dinamis, beragam dan semakin cepat.

Inovasi Produk

Razeghi (dalam Diawati, 2017:24) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan proses pembaruan suatu produk, baik produk yang sudah ada di pasaran maupun yang belum ada. Produk lama yang telah jenuh di pasaran harus mengalami proses inovasi agar perusahaan dapat mempertahankan bahkan menambah pangsa pasar penjualannya. Salah satu inovasi yang dapat dikembangkan yaitu dengan melakukan penambahan fitur dari produk lama yang telah dikembangkan. “Merilis produk baru yang inovatif dan meningkatkan loyalitas pelanggan”.

Penilaian dimensi yang akan dilakukan oleh penulis menurut teori Rogers (dalam Aditi 2018) yaitu:

1. *Relative advantage* (keuntungan relatif),
2. *Compatibility* (kesesuaian),
3. *Complexity* (kerumitan),
4. Kemungkinan dicoba (*trialability*)

5. Keterlihatan (*observability*).

3. METODE

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui gambaran inovasi produk dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik. Metode tersebut bertujuan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan masalah yang dihadapi oleh perusahaan, dimana data tersebut dianalisis lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah di pelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

Pada penelitian ini digunakan data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- 1) Data Primer, yaitu (1) Wawancara. Pada teknik wawancara penulis melakukan wawancara tidak terstruktur. Kriteria narasumber yang sesuai untuk dilakukan wawancara yaitu narasumber yang sangat mengetahui proses inovasi tersebut dan bertindak sebagai penciptaan dan yang mengimplementasikan inovasi produk tersebut sehingga yang menjadi narasumber adalah pemilik Anyaman Benang yang memiliki peran penting dalam melakukan inovasi produk pada perusahaan. (2) Observasi. Teknik pengumpulan data ini yaitu dengan melihat langsung tahapan produksi yang dilakukan hingga melihat hasil dari produk kaus *full printing*.
- 2) Data sekunder, yaitu (1) Buku, (2) Riset Internet (*Online Riset*) dan (3) Data Internal Perusahaan, berupa profil Anyaman Benang dan data pendapatan perusahaan CV. Batara Alam Raya.

4. PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Produk Kaus *Full Printing* Anyaman Benang dengan teknik *sublime to cotton* adalah inovasi produk yang dikembangkan oleh konveksi Anyaman Benang, anak perusahaan yang dinaungi

oleh CV Batara Alam Raya. Proses implementasi inovasi produk perusahaan tersebut sudah mulai berjalan pada bulan April 2019. Proses implementasi tersebut adalah mengubah gagasan-gagasan potensial ini kedalam bentuk realita produk baru, perubahan proses, pergeseran model pasar dan lain sebagainya. Di antaranya :

1. Keunggulan relatif (*relative advantage*)

Konveksi Anyaman Benang menawarkan dan menyediakan gambar desain yang menarik untuk pelanggan B2Bnya sehingga pelanggannya tidak perlu repot-repot merancang desain sendiri. Inovasi produk kaus *Full Printing* Anyaman Benang mempunyai konsep yang beda dari segi desain di bandingkan dengan pesaing, gambarnya juga dicetak di bagian depan dan belakang kaus. Kaus *Full Printing* Anyaman Benang menawarkan hasil *full printing* dengan menggunakan teknik *sublime* yang berbahan 100% katun. Sebuah inovasi muncul untuk mengatasi kelemahan proses teknik *sublime* tersebut, yaitu dengan adanya cairan *coating pre-treatment to cotton* sebagai pendukung untuk pengaplikasian khusus pada kaus bahan katun. Penggunaan cairan *coating pre-treatment to cotton* tersebut membuat keunggulan relatif tersendiri bagi Anyaman Benang. Selain itu juga, ada teknologi baru sebagai pendukung proses produksi sehingga kinerja penerapan teknologi produksinya efisien.

Berdasarkan hasil analisis, keunggulan relatif yang dimiliki dari produk kaus *full printing* ini ada pada penawaran desain produk yaitu dengan menyediakan gambar desain yang menarik untuk pelanggan B2Bnya sehingga pelanggannya tidak perlu repot-repot merancang desain sendiri, keunggulan kedua adalah cairan *coating pre-treatment to cotton* sebagai pendukung untuk pengaplikasian khusus pada kaus bahan katun dan keunggulan

ketiga ada pada mesin teknologi baru untuk proses produksinya agar lebih efisien.

2. Kesesuaian (*compatibility*)

Produk yang mengalami inovasi harus sesuai dengan kebutuhan dari konsumen, sehingga konsumen dapat menerima inovasi tersebut. Produk kaus *full printing* bukanlah produk yang baru di pasar, banyak pesaing konveksi lainnya juga memiliki penawaran produk berupa kaus *full printing*. Konsumen akhir dari produk kaus *full printing* Anyaman Benang tersebut adalah wisatawan dan orang yang membeli oleh-oleh untuk dipakai sendiri maupun di berikan kepada orang lain. Selain itu, penggunaan katun *combed 40s* pada kaus produk *full printing* Anyaman Benang adalah karena perusahaan juga ingin menyesuaikan produk berdasarkan kebutuhan dan selera konsumen.

3. Kerumitan (*complexity*)

Tingkat kesulitan dalam mengembangkan suatu inovasi bersifat subjektif, disebut sebagai tingkat kerumitan inovasi. Kerumitan tersebut dapat dilihat dari proses produksi dalam menghasilkan produk kaus *full printing* Anyaman Benang. Berdasarkan hasil analisis, produksi kaus *full printing* memang terlihat rumit, akan tetapi jika dilakukan dengan benar maka akan dapat memperoleh hasil produk yang maksimal.

4. Kemungkinan Dicoba (*trialability*)

Trialability adalah dimana inovasi dapat di coba sedikit demi sedikit. Suatu inovasi dapat di coba atau tidaknya suatu inovasi oleh penerima, diuji cobakan pada keadaan sesungguhnya. Hasil cetak teknik *sublime* sangat bagus pada katun, karena hasil cetak gambar dapat menyerap ke kaus sehingga gambar pada kaus akan tahan lama. Selain itu ada kelebihan lainnya dari penggunaan teknik *sublime* ini, yaitu, warnanya yang dihasilkan lebih banyak dan bervariasi, serta dapat cepat kering setelah proses pengepressan menggunakan mesin *press*

digital. Berdasarkan hasil analisis di atas, produksi kaus *full printing* dapat berhasil dicoba dan diuji publik.

5. Keterlihatan (*observability*)

Keterlihatan dapat diketahui dari bagaimana hasil penggunaan suatu inovasi yang dapat dilihat oleh orang lain. Cara agar membuat produk kaus *full printing* Anyaman Benang dapat mudah dilihat dan diterima oleh masyarakat adalah melalui promosi melalui selebaran *flyer*, surat penawaran kerjasama dan memperbanyak variasi gambar kaus. Semakin beragamnya variasi produk yang dijual di suatu tempat maka pelanggan B2B Anyaman Benang akan merasa puas dan tidak perlu lagi melakukan pembelian di tempat lain.

Berdasarkan hasil analisis, produksi kaus *full printing* dapat dilihat sebagai produk inovasi yang bagus karena variasi desain dan rancangan model gambarnya *full* kaus depan dan belakangnya bergambar sehingga terlihat menarik.

Hambatan dalam melakukan Inovasi Produk

Pada penerapan inovasi produk kaus *full printing* masih ada hambatan yang dihadapi, antara lain :

1) Teknologi

Teknologi berhubungan pada karakteristik keunggulan relatif yang dimiliki dan dapat mempengaruhi hasil maupun proses produksi inovasi produk kaus *full printing*. Kegiatan produksi produk kaus *full printing* Anyaman Benang memerlukan teknologi baru inovasi , yaitu teknologi *sublimation*. Akan tetapi teknologi tersebut memiliki harganya yang sangat tinggi menjadi keluhan saat pertama kali pemilik ingin melaksanakan inovasi produk.

2) Sumber Daya Manusia

Kerumitan dalam proses produksi dapat menjadi hambatan bagi perusahaan, salah satunya yang dialami pada tahap perancangan desain produk dan tahap

setting desain produk sesuai pola ukuran kaus. Dua tahap tersebut merupakan dua tugas yang berbeda. Pada tahap perancangan desain produk, dibutuhkan kematangan konsep rancangan *mock up* dan sesuai dengan persetujuan dari pihak penanggung jawab sub bagian gambar. Sedangkan, tahap *setting* desain produk membutuhkan ketepatan dan kesesuaian *setting* pengaplikasian desain kedalam pola baju agar mendapatkan hasil yang terbaik dan agar tidak terjadi kesalahan.

3) Proses Produksi

Kerumitan dapat menjadi hambatan bagi perusahaan, dari proses produksinya dalam menghasilkan produk kaus *full printing* Anyaman Benang. Di karenakan minimnya pengetahuan dan masih pada tahap seleksi proses inovasi atau tahap awal uji coba.

a. Kesulitan pada proses Steam

b. Kesulitan dalam proses *setting*

Upaya dalam mengatasi Hambatan Inovasi Produk

Adapun upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan Anyaman Benang untuk mengatasi hambatan-hambatan, antara lain :

1. Teknologi

Salah satu yang menjadikan keunggulan dalam perusahaan Anyaman Benang adalah koneksi jaringan yang dimilikinya sangat luas karena sudah berdiri sejak lama dan pemilik sekaligus direktur utama Anyaman Benang merupakan anggota dari organisasi pengusaha muda di Indonesia. Sehingga untuk mengatasi tingginya harga teknologi saat ini, pemilik Anyaman Benang membangun koneksi jaringan dan berkolaborasi dengan pabrik *garment* yang sudah memiliki mesin teknologi baru *sublimation*.

2. Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) berkaitan dengan orang yang memegang peran dalam implementasi inovasi produk, tanpa adanya orang tersebut maka inovasi akan gagal. Oleh karena itu, untuk mengatasi kekurangan tenaga ahli,

Anyaman Benang merekrut satu orang tenaga ahli untuk merancang *mock up*, sementara tenaga SDM yang sebelumnya bertugas dalam *setting* pengaplikasian desain.

3. Proses Produksi

Dalam proses produksi diawal dalam penerapan inovasi produk memanglah tidak mudah, diperlukan pengetahuan dan perbaikan agar terlaksana dengan maksimal. Perusahaan melakukan uji coba produksi kaus *full printing* pada bulan April 2019, setelah mengetahui permasalahan tersebut perusahaan dapat memutuskan langkah selanjutnya untuk perbaikan agar mendapatkan hasil produk yang memuaskan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada tahapan sebelumnya, penulis menyimpulkan mengenai inovasi produk kaus *full printing* teknik *sublime to cotton* Anyaman Benang di CV Batara Alam Raya antara lain :

- 1) Inovasi produk Anyaman Benang tersebut memiliki karakteristik gambaran inovasi produk yang sesuai dengan konsep teori Rogers (dalam Aditi, 2018).
- 2) Hambatan yang dihadapi dalam melakukan inovasi produk kaus *full printing* Anyaman Benang adalah tingginya harga teknologi sedangkan teknologi berhubungan pada keunggulan relatif yang dimiliki perusahaan, kekurangan tenaga ahli dalam desain produk serta hambatan lainnya pada proses produksi yaitu kesulitan pada proses steam dan kesulitan dalam proses *setting*.
- 3) Adanya upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengatasi hambatan dan memutuskan langkah selanjutnya untuk perbaikan agar mendapatkan hasil produk yang memuaskan, antara lain Anyaman Benang membangun koneksi jaringan dan bekolaborasi dengan

pabrik *garment* yang sudah memiliki mesin teknologi baru *sublimation*, merekrut satu orang tenaga ahli untuk merancang *mock up* dan memahami serta memperbaiki proses dalam menginovasikan produk.

Saran

Adapun saran dari penulis untuk Inovasi Produk kaus *full printing* Anyaman Benang di CV Batara Alam Raya, sebagai berikut:

- 1) Anyaman Benang perlu fokus pada proses inovasi dengan memperbaiki titik-titik kelemahan dan melakukan riset pengembangan pada proses produksi dan distribusinya.
- 2) Anyaman Benang perlu membentuk tim khusus untuk pengembangan produk baru untuk memudahkan dalam perencanaan strategis maupun proses implementasi inovasi produk agar pengembangan produknya dapat tercapai dengan lebih baik lagi ke depannya.
- 3) Anyaman Benang perlu mengevaluasi keberhasilan produk baru dari inovasinya tersebut dengan melakukan uji pemasaran pada kebutuhan pelanggan serta masalah dalam penggunaannya. Hal tersebut bertujuan untuk membantu mendapatkan pelanggan dalam pembelian pasar primer.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, Bunga. 2018. *Buku Ajar Entrepreneurship & Startup Entrepreneur yang Unggul*. Deli Serdang : Penerbit Perdana Medika.
- Alwi, Taufik dan Esti Handayani. 2018. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta Vol. 20 NO. 03. Keunggulan Bersaing UKM yang Dipengaruhi oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta.
- Amir, M. Faisal. 2014. *Kreativitas dan Inovasi Produk dalam Bisnis*. Bekasi : Mitra Wacana Media.
- Ariani, Dorothea Wahyu. 2014. *Pengantar Bisnis, Kewirausahaan,*

- dan Lingkungan Bisnis. Edisi Kedua. Universitas Terbuka.
- Carayannis, dkk. 2015. *Innovation and Entrepreneurship (Theory, Policy and Practice)*. Switzerland : Springer International Publishing.
- Curley, Martin dan Bror Salmelin. 2018. *Open Innovation 2.0 : The New Mode of Digital Innovation for Prosperity and Sustainability*. Switzerland : Springer International Publishing.
- Dhewanto, Wawan, dkk. 2014. *Manajemen Inovasi : Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Dhewanto, Wawan, dkk. 2015. *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung : Alfabeta.
- Diawati, Prety. 2017. *Inovasi Sebagai Inti Proses Bisnis "Implementasi pada Keinovasian Wirausaha Industri Kecil"*. Bandung : Makmur Tanjung Lestari.
- Diawati, Prety. 2015. *Pengantar Bisnis Usaha Masa Kini*. Bandung : Mega Rencage Press.
- Diawati, Prety. 2016. *Buku Ajar Kreatif dan Inovasi*. Bandung.
- Hamali, Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan. Edisi Pertama*. Jakarta : Penerbit Kencana.
- Herman, et al. 2018. International Journal of Science and Engineering Invention Vol. 04. *The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (UKM) Performance*.
- Kelib, Zaki Amir. 2018. *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Perusahaan Batik di Kota Pekalongan*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. 2016. *Warta Ekspor : Tekstil dan Produk Tekstil*. Ditjen PEN/MJL/19/IV/2016 edisi April. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey : Pearson Prectice Hall.
- Maarif & Kartika. 2017. *Manajemen Perubahan dan Inovasi : "Upaya meningkatkan daya saing Organisasi"*. Bogor : Penerbit IPB Press.
- Prodi D4 Manajemen Perusahaan. 2019. *Buku Panduan Internship II*. Bandung : Politeknik Pos Indonesia.
- Taha, Nur Sia. 2017. *Pengaruh Inovasi Produk dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian di The Centrum Restaurant*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung.
- Trott, Paul. 2017. *Innovation Management and New Product Development*. Sixth Ed. United Kingdom : Pearson.
- SUMBER RISET ONLINE :
<https://bandungkota.bps.go.id>.
 Diakses 20 Juni 2019
<http://kemenperin.go.id>.
 Diakses 20 Juni 2019
<https://katadata.co.id>.
 Diakses 20 Juni 2019
<https://surya.co.id>.
 Diakses 20 Mei 2019.
<https://www.shopee.co.id>.
 Diakses 20 Juli 2019.
<https://www.tokopedia.com>.
 Diakses 20 Juli 2019.
<https://www.bukalapak.com>.
 Diakses 20 Juli 2019.
<https://www.blibli.com>.
 Diakses 20 Juli 2019.



PERKUMPULAN KARIR DOSEN INDONESIA
PANITIA SEMINAR NASIONAL 2019
JALAN MT HARYONO GANG BARUS KECAMATAN SINTANG
SINTANG KALIMANTAN BARAT INDONESIA
HP. 085348486838 website: perkadosi.web.id
email: perkadosi@gmail.com

KEPUTUSAN KEMENTERIAN HUKUM DAN HAM RI No. AHU-0011747.AH.01.07.TAHUN 2018

SERTIFIKAT

NO. 602/Pan.Sem.Nas/Perkadosi/VII/2019

Diberikan kepada
Dr. Prety Diawaty

Atas partisipasinya sebagai **Pemakalah**

Seminar nasional dengan tema "*MENYONGSONG INDONESIA EMAS DALAM PENINGKATAN SUMBER DAYA MANUSIA MENGHADAPI ERA 4.0*" yang diselenggarakan pada hari Sabtu tanggal 07 September 2019 bertempat di Aula H.A Edi Riberu STKIP Persada Khatulistiwa Kabupaten Sintang Provinsi Kalimantan Barat.

Mengetahui,
Perkumpulan Karir Dosen Indonesia



Dwi Cahyadi Wibowo, M. Pd.
NTA. 20180711001

Sintang, 07 September 2019

Ketua Panitia



Elvi Juliansyah, M.Si., M. Kes
NTA. 20180711011