

**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

**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 Banjaranyar
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 business 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*

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 bumbu 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 Ety 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 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 Banjaranyar, 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 Chiken 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

