

**PERAN KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM DIVERSIFIKASI PRODUK
TERHADAP PENGEMBANGAN BISNIS KULINER
(Studi Kasus pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan
Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh
LARAS SETYA BASTARI

NIM.1617201023

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2020

**PERAN KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM DIVERSIFIKASI PRODUK
TERHADAP PENGEMBANGAN BISNIS KULINER
(Studi Kasus pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan
Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)



IAIN PURWOKERTO

Oleh

LARAS SETYA BASTARI

NIM.1617201023

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2020

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Laras Setya Bastari
NIM : 1617201023
Jenjang : S.
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi : Peran Kreativitas dan Inovasi dalam Diversifikasi Produk Terhadap Pengembangan Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar, Sokaraja, Banyumas)

Menyatakan bahwa naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 21 Juli 2020

Saya yang menyatakan,



Laras Setya Bastari
Laras Setya Bastari
NIM. 1617201023



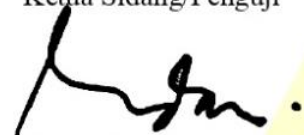
PENGESAHAN

Skripsi Berjudul


**PERAN KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM DIVERSIFIKASI PRODUK
TERHADAP PENGEMBANGAN BISNIS KULINER
(Studi Kasus Pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan
Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas)**

Yang disusun oleh Saudari **Laras Setya Bastari NIM 1617201023** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **11 Agustus 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji


Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19701224 200501 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji


Muhammad Wildan, S.E.Sy., M.Sy.
NIDN 2021088901

Pembimbing/Penguji



Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Purwokerto, 26 Agustus 2020

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
30921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamua'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Laras Setya Bastari NIM. 1617201023 yang berjudul :

**Peran Kreativitas dan Inovasi dalam Diversifikasi Produk Terhadap
Pengembangan Bisnis Kuliner
(Studi Kasus pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar,
Sokaraja, Banyumas)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E)

Wassalamualaikum Wr. Wb

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 21 Juli 2020
Pembimbing,



Dr.H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag
NIP. 197012242005012001

**PERAN KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM DIVERSIFIKASI
PRODUK TERHADAP PENGEMBANGAN BISNIS KULINER
(Studi Kasus pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar
Sokaraja Banyumas)**

**Laras Setya Bastari
NIM. 1617201023**

Email : larassetyabastari2412@gmail.com
Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Latar belakang dalam penelitian ini adalah saat ini pelaku usaha terlalu tenggelam dalam kesibukan rutin bisnisnya sehingga tidak melakukan kreativitas dan inovasi pada produknya. Di sisi lain, keinginan konsumen saat ini sangat beragam dan berbeda setiap individu. Hal ini membuat bisnis khususnya bisnis kuliner gulung tikar.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk, peran diversifikasi produk terhadap pengembangan bisnis kuliner dan faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan. Rumah Makan Pelangi Pedesaan adalah bisnis kuliner yang menyediakan berbagai menu-menu tradisional yang berdiri sejak tahun 2016. Dalam menjalankan usahanya pemilik melakukan strategi diversifikasi produk yaitu penganekaragaman menu yang ditawarkan untuk menarik konsumen. Diversifikasi produk yang dilakukan pemilik harus memiliki kreativitas yang tinggi dan inovasi untuk mewujudkan ide-ide kreatif.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan model analisis kualitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah aksidental sampling untuk konsumen Rumah Makan Pelangi Pedesaan dan purposive untuk pemilik, karyawan Rumah Makan Pelangi Pedesaan dan Dinas UMKM. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran kreativitas dan inovasi sangat penting dalam strategi diversifikasi produk. Dengan adanya kreativitas dan inovasi yang dilakukan akan menghasilkan ide dan produk yang kreatif dan inovatif. Diversifikasi produk yang dilakukan oleh Rumah Makan Pelangi Pedesaan membuat keuntungan yang terus meningkat. Dan faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk karena adanya dorongan dalam diri sendiri dan dorongan dari lingkungan.

Kata Kunci : kreativitas, inovasi, diversifikasi produk, pengembangan bisnis

**THE ROLE OF CREATIVITY AND INNOVATION IN PRODUCT
DIVERSIFICATION OF DEVELOPMENT OF CULINARY BUSINESS
(Case Study at Pelangi Pedesaan Restaurant in the Village of Banjarnayar
Sokaraja Banyumas)**

Laras Setya Bastari

NIM. 1617201023

Email : larassetyabastari2412@gmail.com

Islamic Economics Departement, Faculty of Economics and Business Islam
Purwokerto State Islamic Institute (IAIN)

ABSTRACT

The background of this study is that now days people who doing the bussiness are too immersed in their routine , so they cant't make any creativity and innovation in their products. In the other hand the consumers demand today are very diverse and different for each individual. This makes the business, especially the culinary business out of business.

This study aims to determine the role of creativity and innovation in product diversification, the role of product diversification in the development of the culinary bussiness and the factors that influence creativity and innovation in product diversificationat the Pelangi Pedesaan Restaurant. Pelangi Pedesaan Restaurant is a culinary business that provides a variety of traditional menus that were established in 2016. In carrying out its business, the owner conducts a product diversification strategy, which is the diversification of menus offered to attract consumers. Diversification of products by the owner must have high creativity and innovation to realize creative ideas.

This study used descriptive research method with qualitative analysis model. The sampling technique used was accidental sampling for consumers of the Pelangi Pedesaan Restaurant and was purposive for owners, employees of the Pelangi Pedesaan Restaurant and the UMKM Office. Data collection techniques used were interviews, observation, and documentation.

The results showed that the role of creativity and innovation is very important in the strategy of product diversification With the creativity and innovation carried out will produce ideas and products that are creative and innovative. The product diversification carried out by Pelangi Pelangi Restaurant can increased profits. And the factors that influence creativity and innovation in product diversification because of the drive in herself and encouragement from the environment

Keywords : *creativity, innovation, product diversification, business development*

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ŝa	Ŝ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ŝad	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	Ṭa	<u>T</u>	te(dengan garis di bawah)
ظ	Ža	<u>Z</u>	zet(dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em

ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عَدَّة	Ditulis	'iddah
--------	---------	--------

3. Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حِكْمَةٌ	Ditulis	Hikmah	Ditulis	Jizyah
----------	---------	--------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	Karâmah al-auliyâ'
--------------------------	---------	--------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زَكَاةُ لِفْطَرٍ	Ditulis	Zakât al-fitr
------------------	---------	---------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

5. Vokal panjang

1.	Fathah+alif	Ditulis	A
	جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A

	تنس	Ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karîm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Furûd

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	a'ntum
أَعْدَاتُ	Ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qamariyyah

القياس	Ditulis	Al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis dengan menggunakan bunyi atau pengucapannya.

ذو الفرض	Ditulis	Ẓawī al-furûd
----------	---------	---------------

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberi keberkahan dan nikmat dalam kehidupan saya.
2. Orang tua saya tercinta. Bapak Budi Setya Utama dan Ibu Sribawati yang selalu ada untuk saya memberi dukungan, motivasi dan seluruh tenaga serta do'a yang tak pernah putus.
3. Adik saya tersayang Bulan Adha Febrianti yang selalu saya repotkan.
4. Keluarga Besar Alm. Mbah Sunarto dan Alm. Mbah Musadi yang selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik untuk saya.
5. Semua guru-guruku yang selalu memberikan ilmu dan bimbingannya dengan penuh kesabaran.
6. Teruntuk sahabat-sabhatku yang selalu memberikan semangat untuk saya.
7. Kucing-kucing kesayangan Chiko, Gembul, Cilla dan Luna yang selalu membuat hari-hari saya penuh dengan warna.
8. Semua yang turut mendukung.
9. Almamater tercinta IAIN Purwokerto.

IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga kita selalu diberikan kesehatan, kenikmatan, keberkahan dan kesempatan untuk berkarya. Karena kepada-Nya kita tak pernah berhenti memohon dan bermunajat.

Shalawat serta salam semoga tercurah pada junjungan Nabi Muhammad Saw, kepada sahabatnya, *tabi'in*, dan seluruh umat Islam seluruh jagat raya yang senantiasa mengikuti semua ajarannya. Semoga kelak kita mendapat syafa'atnya dihari penantian.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag.M.M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E, M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Penasehat Akademik Ekonomi Syari'ah A yang telah memberikan bimbingan dan nasehatnya selama studi ini.
8. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc. M.Ag., Pembimbing penulis dalam menyelesaikan karya skripsi ini. Terima kasih saya ucapkan atas bimbingan, nasehat, motivasi dan ilmu serta kesabarannya demi terselesaikannya

penulisan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah SWT memberikan perlindungan dan membalas semua kebaikan Bapak, aamiin.

9. Segenap dosen dan Staff Administrasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
10. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Seluruh Staff Administrasi Perpustakaan IAIN Purwokerto dan Perpustakaan Banyumas.
12. Orang tua tercinta, Bapak Budi Setya Utama dan Ibu Sribawati yang telah mencurahkan kasih sayangnya, membimbing, menasehati, memotivasi dan selalu ada untuk saya. Semoga Allah SWT memberikan bapak ibu panjang umur, kesehatan, rezeki, dan balasan atas semua kebaikan bapak ibu.
13. Adik tersayang Bulan Adha Febrianti semoga kelak jadi orang sukses di masa depan.
14. Keluarga besar Alm. Mbah Sunarto dan Alm. Mbah Musadi yang telah memberikan dukungan dan nasehat, semoga Allah membalasnya.
15. Kawan-kawan seperjuangan Ekonomi Syari'ah 2016 yang telah berjuang bersama-sama suka duka, tangis tawa semua kita rasakan selama 4 tahun ini. Semoga semua akan menjadi manusia yang berguna, sukses, dan bisa berkumpul kembali.
16. Teruntuk kucing kesayanganku, Chiko, Gembul, Cilla, dan Luna terimakasih sudah hadir di kehidupan saya. Memberi warna dengan tingkah laku kalian. Semoga kalian sehat selalu.
17. Semua pihak yang telah membantu penyusunan dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik dan saran yang bersifat membangun yang penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Aamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Operasional.....	7
F. Kajian Pustaka.....	9
G. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Kreativitas	15
B. Inovasi	18
C. Diversifikasi Produk.....	21
D. Pengembangan Usaha	23
E. Landasan Teologis	24
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Sumber Data.....	27

C. Subjek dan Objek Penelitian	27
D. Teknik Pengumpulan Data	29
E. Teknik Analisis Data.....	30
F. Uji Keabsahan Data.....	32
BAB IV : PENGEMBANGAN DAN HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran umum Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas	33
1. Sejarah berdiri Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas	33
2. Lokasi Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas.....	34
3. Struktur organisasi Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas	35
4. Kegiatan operasional Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas	35
5. Profil pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas	37
B. Pembahasan Hasil Penelitian	37
1. Peran kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas	37
2. Peran diversifikasi produk terhadap pengembangan usaha kuliner pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas	44
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas	46
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas	54

BAB V : PENUTUP

A. Simpulan.....	60
B. Keterbatasan Penelitian	62
C. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kajian Pustaka.....	12
Tabel 2. Menu Masakan Khas Nusantara	39
Tabel 3. Menu Olahan Gurameh.....	47
Tabel 4. Menu Olahan Patin.....	47
Tabel 5. Menu Olahan Nila.....	47
Tabel 6. Menu Olahan Bawal.....	47
Tabel 7. Menu Olahan Belut	47
Tabel 8. Menu Olahan Lele.....	47
Tabel 9. Menu Olahan Udang	48
Tabel 10. Menu Olahan Ayam Potong.....	48
Tabel 11. Menu Rumahan Oseng-Oseng	48
Tabel 12. Aneka Minuman Dingin.....	49
Tabel 13. Aneka Minuman Hangat	49
Tabel 14. Data Keuntungan Tahun 2016	52
Tabel 15. Data Keuntungan Tahun 2017	53



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Rumah Makan Pelangi Pedesaan	35
Gambar 2. Ayam Betutu Bakar	39
Gambar 3. Belut Cabe Ijo.....	40
Gambar 4. Oseng Genjer.....	40
Gambar 5. Nasi Goreng Spesial	40
Gambar 6. Patin Bakar Bambu.....	40
Gambar 7. Pecak Lele	40
Gambar 8. Rica-rica Ayam	40
Gambar 9. Pelangi D'Florist	41
Gambar 10. Umah Miring	42
Gambar 11. Rumah Makan Pelangi Pedesaan	43
Gambar 12. Pengunjung Di Saung	43
Gambar 13. Pendopo Rumah Makan Pelangi Pedesaan	43
Gambar 14. Kerangka Berpikir	52
Gambar 15. Daftar Menu	53



IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman sekarang ini dunia bisnis berkembang sangat pesat, semua orang dapat membuat bisnis. Dengan berbisnis dapat memberikan keuntungan yang sangat tinggi. Arti dari kata bisnis sendiri berasal dari bahasa Inggris “*busy*” yang artinya “sibuk”, sedangkan “*business*” artinya “kesibukan”. (Suliyanto, 2010) Dalam arti luas bisnis didefinisikan keseluruhan kegiatan yang direncanakan dan dijalankan oleh perorangan atau kelompok secara teratur dengan cara menciptakan, memasarkan barang maupun jasa, baik dengan tujuan mencari keuntungan maupun tidak bertujuan mencari keuntungan.

Ditambah dengan kondisi permintaan manusia tidak ada habisnya terhadap konsumsi kuliner karena sudah menjadi kebutuhan, maka memicu para pelaku bisnis untuk terus berkembang menciptakan hal-hal yang dapat diterima dan digemari oleh masyarakat luas agar usaha tersebut dapat tetap eksis dan bersaing dengan usaha lain yang muncul. Oleh sebab itu, diperlukan adanya sebuah kreativitas dan inovasi yang dilakukan oleh pelaku bisnis agar usahanya tetap berkembang dan bertahan. Kreativitas dan inovasi pelaku usaha akan membuat banyak ide-ide baru untuk membuat produk yang kreatif.

Sebuah produk, barang atau jasa dapat dikatakan kreatif apabila produk tersebut berbeda dengan produk yang sudah ada. Kata berbeda bisa berarti produk tersebut benar-benar baru, atau merupakan inovasi dari produk yang sudah ada. (Kurniasih, 2016) Suatu produk kreatif dapat menciptakan hal baru baik itu wujud, proses maupun ide. Produk yang kreatif juga harus dapat lebih bermanfaat dan dapat diterima oleh semua kalangan. Kombinasi dari satu atau dua produk juga diperlukan sehingga lebih menambah fungsi dan kegunaan produk. Tetapi, yang disebut kreatif dan inovatif tidak hanya soal hal yang baru tetapi dapat mengembangkan produk yang sudah ada. Ide menciptakan produk kreatif dapat diperoleh dengan memperhatikan

lingkungan sekeliling. Seperti dengan adanya berbagai masalah yang terjadi di lingkungan dan apa saja yang sedang dibutuhkan konsumen dapat dijadikan ide baru untuk membuat produk kreatif.

Pentingnya sebuah kreativitas dalam penciptaan produk diperlukan agar sebuah bisnis dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Dengan kreativitas dalam bisnis dapat memperluas pasar dan menjadi *trend setter* bagi bisnis sejenis. (Maulana, 2014) Dalam berbisnis seorang pelaku bisnis juga harus mampu berinovasi menciptakan hal baru yang berbeda dari yang lain baik itu produk, proses, model bisnis atau organisasinya. Sayangnya, banyak kalangan profesional atau bahkan malah pebisnisnya yang tidak sungguh-sungguh memikirkan inovasi. Kebanyakan dari mereka tenggelam dalam kesibukan rutin, atau mengira sudah ada orang yang ditugaskan khusus untuk melakukan inovasi. Sejatinya inovasi dapat dilakukan disegala lini, tidak hanya jadi urusan orang-orang dalam divisi penelitian dan pengembangan. Karena perusahaan dapat melakukan inovasi pemasaran, inovasi produksi, bahkan inovasi di berbagai lini tersebut.

Bahkan sebagian orang, termasuk pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM), menganggap inovasi terlalu berlebih-lebihan bagi mereka yang bisnisnya tidak besar. Mereka beranggapan yang dapat melakukan inovasi hanya perusahaan-perusahaan besar. Lebih parah lagi, mereka menganggap yang layak melakukan inovasi adalah perusahaan besar yang berbasis teknologi tinggi. Anggapan ini muncul karena berita-berita inovasi di media massa selalu dikaitkan dengan produk yang menggunakan teknologi canggih.

Manfaat dari inovasi itu sangat penting bagi perkembangan dan kemajuan bisnis. Perkembangan dan kemajuan bisnis dapat meningkatkan laba yang akan diperoleh. Inovasi tidak hanya memberikan manfaat untuk perusahaan tetapi juga untuk konsumen. Konsumen selalu menunggu hal baru untuk mereka nikmati, karena apabila hanya mengandalkan produk lama maka konsumen akan merasa bosan dan tingkat permintaan akan turun.

Dalam ekonomi islam juga manusia dituntut untuk memproduksi dan menekuni aktivitas ekonomi dalam segala bidang seperti pertanian,

perternakan, perburuan, perdagangan, industri dan lain sebagainya. Dari aktivitas tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat untuk diri sendiri dan orang lain.

Dengan adanya kreativitas dan inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat membuat keanekaragaman jenis produk atau varian-varian yang baru dibuat guna menjawab permintaan pasar atau konsumen, ditengah tingginya persaingan dengan produsen yang juga memasarkan produk sejenis. (Tarida, 2012) Dengan demikian diversifikasi produk menentukan penjualan produk. Secara umum, diversifikasi berarti perluasan atau pengembangan, diversifikasi produk dilakukan oleh perusahaan sebagai akibat dilaksanakannya pengembangan produk, sementara produk lama secara ekonomis masih dapat untuk dipertahankan. (Hermawan L. , 2015) Diversifikasi produk ini bertujuan untuk meningkatkan volume/ kuantitas penjualan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang telah berada pada tahap kedewasaan. Dengan diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produk tetapi perusahaan juga dapat mengandalkan produk lainnya karena jika salah satu jenis produknya mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya.

Saat ini bisnis dapat dilakukan dalam diberbagai bidang seperti bidang kesehatan, bidang sosial, bidang kuliner dan lain sebagainya. Salah satu bidang bisnis yang sekarang berkembang pesat adalah bidang kuliner. Baik di desa maupun perkotaan bisnis kuliner kini sudah banyak dijumpai. Entah itu makanan rumahan maupun makanan bertaraf internasional yang disajikan.

Sekarang bisnis kuliner tidak hanya memberikan cita rasa pada produk tetapi menjadi kebutuhan aktualisasi diri. Hal ini dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan, fasilitas yang disediakan, variasi menu yang disajikan dan pemilihan tempat usahanya. Karena berkembang sangat pesat maka akan terjadi persaingan. Persaingan ini yang menjadikan pelaku usaha untuk memberikan yang berbeda kepada konsumen. (Karseno, 2019) Tak terkecuali seperti yang dilakukan Rumah Makan Pelangi Pedesaan yang berlokasi di Desa Banjarnyar Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas. Rumah makan

ini terletak jauh dari perkotaan. Letaknya di perbatasan antara kabupaten Banyumas dan kabupaten Purbalingga. Biasanya pelaku bisnis akan memilih tempat di tengah perkotaan yang ramai dan strategis, tetapi pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas justru memilih tempat di pedesaan dengan alasan untuk memberikan nuansa tradisional yang nyaman, asri dan tenang. Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja berdiri pada tanggal 15 Mei 2016 dengan hanya menawarkan beberapa menu saja seperti ayam bakar, ayam goreng, serta olahan ikan patin. Awalnya yang menjadi menu andalan adalah patin bakar bambu di mana pelanggan dapat memancing sendiri ikan patin yang dipesan. Disediakkannya pemancingan ini agar dapat menarik pelanggan dan menjaga kesegaran dari ikan patin tersebut. Namun, penyediaan pemancingan ikan tersebut hanya berjalan tiga bulan saja karena banyak ikan yang mati akibat perawatannya yang tidak baik.

Kemudian untuk menarik konsumen maka pemilik mencoba dengan strategi diversifikasi produk yaitu dengan menambah varian menu yang disajikan dari masakan rumahan, masakan khas Nusantara seperti nasi liwet khas Sunda, ayam pop khas Bukittinggi, bebek bumbu hitam khas Madura, ayam betutu khas Bali, gudeg khas Jogjakarta, Mujair Nyat Nyat khas Kintamani Bali, Itiak Lado Mudo khas Padang dan masih banyak yang lainnya. Adanya menu masakan Nusantara diharapkan agar dapat memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen dalam mengonsumsi masakan khas suatu daerah tanpa perlu mengunjungi ke daerahnya secara langsung. (Yani, 2019) Tujuan lain adalah mempertahankan eksistensi dari masakan Nusantara, karena pada sekarang ini banyak bisnis kuliner yang menyajikan menu-menu khas luar negeri seperti *Korean Food*, *Japaness Food* dan masakan khas negara lainnya. (Anggo, 2020) Menurut Bapak Anggo dan rombongan dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purbalingga, beliau mengungkapkan jika dengan adanya varian menu yang disajikan membuat rasa penasaran konsumen dan dapat mengobati rasa rindu terhadap masakan khas daerahnya. Karena kebanyakan dari pegawai pajak selalu berpindah-pindah dari daerah

satu ke daerah lain. dengan begitu Bapak Anggo dan rombongan merasa diuntungkan dengan menu masakan khas Nusantara yang disajikan.

Untuk menu pokok yang disajikan, Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja, Banyumas juga memiliki menu lain seperti aneka olahan ikan gurameh, aneka olah ikan patin, aneka olahan ikan nila, aneka olahan ikan bawal, aneka olahan belut, aneka olahan ikan lele, aneka olahan udang, aneka olahan ayam potong, aneka olahan ayam kampung, aneka olahan oseng-oseng, aneka olahan cumi, aneka olahan kambing, aneka olahan sup, aneka olahan sambal, aneka olahan nasi dan mie, aneka minuman dan aneka olahan snack. Dari seluruh menu sekarang ini sudah ada 129 menu yang disediakan. Setiap setahun sekali ada penambahan untuk menu dan untuk tiap bulannya ada menu spesial yang berbeda-beda.

Selain diversifikasi pada menu makanannya Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja, Banyumas juga berinovasi membuat Pelangi D'florist. Pelangi D'Florist ini menjual berbagai tanaman hias. Dengan adanya pelangi D'florist tidak hanya menambah penghasilan tetapi menambah keindahan dari rumah makan tersebut. Kemudian pemilik berinovasi membuat spot foto yang disebut Umah Miring di mana pengunjung dapat berfoto seperti dalam keadaan miring. Dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut diharapkan menambah kepuasan pengunjung serta menarik pelanggan baru. Dan setelah adanya penambahan menu dan fasilitas, saat ini rata-rata pengunjung untuk hari biasa dapat mencapai 100 pengunjung dan untuk hari libur mencapai 150-200 pengunjung dengan keuntungan pada Oktober 2016 Rp 109.614.000,00 dan sebelum adanya diversifikasi produk pada September 2016 Rp 97.838.800,00.

Dari berbagai hal yang menarik seperti dari sisi lokasi yang jauh dari keramaian yaitu di Desa Banjaranyar yang terletak diperbatasan antara kota Purwokerto dan Purbalingga, dari sisi konsep yang dipilih di mana saat ini pelaku bisnis membuat bisnis kuliner dengan konsep *Korean Food* ataupun *Japanness Food* namun pemilik menggunakan konsep tradisional Nusantara dan strategi diversifikasi yang dilakukan yang awal pembukaan hanya

mengandalkan beberapa menu seperti olahan ayam dan patin bambu bakar sebagai menu spesial kini sudah memiliki 129 menu dan ditambah dengan masakan khas Nusantara sebagai menu spesial dari Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas. Maka dari itu penulis akan fokus meneliti tentang bagaimana peran dari kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk terhadap pengembangan bisnis kuliner pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan diatas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah peran kreativitas dan inovasi dalam proses diversifikasi produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas?
2. Bagaimanakah peran diversifikasi produk terhadap pengembangan bisnis kuliner pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas?
3. Apa saja faktor-faktor yang melatarbelakangi adanya kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui peran kreativitas dan inovasi dalam proses diversifikasi produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas.
2. Untuk mengetahui peran diversifikasi produk terhadap pengembangan bisnis kuliner pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas.

3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi adanya kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat baik secara teoretis maupun praktis :

1. Manfaat Teoretis

- a. Menambah atau mengembangkan wawasan ilmu di bidang manajemen bisnis.
- b. Untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan agar dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pendidikan khususnya dalam dunia pendidikan di sekolah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Kabupaten Banyumas.

- 1) Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dokumentasi yang ada di perusahaan dan sebagai sarana promosi kepada pembaca.
- 2) Sebagai bahan pengambilan keputusan, informasi, inspirasi dan motivasi bagi pelaku usaha lain.

- b. Bagi Pemerintah Daerah

Sebagai sumbang saran untuk terus berupaya meningkatkan pembinaan terhadap pelaku usaha, senantiasa mengasah kreativitas dan inovasinya agar bisa bersaing serta mampu menjaga kelangsungan usahanya.

E. Definisi Operasional

1. Kreativitas

Menurut Kamus umum Bahasa Indonesia kreativitas adalah kemampuan untuk berkreasi, kemampuan untuk menciptakan sesuatu. Sedangkan menurut Baron kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang baru.

Jadi secara umum kreativitas adalah kemampuan untuk berfikir tentang sesuatu dengan suatu cara yang baru , tidak biasa dan menghasilkan penyelesaian yang unik terhadap berbagai persoalan.

2. Inovasi

Menurut Schumpeter inovasi adalah penciptaan atas kombinasi-kombinasi baru, seperti pengenalan produk baru, kualitas produk baru yang baik, atau metode produksi baru, pembukaan pasar baru, mendapat sumber baru, untuk pasokan bahan baku atau barang-barang setengah jadi, dan akhirnya melaksanakan organisasi baru, dan hal tersebut berlaku di industri manapun. Menurut Everett M.Rogers inovasi merupakan sebuah ide, gagasan, objek, dan praktik yang dilandasi dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang ataupun kelompok tertentu untuk diaplikasikan atau diadopsi.

Menurut Kuniyoshi Urabe inovasi merupakan setiap kegiatan yang tidak bisa dihasilkan dengan satu kali pukul, melainkan suatu proses yang panjang dan kumulatif meliputi banyak proses pengambilan keputusan, mulai dari penemuan gagasan hingga ke implementasiannya di pasar.

Jadi secara umum inovasi adalah menerapkan penemuan baru untuk menghasilkan sesuatu yang memiliki nilai tambah dalam kegiatan sehari-hari atau bagi masyarakat.

3. Diversifikasi Produk

Menurut J. Nijman diversifikasi adalah suatu bagian daripada strategi produk ialah perluasan pengembangan barang dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan, dengan jalan penambahan produk atau jasa yang baru. (Nijman, 1997)

Menurut Fandy Tjiptono produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. (Tjiptono, 1997)

Sedangkan menurut Philip Kotler diversifikasi produk merupakan pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang ditawarkan sebagai

usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Diverifikasi produk diharapkan dapat menjadi kemajuan fungsional dalam membawa produk perusahaan selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing.

Jadi secara umum diversifikasi produk adalah upaya yang dilakukan pengusaha/produsen/perusahaan untuk mengusahakan atau memasarkan beberapa produk yang sejenis dengan produk yang sudah dipasarkan sebelumnya.

4. Pengembangan Bisnis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai.

Menurut Hughes dan Kapoor pengembangan bisnis merupakan suatu kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang jasa guna mendapatkan keuntungan.

F. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa literatur yang menjadi rujukan untuk berpikir. *Pertama*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan yang berjudul “Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil” karya Ernani Hadiyati kesimpulannya adalah sebagai berikut :

Kreativitas merupakan suatu topik yang relevan tidak hanya bagi wirausaha yang baru memulai, tetapi juga bagi bisnis dan kegiatan bisnis pada umumnya. Memahami kreativitas akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat modul atau perangkat tentang kewirausahaan. Peran utama dalam kewirausahaan adalah kemampuan yang kuat untuk menciptakan (*to create or to innovate*) sesuatu yang baru. (Hadiyati, 2011)

Selain kreativitas, inovasi juga dibutuhkan dalam sebuah bisnis. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan bertahan lama. Hal ini disebabkan karena kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan yang berubah-ubah. Larsen, P and Lewis, A juga menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya dalam berinovasi.

Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya. Menurut Keeh ada beberapa alasan inovasi dan kreativitas itu sangat penting dalam usaha yaitu sebagai berikut :

1. Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing.
2. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau jasa layanan lama harus digantikan dengan yang baru.
3. Konsumen lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan.
4. Inovasi dapat menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

Kedua, dari Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan yang berjudul “Kreativitas kewirausahaan Sosial dan Menggali Ide Usaha Baru Melalui Pengolahan Kripik Tempe Lupin” karya Dedi Rianto Rahadi dan Etty Susilowati dengan kesimpulan sebagai berikut :

Suryana mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. (Rahadi & Susilowati, 2017) Lebih lanjut, Suryana menjabarkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda melalui pengembangan teknologi baru, penemuan pengetahuan ilmiah baru, perbaikan produk barang dan jasa yang ada, dan penemuan cara-cara baru untuk menghasilkan barang lebih banyak dengan sumber daya lebih efisien.

Seorang wirausahaan juga harus memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Kepercayaan diri merupakan pendorong seseorang untuk berperilaku dan bertindak, orang yang memiliki kepercayaan diri cukup akan cenderung memiliki kemampuan untuk bertindak sesuai dengan pemikirannya. Orientasi pada tugas dan hasil yang dimiliki seseorang akan menimbulkan motif orang untuk berprestasi. Keberanian mengambil risiko merupakan spirit dasar suatu usaha. Semakin besar keberanian orang mengambil risiko semakin besar pula peluang hasil yang diperoleh.

Ketiga, penulis mengambil dari Jurnal Manajemen dan Keuangan yang berjudul “Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Juragan Jasmine Langsa” karya dari Tengku Putri Lindung Bulan yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

Saat ini persaingan bisnis dalam bidang kosmetik dan perawatan pribadi sangat kompetitif. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jenis kosmetik dan produk perawatan pribadi yang beredar baik dari dalam maupun luar negeri. Saat ini penggunaan kosmetik merupakan kebutuhan dengan prioritas bagi kebanyakan wanita. (Bulan, 2017) Di tengah ketatnya persaingan, produsen kosmetik berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik. Persaingan untuk merebut pasar sangatlah ketat sehingga produsen perlu melakukan berbagai strategi untuk menguasai pasar.

Diversifikasi produk merupakan usaha memperluas macam barang yang akan dijual dan merupakan sebuah strategi perusahaan untuk menaikkan penetrasi pasar. Selain diversifikasi produk, harga juga merupakan salah satu faktor yang menentukan suksesnya suatu perusahaan. Jika harga tinggi maka permintaan produk semakin rendah dan jika harga rendah maka permintaan produk akan semakin meningkat. Jika harga yang ditetapkan perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan diarahkan pada produk tersebut.

Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, di mana dalam penetapan harga disesuaikan dengan kualitas produk yang ada. Juragan Jasmine adalah salah satu toko di Kota Langsa yang menjual produk kosmetik

dan perawatan pribadi yang konsep bisnis online. Juragan Jasmine gencar mempromosikan produk-produk yang dijualnya secara online. Konsumen yang melakukan pembelian produk pada toko Juragan Jasmine juga melakukan pembelian secara online. Toko Juragan Jasmine kini telah melakukan diversifikasi produk untuk meningkatkan penjualan serta menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Diversifikasi produk dilakukan dengan menambah kategori dan jenis produk yang akan dijual sehingga konsumen memiliki banyak pilihan terhadap produk yang ingin mereka beli. Selain itu, harga yang diterapkan pun relatif sehingga dengan banyaknya jenis produk kosmetik dan perawatan pribadi serta ditambah dengan harga yang terjangkau semakin membuat konsumen merasa puas setelah melakukan pembelian pada Juragan Jasmine. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian di atas, penulis uraikan dalam tabel di bawah ini :

No	Penulis dan Judul Penelitian	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1.	Ernani Hadiyati "Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil"	Memahami kreativitas dan inovasi akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat modul atau perangkat tentang kewirausahaan. Peran utama dalam kewirausahaan adalah kemampuan yang kuat untuk menciptakan (<i>to create or to innovate</i>) sesuatu yang baru.	Persamaan : <ul style="list-style-type: none"> • Peran kreativitas dan inovasi dalam usaha kecil Perbedaan : <ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada strategi diversifikasi yang dilakukan untuk mengembangkan usaha.
2.	Dedi Rianto Rahadi dan Ety Susilowati "Kreativitas kewirausahaan Sosial dan Menggali Ide	Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda melalui	Persamaan : <ul style="list-style-type: none"> • Penggalan ide baru melalui kreativitas Perbedaan : <ul style="list-style-type: none"> • Hanya terfokus

	Usaha Baru Melalui Pengolahan Kripik Tempe Lupin”	pengembangan teknologi baru, penemuan pengetahuan ilmiah baru, perbaikan produk barang dan jasa yang ada, dan penemuan cara-cara baru untuk menghasilkan barang lebih banyak dengan sumber daya lebih efisien.	membahas tentang kreativitas
3.	Tengku Putri Lindung Bulan “Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Juragan Jasmine Langsa”	Diversifikasi produk merupakan usaha memperluas macam barang yang akan dijual dan merupakan sebuah strategi perusahaan untuk menaikkan penetrasi pasar. Selain diversifikasi produk, harga juga merupakan salah satu faktor yang menentukan suksesnya suatu perusahaan.	Persamaan : <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan strategi diversifikasi produk Perbedaan : <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan strategi harga

Tabel 1. Kajian Pustaka

Dari tabel kajian pustaka maka dapat disimpulkan beberapa perbedaan dan persamaan antara penelitian penulis dengan penelitian lainnya. Di mana perbedaan tersebut terdapat pada objek penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penulisan ini dan dalam penelitian lain tidak menjelaskan tentang strategi diversifikasi produk namun hanya fokus pada kreativitas dan inovasi. Sedangkan penulis membahas tentang kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk terhadap pengembangan bisnis kuliner. Kemudian ada beberapa persamaannya yaitu membahas tentang kreativitas, inovasi, diversifikasi produk, dan pengembangan bisnis.

G. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penulisan ini terdiri dari bagian awal, bagian isi/utama, dan bagian akhir.

Bagian awal skripsi meliputi halaman judul, pernyataan keaslian, nota dinas pembimbing, halaman pengesahan, halaman persembahan, halaman

motto, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran, daftar gambar dan abstrak.

BAB I : Pendahuluan merupakan bab yang berisi pendahuluan berupa latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teori merupakan landasan teoritis yang berisi tentang landasan teori tentang pengertian kreativitas, inovasi dan diversifikasi produk, peran kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk dan pengaruh diversifikasi produk terhadap pengembangan usaha kuliner pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar, Sokaraja, Banyumas.

BAB III : Metode Penelitian menguraikan tentang jenis dan metode penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : Hasil dan Analisis Penelitian berisi tentang gambaran umum Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar, Sokaraja, Banyumas, penyajian data, analisis data, dan pembahasan tentang peran kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk terhadap pengembangan bisnis kuliner di Rumah Makan pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas.

BAB V : Penutup berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran-saran. Serta di akhir skripsi terdapat daftar pustaka, lampiran-lampiran data yang mendukung, dan daftar riwayat hidup penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kreativitas

1. Pengertian

Menurut Kamus umum Bahasa Indonesia kreativitas adalah kemampuan untuk berkreasi, kemampuan untuk menciptakan sesuatu.

Sedangkan menurut Baron kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang baru. Menurut David Campbell, ciri-ciri orang kreatif yaitu dapat melahirkan ide, gagasan, sanggup memecahkan masalah, mempunyai cara-cara baru dan penemuan baru. (Kurniasih, 2016)

2. Sumber kreativitas menurut (Sulaiman dan Wisman,1998)

a. Imajinasi dan ide

Berdasarkan fungsinya, kapasitas mental manusia dapat di kelompokkan menjadi empat bagian yaitu, *absortive*, *retentive*, *reasoring*, *creative*. Imajinasi yang kreatif merupakan kekuatan yang tidak terbatas, misalnya meskipun seseorang yang hampir tidak pernah keluar rumah tetapi dengan menggunakan imajinasinya ia dapat melalang buana ke dunia sekitar. Imajinasi jauh lebih penting dari pada ilmu pengetahuan dan kekuatan murni dari pikiran manusia.

b. Sifat proses kreatif

Kreativitas adalah suatu proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Setiap orang memiliki kreativitas pada tingkat yang berbeda-beda. Orang yang mempunyai kemampuan dan bakat dalam bidang tertentu dapat lebih kreatif dari pada orang lain. Hal yang sama juga dialami oleh orang yang dilatih dan dikembangkan dalam suatu lingkungan yang mendukung pengembangan kreativitas , mereka diajari untuk berfikir dan bertindak secara kreatif. Bagi pihak lain, proses kreatif lebih sulit karena tidak dikembangkan secara positif.

Dan ketika ingin menjadi orang kreatif mereka harus belajar cara mengimplementasikan proses kreatif.

c. Latar belakang atau akumulasi pengetahuan

Kreasi yang berhasil biasanya didahului dengan penelitian dan pengumpulan informasi yang meliputi membaca dan percakapan dengan orang lain yang bekerja dalam bidangnya.

d. Proses inkubasi

Alam bawah sadar yang kreatif memungkinkan mereka untuk dapat merinci dengan seksama informasi yang mereka dapatkan selama tahap persiapan. Proses inkubasi ini sering terjadi pada saat mereka terlibat dalam aktivitas yang tidak sepenuhnya berhubungan dengan subjek atau pokok permasalahan, menjauhkan diri dari satu permasalahan dan membiarkan pikiran bawah sadar menyelesaikannya, memberikan kesempatan kepada kreativitas untuk berkembang.

e. Pengalaman ide

Tahap proses kreatif ini seringkali dianggap sebagai tahap yang paling menyenangkan karena merupakan saat ditemukannya solusi atau ide yang dicari oleh seseorang ada beberapa cara cepat terjadinya pengalaman ide, seperti memikirkan impian tentang suatu rencana , mengembangkan hobi, dan mencatat setiap ide yang muncul.

f. Latihan kreatif

Analisis dan perkembangan bagaimana pasangan-pasangan objek yang saling berhubungan dan melengkapi antara yang satu dengan yang lainnya.

g. Lingkungan kreatif

Kreativitas dapat berkembang dalam suatu lingkungan yang tepat. Tidak ada perusahaan yang mempunyai manajer dan pemilik yang kreatif jika lingkungan yang mendukung berkembangnya kreativitas tidak berbentuk ciri-ciri lingkungan kreatif.

Teknik meningkatkan kekreativitasan, seperti perumusan masalah secara efektif, bertanya dan bertanya, curah gagasan, orang aneh serta iklim kreatif.

h. Berfikir kreatif

Hasil penelitian terhadap otak manusia menunjukkan bahwa fungsi otak manusia dibagi menjadi dua yaitu otak kanan dan otak kiri. Setiap bagian otak memiliki fungsi spesifik dan menangkap informasi yang berbeda. Sebelah kanan menggerakkan pikiran lateral dan sebelah kiri meletakkan pada jiwa proses kreatif.

3. Faktor-faktor yang mendorong terwujudnya kreativitas menurut Rogwers (Utami, 2009) diantaranya adalah :

a. Dorongan dari dalam diri sendiri

Setiap individu memiliki kecenderungan atau dorongan dari dalam dirinya untuk berkreaitivitas mewujudkan potensi, mengungkapkan dan mengaktifkan semua kapasitas yang dimiliki. Dorongan ini merupakan motivasi primer untuk berkreaitivitas ketika individu membentuk hubungan-hubungan baru dengan lingkungannya dalam upaya menjadi dirinya sepenuhnya. Dengan begitu, pelaku usaha dapat menggali kemampuannya dengan terus berkreaitivitas membuat hal-hal baru untuk perusahaannya.

b. Dorongan dari lingkungan

Munandar menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas dapat berupa kemampuan berpikir dan sifat kepribadian yang berinteraksi dengan lingkungan tertentu. Faktor kemampuan berpikir terdiri dari kecerdasan (inteligensi) dan pemerikayaan bahan berpikir berupa pengalaman dan keterampilan. Faktor kepribadian terdiri dari diri ingin tahu, harga diri dan kepercayaan diri, sifat mandiri, berani mengambil resiko dan sifat asertif.

B. Inovasi

1. Pengertian Dalam jurnal (Dharmawan & Berliantho, 2018) Kotler & Armstrong (2016) mendefinisikan inovasi produk yaitu proses pengembangan gagasan yang kreatif dan mengubahnya menjadi produk yang bermanfaat, di mana terdapat lima dimensi inovasi produk yaitu *relative advantage*, *compability*, *complexity*, *divisibility* dan *communicability*. Pertama, *Relative advantage* (keunggulan relatif) adalah sejauh mana inovasi tampak lebih unggul terhadap produk yang sebelumnya sudah ada. Kedua, *Compatibility* (kesesuaian) adalah sejauh mana inovasi produk yang dilakukan sesuai dan cocok dengan nilai dan pengalaman dari pelanggan. Ketiga, *Complexity* (kerumitan) adalah sejauh mana inovasi sulit untuk dimengerti, dipahami atau digunakan oleh konsumen. Keempat, *Divisibility* (kemampuan dibagi atau dipecah-pecah) yang adalah sejauh mana inovasi dapat dicoba secara terbatas. Dan kelima, *communicability* adalah sejauh mana hasil penggunaan inovasi tersebut dapat dikomunikasikan kepada orang lain.

Secara konvensional istilah inovasi diartikan sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk-produk baru (Curatman, Rahmadi, Maulany, & Ikhsani, 2016). Thompson (1965) dalam Hurley and Hult (1998) mendefinisikan bahwa inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru.

Sedangkan Hurley and Hult (1998) mendefinisikan inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

Selanjutnya Hurley and Hult (1998:44) mengajukan dua konsep inovasi yaitu : (1) Keinovativan dan (2) Kapasitas untuk berinovasi. Keinovativan adalah fikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah aspek kultur perusahaan. Sedangkan kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau

menerapkan gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil. Keinovativan dapat juga diterjemahkan sebagai kultur suatu perusahaan. Keinovativan ini dapat dilihat dari bagaimana sikap suatu perusahaan terhadap adanya suatu inovasi.

Menurut Schumpeter inovasi adalah penciptaan atas kombinasi-kombinasi baru, seperti pengenalan produk baru, kualitas produk baru yang baik, atau metode produksi baru, pembukaan pasar baru, mendapat sumber baru, untuk pasokan bahan baku atau barang-barang setengah jadi, dan akhirnya melaksanakan organisasi baru, dan hal tersebut berlaku di industri manapun.

Menurut *Australian Institute For Commercialization* inovasi adalah pengembangan produk baru, menjual atau melisensikan hasil inovasi, melindungi atau memperluas pangsa pasar, meningkatkan pengakuan di pasar, penopang staf yang lebih baik dan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Sumber inovasi (Sarijani, Endang, 2015)

2. Kreativitas eksternal

Dapat dirangsang dengan memanfaatkan secara sistematis rasa keingintahuan tentang perkembangan, ide dan kekuatan baru yang sedang berlangsung di sekitar seseorang. Dengan melakukan hal ini, seseorang membangun sumber informasi tentang berbagai hal tentang fakta kesan, citra dan berbagai ide.

3. Kreativitas internal

Kreativitas internal ini muncul secara tiba-tiba ketika seseorang sedang sibuk dengan kreativitas eksternal. Dalam upaya ini menggunakan pengalaman sebagai sumber karena pengetahuan dapat diperoleh melalui belajar.

4. Jenis-jenis inovasi menurut Oslo Manual dalam buku karya (Dewanto & Indradewa, 2015)

a. Inovasi Produk

Inovasi jenis ini mengacu pada pengenalan barang dan jasa yang baru / mengalami peningkatan secara signifikan dalam penggunaannya termasuk spesifikasi teknis, komponen dan bahan, *software* atau karakteristik lain yang tertanam di dalamnya.

Produk baru adalah barang dan jasa yang berbeda dalam bentuk karakteristik/penggunaan dari produk sebelumnya yang diproduksi oleh perusahaan. Selain membuat produk baru, inovasi juga dapat berupa pengembangan produk yang sudah ada namun dikreasikan dengan penambahan fungsi atau yang lainnya.

b. Inovasi proses

Inovasi proses adalah penerapan dari metode produksi atau pengiriman atau metode dalam aktivitas penunjang lainnya yang bersifat baru atau yang secara signifikan mengalami peningkatan. Inovasi proses ini biasanya dilakukan untuk mengurangi biaya produksi, meningkatkan kualitas, menghasilkan produk/jasa yang baru atau produk/jasa yang dimodifikasi. Inovasi proses juga dapat melibatkan perubahan dalam peralatan dan perangkat lunak yang digunakan perusahaan.

c. Inovasi pemasaran

Inovasi pemasaran adalah implementasi dari metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan dalam desain produk/kemasan, penempatan produk, promosi produk atau harga. Inovasi pemasaran ditujukan untuk menangani kebutuhan pelanggan yang lebih baik, membuka pasar baru, atau baru memposisikan produk perusahaan di pasar, dengan tujuan meningkatkan penjualan perusahaan.

d. Inovasi organisasi

Inovasi organisasi dari sebuah metode organisasi baru dalam praktek bisnis perusahaan, organisasi kerja atau hubungan eksternal. Inovasi organisasi dapat diartikan untuk meningkatkan suatu kinerja

perusahaan dengan mengurangi biaya administrasi atau biaya transaksi, meningkatkan kepuasan kerja dengan begitu maka produktivitas tenaga kerja akan meningkat. Hal ini dapat dicapai melalui desentralisasi kegiatan kelompok dan pengendalian manajemen atau pembentukan tim kerja formal atau informal di mana individu pekerja memiliki tanggung jawab pekerjaan yang lebih fleksibel. Namun, inovasi organisasi juga dapat melibatkan sentralisasi kegiatan dan akuntabilitas yang lebih besar untuk pengambilan keputusan.

5. Tahapan inovasi menurut Joewono, H.H, 2006 :
 - a) Merancang, menentukan dan memilih sekumpulan proyek pengembangan produk baru yang diperkirakan mampu menciptakan produk unggulan.
 - b) Mengintegrasikan dan mengkoordinir tugas-tugas fungsional, teknikal, dan unit-unit organisasi yang terlibat dalam aktivitas pengembangan produk dari waktu ke waktu.
 - c) Memantau usaha-usaha pengembangan agar mampu memenuhi tujuan perusahaan dengan memenuhi cara seefektif dan seefisien mungkin.
 - d) Merancang dan mengembangkan berbagai kapabilitas yang dibutuhkan agar dalam rangka jangka panjang usaha pengembangan produk dapat menjadi keunggulan tersendiri bagi perusahaan.

C. Diversifikasi Produk

1. Pengertian

Menurut Kotler & Armstrong (2008), diversifikasi merupakan strategi pertumbuhan perusahaan dengan cara memulai bisnis baru atau membeli perusahaan lain di luar produk dan pasar perusahaan sekarang. (Hermawan L. , 2015) Dengan diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja, tetapi perusahaan juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya (produk diversifikasi), karena jika salah satu jenis produknya tengah mengalami penurunan, maka

akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya. Menurut Fitriani, Saron, & Widodo (2011), pengertian diversifikasi adalah sebagai upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. Sedangkan menurut Marsigit (2010), diversifikasi produk dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai akibat dilaksanakannya pengembangan produk, sementara produk lama secara ekonomis masih dapat dipertahankan. Dalam diversifikasi produk, perusahaan berusaha untuk menaikkan penjualan dengan cara mengembangkan produk baru sehingga terdapat bermacam-macam produk yang diproduksi perusahaan.

Menurut J. Nijman diversifikasi adalah suatu bagian daripada strategi produk ialah perluasan pengembangan barang dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan, dengan jalan penambahan produk atau jasa yang baru. (Nijman, 1997).

2. Bentuk-bentuk diversifikasi produk

Strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh perusahaan memiliki 3 bentuk yaitu sebagai berikut :

a. *Concentric Diversification Strategy*

Strategi ini dapat dilakukan dengan menambahkan produk dan jasa yang baru tetapi masih saling berhubungan. Hal ini dapat dilakukan jika bersaing pada industri yang pertumbuhannya lambat (*decline*) dan produk tersebut mengalami hal yang sama.

b. *Horizontal Diversification Strategy*

Strategi ini dilakukan dengan menambahkan produk dan jasa pelayanan yang baru, tetapi tidak saling berhubungan. Hal ini dapat dilakukan jika produk baru akan mendukung produk lama.

c. *Conglomerate Diversification Strategy*

Strategi ini dilakukan dengan menambahkan produk dan jasa yang tidak saling berhubungan. Hal ini dapat dilakukan jika industri di sektor telah mengalami kejenuhan. Ada peluang untuk memiliki bisnis

dan berkaitan, yang masih berkembang baik serta memiliki sumber daya untuk memasuki industri baru.

d. Tujuan diversifikasi produk

Tujuan diversifikasi produk menurut Buchari,1992 yaitu sebagai berikut :

1. Memenuhi kebutuhan konsumen yang belum puas
2. Menambah volume penjualan
3. Memenangkan persaingan
4. Mendayagunakan sumber-sumber produksi
3. Mencegah kebosanan konsumen

D. Pengembangan bisnis

1. Pengertian

Menurut Mahmud Mach Foedz pengembangan bisnis adalah perdagangan yang dilakukan sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Menurut Hughes dan Kapoor pengembangan bisnis merupakan suatu kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang jasa guna mendapatkankeuntungan.

Menurut Steinfeld pengembangan bisnis adalah aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti pedagang kaki lima yang tidak memiliki surat izin tempat usaha.

2. Macam-macam Strategi Pengembangan Bisnis

Ada 4 model strategi pengembangan bisnis menurut David, 2009 yaitu sebagai berikut (Ruslim & Indriyani, 2015) :

a. Strategi integrasi

Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok dan para pesaingnya.

b. Strategi intensif

Strategi ini memperluas usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

c. Strategi Diversifikasi

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru

d. Strategi diversifikasi terkait

Strategi ini dikatakan terkait ketika rantai nilai bisnis memiliki kesesuaian strategi lintas bisnis yang bernilai secara kompetitif.

e. Strategi diversifikasi tak terkait

Bisnis ini dikatakan tidak terkait karena rantai nilai bisnis sangat tidak mirip sehingga tidak ada hubungan lintas bisnis yang bernilai secara kompetitif.

f. Strategi Bertahan

Strategi ini dilakukan untuk menyelamatkan perusahaan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar atau dengan kata lain untuk menghindari kebangkrutan.

E. Landasan Teologis

Kata teologis berasal dari bahasa Yunani yaitu *koine* yang artinya wacana. Secara umum, landasan teologis adalah ilmu yang mempelajari segala sesuatu yang berkaitan dengan keyakinan beragama. Kata teologis berasal dari bahasa Yunani yaitu *koine* yang artinya wacana. Teologis meliputi segala sesuatu yang berkaitan dengan Tuhan. Landasan teologis pada penulisan ini adalah berasal dari sumber Al- Quran dan Hadits yang berkaitan dengan kreativitas, inovasi dan pengembangan bisnis.. Tujuan landasan teologis dalam penulisan skripsi adalah sebagai landasan yang sesuai dengan ajaran Islam.

1. QS. Qasas ayat 77

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ أُمَّتِكَ اللَّهُمَّ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَتَّبِعِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا
يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya : “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi.”

Dari ayat tersebut, dijelaskan bahwa manusia harus mampu memproduksi sesuatu yang membawa manfaat. Produk yang dihasilkan tidak boleh membawa masalah-masalah yang dapat merusak lingkungan dan mengganggu orang lain. Dalam proses produksi, produsen harus bisa membawa perubahan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perubahan yang dimaksud dalam firman Allah tersebut bersifat menyeluruh, termasuk perubahan atau inovasi produksi dan perubahan lingkungan bisnis. Dengan adanya perubahan tersebut maka produsen mampu bersaing dan mempertahankan bisnisnya.

2. Q.S Al-Baqarah ayat 219

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعَةٌ
لِّلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَّفْعِهِمَا ۗ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ ۗ قُلْ
الْعَفْوُ ۗ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿٢١٩﴾

Artinya : “Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". Dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: "Yang lebih dari keperluan". Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir”

Dari ayat tersebut dijelaskan bahwa islam dalam hal kreativitas memberikan kebebasan pada umatnya untuk berekreasi dengan akal pikiran dan hati nuraninya dalam menyelesaikan persoalan-persoalan hidup di dalamnya.

3. QS Al-Jumuah Ayat 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ

كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

Dari ayat tersebut menegaskan agar manusia meningkatkan motivasi kerja, kreatif, berprestasi dan tidak menyalahgunakan kesempatan yang ada.

4. HR.Ahmad, Thabarani, Daruqutni

للناس أنفعهم الناس خير

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain. (HR. Ahmad, Thabarani, Daruqutni. Dishahihkan Al Albani dalam As-Silsilah As-Shahihah).”

Di dalam hadist ini mendukung QS. Qassas ayat 77 di mana menjadi manusia itu harus dapat memberikan manfaat untuk diri sendiri dan yang paling baik dapat memberikan manfaat untuk orang lain.

5. QS. Ar Rad ayat 11

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ

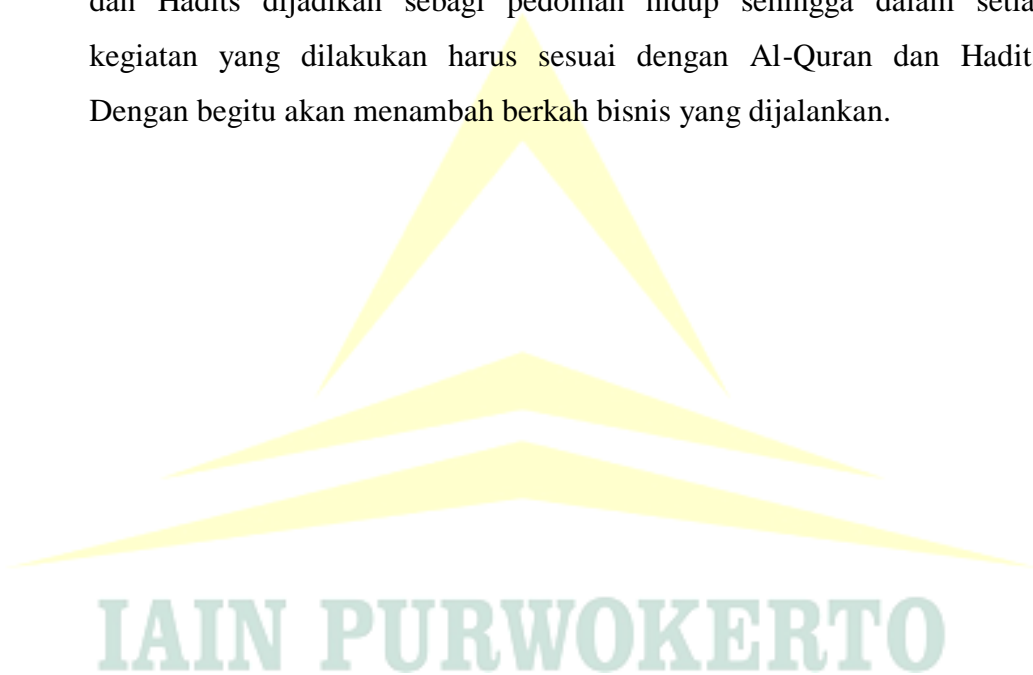
سُوًّا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُم مِّن دُونِهِ مِن وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan-keadaan pada diri mereka sendiri .

Dalam ayat tersebut sering digunakan sebagai ayat motivasi bahwa Allah tidak akan mengubah nasib seseorang menjadi lebih baik kecuali dengan usaha dan jerih payahnya sendiri. Jadi setiap manusia harus

memiliki jiwa yang inovatif yang dapat menghasilkan ide-ide dan strategi untuk mengembangkan usahanya yang dimilikinya agar setiap usaha yang dikerjakan menghasilkan hasil yang positif yang dapat mengubah keadaan menjadi lebih baik.

Tujuan dari semua ayat dan hadits tersebut adalah sebagai dasar pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya dengan kreativitas dan inovasi yang sesuai dengan anjuran Islam sehingga produk-produk yang dihasilkan dapat bermanfaat untuk orang lain serta mengurangi kemudharatan pada masyarakat pada umumnya. Dalam Islam Al-Quran dan Hadits dijadikan sebagai pedoman hidup sehingga dalam setiap kegiatan yang dilakukan harus sesuai dengan Al-Quran dan Hadits. Dengan begitu akan menambah berkah bisnis yang dijalankan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian skripsi ini penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif dan penulis menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Di mana peneliti terjun langsung ke Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar, Sokaraja untuk mencari data yang dibutuhkan. Selain itu, penulis juga menggunakan penelitian kepustakaan yaitu penulis membaca buku dan rujukan literatur yang terdapat relevansinya dengan penelitian.

B. Sumber Data

Sumber data skripsi ini menggunakan sumber data primer dan sumber data primer.

- a. Sumber data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data yaitu owner/pengelola Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar, Sokaraja, Banyumas.
- b. Sumber data sekunder yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang ketiga atau dokumen yang berupa literatur terkait dengan kreativitas, inovasi, strategi diversifikasi produk atau rujukan literatur lainnya yang memiliki relevansi dengan penelitian.

C. Subjek dan Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini subjek penelitian penulis adalah Hj. Endah Yudianti Pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas, pengunjung, karyawan seperti Manajer Operasional yaitu Yani, Manajer Keuangan yaitu Surosos dan Manajer Pemasaran yaitu Karseno. Sedangkan untuk objek penelitian adalah Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Soakaraja Banyumas dengan membahas tentang Kreativitas dan Inovasi pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan, diversifikasi produk yang dilakukan dan pengembangan bisnis dengan diversifikasi produk.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode penelitian untuk mengumpulkan data. (Adi, 2005) Teknik-teknik tersebut adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi merupakan metode atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung ke Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja. Dalam penelitian ini observasi dibutuhkan untuk dapat dipahami dalam konteksnya. Kegiatan observasi yang akan dilakukan oleh penulis adalah pengamatan terhadap pemilik, manajer dan pelanggan Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas, bagaimana interaksi subjek dengan peneliti dan hal-hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data terhadap hasil wawancara. Sebelum melakukan observasi/pengamatan peneliti harus menentukan apa yang akan menjadi sasaran pengamatan. Dalam observasi tersebut maka penulis akan mendapatkan data-data mengenai kreativitas dan inovasi dari pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas serta peran diversifikasi produk yang dilakukan terhadap pengembangan bisnis kulinernya.

b. Wawancara/*interview*

Wawancara atau *interview* merupakan komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden. Wawancara dapat berupa wawancara personal, wawancara intersep, dan wawancara telepon. Wawancara dilakukan karena ada anggapan bahwa hanya narasumberlah yang paling tahu tentang diri mereka sendiri, sehingga informasi yang tidak dapat diamatinya atau tidak dapat diperoleh dengan alat lain, akan diperoleh dengan wawancara.

Penulis melakukan wawancara dengan Hj. Endah Yudianti sebagai pemilik, Yani sebagai Manajer Operasional, dan Karseno sebagai Manajer Pemasaran pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar, Sokaraja Banyumas. Wawancara dimulai pada tanggal 15 November 2019.

Wawancara ini dilakukan karena untuk mendapatkan data-data mengenai sejarah Rumah Makan Pelangi Pedesaan, kegiatan operasional, struktur organisasi dan profil pemilik, kreativitas dan inovasi pemilik, peran kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk, dan peran diversifikasi produk dalam pengembangan bisnis kuliner yang dilakukan oleh Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar, Sokaraja, Banyumas.

c. Dokumentasi

Menurut Hamidi metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Menurut Sugiyono dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi yang dibutuhkan yaitu tentang kreativitas, inovasi, diversifikasi produk dan pengembangan bisnis. Selain itu, penulis juga melakukan pengambilan gambar seperti bangunan Rumah Makan Pelangi Pedesaan, fasilitas dan menu-menu yang ditawarkan. Dokumentasi merupakan pengumpulan data oleh peneliti dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen dari sumber terpercaya yang mengetahui tentang narasumber.

E. Teknik Analisis Data

Setelah pelaksanaan pengambilan data selesai, data yang terkumpul dari suatu pelaksanaan peneliti perlu dianalisis karena data tersebut tidak akan dapat digunakan sebagai dasar pembuatan pengambilan keputusan jika tidak dianalisis secara tepat. Kemudian hasil analisis data diinterpretasikan dan disimpulkan. Ada 3 teknik analisis data menurut Miles Huberman (1984) yaitu :

a. Reduksi data

Dalam tahap reduksi data, peneliti merangkum data yang telah dikumpulkan, memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan pokok masalah serta sesuai dengan tujuan penelitian maupun fokus penelitian, dan

mem cari tema-tema data dan pola-pola yang ada pada data. Dalam paradigma penelitian kualitatif, tidak ada pola reduksi data yang baku. Setiap peneliti dapat memberlakukan pola reduksi yang logis yang memudahkan peneliti untuk menganalisis data yang telah terkumpul. Jadi, peneliti dapat menentukan data mana yang diperlukan dan yang akan dianalisis lebih lanjut serta menetapkan data mana yang tidak diperlukan dan dikeluarkan dari gugus data yang akan diproses lebih lanjut.

b. Tahap penyajian data

Pada tahap ini peneliti banyak terlibat dalam kegiatan penyajian atau penampilan (*display*) dari data yang dikumpulkan dan dianalisis sebelumnya, mengingat bahwa peneliti kualitatif banyak menyusun teks naratif. Penyajian data diarahkan agar hasil reduksi terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga makin mudah dipahami dan merencanakan kerja penelitian selanjutnya. Pada langkah ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu. Prosesnya dapat dilakukan dengan cara menampilkan data, membuat hubungan antar fenomena untuk memaknai apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang perlu ditindaklanjuti untuk mencapai tujuan penelitian.

c. Menafsirkan data/ menarik kesimpulan

Tahap terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penafsiran data/ menarik kesimpulan. Pada tahap ini diperlukan adanya verifikasi data untuk mendapatkan bukti-bukti. Dengan begitu akan ditemukan teori baru. Perumusan teori dinyatakan dalam narasi atau kalimat-kalimat yang jelas, logis, dan sistematis. Selain bentuk narasi, penafsiran data juga dapat menggunakan bentuk data *display*. Dalam data *display* peneliti akan menguraikan esensi data, menampilkan data dalam bagan, menghubungkan data antar kategori, dan seterusnya. Selain itu juga dapat menggunakan bentuk grafik, matriks, *networking* dan peta agar memudahkan peneliti menganalisis data serta membentuk kesimpulan dan teori.

F. Uji Keabsahan Data

Dalam teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi data. Menurut Sugiyono (2013:330) triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Moleong (2008:326-332) agar hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan maka diperlukan pengecekan data apakah data yang disajikan valid atau tidak, maka dibutuhkan teknik keabsahan data/kevalidan data. Dalam penelitian ini hasil wawancara yang dilakukan dengan obyek penelitian yakni Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas.



BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas

1. Sejarah Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas

Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas atau yang lebih dikenal dengan RM. PeDes (Pelangi Pedesaan) terletak di Desa Banjaranyar, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas yang memiliki luas lahan persawahan sekitar 4.000 m² dan diresmikan pada tanggal 15 Mei 2016. (Yudianti, 2020) Pembangunan gedung dan fasilitas memakan waktu selama satu tahun yaitu dimulai dari bulan Mei 2015 sampai dengan peresmian pembukaannya pada 15 Mei 2016.

Adapun bangunan fisiknya terdiri dari satu Pendopo yang diberi nama Gunung Slamet dengan kapasitas 150 kursi . *Meeting Room* dengan kapasitas 50 kursi, 7 saung, *family* dengan kapasitas 8 orang, 3 saung besar dengan kapasitas 25 orang, 4 set meja outdoor tenda dengan kapasitas 4 orang, mushola, 2 toilet, area parkir yang luas yang dapat menampung 50 mobil dan 150 motor, 1 bangunan dapur, 1 bangunan bartender dan 1 bangunan kasir.

Dengan berkunjung di Rumah Makan Pelangi Pedesaan pengunjung dapat menikmati berbagai fasilitas yang disediakan seperti karaoke, *wi-fi*, *sound system*, *organ player*, genset, mini panggung, *free* sewa pendopo , dan *free* sewa meeting room, aneka spot *selfie*, taman bermain dan kolam pemancingan. Namun, kolam pemancingan ini hanya bertahan selama 3 bulan sejak awal pembukaan karena ikan banyak yang mati.

Dibangunnya Rumah Makan Pelangi Pedesaan ini yang lokasinya terletak di tengah pesawahan dengan sekeliling tanaman padi dan alam pedesaan yang masih alami, hijau dan udaranya yang segar dengan latar belakang pemandangan Gunung Slamet sebelah utara dan Gunung Perahu

sebelah selatan, dengan tujuan para pecinta kuliner tidak hanya kenyang menikmati hidangan saja namun dapat berwisata kuliner dan melepaskan kepenatan pikiran setelah menjalankan rutinitas belajar, bekerja maupun lelah kesibukan dengan keluarga.

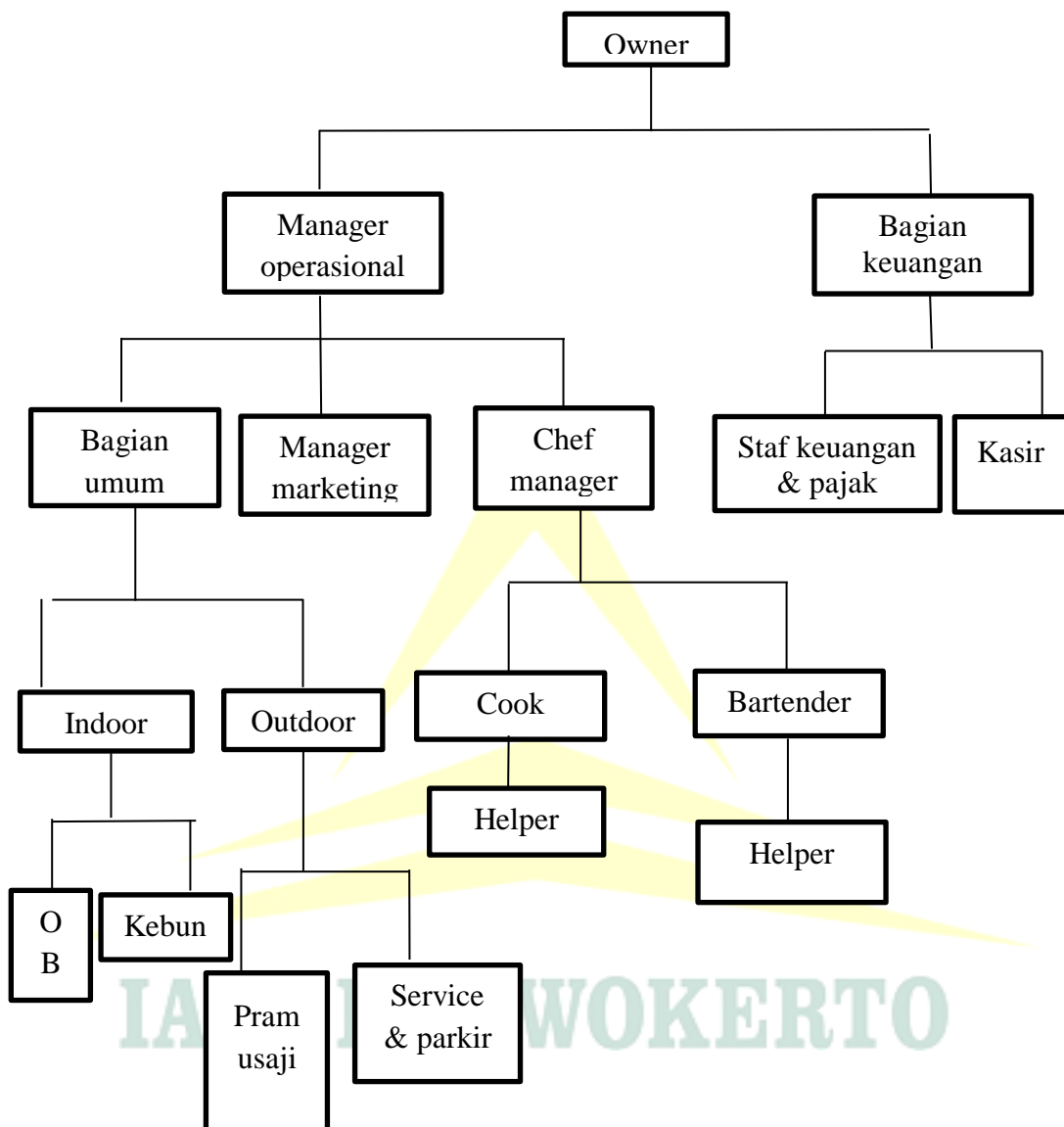
2. Lokasi Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas

Rumah Makan Pelangi Pedesaan ini terletak di Desa Banjaranyar, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas. Lokasinya cukup jauh dengan dari pusat Kota Purwokerto. Rumah Makan Pedesaan terletak di perbatasan antara Kabupaten Banyumas dan Kabupaten Purbalingga. Tepatnya terletak di jalan alternatif menuju Kabupaten Purbalingga. Pemilihan lokasi ini bertujuan untuk menimbulkan kesan tradisional pedesaan yang asri dan alami.



IAIN PURWOKERTO

3. Struktur Organisasi Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas



Gambar 1. Struktur Organisasi Rumah Makan

4. Kegiatan operasional

Salah satu tujuan dari owner Rumah Makan Pelangi Pedesaan yang berasal dari putri daerah Desa Banjaranyar tersebut adalah ingin menjadikan desanya sebagai desa dengan destinasi wisata kuliner untuk area Purwokerto dan sekitarnya, sehingga desanya akan dikenal oleh

khalayak luas, mengharumkan dan turut berpartisipasi membangun desa aslinya.

Dengan berdirinya Rumah Makan Pelangi Pedesaan maka masyarakat di sekitarnya dapat turut serta berpartisipasi bekerja diberbagai posisi ataupun sebagai *supplier* berbagai bahan yang dibutuhkan untuk operasional dan pelayanannya.

Jam operasional Rumah Makan Pelangi Pedesaan adalah buka setiap hari dari Senin sampai Minggu dari pukul 09.00 WIB sampai 21.00 WIB. Karyawan bagian dapur seperti *chef*, *cook*, *bartender* dan *helper*, karyawan bagian umum seperti *office boy*, tukang kebun dan tukang parkir hadir lebih pagi yakni pukul 08.00 WIB untuk *prepare* makanan dan kebersihan lingkungan Rumah Makan Pelangi Pedesaan.

Adapun karyawan dengan tugas bagian pelayanan yakni team pramusaji ataupun staff keuangan admin hadir pada pukul 09.00 WIB, karena sesuai dengan jam buka pelayanan siap menu pada pukul 10.00 WIB, kecuali jika ada reservasi acara dengan jam buka permintaan lebih awal.

Disetiap pagi pukul 09.00 WIB sebelum dimulainya pelayanan terhadap konsumen, sudah menjadi kebiasaan diadakannya shalat dhuha terlebih dahulu dan doa bersama yang dipimpin oleh salah seorang karyawan sebagai imam shalat dhuha.

Semua karyawan terutama karyawan dibagian *outdoor* yakni pramusaji, kasir, petugas parkir, dan *security* diwajibkan menjalankan Standar Operasional Pelayanan (SOP) yakni 5S yakni Senyum, Sapa, Salam, Sopan, dan Santun dalam menyambut dan melayani semua tamu agar mereka merasa nyaman dan akan jadi pelanggan loyalitas Rumah Makan Pelangi Pedesaan.

Untuk kejujuran dari para karyawan pelangi pedesaan juga harus selalu diterapkan karena sering terjadi ketinggalan HP, *Charger*, helm, jaket ataupun barang pribadi lain milik pengunjung rumah makan pelangi pedesaan. Untuk itu pihak Rumah Makan Pelangi Pedesaan menjaga dan

mengamankan barang berharga milik pengunjung yang tertinggal dan menjaga kendaraan yang terparkir selama pengunjung menikmati menu-menu yang ditawarkan.

5. Profil pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas

- a. Nama Pemilik : Hj. Endah Yudianti
- b. Tempat Tanggal Lahir : Banyumas, 07 Desember 1973
- c. Agama : Islam
- d. Alamat : CIFEST, Villa Mutiara Cikarang Blok B2,
No.2 Desa Ciantara, Kec. Cikarang Selatan,
Kab. Bekasi - Jawa Barat
- e. Pendidikan : SD N 02 Banjaranyar (1986)
SMP N 01 Sokaraja (1989)
SMEA Swagaya Purwokerto (1992)
S1 STIE Pelita Bangsa Bekasi (2017)
- f. Pekerjaan : Wirausaha
- g. Hobi : Memasak, Olahraga dan Bekerja

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Peran kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas

a. Kreativitas Pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan

Dalam menjalankan bisnis kuliner seperti Rumah Makan Pelangi Pedesaan, kreativitas dari pemilik sangat dibutuhkan untuk memunculkan ide/gagasan baru agar produknya dapat berkembang. Kreativitas yang dilakukan pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan didapat dari pengalaman yang dialami dalam menjalankan bisnis sebelumnya, lingkungan seperti keinginan konsumen, kerabat bisnisnya dan dalam proses belajar di bidang ekonomi. Ide-ide yang ditemukan pemilik sering kali dimusyawarahkan dengan suami, anak, dan karyawan dari Rumah Makan Pelangi Pedesaan. Dengan

musyawarah yang sudah dilakukan maka dapat ditemukan ide yang dapat dikembangkan, cara/proses pengembangannya serta solusi jika ide tersebut gagal dikembangkan. Kreativitas yang tinggi dihasilkan karena kerja otak kiri yang baik. Dengan selalu berpikir positif maka pemilik dapat menemukan ide yang cemerlang. Menurut pemilik berpikir negatif hanya akan menghambat proses kreativitas .

b. Inovasi Pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan

Kemudian untuk menerapkan kreativitas yang sudah ditemukan dimusyawarahkan maka dibutuhkan adanya inovasi. Kreativitas dan inovasi sering dipandang hampir serupa. Keduanya adalah inti dalam kewirausahaan. Pada dasarnya inovasi dalam usaha adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau memperbaiki kinerja usaha. Sedangkan kreativitas dipandang sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang.

Kemampuan yang dihasilkan oleh kreativitas merupakan kemampuan dalam keberadaannya dan merupakan pembentukan ide-ide baru yang original dan tidak biasa atau unik. Sedangkan inovasi adalah mengimplementasikan kreativitas terhadap sesuatu menjadi satu kombinasi baru yang dapat menghasilkan. Inovasi tidak hanya soal produk baru melainkan perbaikan atau pengembangan dari barang atau jasa yang sudah ada sebelumnya.

Kemudian, untuk mendukung usaha kulinernya, Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjarnyar Sokaraja Banyumas berupaya melakukan inovasi untuk perkembangan bisnisnya, upaya-upaya yang dilakukan adalah sebagai berikut :

c. Inovasi Rumah Makan Pelangi Pedesaan terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen

Selain menu-menu yang ditawarkan sebelumnya, Rumah Makan Pelangi Pedesaan juga menawarkan menu masakan khas Nusantara sebagai menu spesialnya. Tujuan ditawarkannya masakan

khas Nusantara adalah untuk memenuhi keinginan konsumen yang ingin menikmati masakan khas luar daerah tanpa harus mengunjungi ke daerahnya langsung. Menu-menu tersebut contohnya seperti :

MENU	ASAL
Nasi Liwet	Sunda
Ayam pop	Bukittinggi
Bebek bumbu hitam	Madura
Ayam Betutu	Bali
Gudeg	Jogja
Mujair Nyat Nyat	Kintamani, Bali
Itiak Lado Mudo	Padang
Rendang	Sumatra Barat
Gulai Belacan	Riau
Ayam Taliwang	Nusa Tenggara Barat
Rujak Cingur	Jawa Timur

Tabel 2. Menu Masakan Nusantara



Gambar 2. Ayam Betutu Bakar

Selain masakan Nusantara yang ditawarkan, Rumah Makan Pelangi Pedesaan juga menawarkan masakan rumahan seperti oseng kulit mlinjo, oseng kangkung, oseng genjer, oseng toge, oseng pakis, oseng jantung pisang dan lain sebagainya. Tujuan Rumah Makan Pelangi Pedesaan adalah untuk pelanggan yang malas memasak sendiri dan membuat pelanggan lebih praktis karena bisa langsung memesan dan memakannya tanpa perlu memasak.



Gambar 3. Belut cabe ijo



Gambar 4. Oseng Genjer



Gambar 5. Nasi Goreng Spesial



Gambar 6. Patin Bakar Bambu



Gambar 7. Pecak Lele



Gambar 8. Rica-rica ayam

d. Inovasi Rumah Makan Pelangi Pedesaan terhadap fasilitas yang disediakan :

1. Pelangi D'Florist

Untuk menambah pengunjung, Rumah Makan Pelangi Pedesaan menyediakan taman bunga yang diberi nama Pelangi D'florist. Taman ini ditumbuhi berbagai macam bunga hias yang dapat mempercantik lingkungan Rumah Makan Pelangi Pedesaan. Selain itu, bunga hias ini dapat dibeli oleh pengunjung. Dengan begitu, maka akan menambah pendapatan Rumah Makan Pelangi Pedesaan.



Gambar 9. Pelangi D'Florist

2. Karoke mini

Karoke ini disediakan untuk pengunjung yang ingin berkaroke ria agar menambah kehangatan kebersamaan. Karoke mini ini difasilitasi secara gratis.

3. *Wellcome drink*

Dalam pelayanannya juga, setiap pengunjung yang baru datang akan diberikan *wellcome drink*. *Wellcome drink* ini berupa teh tawar yang dimasukkan ke dalam teko kendi. Ini akan menambah nuansa tradisional yang akan dirasakan pengunjung.

4. Umah Miring

Dalam perjalanannya kemudian, Rumah Makan Pelangi Pedesaan juga membuat spot foto yang diberi nama umah miring. Di mana hasil dari berfoto pelanggan akan terlihat miring. Hal ini dilakukan agar menarik pelanggan untuk mengunjungi Rumah Makan Pelangi Pedesaan.



Gambar 10. Umah Miring

5. Prinsip 5S

Dalam rangka menambah kepuasan pengunjung, Rumah Makan Pelangi Pedesaan menerapkan prinsip 5S pada pelayanannya. 5S yang dimaksud adalah Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun.

a. Inovasi pemasaran yang dilakukan

Dalam upaya menambah pengunjung maka Rumah Makan Pelangi Pedesaan menggunakan cara media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* dan *WhatsApp*. Selain itu, pemasaran yang dilakukan menggunakan bauran promosi seperti pemasangan iklan, membuat brosur, pemasaran secara langsung (*door to door*), pemberian potongan harga kepada pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi. Namun, dari beberapa cara pemasaran yang dilakukan menurut Manajer Pemasaran Rumah Makan Pelangi Pedesaan bapak Karseno cara pemasaran secara langsung (*door to door*) dianggap paling efektif dalam menambah pelanggan. Karena dengan pemasaran secara langsung, pihak dari Rumah Makan Pelangi Pedesaan dapat bertemu langsung dan dapat menilai bagaimana perilaku dari masyarakat sehingga dapat mengetahui apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat.

b. Inovasi Pemilihan Tempat

Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas ini terletak pada lokasi yang cukup jauh dari Kota Purwokerto. Di mana lokasi ini di perbatasan antar

Kota Purwokerto dan Kota Purbalingga. Pemilihan tempat tersebut sengaja dilakukan oleh pemilik untuk memunculkan kesan yang berbeda dari rumah makan lainnya. Di mana biasanya rumah makan didirikan di tengah kota yang ramai, namun pemilik memilih tempat di pedesaan yang cukup asri tenang dengan pemandangan sawah. Hal tersebut dilakukan untuk menambah kesan tradisional dalam Rumah Makan Pelangi Pedesaan.



Gambar 11. Rumah Makan Pelangi Pedesaan



Gambar 12. Pengunjung di saung



Gambar 13. Pendopo

2. Peran kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan

Pengembangan usaha membutuhkan kemampuan untuk kreativitas dan inovasi untuk menghadapi tantangan dalam usaha. Khususnya untuk menemukan produk dan layanan yang berkualitas. Peran kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk dan jasa memegang peranan yang sangat penting. Karena persaingan yang ketat saat ini mendorong pelaku usaha untuk memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi. Banyak pelaku usaha sukses disebabkan oleh kreativitas dan inovasi dalam menciptakan produk yang beragam. Selain itu, kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk akan menambah nilai guna dari barang dan jasa yang ditawarkan.

Tanpa adanya kreativitas dan inovasi Rumah Makan Pelangi Pedesaan tidak akan bertahan lama. Hal ini disebabkan karena kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen berubah-ubah. Konsumen tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Konsumen akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhannya. Untuk itulah diperlukan kreativitas dan inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri. Berikut beberapa tujuan kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan yaitu :

a. Meningkatkan kualitas

Secara umum, tujuan inovasi di berbagai bidang adalah untuk meningkatkan kualitas dan juga nilai sesuatu hal yang sudah ada, baik itu produk atau layanannya. Dengan adanya inovasi terbaru, diharapkan produk-produk tersebut memiliki keunggulan dan manfaat yang lebih bernilai dari produk sebelumnya.

b. Mengurangi biaya

Inovasi juga bertujuan untuk membantu mengurangi biaya khususnya biaya tenaga kerja. Sebagai contoh, Rumah Makan Pelangi

Pedesaan menggunakan mesin atau peralatan seperti *mixer, blender, microwafe, freezer, chiller* dan lainnya.

c. Memperluas pasar baru

Dengan adanya inovasi yang lebih bernilai tinggi sebagai hasil dari inovasi, maka Rumah Makan Pelangi Pedesaan akan menciptakan pasar baru di masyarakat.

d. Memperluas jangkauan produk

Salah satunya dengan memanfaatkan sosial media dalam promosi penjualannya. Rumah Makan Pelangi Pedesaan memperluas jangkauan produk mereka dengan memanfaatkan internet yang dapat diakses lebih banyak calon konsumen potensial.

Dalam memproduksi menu-menu yang dihasilkan dari ide kreativitas oleh pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan maka terdapat beberapa tahap yang dilakukan dalam pengembangan sampai dapat dipasarkan. Berikut tahapan yang dilakukan Rumah Makan Pelangi Pedesaan :

1. Pemunculan gagasan

Pada tahap ini terdapat beberapa pihak yang terlibat yaitu pemilik, pegawai, dan konsumen. Semua pihak akan dikumpulkan pada sebuah *meeting* untuk membahas menu-menu baru yang akan disajikan untuk pengunjung. Konsumen yang mengikuti meeting adalah perwakilan pengunjung yang memiliki loyalitas tinggi yang dipilih oleh pihak Rumah Makan Pelangi Pedesaan. Semua pihak diminta untuk memberikan pendapatnya mengenai inovasi menu/pelayanan.

2. Penyaringan gagasan

Setelah dilakukan pemunculan gagasan maka berlanjut ke tahap penyaringan gagasan. Tahap ini dilakukan untuk melanjutkan bagaimana gagasan tersebut akan dilaksanakan atau tidak. Hal ini dilakukan untuk mengetahui menu/pelayanan yang pantas disajikan untuk pengunjung.

3. Pengembangan dan penyiapan konsep

Setelah semua pihak setuju dengan gagasan/ide yang dipilih proses selanjutnya adalah mengembangkan dan mempersiapkan konsep. Pengembangan ini berupa menambah menu-menu baru dan fasilitas yang menarik pengunjung. Pengembangan dan persiapan konsep ini dilakukan agar penerapan dari kreativitas tersebut tidak gagal.

3. Peran diversifikasi produk terhadap pengembangan bisnis kuliner pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan

a) Diversifikasi produk Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas

Dalam penelitian ini penulis tekankan bahwa diversifikasi produk yang di maksud adalah penganekaragaman menu kuliner yang ditawarkan ataaau dapat disebut dengan strategi diversifikasi produk oleh Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas. Di mana pada awal usaha menu yang diandalkan hanya menu Patin bakar bambu dan jenis olahan ayam seperti ayam bakar dan ayam goreng. Pada awal pembukaan Rumah Makan Pelangi Pedesaan juga menyediakan tempat pemancingan untuk pelanggan memancing sendiri ikan yang akan diolah. Namun, tempat pemancingan ini hanya berjalan selama 3 bulan karena ikan banyak yang mati sehingga menyebabkan penurunan penjualan. Kemudian pemilik menambah menu-menu yang ditawarkan kepada konsumen. Sekarang ini sudah memiliki 129 menu yang ditawarkan belum ditambah dengan menu-menu yang spesial yaitu makanan khas Nusantara. Berikut beberapa menu-menu yang disajikan :

1. Olahan Gurameh

MENU	HARGA
Gurameh terbang bakar	Rp 70.000
Gurameh Bakar	Rp 72.000
Gurameh Cabe ijo	Rp 74.000
Gurameh Rica-rica	Rp 76.000

Gurameh Pismol	Rp 78.000
Gurameh Pecak bakar	Rp 80.000

Tabel 3. Olahan Gurameh

2. Olahan Patin

MENU	HARGA
Patin Bakar Bambu	Rp 32.000
Patin Bumbu bali	Rp 34.000
Patin Kuah Asam	Rp 36.000
Patin Sambal Pete	Rp 40.000

Tabel 4. Olahan Patin

3. Olahan Nila

MENU	HARGA
Nila Goreng	Rp 14.000
Nila Bakar	Rp 16.000
Nila Sambal Pete	Rp 18.000
Nila Pismol	Rp 20.000

Tabel 5. Olahan Nila

4. Olahan Bawal

MENU	HARGA
Bawal Goreng	Rp 18.000
Bawal Bakar	Rp 20.000
Bawal Asam Pedas	Rp 22.000
Bawal Pecak Bakar	Rp 24.000

Tabel 6. Olahan Bawal

5. Aneka olahan belut

MENU	HARGA
Belut Masak Pete Kecap	Rp 28.000
Belut Masak Pedas	Rp 26.000
Belut Masak Cabe Ijo	Rp 24.000
Belut Goreng Lengkuas	Rp 22.000

Tabel 7. Olahan Belut

6. Olahan Lele

MENU	HARGA
Lele Goreng	Rp 14.000
Lele Bakar	Rp 16.000
Pecel lele	Rp 18.000
Pecak lele	Rp 20.000
Pismol lele	Rp 22.000

Tabel 8. Olahan Lele

7. Olahan udang

MENU	HARGA
Udang masak sambel pete	Rp 21.000
Udang pete kecap	Rp 22.000
Udang sambel ijo	Rp 23.000
Udang masak pedas	Rp 24.000
Udang masak kuah Lodho	Rp 25.000

Tabel 9. Olahan udang

8. Olahan ayam potong

MENU	HARGA
Ayam potong goreng	Rp 13.000
Ayam potong Bakar	Rp 15.000
Ayam penyet potong	Rp 17.000
Ayam bumbu urap bakar	Rp 18.000
Ayam bumbu rica-rica potong	Rp 19.000
Ayam betutu potong	Rp 22.000

Tabel 10. Olahan ayam potong

9. Olahan Masakan Rumahan Oseng-Oseng

MENU	HARGA
Oseng kangkung	Rp 17.000
Oseng kangkung tanco	Rp 19.000
Oseng kangkung ayam	Rp 21.000
Oseng genjer	Rp 20.000
Oseng pakis	Rp 20.000
Oseng tahu cabe ijo	Rp 20.000
Oseng tempe cabe ijo	Rp 20.000
Oseng toge tahu	Rp 20.000
Oseng sawi putih	Rp 20.000
Oseng kulit mlinjo	Rp 20.000
Lodeh jantung pisang	Rp 20.000

Tabel 11. Olahan masakan rumahan

10. Aneka minuman dingin

MENU	HARGA
Air es	Rp 2.000
Es susu putih	Rp 10.000
Es susu coklat	Rp 10.000
Es susu soda	Rp 18.000
Es soda gembira	Rp 18.000
Es teh tawar	Rp 4.000
Es teh manis	Rp 6.000
Es jeruk	Rp 10.000

Es jeruk nipis	Rp 11.000
Es coffe mix	Rp11.000
Es cappucino	Rp 16.000
Es lemon tea	Rp 11.000
Es kelapa muda	Rp 15.000
Es durian kombinasi	Rp 22.500
Es durian original	Rp 25.000
Es buah	Rp 22.500

Tabel 12. Aneka minuman dingin

11. Aneka minuman hangat

MENU	HARGA
Teh tawar hangat	Rp 3.000
Tes manis hangat	Rp 4.000
Jeruk hangat	Rp 9.000
Jeruk nipis hangat	Rp 10.000
Kopi hitam	Rp 8.000
Kopi susu	Rp 10.000
Coffe mix	Rp 10.000
Moccacino	Rp 11.000
Cappucino	Rp 15.000
Bandrek	Rp 12.000
Bajigur	Rp 12.000
Lemon tea	Rp 10.000
Teh poci gula batu	Rp 20.000
Susu putih hangat	Rp 8.000
Susu coklat hangat	Rp 8.000
STMJ	Rp 10.000
Wedang Jahe	Rp 10.000

Tabel 13. Olahan minuman hangat

Adapun alasan pemilik melakukan diversifikasi produk adalah untuk membuat produk tahan lama, mengarah kepada produk siap konsumsi, memenuhi selera dan kebutuhan konsumen serta memperluas pasar, memberi nilai tambah dan meningkatkan pendapatan Rumah Makan Pelangi Pedesaan. Diversifikasi produk yang dilakukan untuk mengusahakan atau memasarkan beberapa yang sejenis dengan produk yang sudah dipasarkan sebelumnya. Selain itu, juga untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sudah percaya dengan sebuah produk yang ditawarkan serta untuk membandingkan hasil dari produk tersebut agar

dapat lebih memperbaiki produk-produk sebelumnya agar hasil produk tersebut lebih baik lagi.

Namun, strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh Rumah Makan Pelangi Pedesaan memiliki kelebihan dan kekurangan. Berikut ada beberapa kelebihan dan kelemahan dari strategi diversifikasi produk yaitu :

- a. Diversifikasi produk dapat meletakkan Rumah Makan Pelangi Pedesaan pada jalan yang cepat untuk pertumbuhan akan tetapi jika strategi ini gagal juga dapat menyapakan dana atau investasi perusahaan.
- b. Dengan memperluas rentang produk Rumah Makan Pelangi Pedesaan dan bahkan perputaran produk meningkat, maka biaya-biaya juga meningkat dan hal ini dapat pula berakibat menurunkan profit perusahaan.
- c. Dengan memperluas ke pasar yang baru, maka bahaya yang muncul pada target pelanggan yang baru belum tentu Rumah Makan Pelangi Pedesaan ketahui untuk itu diperlukan suatu riset sebelum melakukan diversifikasi.

Dari kelebihan dan kelemahan tersebut maka Rumah Makan Pelangi Pedesaan harus melakukan riset agar dapat mengetahui keinginan pengunjung terlebih dahulu. Riset yang dilakukan yaitu dengan menanyakan kepuasan konsumen terhadap menu dan fasilitas yang disediakan. Hal ini untuk mengurangi resiko yang tidak diinginkan. Demikian pula, harus diyakini bahwa produk baru tersebut memang sesuai dengan minat konsumen di mana Rumah Makan Pelangi Pedesaan dapat memproduksinya dengan kualitas yang sama baik dengan produk-produk sebelumnya.

Kemudian adanya diversifikasi yang dilakukan oleh Rumah Makan Pelangi Pedesaan memiliki tujuan yang sama dengan pernyataan Buchari (1992:57) pada (Rahayuningsih, 2015), yaitu sebagai berikut :

a. Memenuhi kebutuhan konsumen yang belum puas

Kebutuhan dari konsumen saat ini sangat beragam. Setiap individu memiliki keinginan yang berbeda. Itulah yang menjadi alasan pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan untuk melakukan diversifikasi produk yang ditawarkan.

b. Menambah volume penjualan

Dengan adanya diversifikasi produk yang dilakukan volume penjualan Rumah Makan Pelangi Pedesaan meningkat. Hal ini karena produk yang ditawarkan beragam.

c. Memenangkan persaingan

Saat ini banyak pelaku usaha gencar bersaing menawarkan makanan khas luar negeri seperti *Korean Food* dan *Japaness Food*, namun Rumah Makan Pelangi Pedesaan berinovasi untuk menawarkan masakan khas Nusantara sehingga konsumen yang menginginkan makanan *Indonesian Food* akan mengunjungi Rumah Makan Pelangi Pedesaan.

d. Mendayagunakan faktor-faktor produksi

Faktor-faktor produksi terdiri dari tenaga kerja, modal, sumber daya alam dan kewirausahaan. Dengan diversifikasi produk pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan ingin mengoptimalkan seluruh faktor-faktor produksi tersebut untuk mengembangkan bisnis kulinernya.

e. Mencegah kebosanan konsumen

Konsumen memiliki rasa bosan jika produk yang ditawarkan hanya sejenis. Konsumen akan mencari produk lain yang berbeda dari sebelumnya. Dengan diversifikasi produk maka produk yang ditawarkan oleh Rumah Makan Pelangi Pedesaan beragam dan dapat mengurangi tingkat kebosanan pada konsumen. Jadi secara umum, dapat disimpulkan tujuan dari diversifikasi produk adalah untuk internal Rumah Makan Pelangi Pedesaan yaitu mendayagunakan sumber-sumber produk, menambah volume penjualan, menjaga

stabilitas dan meningkatkan kredibilitas perusahaan serta memenangkan persaingan. Dan untuk tujuan eksternal Rumah Makan Pelangi Pedesaan yaitu untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini karena keinginan konsumen sangat beraneka ragam, permintaan konsumen bisa berbeda karena faktor mutu, selera, ukuran, warna dan lain-lain.

b) Peran diversifikasi Diversifikasi produk Dalam Pengembangan Bisnis Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas

Dari strategi diversifikasi produk yang dilakukan oleh Rumah Makan Pelangi Pedesaan maka volume penjualan semakin hari semakin menunjukkan peningkatan. Berikut data penjualan Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas pada tahun 2016-2017 :

1. Tabel data keuntungan Rumah Makan Pelangi Pedesaan Sokaraja Banyumas periode tahun 2016

No.	Bulan	Jumlah Keuntungan
1.	Mei (<i>grand opening</i>)	32.835.900
2.	Juni	65.229.500,00
3.	Juli	117.377.600,00
4.	Agustus	76.686.000,00
5.	September	71.963.000,00
6.	Oktober	97.838.800,00
7.	November	109.614.000,00
8.	Desember	149.862.500,00

Tabel 14. Data Keuntungan 2016

2. Tabel data keuntungan Rumah Makan Pelangi Pedesaan, Sokaraja, Banyumas periode tahun 2017

No.	Bulan	Jumlah Keuntungan
1.	Januari	142.828.000,00
2.	Febuari	85.468.500,00
3.	Maret	93.662.700,00
4.	April	92.629.750,00
5.	Mei	115.850.500,00
6.	Juni	159.589.875,00
7.	Juli	148.771.500,00

8.	Agustus	124.550.00,00
9.	September	114.246.500,00
10.	Oktober	123.045.975,00
11.	November	117.258.375,00
12.	Desember	196.689.400,00

Tabel 15. Data Keuntungan 2017

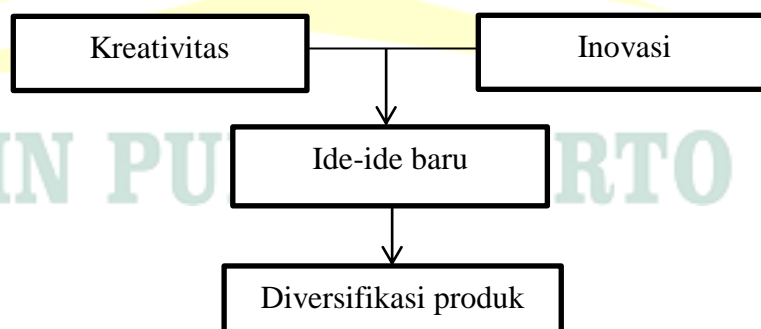
Dari data keuntungan yang diperoleh dari Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjarnyar, Sokaraja, Banyumas menunjukkan bahwa adanya diversifikasi produk akan meningkatkan jumlah keuntungan. Hal ini karena pengunjung dapat memilih menu yang mereka butuhkan dan inginkan. Dengan keuntungan yang terus meningkat maka Rumah Makan Pelangi Pedesaan akan berkembang ke arah yang lebih baik. Di lain sisi, data tersebut menunjukkan adanya perubahan keuntungan karena pada saat awal pembukaan Rumah Makan Pelangi Pedesaan hanya memiliki beberapa menu saja dan keuntungan menurun karena ikan yang disediakan untuk pemancingan satu persatu mati. Kemudian pada akhir Oktober melakukan diversifikasi produk dengan menambah menu dan fasilitas serta pelayanan sehingga pada bulan November Rumah Makan Pelangi Pedesaan mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Dari keuntungan yang terus meningkat dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk yang dilakukan berhasil. Dengan keuntungan tersebut saat ini ada perluasan lahan untuk Pelangi D'Floris dan penamabahan tanaman hias untuk diperjual belikan kemudian keuntungan tersebut juga dapat dikelola untuk membuat menu-menu baru yang berbeda dari yang lainnya dan dapat memperbaiki atau menambah fasilitas untuk menarik pengunjung Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjarnyar Sokaraja Banyumas. Selain itu, pengembangan bisnis ini yang diharapkan oleh pemilik adalah membuka cabang baru di berbagai kota di Jawa Tengah. Dari dari strategi diversifikasi produk dalam

pengembangan bisnis kuliner pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan sudah sesuai dengan QS Ar Rad ayat 11. Dalam potongan ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah tidak akan merubah nasib seseorang kecuali dengan usaha/jerih payahnya sendiri.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas

Dalam menjalankan usaha perlu adanya sebuah strategi untuk menemukan peluang-peluang bisnis. Salah satu yang dilakukan oleh Rumah Makan Pelangi Pedesaan yaitu dengan strategi diversifikasi produk. Strategi diversifikasi produk sendiri adalah strategi perusahaan untuk menarik konsumen dengan penganekaragaman produk yang ditawarkan. Adanya strategi diversifikasi produk ini maka Rumah Makan Pelangi Pedesaan tidak hanya bergantung dengan satu produk yang ditawarkan. Namun, dalam penerapan strategi diversifikasi produk diperlukan adanya kreativitas dan inovasi pelaku usaha untuk menciptakan produk/jasa yang berbeda.



Gambar 14. Kerangka berpikir

Dari kerangka berpikir di atas menurut pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan ide-ide baru yang dihasilkan dalam diversifikasi produk dipengaruhi oleh kreativitas dan inovasi. Dengan ide-ide baru yang muncul maka akan tercipta produk yang beragam yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Apalagi dengan persaingan sekarang ini yang semakin ketat, menuntut Rumah Makan Pelangi Pedesaan untuk mengoptimalkan seluruh

sumber daya yang dimiliki dalam menghasilkan produk berkualitas tinggi agar tetap bertahan dalam persaingan. (Riansyah & Syah'roni, 2016) Kreativitas dan inovasi erat hubungannya, sehingga membuat menjadi salah satu faktor yang penting dalam keberlangsungan Rumah Makan Pelangi Pedesaan

Kreativitas sendiri adalah proses yang menghasilkan sesuatu yang baru, baik dalam bentuk suatu gagasan atau suatu objek dalam suatu bentuk atau susunan yang baru (Hurlock dalam, Basuki, 2010). Kreativitas bukan saja merupakan sumber penting guna menciptakan sebuah keunggulan kompetitif, tetapi juga merupakan sumber keharusan untuk ketahanan usaha. Kreativitas tidak dapat terjadi begitu saja di dalam sebuah bisnis. Berikut sumber-sumber kreativitas yang muncul pada pemilik rumah Makan Pelangi Pedesaan sesuai dengan yang dikemukakan oleh (Sulaiman dan Wisman,1998) yaitu :

a. Imajinasi dan ide

Dalam menjalankan bisnis harus bisa berimajinasi untuk menemukan gagasan baru. Gagasan yang ditemukan dapat diterapkan pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan dengan proses *sharing* dengan Manajer dan karyawan.

b. Sifat proses kreatif

Sifat kreativitas pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan didapat melalui berbagai proses. Dengan bisnis yang sebelumnya dijalankan maka sifat kreativitasnya terus meningkat seiring berjalannya waktu.

c. Latar belakang atau akumulasi pengetahuan

Dari berbagai pengalaman yang sudah dijalani dan ditambah dengan mengikuti perkuliahan di bidang ekonomi menambah pengetahuan pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan dalam menemukan ide-ide baru yang dapat menguntungkan.

d. Proses inkubasi

Alam bawah sadar yang kreatif memungkinkan mereka untuk dapat merinci dengan seksama informasi yang mereka dapatkan selama tahap persiapan. Proses inkubasi ini sering terjadi pada saat mereka terlibat dalam aktivitas yang tidak sepenuhnya berhubungan dengan subjek atau pokok permasalahan, menjauhkan diri dari satu permasalahan dan membiarkan pikiran bawah sadar menyelesaikannya, memberikan kesempatan kepada kreativitas untuk berkembang.

e. Pengalaman ide

Pemilik memiliki hobi yang sangat luar biasa yaitu bekerja. Dengan bekerja pemilik dapat mencoba hal-hal baru yang didapat dari imajinasinya.

f. Latihan kreatif

Pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan melatih kreativitasnya dengan selalu bersyukur pada pagi hari. Dengan berpikir positif tidak akan menghambat proses pemunculan ide baru.

g. Lingkungan kreatif

Dari lingkungan seperti kerabat pemilik yang kebanyakan seorang pebisnis memicu pemilik untuk dapat mengembangkan kreativitasnya.

h. Teknik meningkatkan kekreativitasan

Sebagai pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan, beliau tidak malu bertanya kepada orang yang lebih ahli untuk mengasah tingkat kreativitasnya agar terus menemukan ide baru.

i. Berfikir kreatif

Pemilik Rumah Makan Pelangi yang kreatif karena otak sebelah kiri bekerja dengan baik. Karena fungsi otak kiri adalah untuk berimajinasi sehingga mendorong manusia untuk berkreasi.

Pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan harus menciptakan sebuah lingkungan di mana kreativitas dapat berkembang, baik untuk

perkembangan Rumah Makan Pelangi Pedesaan maupun pihak lain. Ada beberapa faktor-faktor yang mendorong terwujudnya kreativitas pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan yang selaras dengan pernyataan Rogwers (Utami, 2009) diantaranya adalah :

b. Dorongan dari dalam diri sendiri

Dalam diri pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan ada kecenderungan/dorongan untuk terus berkreasi untuk membuat menu-menu baru dan fasilitas yang dapat menarik pengunjung. Dorongan tersebut merupakan motivasi primer untuk berkreasi ketika pemilik membentuk hubungan-hubungan baru dengan lingkungan sekitar dalam upaya menjadi dirinya sepenuhnya. Dengan begitu, pemilik dapat menggali kemampuannya dengan terus berkreasi membuat hal-hal baru untuk perusahaannya.

Dalam mewujudkan kreativitas yang muncul pada pemilik, maka diperlukan adanya inovasi. Inovasi menurut UU No. 18 Tahun 2001 adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/ atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerepan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Inovasi tidak hanya mendorong pertumbuhan keuntungan perusahaan tetapi juga meningkatkan berbagai kemampuan seperti kemampuan untuk memasuki pasar dan menarik pelanggan.

Adanya inovasi maka dapat membantu pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan untuk menemukan cara-cara baru yang sebelumnya belum dilakukan oleh perusahaan. (Dewanto & Indradewa, 2015) Dengan menemukan cara-cara baru dalam melakukan sesuatu, karyawan juga menjadi lebih bersemangat dan produktif, sehingga akan ada perbaikan pada kinerja keuangan.

Ide kreativitas yang ada dalam pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan berdasarkan pengalaman yang dimiliki pemilik karena

sebelum membuka usaha Rumah Makan Pelangi Pedesaan ini sudah memiliki usaha lain yaitu Barata Fiber. Selain itu, pemilik juga mengampu pendidikan di bidang ekonomi. Hal ini, dapat membantu pemilik untuk mengembangkan inovasi-inovasi yang akan diterapkan pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan. Dengan begitu Rumah Makan Pelangi Pedesaan akan memiliki cara baru untuk memadukan ide-ide dari berbagai bidang yang berbeda untuk meningkatkan produk atau jasa yang ada (Suryadi, 2007:42)

Dengan adanya ide-ide baru yang diciptakan karena faktor kreativitas dan inovasi yang sudah dimiliki oleh pemilik maka Rumah Makan Pelangi Pedesaan akan mempunyai banyak peluang untuk menguasai pasar dengan keberagaman produk yang ditawarkan sehingga akan memberikan keuntungan dan Rumah Makan Pelangi Pedesaan akan tetap bertahan di tengah persaingan yang ketat.

c. Dorongan dari lingkungan

Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap kreativitas yang muncul dalam diri pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan. Pemilik dapat berinteraksi dengan lingkungan dan dapat menemukan hal-hal baru yang diinginkan oleh konsumen. Keinginan dari konsumen membuat pemilik untuk berpikir kreatif agar keinginan tersebut dapat dipenuhi oleh Rumah Makan Pelangi Pedesaan. Kreativitas akan sangat membantu Rumah Makan Pelangi Pedesaan dalam merespon setiap perubahan yang mungkin saja terjadi di dunia bisnis yang penuh persaingan ini. Jika Rumah Makan Pelangi Pedesaan tidak membuat hal baru yang menarik konsumen maka Rumah Makan Pelangi Pedesaan akan mengalami penurunan penjualan dan keuntungan karena perusahaan lain akan terus membuat hal baru. Pentingnya kreativitas produk yang dikembangkan akan meningkatkan kemampuan dari Rumah Makan Pelangi Pedesaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Hasil produk yang berkualitas tersebut, maka Rumah Makan Pelangi Pedesaan dapat meningkatkan kemampuan

pengembangan produk yang telah dilakukan, sehingga produk yang dihasilkan selalu dapat dikembangkan atau dilakukan inovasi berkelanjutan. Inovasi ini memang mengandung risiko tetapi akan sangat menguntungkan dikemudian hari karena inovasi sangat penting dalam pemasaran. Karena pasar saat ini selalu berubah setiap waktunya. Dengan berinovasi ini Rumah Makan Pelangi Pedesaan akan berhasil merespon lingkungannya dan mengembangkan kemampuan di mana hal ini dapat menghasilkan keunggulan kompetitif dan akan berdampak pada kinerja Rumah Makan Pelangi Pedesaan secara keseluruhan.

Selain itu, faktor kebutuhan konsumen yang seiring berjalannya waktu akan terus bertambah dan berubah, mengharuskan pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan untuk terus kreatif dan berinovasi membuat sesuatu yang berbeda namun tetap sesuai dengan kebutuhan dari konsumennya. Kebutuhan konsumen setiap individu berbeda-beda. Hal ini sesuai dengan selera, pendapatan, dan usia. Dengan begitu Rumah Makan Pelangi Pedesaan harus bisa memenuhi semua pasar.



IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran diversifikasi produk pada pengembangan bisnis pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan, Desa Banjaranyar, Sokaraja, Banyumas. Dari rumusan masalah yang diujikan, analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kreativitas yang dimiliki oleh pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan dihasilkan dari pengalaman yang dialami dalam menjalankan bisnis sebelumnya, lingkungan seperti keinginan konsumen, kerabat bisnisnya dan dalam proses belajar di bidang ekonomi.

Kemudian untuk menerapkan kreativitas tersebut dibutuhkan adanya inovasi. Berikut inovasi pemilik dalam menerapkan kreativitasnya pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan yaitu:

- a. Inovasi Rumah Makan Pelangi Pedesaan terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen

Selain menu-menu yang ditawarkan di atas, Rumah Makan Pelangi Pedesaan juga menawarkan menu masakan khas Nusantara sebagai menu spesialnya.

- b. Inovasi Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas terhadap pelayanan/fasilitas yang disediakan : Pelangi D'Florist, karaoke mini, pemberian *Wellcome drink* kepada setiap pengunjung, spot foto Umah Miring, penerapan Prinsip 5S (Senyum, Salam , Sapa, Sopan, dan Santun)

- c. Inovasi pemasaran

Dalam upaya menambah pengunjung maka Rumah Makan Pelangi Pedesaan menggunakan cara media sosial seperti *Facebook, Instagram dan WhatsApp* serta masih menggunakan *door to door*.

d. Inovasi Pemilihan Tempat

Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas ini terletak pada lokasi yang cukup jauh dari kota Purwokerto.

Peran kreativitas dan inovasi sendiri sangat penting pada strategi diversifikasi produk. Di mana keduanya dapat menghasilkan ide dan penerapan yang baru dan berbeda dalam mengembangkan produk yang akan ditawarkan oleh Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas.

2. Pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas melakukan pengembangan bisnis dengan diversifikasi produk. Dengan adanya strategi diversifikasi produk yang dilakukan, saat ini Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas memiliki 129 menu ditambah menu masakan khas Nusantara yang ditawarkan kepada pengunjung. Peran dari diversifikasi produk yang dilakukan oleh Rumah Makan Pelangi Pedesaan menunjukkan adanya peningkatan pada keuntungan. Dari keuntungan Bulan Oktober 2016 sebelum melakukan diversifikasi produk sebesar Rp 97.838.800,00 menjadi Rp 109.614.000,00 pada Bulan November 2016 dan terus menunjukkan peningkatan sampai saat ini. Dengan keuntungan tersebut dapat dikelola untuk membuat menu-menu baru yang berbeda dari yang lainnya dan dapat memperbaiki atau menambah fasilitas untuk menarik pengunjung Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas.
3. Fator-faktor yang mempengaruhi adanya kreativitas dalam diversifikasi produk pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan yaitu dalam menjalankan bisnis kuliner Rumah Makan Pelangi Pedesaan diperlukan adanya kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk yang ditawarkan. Kreativitas dan inovasi ini keduanya erat hubungannya. Di mana kreativitas dari pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan yang muncul

karena adanya dorongan dalam diri sendiri dan adanya dorongan dari lingkungan.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Subjek utama dari penelitian ini adalah Hj. Endah Yudianti yang bertempat tinggal di Cikarang Jawa Barat, sehingga dalam pengumpulan data mengenai kreativitas dan inovasi yang dimilikinya sedikit dan laporan keuangan sedikit terhambat karena harus melakukan wawancara melalui *WhatsApp* dan *Facebook*. Namun, untuk narasumber lain seperti manager pemasaran, manager operasional dan manager keuangan tidak ada kendalanya.

C. Saran

1. Bagi Pemilik Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka sebagai bagian akhir dari tulisan ini, penulis memberikan saran sebagai berikut :

- a. Kreativitas dan inovasi yang dilakukan oleh pemilik sangat baik. Namun, sebaiknya tetap terus belajar mencoba segala sesuatu yang baru dan melakukan inovasi/cara yang unik untuk penerapan ide barunya seperti cara pembuatannya yang berbeda, yang bisa menjadikan ciri khas pada Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjaranyar Sokaraja Banyumas.
- b. Dalam diversifikasi produk yang dilakukan sebaiknya tidak melupakan menu-menu sebelumnya, karena biasanya penambahan produk baru akan menggeser produk lama. Sebaiknya pada menu-menu lama diinovasi kembali untuk menarik pengunjung.
- c. Dalam pemilihan tempat Rumah Makan Pelangi Pedesaan yang jauh dari perkotaan dan keramaian, sebaiknya proses pemasarannya harus dilakukan lebih giat lagi agar masyarakat luas dapat berkunjung dan menikmati menu serta fasilitas yang disediakan.

2. Saran Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan jenis penelitian kuantitatif dalam meneliti pengaruh kreativitas dan inovasi dalam diversifikasi produk serta pengaruh diversifikasi produk dalam pengembangan usaha kuliner, sehingga hasil penelitian dapat lebih akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. (2005). *Metodologi Penelitian dan Hukum*. Jakarta: Granit .
- Anggo. (2020, Januari 21). Pengaruh varian menu yang disajikan oleh Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Banjarnayar, Sokaraja, Banyumas. (L. S. Bastari, Pewawancara)
- Aziz, A. F., Prasetyo, M. D., Faadil, M. I., & Ramdani, R. (2019, September 23). Ide, Kreativitas, Inovasi Dan Manajemen Kewirausahaan. *Academia Daily Digest*, hal. 9-10.
- Bulan, T. P. (2017). Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 679-680.
- Curatman, A., Rahmadi, Maulany, S., & Ikhsani, M. M. (2016). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika*, 64.
- Dewanto, W., & Indradewa, R. (2015). *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- Dharmawan, D., & Berliantho, M. P. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas dan Inovasi Produk Terhadap Pembelian Smartphone. *Manajemen, Akuntansi dan Perbankan*, 141.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10-11.
- Hermawan, L. (2015). Dilema Diversifikasi Produk : Meningkatkan Pendapatan atau Menimbulkan Kanibalisme Produk ? *Jurnal Studi Manajemen*, 143.
- Hermawan, L. (2015). Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olahan Tahu Khas Kota Kediri. *Jurnal Jibeka*, 26.
- Hermawan, L. (2015). Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olahan Tahu Khas Kota Kediri. *Jibeka*, 26.
- Indah, N. H., Suharyono, & Sunarti. (2017). Pelaksanaan Diversifikasi Produk Dalam Rangka Meningkatkan Volume Ekspor. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61.

- Indiani, F. (2006). Studi mengenai Orientasi Inovasi, Pengembangan Produk dan Efektifitas Promosi Sebagai Sebuah Strategi Untuk Meningkatkan Kinerja Produk . *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, 87.
- Karseno. (2019, November 15). Peran Kreativitas dan Inovasi di Rumah Makan Pelangi Pedesaan Desa Bnjaranyar, Sokaraja, Banyumas. (L. S. Bastari, Pewawancara)
- Kurniasih, E. (2016). *Kreatif Mencipta Produk*. Jakarta: Pro Gressio.
- Maulana, I. (2014). *Learning Intelligence for Innovative Business*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nijman, R. (1997). *Strategi Pemasaran Modern*. Jakarta: Erlangga.
- Paul, G. W., & Guiltan, J. P. (1994). *Manajemen Pemasaran Strategi dan Program*. Jakarta: Erlangga.
- Porwani, S. (2016). Kreativitas dan Inovasi Wirausaha terhadap Kualitas Produk Big Art Project Palembang. *Jurnal Adminika*, 41.
- Rahadi, D. R., & Susilowati, E. (2017). Kreativitas Kewirausahaan Sosial dan Menggali Ide Usaha Baru Melalui Pengolahan Kripik Tempe. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 20-21.
- Rahayuningsih. (2015). Strategi Diversifikasi Produk. *ANALISA*, 445.
- Riansyah, R., & Syah'roni, D. W. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas dan Inovasi Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Karyawan pada Konsultan Perencanaan dan Pengawasan Arsitektur Di Kota Serang Banten, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 5-8.
- Ruslim, F. A., & Indriyani, R. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis PT.ABC. *AGORA*, 440.
- Sarijani, Endang. (2015). Peran Kreativitas dan Inovasi dalam Diversifikasi Produk Kuliner Pada Kedai Steak and Chicken Di Kabupaten Magelang Tahun 2014. Tesis. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tarida, Y. (2012). Strategi Diferensiasi Produk, Diversifikasi Produk, Harga Jual dan Kaitannya terhadap Penjualan pada Industri Kerajinan Rotan di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 130-131.

Tarida, Y. (2012). Strategi Diferensiasi Produk, Diversifikasi Produk, Harga Jual dan Kaitannya Terhadap Penjualan Pada Industri Kerajinan Rotan Di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 125.

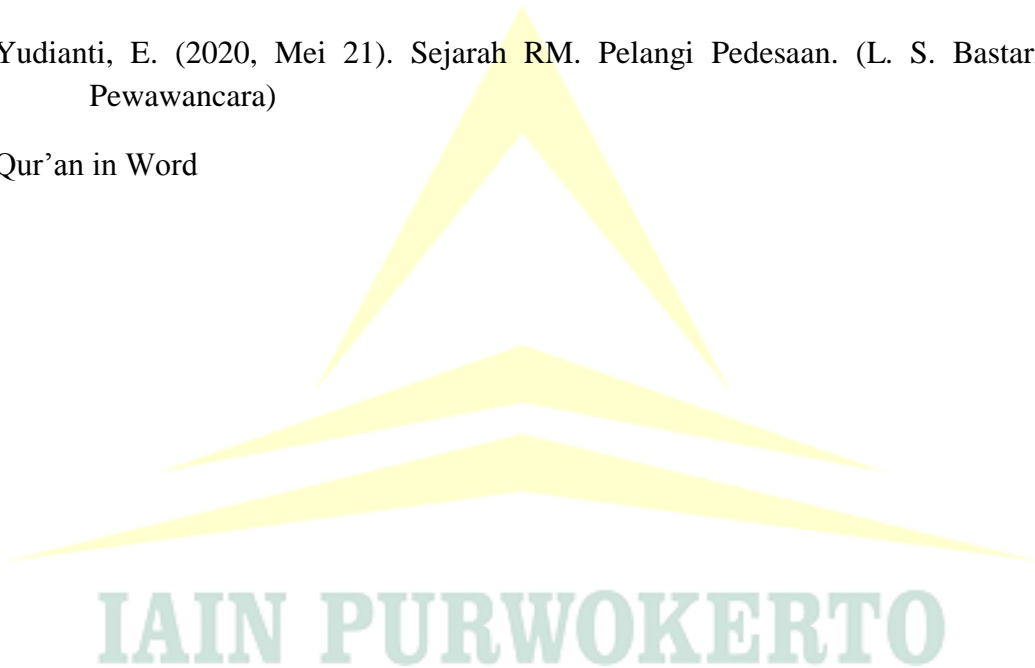
Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.

Utami, M. (2009). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat* . Jakarta: Rineka Cipta.

Yani. (2019, Desember 11). Diversifikasi Produk . (L. S. Bastari, Pewawancara)

Yudianti, E. (2020, Mei 21). Sejarah RM. Pelangi Pedesaan. (L. S. Bastari, Pewawancara)

Qur'an in Word





LAMPIRAN-LAMPIRAN

IAIN PURWOKERTO

DOKUMENTASI



Daftar Menu

ANEKA GURAMEH	
Gurameh Geterbang	Rp. 75.000
Gurameh Bakar	Rp. 72.000
Gurameh Cabe Ijo	Rp. 74.000
Gurameh Rica-rica	Rp. 75.000
Gurameh Pisanol	Rp. 78.000
Gurameh Pecak Bakar	Rp. 80.000
ANEKA OLAHAN PATIN	
Patin Bakar Bumbu	Rp. 32.000
Patin Bumbu Bali	Rp. 34.000
Patin Kuah Asam	Rp. 36.000
Patin Sambal Pete	Rp. 40.000
ANEKA OLAHAN NILA	
Nila Goreng	Rp. 14.000
Nila Bakar	Rp. 16.000
Nila Sambal Pete	Rp. 18.000
Nila Pesmol	Rp. 20.000
ANEKA OLAHAN BAWAL	
Bawal Goreng	Rp. 18.000
Bawal Bakar	Rp. 20.000
Bawal Asam Pedas	Rp. 22.000
Bawal Pecak Bakar	Rp. 24.000

Gambar . Daftar Menu



ANEKA OLAHAN BELUT	
Belut Masak Pate Kecap	Rp. 28.000
Belut Masak Pedas	Rp. 28.000
Belut Masak Cabe Ijo	Rp. 28.000
Belut G/Lempayak	Rp. 23.000
ANEKA OLAHAN LELE	
Lele Goreng	Rp. 14.000
Lele Bakar	Rp. 16.000
Pecak Lele	Rp. 18.000
Pecak Lele	Rp. 20.000
Pesmol Lele	Rp. 22.000
ANEKA OLAHAN UDANG	
Udang Masak Sambal Pete	Rp. 21.000
Udang Pete Kecap	Rp. 22.000
Udang Sambal Ijo	Rp. 23.000
Udang Masak Pedas	Rp. 24.000
Udang Masak Kuah Lodho	Rp. 25.000
ANEKA OLAHAN AYAM POTONG	
Ayam Potong Goreng	Rp. 13.000
Ayam Potong Bakar	Rp. 15.000
Ayam Penyet Potong	Rp. 17.000
Ayam Bumbu Urug Bakar	Rp. 18.000
Ayam Rica-rica Potong	Rp. 19.000
Ayam Betutu Potong	Rp. 22.000

Gambar .Daftar Menu



ANEKA OLAHAN AYAM KAMPUNG	
Ayam Kampung Goreng	Rp. 19.000
Ayam Kampung Bakar	Rp. 21.000
Ayam Kampung Penyet	Rp. 23.000
Ayam Kampung Rica-rica	Rp. 25.000
Ayam Kampung Bumbu Urug Bakar	Rp. 27.000
Ayam Kampung Betutu Bakar	Rp. 29.000
ANEKA OSENG OSENG	
Oseng Kangkung	Rp. 19.000
Oseng Kangkung Tauco	Rp. 19.000
Oseng Kangkung Ayam	Rp. 21.000
Oseng Gajur	Rp. 20.000
Oseng Pakis	Rp. 20.000
Oseng Tahu Cabe Ijo	Rp. 20.000
Oseng Tempe Cabe Ijo	Rp. 20.000
Oseng Toge Tahu	Rp. 20.000
Oseng Sate Putih	Rp. 20.000
Oseng Kulit Mlinjo	Rp. 20.000
Lodeh Jantung	Rp. 20.000
ANEKA OLAHAN KAMBING	
Tengkleng Kambing	Rp. 42.000
Tonseng Kambing	Rp. 40.000
Nasi Goreng Kambing	Rp. 30.000
ANEKA OLAHAN CUMI	
Cumi Pete Kecap	Rp. 36.000
Cumi Cabe Ijo	Rp. 38.000
Cumi Masak Pedas	Rp. 40.000

Gambar . Daftar Menu



ANEKA SNACK	
Roti Bakar	Rp. 10.000
Roti Bakar	Rp. 11.000
Sosis Goreng	Rp. 10.000
Hugget Goreng	Rp. 16.000
Bawang Goreng	Rp. 15.000
ANEKA OLAHAN SUP	
Sup Gurameh	Rp. 20.000
Sup Ikan Patin	Rp. 26.000
Sup Ayam	Rp. 30.000
Sup Sosis	Rp. 32.000
Sup Iga Sapi	Rp. 45.000
Gulai Iga Sapi	Rp. 46.000
ANEKA OLAHAN SAMBAL	
Sambal Terasi	Rp. 10.000
Sambal Dadak	Rp. 10.000
Sambal Kemangi	Rp. 11.000
Sambal Tienjeng	Rp. 10.000
Sambal Pete	Rp. 12.000
Lalapan + Sambal	Rp. 15.000
TAMBAHAN LAIR	
Nasi Putih	Rp. 4.000
Nasi Timbel	Rp. 6.000
Nasi Livet	Rp. 22.000
Meandian	Rp. 10.000
Tempe /Tahu Goreng	Rp. 10.000
Tempe /Tahu Penyet	Rp. 12.000
Telor Omelete	Rp. 20.000
Pete Goreng/Bakar	Rp. 12.000

Gambar Daftar Menu



Gambar Reservasi Wedding Gambar Pemilik Rumah Makan



Gambar Kendaraan Delivery Order

IAIN PURWOKERTO

**CERTIFICATE
OF APPRECIATION**

Diberikan Kepada :

Laras Setya Bastari

Mahasiswa KKN Angkatan 44 IAIN Purwokerto

Atas bantuan dan partisipasinya dalam kegiatan peringatan
HUT Kemerdekaan Republik Indonesia Ke- 74 di Desa Pingit
Kecamatan Rakit Kabupaten Banjarnegara

Pingit, 24 Agustus 2019

PANITIA HARI BESAR NASIONAL





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

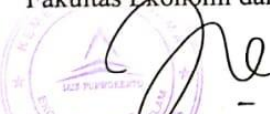
Nomor : 0911a/In.17/D.FEBI/PP.009/VI/2020

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Laras Setya Bastari
NIM : 1617201023


Dinyatakan **Lulus** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Periode Semester Genap 2019/2020.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 9 Juni 2020

Kepala Laboratorium FEBI


H. Sochimim, Le., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001





006/A1/Pan.SN/DEMA I/IX/2016

Diberikan Kepada

LARAS SETYA.B

Sebagai

DEMA PURWOKERTO
PESERTA
Dalam Kegiatan SEMINAR NASIONAL

Dengan Tema "Potret Ekonomi Bangsa dan Supremasi Hukum"

Yang Diselenggarakan Oleh DEMA IAIN Purwokerto pada Tanggal 17 September 2016

Ketua DEMA I


IAIN PURWOKERTO
DEMA I


H. Supriyanto, Lc., M.S.I
NIP. 197403261999031001

Muhammad Naimudin Malkan
NIM. 1223301207


Ketua Panitia
Ilham Agung Saniaya
NIM. 1323203019



Sertifikat



No. 017/PAN.FEBI.YI/DEMA-F.KSDMV.2018

diberikan kepada

LARAS SETYA BASTARI

Sebagai
PANITIA

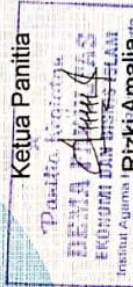
Dalam kegiatan FEBI Youth Innovation dengan tema "Menciptakan Mahasiswa yang Komunikatif, Disiplin dan Bertanggung Jawab" yang diselenggarakan oleh Kementerian Sumber Daya Mahasiswa Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto pada tanggal 26 Mei 2018

Mengetahui,

Wakil Dekan, III FEBI

Ketua DEMA FEBI

Ketua Panitia



Drs. Atabik, M.Ag.
NIP. 19651205 199303 1 004

Ifan Muarif
NIM. 1522201092

Rizki Amalia
NIM. 1617202076

PANITIA OPAK 2016

DEWAN EKSEKUTIF MAHASISWA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO

Kantor: Gedung Lembaga Kemahasiswaan Lt-1 Jl. A. Yani No. 40-A Purwokerto Utara



SERTIFIKAT

NO: 193/A.1/Pan.OPAK/IX/2016

di berikan kepada:

LARAS SETYA BASTARI

sebagai

P E S E R T A

Dalam Kegiatan Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAK) 2016 yang diselenggarakan oleh Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Dengan Tema ; "Revitalisasi Pemikiran menuju Mahasiswa Unggul, Islami, dan Berkeadaban" Pada Tanggal 29 Agustus - 01 September 2016 di IAIN Purwokerto.

dengan nilai :

Kepemimpinan	Kehadiran	Kedisiplinan	Kesopanan	Rata-rata
84	88	86	87	85,6

Mengetahui,
Ketua DEMA-1

Ketua Panitia



Wakil Rektor III
H. Supriyanto, Lc., M.Si
NIP. 19740326 199903 1 001

Mohamad Najmuddin Malkan
NIM. 1223301207

Mohamad Abas
NIM. 1323204019



BANK INDONESIA
BANK SENTRAL REPUBLIK INDONESIA



Sertifikat

Di berikan kepada :

Laras Setya Bastari

Atas partisipasinya sebagai peserta

**Kuliah Umum Perekonomian Indonesia
"Prospek dan Bauran Kebijakan"**

Bersama

Rosmaya Hadi (Deputi Gubernur Bank Indonesia)

Auditorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman
tanggal 10 Februari 2019

Kantor Perwakilan
Bank Indonesia Purwokerto

AGUS CHUSANI
Kepala Perwakilan

Universitas Jenderal Soedirman
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



PROF. DR. SULLIYAKITO, SE., MM
Dekan



IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Telp. 0281-635624 Fax. 636553 Purwokerto 53126

SERTIFIKAT

Nomor: 0230/K.LPPM/KKN.44/11/2019

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : LARAS SETYA BASTARI
NIM : 1617201023
Fakultas / Prodi : FEBI / ES

TELAH MENGIKUTI

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-44 IAIN Purwokerto Tahun 2019 yang dilaksanakan mulai tanggal 15 Juli 2019 sampai dengan 28 Agustus 2019 dan dinyatakan LULUS dengan Nilai **93,5 (A)**.



Purwokerto, 18 November 2019
Ketua LPPM,



Dr. H. Ansori, M.Ag.
NIP. 19650407 199203 1 004



**KKN PAR 44 KELOMPOK 16
IAIN PURWOKERTO**



Sertifikat

Nomor: 003/Ds. PGT/KKN-XVI/2019

Diberikan Kepada :

LARAS SETYA BASTARI

Sebagai Panitia

Pada Seminar Ekonomi dengan tema "Marketing Online" yang
dilaksanakan pada tanggal 07 Agustus 2019

Mengetahui,

Ketua Panitia

Laras Setya Bastari

Laras Setya Bastari

NIM. 1617201023

Sekretaris



Erling Yuwanisya

Erling Yuwanisya

NIM. 1617202010



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febli.iaipurwokerto.ac.id

Sertifikat

No. : 0911/In.17/D.FEBI/PP.009/VI/2020

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Laras Setya Bastari
NIM : 1617201023

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Pada Semester Genap 2019/2020 di :

Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kabupaten Purbalingga

Periode Bulan Desember 2019 sampai dengan Maret 2020 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai **A**.
Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqosyah/Skripsi.

Mengelahi,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Jama' Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Purwokerto, 9 Juni 2020
Kepala Laboratorium FEBI

H. Soeklimin, Lc., M.Si.
NIP. 19681009 200312 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/Sti.006/0010/2017

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

LARAS SETYA B.

1617201023

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	73
2. Tartil	75
3. Kitabah	70
4. Praktek	75

NO. SERI: MAJ-G2-2017-219

Sebagai tanda mahasiswa bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).



SERTIFIKAT APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-433621 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53159

IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/1496/VIII/2020

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:

LARAS SETYA BASTARI
NIM: 1617201023

Tempat / Tgl. Lahir: Banyumas, 24 Desember 1997

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menampuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto pada tanggal 12-06-2019.

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	85 / A-
Microsoft Excel	68 / B
Microsoft Power Point	85 / A-





IAIN PURWOKERTO

**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id

CERTIFICATE

Number: *In.22/ UPTP.Bhs/ PP.00.9/ 777/ 2016*

This is to certify that :

Name : **LARAS SETYA BASTARI**
Study Program : **ES**

Has completed an English Language Course in Intermediate level organized by Language Development Unit with result as follows:

IAIN PURWOKERTO

SCORE: **64** GRADE: **FAIR**

KEMENTERIAN PURWOKERTO, September 19th 2016
Head of Language Development Unit,



Dr. Subur, M.Ag.
NIP. 19670307 199303 1 005

Sertifikat

Diberikan Kepada :

LARAS SETYA . B

Atas partisipasinya sebagai peserta

Roadshow Asuransi Syariah 2019 Batch XIII

Dengan tema

"Hidup Penuh Berkah dengan Asuransi Syariah"

Sabtu, 28 Muharram 1441 H | 28 September 2019 M | Pukul 08.00 - 12.00 WIB

Pendopo ST Panji Kabupaten Banyumas

Jl. Kabupaten, Purwokerto, Kab. Banyumas - Jawa Tengah

Pengurus Pusat
Masyarakat Ekonomi Syariah


MES MASYARAKAT EKONOMI SYARIAH

Pengurus Daerah
MES Banyumas



Friderica Widyasari Dewi
Ketua II

Dr. Berliana, SP., S.Kom., M.Si
Ketua Umum



Sertifikat

Diberikan kepada :

LARAS SETYA B

Atas partisipasinya sebagai :

PESERTA

Dalam Kegiatan Pendidikan Pemakai Perpustakaan (User Education) 2016 dengan Tema " Menciptakan Generasi Literate Melalui Perpustakaan " Yang Diselenggarakan Pada Tanggal 31 Agustus - 2 September 2016 Di IAIN Purwokerto

Purwokerto, 2 September 2016

Kepala Perpustakaan



Artis Nurohman, S.H.I., M.Hum.
NIP.197801142009011005



**PANITIA SEMINAR NASIONAL
UNIT KEGIATAN MAHASISWA
PENGEMBANGAN ILMU AL QUR'AN DAN SENI ISLAM**



SERTIFIKAT
003.SMNR-NSNL.PIQSI-X-2016
Diberikan Kepada

Laras Setya Bastari
Atas Partisipasinya Sebagai

PESERTA

Dalam Acara Seminar Nasional UKM PIQSI Tahun 2016 dengan Tema
“Konsep Hijab: Sebuah Tradisi atau Syari’at?”

**Yang Diselenggarakan Oleh
Unit Kegiatan Mahasiswa Ilmu Al Qur’an dan Seni Islam
(PIQSI) IAIN Purwokerto pada Tanggal 22 Oktober 2016**

Purwokerto, 22 Oktober 2016

a.n. Pembina
UKM PIQSI

H. Muhkroji

H. Muhkroji. S.Ag., M.S.J.
NIP. 19690908 2003121002

Rois 'Aam

Rois 'Aam

Sae'ul Anwar
NIM. 1223301144

Ketua Panitia

Mahdalena Khoirunnisa

Mahdalena Khoirunnisa
NIM. 1423301102



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.fabi.iaipurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 125/In.17/FEBI.J.PS/PP009/2/2019

Diberikan Kepada :

LARAS SETYA.B

Sebagai
PESERTA

Dalam Kegiatan Praktikum
Mata Kuliah Metodologi Penelitian Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
Tahun 2019

Purwokerto, 28 Februari 2019

Ketua Fakultas Perbankan Syariah



Yoiz Shofwa Shafiani, Sp., M.Si.
NIP. 197812312008012027

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas diri

1. Nama Lengkap : Laras Setya Bastari
2. NIM : 1617201023
3. Tempat/tgl.Lahir : Banyumas, 24 Desember 1997
4. Alamat Rumah : Banjaranyar Rt 01/03, Sokaraja
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Budi Setya Utama
Nama Ibu : Sribawati

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/PAUD : TK Pertiwi Banjaranyar
 - b. SD/MI, tahun lulus : SD N 1 Banjaranyar, 2010
 - c. SMP/MTs, tahun lulus : SMP N 2 Sokaraja, 2013
 - d. SMA/MA, tahun lulus : SMK N 3 Purwokerto, 2016
 - e. S.1, tahun masuk : IAIN Purwokerto, 2016
2. Pendidikan Non Formal (jika ada)
 - a. -
 - b. -

C. Pengalaman Organisasi

Anggota Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun Periode 2018/2019

Purwokerto, 21 Juli 2020



Laras Setya Bastari