

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

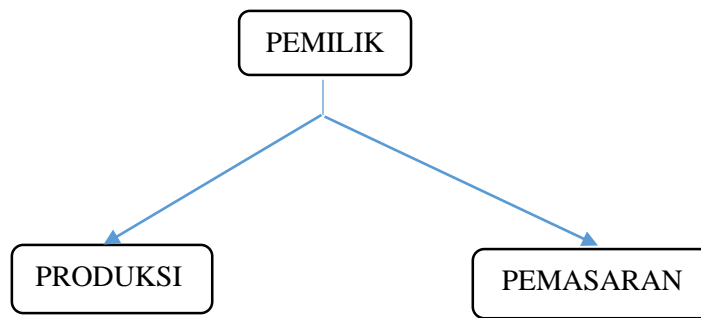
4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Dalam penelitian ini, nama UMKM yang diteliti oleh peneliti adalah DELIMA Donat. DELIMA Donat merupakan UMKM yang berdiri sejak 17 Februari 2021 dengan sistem *pre-order*. DELIMA Donat didirikan oleh mahasiswi Manajemen-Fakultas Ekonomi dan Bisnis-UNIKA Soegijapranata yang bernama Skolastika Aditio Soegiopranoto. Produk andalan DELIMA Donat yaitu donat topping dan donat bomboloni.

Pemilik sekaligus *baker* dan *chef* telah melakukan inovasi pada donat yaitu donat *chicken crispy mozarella*. Produk yang diproduksi dan dijual oleh DELIMA Donat selain donat adalah dorayaki, proffertjess dengan inovasi pada bentuk dan topping, serta chicken crispy. DELIMA Donat berlokasi di Jl. Parang Kembang Raya No.19 Tlogosari Kulon, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50196 (masih satu atap dengan usaha ayah pemilik yaitu Mirah Delima Foto & Video).

Dalam mengelola UMKM, kedua orang tua pemilik ikut serta dalam mengelola UMKM dengan memberi gagasan, produksi, dan pemasaran. Ayah pemilik menolong pemilik dalam bagian produksi dan pemasaran. Dalam produksi, ayah pemilik membeli perlengkapan bahan, dalam pemasaran, ayah pemilik menawarkan produk DELIMA Donat pada grup WhatsApp reuni. Ibu Pemilik menolong pemilik dalam produksi yaitu dalam menggoreng *chicken crispy*, dan menggoreng donat ketika mendapatkan banyak pesanan serta menawarkan produk DELIMA Donat pada grup WhatsApp reuni.





Bagan 4 1 Struktur Organisasi DELIMA Donat

Penjelasan Posisi :

Pemilik : Skolastika Aditio Soegiopranoto

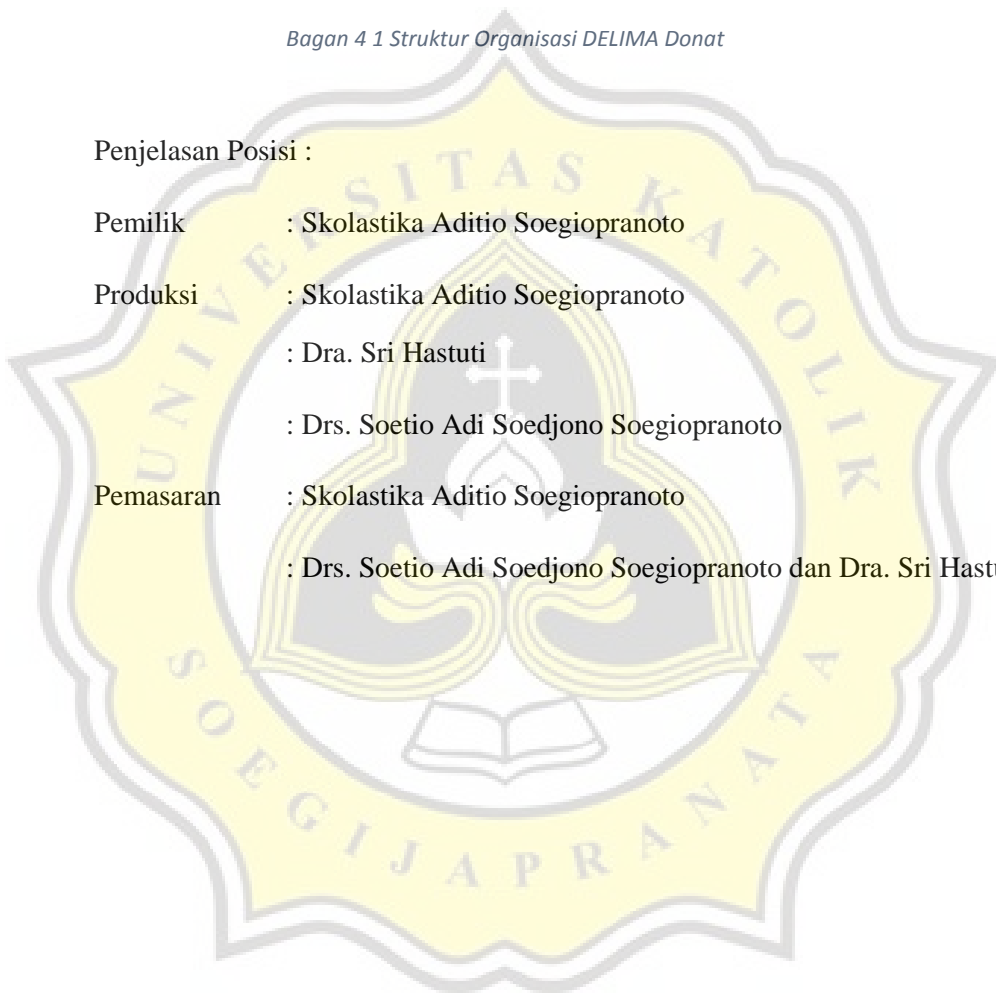
Produksi : Skolastika Aditio Soegiopranoto

: Dra. Sri Hastuti

: Drs. Soetio Adi Soedjono Soegiopranoto

Pemasaran : Skolastika Aditio Soegiopranoto

: Drs. Soetio Adi Soedjono Soegiopranoto dan Dra. Sri Hastuti



4.3. Gambaran Umum Responden

4.3.1. Profil Resonden

Skolastika Aditio Soegiopranoto selaku pemilik DELIMA Donat, dalam menjalankan DELIMA Donat ditolong oleh Ibu Dra. Sri Hastuti di bagian produksi dan pemasaran, dan Bapak Drs. Soetio Adi Soedjono Soegiopranoto di bagian produksi dan pemasaran. Dalam Mengambil Keputusan, Skolastika Aditio Soegiopranoto, Ibu Dra. Sri Hastuti, dan Bapak Drs. Soetio Adi Soedjono Soegiopranoto mengambil keputusan secara bersama-sama.

Deskripsi Pekerjaan :

1. Pemilik :
 - a. Mengelola UMKM DELIMA Donat
 - b. Mencari ide inovasi, melihat peluang bisnis kuliner baru.
 - c. Mengadakan diskusi dengan bagian produksi dan bagian pemasaran
 - d. Mengambil keputusan dari diskusi
 - e. Mencatat jumlah pesanan, nama pemesan, dan alamat pemesan
 - f. Meracik resep menu
2. Produksi :
 - a. Membeli bahan-bahan untuk keperluan menu.
 - b. Memproduksi menu.
 - c. Membeli perlengkapan bahan.
3. Pemasaran
 - a. Menawarkan produk dengan open PO di instagram dan WA
 - b. Membuat dan posting konten pada instagram
 - c. Memposting foto produk pada Instagram dan WA
 - d. Memposting foto produk yang dibeli oleh customer di Instagram dan WA
 - e. Mencari ide untuk memperindah kemasan
 - f. Mencari ide untuk menarik konsumen secara *online* dan *offline*.

4.4 Hasil Penelitian

Pada Kamis, 7 Juli 2022, peneliti telah melakukan wawancara terstruktur kepada tiga responden. Berikut hasil wawancara peneliti :

4.3.1 Permasalahan yang Dihadapi UMKM

Permasalahan yang dihadapi UMKM DELIMA Donat, berdasarkan hasil wawancara dengan tiga responden yaitu penurunan penjualan. Sebagian besar penurunan penjualan disebabkan oleh produk donat yang belum bagus dan keterlambatan pengiriman pesanan.

4.3.2 Proses Pengambilan Keputusan Kreatif

Peneliti mengkaji proses pengambilan keputusan kreatif berdasarkan teori pengambilan keputusan kreatif yang dicetuskan oleh Zimmerer. Terdapat tujuh proses untuk dapat mengetahui pengambilan keputusan sudah kreatif atau belum. Proses yang pertama adalah persiapan, proses yang kedua penyelidikan, proses yang ketiga transformasi, proses yang keempat penetasan, proses kelima penerangan, proses keenam pengujian, dan proses yang terakhir implementasi.

Berikut adalah hasil penelitian tahap-tahap pengambilan keputusan kreatif menurut Zimmerer pada DELIMA Donat :

1. Persiapan

Persiapan adalah tahap dimana ide kreatif dipersiapkan. Persiapan meliputi pengalaman belajar, pengalaman magang dan pendidikan formal. Untuk menumbuhkan kreativitas dan keinovasian diperlukan pelatihan sebagai landasan. Dengan indikator yang pertama adalah :

a. Pendidikan Formal Terakhir Responden

Berdasarkan hasil wawancara pendidikan formal terakhir responden adalah :

Tabel 4.1 Tabel Hasil Wawancara Pendidikan Terakhir Responden

i. Apa pendidikan formal Anda?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
SMA jurusan MIPA <i>imerssion</i> .	Strata 1 – Ekonomika dan Bisnis. Soetio Adi diajarkan untuk berani mengambil keputusan kreatif, dan bisa melihat peluang dalam bisnis.	S1 – Ekonomika dan Bisnis, belajar untuk bisa menetapkan keputusan kreatif.

Sumber : data primer

Pendidikan formal sangat penting dalam persiapan bisnis. Karena dengan pendidikan formal, anggota UMKM dapat memiliki wawasan, serta kematangan dalam mempersiapkan bisnis. Terlebih, pendidikan formal semua responden yang memiliki latar belakang S1 Ekonomika dan Bisnis, dapat menolong pemilik dalam mempersiapkan bisnis. Dimana pemilik sama sekali belum memiliki ilmu tentang bisnis.

Indikator yang kedua adalah pengalaman responden dengan sub indikator :

b. Pengetahuan Responden dalam Berwirausaha (kue)

Berdasarkan wawancara, hasil wawancara mengenai pengetahuan responden dalam berwirausaha kue adalah :

Tabel 4 2 Tabel Hasil Wawancara Pengetahuan Responden dalam Berwirausaha (kue)

ii. Adakah pengetahuan Anda dalam berwirausaha (kue)?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada

Sumber : data primer

Pengetahuan dalam berwirausaha (kue), juga penting dalam persiapan UMKM, karena dengan memiliki pengetahuan dalam berwirausaha (kue), anggota UMKM dapat mengetahui gambaran mengenai bisnis kue. Mulai dari permasalahan dalam produk, pengiriman, dan cara mengelolanya.

c. Pengalaman Responden dalam Membuat Kue

Berdasarkan wawancara, hasil wawancara mengenai pengalaman responden dalam membuat kue adalah :

Tabel 4 3 Tabel Hasil Wawancara Pengalaman dalam Membuat Kue

iii. Adakah pengalaman Anda dalam membuat kue?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Ada, sebelum open PO, saya melatih <i>skill</i> dalam membuat donat secara autodidak selama lima bulan. Mulai bulan September 2021 sampai Januari 2022	Tidak ada	Tidak ada

Sumber : data primer

Pengetahuan dalam membuat (kue), juga penting dalam persiapan UMKM, karena dengan memiliki pengalaman dalam membuat (kue), anggota UMKM dapat mengetahui donat yang dibuat sudah bagus atau belum. Yang dilakukan oleh pemilik sudah tepat, yaitu dengan mempelajari pembuatan donat sebelum open PO.

d. Pengalaman Responden dalam Mengambil Kursus Kue

i.

Berdasarkan wawancara, hasil wawancara mengenai pengalaman responden dalam mengambil kursus kue adalah :

Tabel 4 4 Tabel Hasil Wawancara Pengalaman Responden dalam Mengambil Kursus Kue

iv. Apakah Anda pernah mengambil kursus kue?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah

Sumber : data primer

Pemilik, dan semua responden tidak pernah mengambil kursus kue. Padahal, dengan mengambil kursus kue, pemilik dan semua responden dapat mengetahui takaran yang tepat untuk membuat kue. Selain itu, dengan kursus kue juga dapat mengetahui cara mengolah dan menopping kue, khususnya donat dengan baik.

Indikator yang ketiga pihak yang diajak diskusi dengan sub indikator :

e. Pihak yang Diajak Diskusi

Berdasarkan wawancara, hasil wawancara mengenai pihak yang diajak diskusi responden adalah :

Tabel 4 5 Hasil Wawancara Pihak yang Diajak Diskusi

v. Siapa yang Anda ajak untuk diskusi untuk memecahkan permasalahan dalam DELIMA Donat?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Bp. Soetio, dan Ibu Hastuti.	Sri Hastuti dan Skolastika.	Soetio, dan Skolastika

Sumber : data primer

Pemilik dan semua responden selalu berdiskusi bersama-sama. Hal ini sudah tepat sesuai dengan langkah untuk berpikir kreatif pada tahap persiapan yaitu dengan mendiskusikan gagasan yang dimiliki dengan individu lain.

Indikator yang keempat adalah topik yang didiskusikan :

f. Topik yang Didiskusikan

Berdasarkan hasil wawancara, topik yang didiskusikan adalah :

Tabel 4 6 Hasil Wawancara Topik yang Didiskusikan

vi. Apa hal yang Anda diskusikan?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
penginovasian resep donat, dan menu yang dapat diproduksi dan dijual selain donat.	inovasi pembuatan donat dan menu lain yang kirannya dapat dipasarkan selain donat.	inovasi resep donat, dan memproduksi menu yang dapat disukai masyarakat

Sumber : data primer

Topik yang didiskusikan sudah tepat karena dengan mendiskusikan penginovasian resep donat, serta produk yang disukai oleh masyarakat, DELIMA Donat dapat berkembang dan produknya dapat kembali dipercaya oleh masyarakat.

Indikator yang kelima adalah bahan bacaan responden :

g. Bahan Bacaan Responden untuk Memecahkan Masalah

Berdasarkan hasil wawancara, bahan bacaan responden untuk memecahkan masalah adalah :

Tabel 4 7 Hasil Wawancara Bahan Bacaan Responden untuk Memecahkan Masalah

vii. Apakah Anda membaca majalah atau buku atau sejenisnya untuk memecahkan masalah?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
membaca resep-resep di google	Membaca buku resep dan bantuan resep di google.	membaca resep-resep dari google.

Sumber : data primer

Dalam memecahkan masalah, pemilik dan semua responden memiliki bahan bacaan. Yang berarti, pemilik dan semua responden memiliki tingkat kegigihan yang tinggi untuk memperbaiki dan mengembangkan DELIMA Donat. Hal ini sesuai dengan langkah untuk berpikir kreatif pada tahap persiapan yaitu mempelajari artikel-artikel yang berkaitan.

2. Penyelidikan

Tahap dimana pemahaman tentang masalah atau keputusan yang mendalam dikembangkan untuk keperluan investigasi.

Indikator yang pertama adalah kondisi bisnis yang terjadi :

a. Kondisi Bisnis yang Terjadi

Berdasarkan hasil wawancara, kondisi bisnis yang sedang terjadi di DELIMA Donat adalah :

Tabel 4 8 Hasil Wawancara kondisi bisnis yang terjadi

i. Bagaimana kondisi bisnis Anda?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
sedang mengalami penurunan penjualan.	penurunan penjualan.	Mengalami penurunan penjualan.

Sumber : data primer

DELIMA Donat sedang mengalami penjualan yang menurun. Hal ini perlu untuk ditangani dengan serius, untuk menimal bertahan di pasaran. Jika tidak ditangani dengan serius dan cepat, maka risiko dari kebangkrutan tidak terhindarkan. Diperlukan inovasi-inovasi, dan gagasan-gagasan kreatif sehingga DELIMA Donat dapat dapat berkembang.

Indikator yang kedua adalah faktor yang menyebabkan terjadinya kondisi bisnis, dengan subindikator :

b. Faktor Penyebab Terjadinya Penurunan Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara, faktor penyebab terjadinya penurunan penjualan adalah

Tabel 4 9 Hasil Wawancara Faktor Penyebab Terjadinya Penurunan Penjualan

ii. Menurut Anda, mengapa bisnis Anda mengalami penurunan penjualan?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
1. Produk donat yang saya buat belum bagus. Diantaranya masih berminyak, kurang empuk, bentuk tidak rapi. 2. Pengiriman terlambat	1. Donat yang diproduksi DELIMA Donat masih berminyak, bentuk masih tidak rapi, kurang empuk 2. <i>Delivery</i> tidak tepat waktu	1. Karena donat masih belum sempurna (masih berminyak dan kurang empuk) 2. Keterlambatan pengiriman

Sumber : data primer

Penurunan penjualan pada DELIMA Donat disebabkan oleh dua faktor. Faktor yang pertama adalah produk donat yang belum bagus (masih berminyak, kuran empuk, serta bentuk yang tidak rapi). Faktor yang kedua adalah pengiriman terlambat. Faktor penyebab ini harus segera diketahui akar permasalahannya, sehingga DELIMA Donat dapat memperbaiki penyebab faktor tersebut. Faktor-faktor tersebut, harus segera ada alternatif-alternatif untuk segera diperbaiki. Sehingga DELIMA Donat dapat bangkit dari keterpurukan tersebut.

c. Penyebab Faktor Tersebut Bisa Terjadi

Berdasarkan hasil wawancara, penyebab faktor penurunan penjualan adalah :

Tabel 4 10 Hasil Wawancara Penyebab Faktor Tersebut Bisa Terjadi

iii. Apa yang menyebabkan hal tersebut?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
<p>1. Produk donat yang saya buat belum bagus : disebabkan karena saya belum memiliki cukup <i>skill</i> untuk membuat donat.</p> <p>2. Pengiriman terlambat : disebabkan karena kurangnya tenaga kerja untuk membentuk adonan dan menopping donat.</p>	<p>1. Donat yang diproduksi DELIMA Donat masih berminyak, bentuk masih tidak rapi, kurang empuk : Skolastika masih belum mahir dalam meracik adonan donat.</p> <p>2. <i>Delivery</i> tidak tepat waktu : tenaga kerja masih kurang, terutama untuk membentuk adonan donat dan menghias donat.</p>	<p>1. Donat masih belum sempurna (masih berminyak dan kurang empuk : Skolatika tidak memiliki dasar membuat donat.</p> <p>2. Keterlambatan pengiriman : tenaga kerja untuk membentuk adonan donat dan menopping donat, masih kurang.</p>

Sumber : data primer

Penyebab faktor tersebut bisa terjadi karena pemilik belum memiliki cukup *skill* untuk membuat donat dan kurangnya tenaga kerja untuk membentuk adonan dan menopping donat. Faktor penyebab ini harus segera diperbaiki dan harus segera dicari gagasan – gagasan kreatif agar DELIMA Donat dapat menjadi lebih baik dan berkembang.

3. Transformasi

Tahap tranformasi adalah tahap dimana informasi yang dikumpulkan diidentifikasi persamaan dan perbedaannya. Tahap ini menyangkut perbedaan dan persamaan pandangan informasi yang telah dikumpulkan. Hasil wawancara pada tahap transformasi adalah sebagai berikut :

Indikator yang pertama adalah cara mengevaluasi situasi dengan subindikator :

a. Cara Mengevaluasi Kondisi Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, cara mengevaluasi kondisi bisnis adalah sebagai berikut :

Tabel 4 11 Hasil Wawancara Cara Mengevaluasi Kondisi Bisnis

i. Bagaimana Anda mengevaluasi kondisi bisnis Anda?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Berdiskusi dengan Bp.Soetio dan Ibu Hastuti tentang resep donat yang diinovasi dan menu yang dapat diproduksi kemudian diterima oleh masyarakat.	Diskusi untuk berusaha membuat produk selain donat. Tapi, donat tetap diinovasi.	Berdiskusi tentang penginovasian resep donat, dan menu lain yang dapat diproduksi dan digemari masyarakat.

Sumber : data primer

Pemilik dan responden memiliki jawaban yang sama yaitu dengan berdiskusi tentang resep donat yang harus diinovasi dan memproduksi serta menjual menu selain donat. Melalui hasil wawancara, dapat diketahui responden berdiskusi dengan berpikir secara konvergen dan divergen. Berpikir secara konvergen : responden tetap memproduksi donat, namun dengan inovasi pada resep. Berpikir divergen : responden memikirkan untuk memproduksi dan menjual menu selain donat. Hal ini sudah tepat, sesuai dengan tipe berpikir yang dibutuhkan pada tahap transformasi yaitu berpikir secara konvergen dan divergen.

b. Alasan Responden Memilih Cara Tersbut untuk Mengevaluasi Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, alasan responden memilih cara mengevaluasi kondisi bisnis adalah sebagai berikut :

Tabel 4 12 hasil wawancara, alasan responden memilih cara mengevaluasi kondisi bisnis

ii. Mengapa Anda mengevaluasi kondisi bisnis Anda dengan hal tersebut?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Karena dengan berdiskusi saya dapat bertukar pikiran dengan Bp. Soetio dan Ibu. Hastuti yang memiliki bekal Sarjana Ekonomika dan Bisnis dan telah berkecimpung dalam dunia bisnis. Maka, saya dapat mendapatkan masukan-masukan, bahkan gagasan-gagasan kreatif yang belum pernah saya pikirkan sebelumnya.	Karena dapat menyampaikan masing-masing gagasan, dan dapat saling melengkapi gagasan. Saya melengkapi gagasan Skolastika dan Sri Hastui begitu juga sebaliknya.	Karena, dengan diskusi saya dapat mengetahui gagsan, keluh kesah Skolastika dalam menjalankan bisnisnya. Dari situ, saya dapat memberikan gagasan, masukan, nasihat, serta memberikan semangat untuk Skolastika dalam menjalankan bisnis. Dengan disnkusi, saya juga dapat mengetahui gagasan Soetio untuk membantu Skolastika.

Sumber : data primer

Pemilik dan semua responden mengambil cara diskusi karena untuk saling bertukar pikiran, saling mengetahui gagasan yang diusulkan serta dapat saling melengkapi masing-masing gagsan. Dengan berdiskusi, gagasan – gagsan kreatif yang muncul akan semakin banyak, karena terjadi saling melengkapi gagasan. Setiap individu memiliki pandangan yang berbeda, pemikiran yang berbeda dalam mengutarakan gagsan. Maka, semakin banyak individu, gagsan yang didapat akan semakin bayak. Hal yang dilakukan oleh pemilik dan semua responden sudahlah tepat untuk menyelesaikan kondisi bisnis.

Indikator yang kedua menyusun fasktor-faktor yang menyebabkan permasalahan bisnis dengan sub indikator:

c. Cara untuk Menyusun Faktor-Faktor yang Menyebabkan Permasalahan Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, cara untuk menyusun faktor-faktor yang menyebabkan permasalahan bisnis adalah sebagai berikut :

Tabel 4 13 Hasil Wawancara cara untuk menyusun faktor-faktor yang menyebabkan permasalahan bisnis

iii. Bagaimana Anda menyusun unsur-unsur kondisi bisnis Anda?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Dengan meminta kritik, saran, dan masukan dari <i>customer</i> .	Berusaha mencari informasi (kritik dan masukan) produk kami.	Bertanya kepada pembeli tentang pendapat produk yang dibeli di DELIMA Donat.

Sumber : data primer

Pemilik dan semua responden meminta kritik, saran, masukan, pendapat terhadap customer tentang produk DELIMA Donat. Bagi pemilik dan responden kritik, saran, masukan, pendapat *customer* sangat penting untuk perkembangan DELIMA Donat. Kritik, saran, masukan yang didapat membuat DELIMA Donat bisa berkembang. Hal ini, harus ditunjang dengan kemauan pemilik, serta semua responden untuk memperbaiki produk dengan menambah *skill* masing-masing.

d. Alasan Responden Memilih Cara Tersbut untuk Menyusun Faktor-Faktor yang Menyebabkan Permasalahan Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, alasan responden memilih cara untuk menyusun faktor-faktor yang menyebabkan permasalahan bisnis adalah :

Tabel 4 14 Hasil Wawancara alasan responden memilih cara untuk menyusun faktor-faktor yang menyebabkan permasalahan bisnis

iv. Mengapa Anda memilih cara tersebut untuk menyusun faktor-faktor tersebut?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Karena, dengan meminta kritik, saran, dan masukan dari <i>customer</i> , saya dapat mengetahui kekurangan dari produk saya, yang kemudian saya perbaiki.	Karena untuk kemajuan produk kami, supaya produk lebih terjamin dan baik.	Karena, melalui pendapat pembeli saya dapat mengetahui kekurangan produk untuk diperbaiki dan memepertahankan produk yang sudah bagus

Sumber : data primer

Bagi pemilik dan responden kritik, saran, masukan, pendapat *customer* untuk dapat mengetahui kekurangan produk yang kemudian diperbaiki serta untuk kemajuan DELIMA Donat. Kritik, saran, masukan yang diterima harus segera diperbaiki, supaya DELIMA Donat dapat segera bangkit dari keterpurukan. Diperlukan rasa semangat untuk memperbaiki DELIMA Donat.

Indikator yang ketiga adalah sikap responden dalam menghadapi kondisi bisnis dengan sub indikator :

e. Sikap Responden dalam Mengatasi Kondisi Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, sikap responden dalam mengatasi kondisi bisnis adalah :

Tabel 4 15 hasil wawancara sikap responden dalam mengatasi kondisi bisnis

v. Bagaimana sikap Anda dalam mengatasi kondisi bisnis Anda?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Meningkatkan <i>skill</i> saya dengan membaca resep-resep di internet, melihat tutorial pembuatan donat di youtube	1. Meningkatkan daya jual produk dengan cara : memperbaiki mutu produk dan <i>service</i> (pengiriman produk yang tepat) serta memperbaiki layout penjualan saat bazaar. 2. Selalu menjaga mutu dan <i>service</i> bagi pelanggan.	Mencari resep-resep di chrome, melihat youtube tentang proses pembuatan donat yang benar, serta mencari tahu tentang olahan menu lain yang mudah dipraktikkan dan digemari masyarakat.

Sumber : data primer

Sikap pemilik dan responden dalam mengatasi kondisi bisnis adalah meningkatkan *skill* dalam mengolah menu, meningkatkan daya jual produk, selalu menjaga mutu dan *service* bagi pelanggan. Meningkatkan *skill* dalam mengolah menu, dapat menjadikan menu yang dibuat menjadi lebih enak, lebih empuk. Dengan meningkatkan daya jual produk, dapat membuat produk laku lebih banyak, menjaga mutu dan *service* pelanggan berarti juga menjaga kesehatan pelanggan.

f. Alasan Responden Memilih Sikap Tersebut untuk Mengatasi Kondisi Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, alasan responden memilih sikap tersebut untuk mengatasi kondisi bisnis adalah :

Tabel 4 16 Alasan Responden Memilih Sikap Tersebut untuk Mengatasi Kondisi Bisnis

vi. Mengapa Anda memilih sikap tersebut untuk mengatasi kondisi bisnis Anda?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Dapat memiliki pandangan –pandangan baru tentang kualitas adonan, cara membentuk donat, serta variasi dalam menopping donat.	Dapat menembus pasaran yang lebih baik dan meningkatkan daya beli produk.	Diharapkan DELIMA Donat dapat berkembang serta saat donat sedang sepi peminat, masyarakat dapat membeli produk lain di DELIMA Donat.

Sumber : data primer

Pemilik dan semua responden memilih sikap tersebut untuk mengatasi kondisi bisnis adalah agar DELIMA Donat dapat menjadi lebih baik dan berkembang. Dengan mengetahui adonan yang baik, donat yang diproduksi dapat menjadi lebih enak, dengan mengetahui cara membentuk adonan donat, donat yang dihasilkan dapat menjadi lebih rapi. Dengan menambah skill dalam variasi topping donat, donat yang dijual dapat semakin lebih menarik. Menembus pasaran yang lebih baik, dan meningkatkan daya jual produk, dapat membuat produk bisa berpeluang untuk lebih laku di pasaran.

4. Penetasan

Penetasan adalah tahap dimana informasi yang dikumpulkan direnungkan dengan mempersiapkan alam bawah sadar. Hasil wawancara dari tahap penetasan adalah sebagai berikut :

Indikator yang pertama adalah Waktu untuk menyegarkan pikiran sehingga responden dapat berpikir dengan jernih untuk menyelesaikan Kondisi Bisnis dengan subindikator :

a. Yang Dilakukan untuk Menyegarkan Pikiran Sehingga Dapat Berpikir Jernih untuk Menyelesaikan Kondisi Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, yang dilakukan responden untuk menyegarkan pikiran sehingga dapat berpikir jernih untuk menyelesaikan kondisi bisnis adalah :

Tabel 4 17 Hasil wawancara yang dilakukan responden untuk menyegarkan pikiran sehingga dapat berpikir jernih untuk menyelesaikan kondisi bisnis

i. Apa yang Anda lakukan untuk menyegarkan pikiran sehingga dapat berpikir jernih untuk menyelesaikan kondisi bisnis ini?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
melihat tutorial pembuatan donat di youtube, melalui youtube saya dapat mengetahui cara mengolah adonan yang baik, membentuk adonan, hingga mengetahui cara menopping donat dengan baik, dan rapi.	1. Dengan memasarkan produk secara online (WhatsApp) ke beberapa grup alumni (bukan hanya satu grup alumni saja) dengan tujuan dapat menjangkau pasar lebih luas. 2. Memperbaiki mutu produk	Melihat resep-resep donat, cara membuat donat secara baik dan benar di youtube.

Sumber : data primer

Maka dapat diambil kesimpulan bahwa dengan melihat resep dan tutorial di youtube, dapat menambah wawasan untuk membuat donat yang baik. Memasarkan produk secara online (WhatsApp) ke beberapa grup alumni dapat menambah *customer* di DELIMA Donat. memperbaiki mutu produk dengan menginovasi adonan donat dapat mengembalikan kepercayaan customer terhadap produk DELIMA Donat.

b. Alasan Responden Melakukan Hal Tersebut

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, alasan responden melakukan hal tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4 18 Hasil wawancara alasan responden melakukan hal tersebut

ii. Mengapa Anda melakukan hal tersebut?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
lebih praktis dan mudah dipahami disaat kondisi pikiran saya sedang lelah	1.dapat menjangkau pasar lebih luas.: untuk memperluas pemasaran. 2. supaya produk DELIMA Donat dipercayai oleh konsumen	mempermudah saya dalam memahami proses pembuatan kue disaat saya sedang lelah.

Sumber : data primer

Seperti yang telah diketahui, youtube memiliki banyak sekali rekomendasi pembuatan resep-resep, dan yang pemilik memilih youtube karena lebih praktis dan mudah dipahami, karena dengan youtube langsung dapat melihat proses pembuatannya. Memasarkan produk secara online (WhatsApp) ke beberapa grup alumni adalah cara yang paling mudah dilakukan dalam masa-masa pandemi seperti ini untuk memperluas target pasar. Memperbaiki mutu produk dilakukan supaya produk DELIMA Donat dipercayai oleh konsumen. Dengan produk yang kembali dipercayai oleh konsumen, DELIMA Donat dapat segera bangkit dari keterpurukan.

Indikator yang kedua adalah Peluang yang dimanfaatkan dengan subindikator :

c. Peluang yang Dimanfaatkan untuk Menyelesaikan Kondisi Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, adalah peluang yang dimanfaatkan untuk menyelesaikan kondisi bisnis sebagai berikut :

Tabel 4 19 Hasil wawancara peluang yang dimanfaatkan untuk menyelesaikan kondisi bisnis

iii. Apa peluang yang Anda manfaatkan untuk menyelesaikan gejala ini?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
melihat makanan-makanan yang sedang viral, kemudian saya cari-resepnya dari internet, setelah itu saya praktikan dengan memproduksi dan menjualnya.	<i>promotion</i> secara offline yaitu menawarkan produk DELIMA Donat pada konsumen yang datang di Mirah Delima Foto dengan memasang MMT DELIMA Donat dan menawarkan langsung pada customer Mirah Delima Foto.	Mengamati makanan yang dijual di pasaran serta melihat explore instagram untuk mencari tahu produk-produk makanan yang sedang trending.

Sumber : data primer

Peluang yang dimanfaatkan adalah melihat makanan yang sedang viral, dan mempelajari cara pembuatan makanan tersebut. Peluang ini harus segera dimanfaatkan, karena makanan yang sedang viral ini pasti memiliki rasa atau bahkan bentuk yang unik. Mempelajari resep-resepnya pun harus cepat, supaya makanan yang sedang viral dapat segera diproduksi dan dijual. Mempromosikan produk secara *offline* terhadap konsumen Mirah Delima Foto merupakan alternatif yang baik, karena dapat menjangkau pasaran *offline* juga.

d. Alasan Responden Memanfaatkan Peluang Tersebut

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, alasan responden memanfaatkan peluang tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4 20 hasil wawancara alasan responden memanfaatkan peluang tersebut

iv. Mengapa Anda memanfaatkan peluang tersebut?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Karena dengan memanfaatkan makanan-makanan yang sedang viral banyak masyarakat yang mencari, dan ingin beli.	Karena peluang tersebut yang sangat mudah dan bertatap muka langsung dengan konsumen, konsumen lebih percaya untuk memesan produk DELIMA Donat	Karena saya bisa mendapatkan gagasan-gagasan baru dan fresh untuk mengembangkan DELIMA Donat.

Sumber : data primer

Pemilik dan responden memanfaatkan peluang tersebut adalah untuk mempertahankan dan mengembangkan DELIMA Donat, ditengah penurunan penjualan yang terjadi. Peluang harus dimanfaatkan dengan baik dan tepat, supaya produk makanan viral yang nantinya diproduksi dapat diproduksi secara berkelanjutan dan *customer* Mirah Delima Foto dapat memesan secara berulang.

5. Penerangan

Penerangan adalah tahap dimana terjadi terobosan spontan sehingga menemukan titik terang saat fase penetasan. Gagasan-gagasan kreatif secara inovatif dihasilkan karena tahap-tahap sebelumnya muncul bersamaan. Hasil wawancara di tahap penerangan adalah sebagai berikut :

Indikator yang pertama adalah Gagasan kreatif yang dihasilkan untuk menyelesaikan kondisi bisnis dengan subindikator :

a. Gagasan-gagasan Kreatif yang Dihasilkan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, gagasan-gagasan kreatif yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

Tabel 4 21 Hasil wawancara gagasan-gagasan kreatif yang dihasilkan

i. Apa gagasan - gagsan kreatif yang Anda hasilkan?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
1. Menginovasi resep donat 2. Memproduksi <i>profferjess</i> 3. Memulai produksi pukul 02.00 WIB.	1. Dengan menginovasi adonan donat, menginovasi topping donat , dan menginovasi proses penggorengan donat 2. Membuat produk lain yaitu chicken crispy.	1. Menginovasi resep donat dan proses pembuatan. 2. Memproduksi <i>dorayaki</i> .

Sumber : data primer

Gagasan-gagasan kreatif yang dihasilkan adalah menginovasi resep donat, dan menginovasi proses pembuatan donat dapat membuat donat yang diproduksi menjadi lebih baik dari sebelumnya. Memproduksi *dorayaki*, *profertjess*, dan *chicken crispy* merupakan gagasan yang baru dimana keberadaannya sedang viral dan digemari masyarakat. Memulai proses produksi pukul 02.00 WIB diperlukan rasa tanggung jawab terhadap pesanan *customer* dan rasa semangat untuk memproduksi produk

b. Alasan Responden Memilih Gagsan-Gagasan Kreatif Tersebut

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, alasan responden memilih gagasan – gagasan kreatif tersebut sebagai berikut :

Tabel 4 22 Hasil wawancara alasan responden memilih gagasan – gagasan kreatif tersebut

ii. Mengapa Anda memilih gagasan-gagasan kreatif tersebut?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
<p>1. Supaya donat yang diproduksi oleh DELIMA Donat dapat kembali dipercaya <i>customer</i> dan dapat digemari oleh masyarakat.</p> <p>2. saya ingin memberikan pilihan menu manis yang berbeda terhadap pecinta manis.</p> <p>3. Supaya pengiriman tidak terlambat</p>	<p>supaya bagi yang menghindari makanan dengan cita rasa manis dapat memesan produk lain dengan cita arasa asin, yaitu <i>chicken crispy</i> di DELIMA Donat serta saling mengisi antara produk donat, dan <i>chicken crispy</i></p>	<p>agar penggemar makanan manis dapat memiliki alternatif lain dalam memilih menu di DELIMA Donat.</p>

Sumber : data primer

Dengan gagsan-gagsan kreatif tersebut DELIMA Donat dapat kembali dipercaya oleh customer DELIMA Donat dan mendapatkan *customer* baru. Ini sangat penting untuk perjalanan karir DELIMA Donat yang lebih baik. Memberikan pilihan menu lain terhadap *customer* yaitu dorayaki, *proffertjes*, dan *chicken crispy*. *Customer* dapat memilih menu sesuai dengan selera masing-masing. Pengiriman tidak terlambat dengan memulai produksi pukul 02.00 WIB diperlukan rasa tanggung jawab terhadap pesanan *customer* dan rasa semangat untuk memproduksi produk.

6. Pengujian

Tahap pengujian adalah tahap pembuktian gagasan-gagasan baru yang akan diimplementasikan dengan merancang keakuratan dan manfaat gagasan-gagasan. Hasil wawancara di tahap pengujian adalah sebagai berikut :

Indikator yang pertama adalah Cara gagasan kreatif diuji keakuratannya dengan subindikator :

a. Cara Responden Menguji Keakuratan dari Gagasan Kreatif Tersebut

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, cara menguji keakuratan dari gagasan kreatif tersebut sebagai berikut :

Tabel 4.23 Hasil wawancara cara menguji keakuratan dari gagasan kreatif

i. Bagaimana Anda menguji keakuratan dari gagasan kreatif tersebut?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
1. Mempromosikan produk-produk DELIMA Donat melalui Instagram pribadi saya, Instagram DELIMA Donat, WhatsApp pribadi saya dan WhatsApp pribadi ayah dan ibu. 2. Memulai produksi pukul 02.00. Jadi, saya bangun pukul 01.45 WIB.	Dengan melaksanakan semua gagasan kreatif tersebut dengan optimis dan semangat.	Dengan menawarkan produk pada grup alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang angkatan 1983 di WhatsApp.

Sumber : data primer

Pengujian keakuratan dilakukan dengan mempromosikan dan menawarkan produk melalui media sosial, cara ini adalah cara yang mudah dilakukan, karena sedang dalam kondisi pandemi dan menyasar langsung pada pasaran. Melaksanakan gagasan-gagasan kreatif tersebut merupakan hal yang wajib dilakukan agar DELIMA Donat dapat berkembang.

Indikator yang kedua Manfaat gagasan-gagasan kreatif adalah Cara gagasan kreatif diuji keakuratannya dengan subindikator :

b. Alasan Responden Memilih Cara untuk Menguji Keakuratan dari Gagasan Kreatif Tersebut

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, alasan responden memilih cara menguji keakuratan dari gagasan kreatif tersebut sebagai berikut :

Tabel 4 24 Hasil wawancara alasan responden memilih cara untuk menguji keakuratan dari gagasan kreatif

ii. Mengapa Anda memilih cara tersebut untuk menguji keakuratan dari gagasan kreatif tersebut?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
1. Karena dengan media sosial tersebut, saya dapat langsung berinteraksi dengan customer langsung, saya dapat mengetahui langsung tanggapan customer.	Sebab, gagasan kreatif yang dilaksanakan akan mengembangkan bisnis. Sementara gagasan yang tidak dilaksanakan, tidak dapat mengembangkan bisnis, melainkan	Karena dengan cara tersebut dapat diketahui banyak atau sedikitnya peminat terhadap produk dengan melihat jumlah pemesan.
2. Karena untuk mengetahui apakah cukup waktu untuk menyelesaikan pesanan atau tidak.	hanya akan menjadi gagasan kreatif.	

Sumber : data primer

Melalui cara tersebut dapat berinteraksi langsung dengan *customer*. Dengan berinteraksi langsung dengan customer, dapat lebih mengetahui minat dan selera *customer*, dan dapat langsung mengetahui tanggapan customer. Mengetahui waktu estimasi produksi sangatlah penting karena dengan mengetahui waktu estimasi produksi, pemilik maupun semua responden dapat membuat janji ready produk dengan tepat.

c. Tanggapan Teman-Teman Responden terhadap Pengujian Keakuratan dari Gagasan Kreatif

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, tanggapan teman-teman responden terhadap pengujian keakuratan dari gagasan kreatif sebagai berikut :

Tabel 4 25 Hasil wawancara tanggapan teman-teman Anda terhadap pengujian keakuratan dari gagasan kreatif

iii. Bagaimana tanggapan teman-teman Anda terhadap pengujian keakuratan dari gagsan kreatif tersebut?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
<p>1. Tanggapannya belum menunjukkan rasa ketertarikan untuk membeli. Hanya sekedar melihat status atau menyukai foto saja. Hanya beberapa saja yang membeli donat dan <i>chicken crispy</i>.</p> <p>2. Senang, puas dengan pelayanan <i>ready</i> produk DELIMA Donat</p>	<p>Tanggapan teman-teman baik dengan memesan produk DELIMA Donat yaitu donat yang telah diinovasi serta memesan <i>chicken crispy</i>.</p>	<p>Tanggapan Teman-Teman saya yaitu baik, dengan ada beberapa yang memesan donat.</p>

Sumber : data primer

Tanggapan teman-teman pemilik dan teman-teman semua responden terhadap pengujian keakuratan gagsan kreatif adalah membeli produk DELIMA Donat, senang, puas dengan pelayanan *ready* produk DELIMA Donat. Hal ini merupakan tanggapan positif, dan DELIMA Donat harus tetap menjaga dan meningkatkannya.

d. Alasan Tanggapan Teman-Teman Pemilik dan Responden Terhadap Pengujian Gagsan Kreatif

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, alasan tanggapan teman-teman responden terhadap pengujian gagasan kreatif sebagai berikut :

Tabel 4 26 Hasil wawancara alasan tanggapan teman-teman pemilik dan responden terhadap pengujian gagasan kreatif

iv. Mengapa tanggapan teman – teman Anda demikian?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Karena mayoritas masih belum berproduksi, sedangkan untuk pemesanan produk, saya baru menyediakan pesanan paket, bukan per satuan. Sedangkan, untuk memesan per paket, teman-teman saya keberatan pada jumlah produk yang banyak.	1. Karena kualitas produk yang ditingkatkan dan selalu diperhatikan. 2. Karena mengadakan promo-promo. Promonya per paket lebih murah dari harga per satuan.	Karena teman-teman saya sudah sudah berproduksi, ada yang merawat cucu, sehingga donat bisa dibagikan untuk cucunya dan <i>chicken crispy</i> bisa untuk lauk makan siang.

Sumber : data primer

Masyarakat yang sudah memiliki penghasilan, atau memiliki karyawan atau tinggal bersama cucu, membeli produk DELIMA Donat, untuk dikonsumsi secara bersama-sama. Sedangkan, bagi mahasiswa, merasa paket yang disediakan DELIMA Donat, jumlahnya terlalu banyak. Dijual per paket karena :

1. Harga akan lebih murah (mengurangi kemasan dari donat itu sendiri).
2. Jumlah penjualan produk donat akan lebih banyak karena dijual per paket isi enam serta memberikan keuntungan lebih untuk DELIMA Donat.
3. Menekan kerugian DELIMA Donat, karena, adonan jadi delapan adonan, jika pesan per satuan, akan menambah biaya kemasan. Donat yang sisa, dijual per satuan di Toko Mirah Delima Foto. Jika, tidak laku, akan dikonsumsi sendiri. Tentu, ini merugikan DELIMA Donat. Namun, inilah resiko dari bisnis. Ada rugi dan ada untung yang didapatkan.

e. Mayoritas *Customer* DELIMA Donat

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, mayoritas customer DELIMA Donat adalah sebagai berikut :

Tabel 4 27 Hasil wawancara mayoritas customer DELIMA Donat

v. Darimana mayoritas customer Anda?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Mayoritas <i>customer</i> saya adalah dari teman-teman Bp. Soetio yaitu alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang angkatan 1982.	Mayoritas <i>customer</i> DELIMA Donat dari alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang angkatan 1982 di WhatsApp Group.	Dari teman-teman alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang angkatan 1982.

Sumber : data primer

Mayoritas *customer* DELIMA Donat adalah dari alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang angkatan 1982. Hal ini selaras dengan alasan tanggapan *customer* DELIMA Donat di poin d, dimana masyarakat yang sudah memiliki penghasilan, atau memiliki karyawan atau tinggal bersama cucu, membeli produk DELIMA Donat, untuk dikonsumsi secara bersama-sama.

f. Alasan Mayoritas *Customer* dari Jawaban pada Poin e

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, alasan mayoritas customer dari jawaban poin e adalah sebagai berikut :

Tabel 4 28 alasan mayoritas customer dari jawaban poin e

vi. Mengapa mayoritas customer Anda berasal dari jawaban Anda pada poin e?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
Karena, teman-teman Bp.Soetio sudah berpenghasilan, kemudian produk yang dibeli untuk cucu-cucunya, untuk karyawannya. Jadi, dengan membeli produk secara paket, dirasa cocok untuk memenuhi kebutuhannya.	Karena teman saya sudah berpenghasilan dan punya usaha. Jadi, teman saya beli untuk cucu ataupun karyawannya, untuk mengirim temannya atau dikirimkan ke saudaranya.	Karena Fakultas Ekonomika dan Bisnis alumni Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang angkatan 1982 anggota grupnya lebih banyak yaitu tujuh puluh dua orang. Sedangkan, alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang angkatan 1983 anggota grupnya hanya beberapa yaitu sembilan belas.

Sumber : data primer

Produk DELIMA Donat dibagikan ke banyak orang seperti cucu dan karyawan. Hal ini menandakan bahwa, produk DELIMA Donat dipercaya dan kembali dipercaya oleh *customer*. Jumlah anggota alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang angkatan 1982 anggota grupnya lebih banyak daripada anggota alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang angkatan 1983. Hal ini disebabkan anggota grup alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang angkatan 1982 secara menyeluruh, sedangkan anggota alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang angkatan 1983 dipilih beberapa oleh ketua grup.

g. Manfaat Gagasan-Gagsan Kreatif

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, manfaat gagasan – gagasan kreatif adalah sebagai berikut :

Tabel 4 29 Hasil wawancara manfaat gagasan – gagasan kreatif

vii. Apa manfaat gagasan-gagasan kreatif tersebut?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
<p>1. Memberikan pilihan menu manis yang berbeda terhadap pecinta manis. Sedangkan <i>chicken crispy</i> saya pilih karena untuk menjangkau masyarakat yang suka asin.</p> <p>2. memiliki cukup waktu untuk produksi, sehingga pengiriman dan waktu <i>ready</i> produk tidak terlambat.</p>	<p>1. Konsumen dapat memilih produk-produk kami sesuai selera (manis atau asin) konsumen.</p> <p>2. Meningkatkan kepuasan konsumen karena resep donat telah diinovasi dan memiliki berbagai macam menu ada manis ada asin.</p>	<p>Pembeli memiliki pilihan menu yang bervariasi. Menu manis ada, menu asin juga ada.</p>

Sumber : data primer

Memberikan pilihan menu manis yang berbeda terhadap pecinta manis. Merupakan pilihan yang bagus, karena dengan memberikan pilihan menu baru terhadap pecinta manis, pecinta manis dapat membeli menu lain di DELIMA Donat. Sedangkan *chicken crispy* dipilih karena untuk menjangkau masyarakat yang suka asin. Merupakan pilihan yang bagus karena dapat menjangkau semua pasaran lebih luas. Memiliki cukup waktu untuk produksi, sehingga pengiriman dan waktu *ready* produk tidak terlambat dengan memulai produksi pukul 02.00 WIB. Merupakan pilihan yang bagus, karena untuk *service* yang lebih baik.

Tabel 4 30 Data Pengujian Gagasan Kreatif

<i>Customer</i>	Jumlah <i>Customer</i>	Total Produk Dibeli per satuan
Donat setelah inovasi	11 (dengan <i>re-order</i>)	174
Dorayaki	3	21
<i>Profertjess</i>	1	3
<i>Chicken Crispy</i>	6 (dengan <i>re-order</i>)	162

Sumber : data sekunder

7. Implementasi

Implementasi adalah tahap dimana gagasan ditransformasikan ke dalam praktik bisnis. Berikut adalah hasil wawancara pada tahap implementasi :

Indikator yang pertama adalah Penerapan gagasan kreatif dengan subindikator :

a. Gagasan Kreatif Final yang Diterapkan untuk Mengatasi Kondisi Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, adalah gagasan kreatif final yang akan diterapkan untuk mengatasi kondisi bisnis sebagai berikut :

Tabel 4 31 Hasil Wawancara Gagasan-Gagasan Kreatif Final yang Diterapkan untuk Mengatasi Kondisi Bisnis

i. Apa gagasan kreatif final yang Anda terapkan untuk mengatasi kondisi bisnis Anda?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
1. Memproduksi dan menjual donat yang telah saya inovasi resepnya. 2. Memproduksi dan menjual <i>chicken crispy</i> . 3. Memulai produksi pukul 02.00 WIB.	1. Tetap menjaga mutu dan kualitas produk serta menjaga service yaitu ketepatan <i>delivery</i> . 2. Memproduksi donat yang resepnya telah diinovasi. 3. Memproduksi <i>chicken crispy</i> . 4. Jam produksi dimulai saat subuh yaitu pukul 02.00 WIB.	1. Memproduksi dan menjual donat yang telah diinovasi. 2. Memproduksi dan menjual <i>chicken crispy</i> . 3. Produksi mulai pukul 02.00 WIB.

Sumber : data primer

Gagasan – gagasan kreatif final yang diterapkan untuk mengatasi kondisi bisnis adalah memproduksi dan menjual donat yang telah saya inovasi resepnya, memproduksi dan menjual *chicken crispy*, memulai produksi pukul 02.00 WIB, tetap menjaga mutu dan kualitas produk serta menjaga *service* yaitu ketepatan *delivery*. Merupakan gagasan kreatif yang harus dipertahankan dan dijalankan berkelanjutan.

b. Alasan Menerapkan Gagasan Kreatif Final Tersebut

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden, adalah alasan gagasan kreatif final diterapkan sebagai berikut :

Tabel 4.32 Hasil Wawancara Menerapkan Gagasan Kreatif Final Tersebut

ii. Mengapa Anda menerapkan gagasan kreatif final tersebut?		
Pemilik	Responden 1	Responden 2
1. karena, donat merupakan menu andalan DELIMA Donat. Donat yang telah saya inovasi resepnya sudah jauh lebih enak, tidak berminyak, serta memiliki bentuk yang rapi. 2. karena yang paling banyak peminatnya adalah <i>chicken crispy</i> . Sedangkan dorayaki dan proferjess sepi peminat. 3. karena waktu untuk produksi cukup, sehingga pengiriman tidak terlambat.	1. Supaya DELIMA Donat dapat kembali dipercayai oleh konsumen. 2. Supaya produk DELIMA Donat dapat kembali dipercayai oleh konsumen 3. karena <i>chicken crispy</i> peminatnya lebih banyak daripada dorayaki dan <i>profertjess</i> . 4. supaya <i>delivery</i> tepat waktu sampai di rumah pemesan.	1. karena donat adalah menu utama dari DELIMA Donat, sehingga kualitas yang telah ditingkatkan juga tetap diproduksi dan dijual. 2. karena <i>chicken crispy</i> peminatnya banyak, diterima oleh masyarakat. 3. agar pembuatan produk dapat maksimal dan pengiriman tidak terlambat.

Sumber : data primer

Gagsan-gagasan kreatif tersebut diterapkan supaya produk DELIMA Donat dapat dipercayai konsumen kembali, peminat paling banyak dari gagasan kreatif yang baru adalah *chicken crispy*, agar *delivery* tidak terlambat pemilik memulai produksi pukul 02.00 WIB.

4.3.3 Keputusan Kreatif yang Dibuat Perusahaan

Melalui proses Pengambilan Keputusan Kreatif, Keputusan Kreatif dapat ditemukan dan dapat dilaksanakan. Melalui Tujuh Tahap Pengambilan Keputusan Kreatif menurut Zimerrer, dapat diketahui bahwa, Keputusan Kreatif yang diterapkan DELIMA Donat adalah :

1. Memproduksi dan Menjual Donat yang Telah Diinovasi Resepnya.

Memproduksi dan menjual donat yang telah diinovasi resepnya merupakan keputusan kreatif. Dapat disebut sebagai keputusan kreatif karena pemilik yang ditolong oleh Bp. Soetio dan Ibu Hastuti terus berusaha untuk terus memperbaiki donat dengan melihat tutorial di youtube dan membaca resep-resep donat di google. Berbekalkan resep-resep dari google dan ditambah dengan resep rahasia, donat yang dihasilkan DELIMA Donat sudah tidak berminyak, empuk, dan bentuknya rapi.

Gambar 4 1 Perbandingan donat dan adonan donat sebelum inovasi resep dan sesudah inovasi resep

Sebelum Inovasi Resep



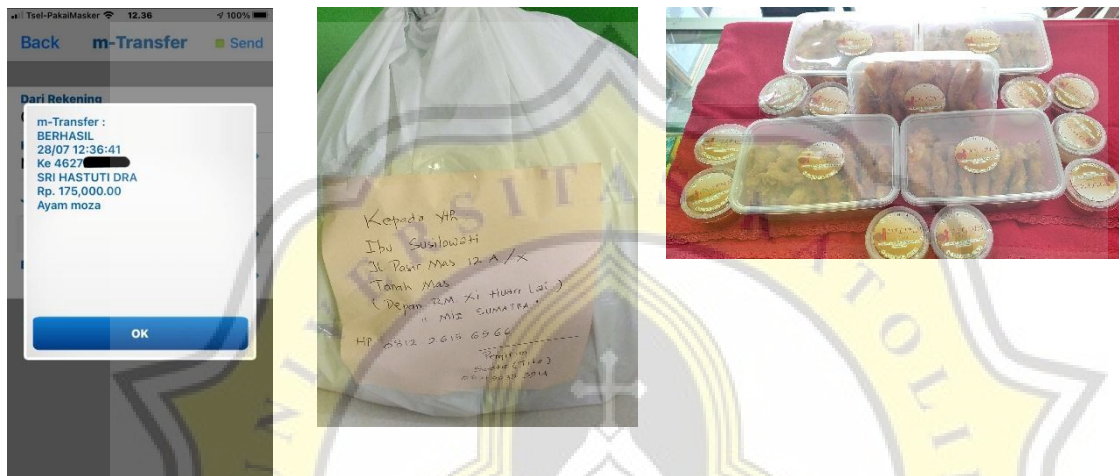
Sesudah Inovasi Resep



2. Memproduksi dan Menjual *Chicken Crispy*

Memproduksi dan menjual *chicken crispy* merupakan keputusan kreatif. Dapat disebut keputusan kreatif karena DELIMA Donat dapat menjangkau pasar lebih luas. Karena sekarang, DELIMA Donat tidak hanya menyediakan menu manis saja, tapi, menyediakan menu asin. Hal tersebut dapat membawa customer yang sedang mencari lauk atau cemilan asin di DELIMA Donat. Jadi, customer DELIMA Donat sekarang bukan hanya pecinta rasa manis saja.

Gambar 4 2 Berikut adalah pesanan Ibu Susi, customer DELIMA Donat yang menghindari menu manis



3. Memulai Produksi Pukul 02.00 WIB

Memulai Produksi Pukul 02.00 WIB merupakan keputusan kreatif. Dapat disebut keputusan kreatif karena DELIMA Donat yang masih baru saja berdiri, tidak memiliki biaya untuk membayar tenaga kerja tambahan dengan sistem membuka lowongan pekerjaan. Maka, pemilik berinisiatif, untuk memulai produksi pukul 02.00 WIB, supaya waktu produksi cukup, dan pengiriman maupun *ready* produk tidak terlambat.