

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Umum Yayasan Dela Penabur Kasih

Penelitian ini dilakukan di Yayasan Dela Penabur Kasih yang terletak di Jalan Fondrako Nomor 255 Desa Sihare'o Siwahili, Kecamatan Gunungsitoli Barat, Kota Gunungsitoli. Yayasan Dela Penabur Kasih merupakan lembaga Swasta yang bergerak dibidang pelayanan dan pengembangan masyarakat serta berperan aktif dalam meningkatkan pendidikan di Pulau Nias. Selain itu dalam meningkatkan kualitas pengembangan pelayanan, Yayasan Dela Penabur Kasih juga memiliki suatu bidang usaha dengan nama UD. Delaria. Yayasan Dela Penabur Kasih berdiri pada tahun 2010 dan pengesahan Badan Hukum Menteri Hukum dan Ham pada tahun 2011. Yayasan ini dirintis oleh seorang pendeta Masrial Zebua pada tahun 2007, dan sementara melakukan pelayanan di luar negeri tepatnya di negara Filipina. Pada tahun 2014 kembali ke Nias menjadi Pembina Yayasan Dela Penabur Kasih.

4.1.2 Kegiatan operasional Yayasan Dela Penabur Kasih

Sebagai lembaga yang bergerak di bidang pelayanan dan pengembangan masyarakat serta lebih memiliki peran besar dalam kegiatan keagamaan. Yayasan Dela Penabur Kasih dalam penyelenggaraannya mempunyai kegiatan yang terus berkelanjutan. Saat ini Yayasan Dela Penabur Kasih memiliki pelayanan anak yang disebut KREASI English. Ini adalah sebuah wadah pendidikan yang dirancang untuk siswa berusia 5-18 tahun, yang didedikasikan untuk meningkatkan

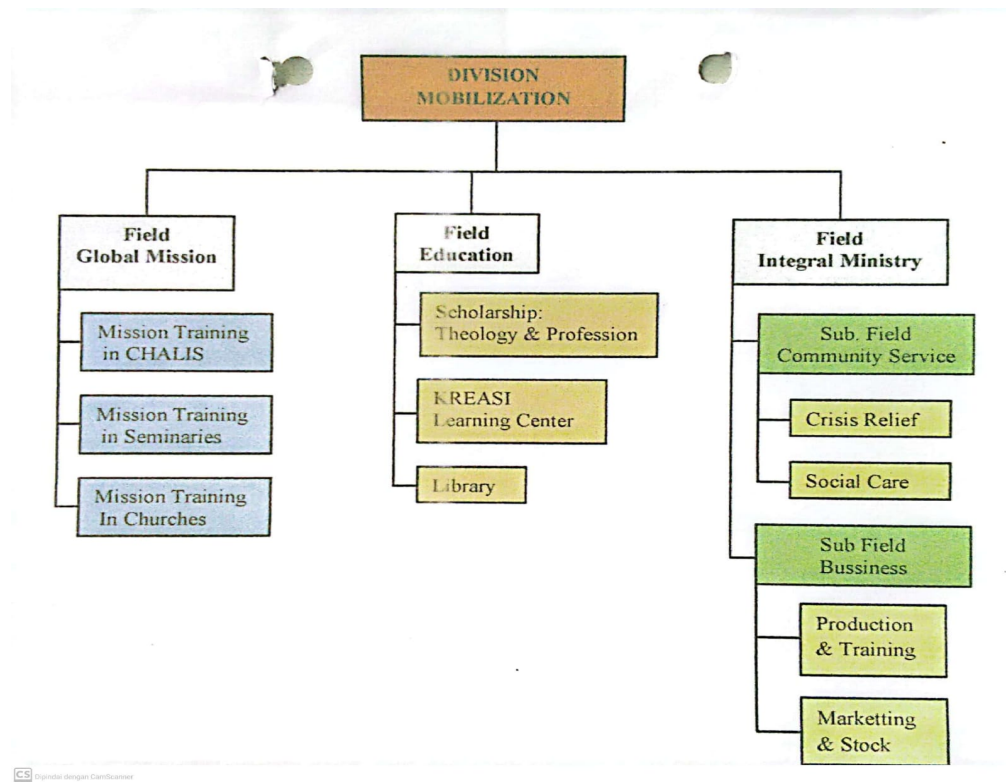
kualitas bahasa dan komunikasi anak serta dapat mengembangkan diri dalam kehidupan rohaninya. Yayasan Dela Penabur Kasih juga memfasilitasi pendidikan berkualitas bagi pemimpin baru yang memiliki visi dan misi serta membangun masa depan mereka untuk menggapai cita-cita melalui program beasiswa. Para penerima beasiswa ini dilatih untuk menjalankan industri kecil untuk membantu mendanai program beasiswa. Untuk membangun mitra dengan lembaga lain Yayasan Dela Penabur Kasih bekerja sama dengan beberapa sekolah perguruan tinggi yang ada di Nias dan di luar Nias.

Dalam kegiatan bisnis, Yayasan Dela Penabur Kasih memiliki sebuah usaha yang dikelola UD. Delaria. Kegiatan bisnis yang dilakukan yaitu memproduksi produk-produk herbal yang bermanfaat bagi kesehatan. Adapun produk-produk yang dikelola Yayasan Dela Penabur Kasih melalui UD. Delaria yaitu VCO (Virgin Coconut Oil) atau minyak kelapa murni, Kapsul kelor, dan Kapsul temulawak. Produk ini masing-masing mempunyai manfaat bagi tubuh yang mengkonsumsi. Tentunya produk ini juga telah diuji kandungan dari bahan produk yang bersifat organik. Usaha yang dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih sudah berlangsung selama lima tahun lebih.

4.1.3 Struktur Organisasi Yayasan Dela Penabur Kasih

Struktur organisasi adalah suatu tata letak dari berbagai elemen atau unit kerja dalam suatu organisasi yang terdapat dalam masyarakat. Dengan adanya struktur ini, kita dapat mengamati pengelompokan pekerjaan serta cara fungsi atau aktivitas yang berbeda dapat dikendalikan dengan baik. Di samping itu, melalui struktur ini kita juga dapat mendapatkan beberapa spesialisasi dalam pekerjaan, jalur perintah, serta penyampaian laporan terkait pekerjaan. (Guru Ekonomi,

2024). Yayasan Dela Penabur Kasih juga mempunyai struktur organisasi yang telah disusun untuk menentukan berbagai unit-unit kerja. Setiap unit ini dikelompokkan dengan tujuan untuk menjalankan setiap fungsi atau bidang yang ada dalam lini kerja Yayasan Dela Penabur Kasih. Adapun susunan struktur organisasi yang ada dalam Yayasan Dela Penabur Kasih, yang dapat dilihat dalam gambar 4.1.



gambar 4.1 Struktur organisasi

3.2 Hasil Penelitian

Setelah menjelaskan faktor-faktor yang mendasari dilakukannya penelitian, teori-teori yang mendukung penelitian, dan teknik penelitian yang diterapkan, bab ini akan menguraikan mengenai temuan dari penelitian. Temuan penelitian akan dipaparkan berdasarkan hasil dari wawancara, pengamatan, dan dokumen. Pembahasan dalam bab ini diperoleh dari pengumpulan data melalui studi dokumen, pengamatan, wawancara dengan informan yang diperlukan dalam penelitian, serta diskusi yang diarahkan pada isu yang sedang diteliti. Penelitian ini sendiri menggunakan metode kualitatif dimana nantinya peneliti dapat mendeskripsikan dan menggambarkan serta menggali data berdasarkan apa yang dibicarakan oleh sumber data sebagaimana keadaan yang terjadi di lokasi melalui wawancara dan observasi. Dalam penyampaian hasil penelitian dan analisis ini, akan dibahas berbagai aspek terkait hasil interaksi yang dilakukan pada bulan November 2024 yang dilakukan di Yayasan Dela Penabur Kasih. Terkait dengan strategi pengembangan produk melalui inovasi desain Yayasan Dela Penabur Kasih dalam meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

1. Deskripsi Informan Penelitian

Wawancara dilakukan kepada tiga orang informan yang dianggap bisa memberi data dan informasi, terkait dengan kegiatan produksi Yayasan Dela Penabur Kasih. Adapun data informasi terkait informan yang akan diwawancarai, antara lain sebagai berikut:

- 1) Manajer Divisi Mobilisasi, Bapak Tajuk Sinangea Zebua, S.H., M.H, sebagai informan kunci. Dalam Yayasan Dela Penabur Kasih Bapak Tajuk Sinangea Zebua memiliki peran penting untuk kegiatan mobilisasi khususnya dalam kegiatan bisnis yaitu manajemen kegiatan operasional yang berlangsung dalam kegiatan produksi dan melakukan

koordinasi untuk masing-masing bidang yang melakukan proses produksi dari bahan baku sampai menjadi produk jadi.

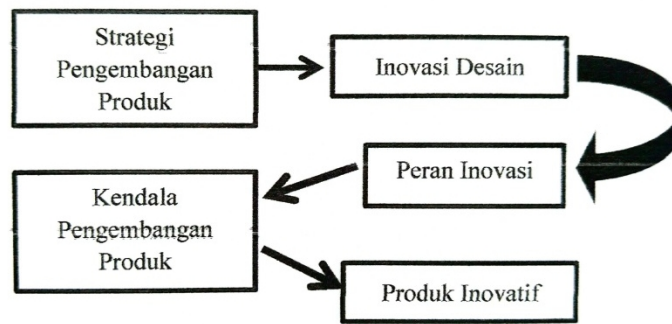
- 2) Pembina Yayasan Dela Penabur Kasih, Ibu Masrial Zebua, S.Th., M. Th., M.M, yang juga memiliki jabatan penting dalam bidang produksi atau usaha sebagai Direktur. Dalam penelitian ini Ibu Masrial Zebua menjadi informan utama untuk mendapatkan data yang lebih lengkap terkait dengan masalah yang akan diteliti oleh peneliti sendiri.
- 3) Bapak Melianus Gea, yang merupakan salah satu staff Yayasan Dela Penabur Kasih yang juga memiliki peran dalam kegiatan produksi mulai dari produksi, pengemasan dan juga menangani bagian marketing produk. Berdasarkan peninjauan di lapangan maka peneliti bisa melakukan wawancara kepada bapak Melianus Gea sebagai informan tambahan.

2. Deskripsi Hasil Wawancara

Temuan yang diperoleh dari wawancara dan pengamatan langsung yang telah dilakukan peneliti dalam jangka waktu 1 (satu) bulan, yaitu dari akhir bulan November hingga akhir bulan Desember 2024 sehingga terhitung selama satu bulan. Adapun deskripsi wawancara yang dilakukan kepada Manajer Divisi Mobilisasi sebagai informan kunci, Direktur atau Pembina Yayasan Dela Penabur Kasih sebagai informan utama dan staff Yayasan Dela Penabur Kasih sebagai informan kunci.

1) Deskripsi wawancara

Deskripsi wawancara yang peneliti lakukan kepada pihak Yayasan Dela Penabur Kasih dan memiliki keterkaitan dengan kegiatan produksi yang sedang dilakukan saat ini pada produk Virgin Coconut Oil atau minyak kelapa murni, kapsul temulawak dan kapsul kelor dapat diamati pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.2 Alur Deskripsi Wawancara

Pada gambar di atas menunjukkan sebuah proses dalam pengembangan produk yang dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara kepada orang-orang penting yang memiliki keterkaitan dengan bidang bisnis Yayasan Dela Penabur Kasih. Adapun deskripsi wawancara yang telah dilakukan kepada responden, sebagai berikut:

1. Deskripsi wawancara dengan Manajer Mobilisasi, Bapak Tajuk Sinangea Zebua.

- 1) Apa strategi yang digunakan Yayasan Dela Penabur Kasih untuk mendukung inovasi desain dalam pengembangan produk?

‘Strategi yang kami gunakan selama ini untuk mendukung inovasi desain dalam pengembangan produk yaitu dengan meminta tim dari yang melakukan produksi ini untuk turun ke masyarakat menanyakan langsung apa yang menjadi harapan dan keperluan masyarakat dengan produk yang telah kami hasilkan sehingga dari hal tersebut kami akan duduk bersama melakukan desain inovasi tentang produk yang akan kami pasarkan. seperti itu kira-kira’

(wawancara pada hari, Jumat tanggal 13 Desember 2024).

- 2) Apa inovasi desain yang telah dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih dalam mendesain produk?

“Selama ini kami menggunakan inovasi desain yang kami lakukan itu seperti melakukan marketing dengan teknologi, kami memanfaatkan media elektronik untuk mengedit video-video atau bentuk promosi dari produk kami sehingga masyarakat pun lebih mudah untuk mengetahui dan mengenal manfaat dari produk tersebut, sehingga kami juga melakukan promosi melalui media social dan adapun beberapa yang turun ke lapangan”

(wawancara pada hari, Jumat tanggal 13 Desember 2024).

- 3) Bagaimana peran inovasi desain dalam meningkatkan daya tarik produk di pasar yang kompetitif?

“Seperti yang kita ketahui bersama, persaingan di dalam sangat sengit ya, dengan berbagai macam produk yang telah dihasilkan berbagai UMKM maupun Badan Usaha lainnya. Dengan menggunakan inovasi desain ini kami merasakan bahwa masyarakat bisa lebih mudah mencerna apa yang menjadi manfaat buat mereka dengan menggunakan produk-produk kami. Nah, sehingga dengan adanya ini pun kami lebih mudah untuk mencapai target kami dalam memasarkan produk”

(wawancara pada hari, Jumat tanggal 13 Desember 2024).

- 4) Apa langkah-langkah yang dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih dalam menghasilkan produk yang melalui inovasi desain?

“Saat ini, kami terus belajar dan membuat produk itu menjadi produk yang lebih unggul dengan menggunakan alat-alat atau desain terbaru, mesin-mesin termasuk untuk menghasilkan produk-produk kami. Nah, jadi melalui langkah-langkah tersebut nanti kami pun mendapatkan produk yang sangat diharapkan pada masyarakat”

(wawancara pada hari, Jumat tanggal 13 Desember 2024).

- 5) Bagaimana tanggapan Yayasan Dela Penabur Kasih tentang konsep pengembangan produk yang telah dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih selama ini?

“Di dalam melakukan pengembangan produk saat ini, kami tergolong cukup merasakan hasil yang cukup baik ya, kami terus berkembang, kami terus belajar dengan melakukannya pengembangan produk ini. sehingga produk kami menjadi produk yang sangat dibutuhkan dalam masyarakat”

(wawancara pada hari, Jumat tanggal 13 Desember 2024).

- 6) Apa saja faktor-faktor kunci keberhasilan dalam mengembangkan produk melalui inovasi desain di Yayasan Dela Penabur Kasih?

“Yang menjadi kunci keberhasilan itu biasanya dipengaruhi oleh pengetahuan tentang teknologi ilmu pengetahuan tentang teknologi dalam masyarakat sehingga masyarakat mendapatkan informasi melalui inovasi tentang produk-produk tersebut. Nah Jadi, dengan situasi itu pun kami merasa itu yang menjadi kunci keberhasilan kami dalam inovasi desain.”

(wawancara pada hari, Jumat tanggal 13 Desember 2024).

- 7) Apa kendala utama yang dihadapi Yayasan Dela Penabur Kasih dalam mengembangkan inovasi desain pada pengembangan produk?

“untuk kendala sendiri kami dari Yayasan Dela Penabur Kasih masih belum memiliki orang yang memang khusus untuk melakukan pengembangan produk melalui inovasi desain tersebut. Sumber daya manusia yang memenuhi standar masih belum ditemukan dan untuk peralatan tersendiri masih belum memadai”

(wawancara pada hari, Jumat tanggal 13 Desember 2024).

- 8) Apa langkah yang dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih dalam setiap kendala yang dihadapi?

“Untuk langkah sendiri, kami untuk seluruh member yang bergabung di bagian produk, kami akan membekali mereka dengan pengetahuan akan desain maupun teknologi untuk melakukan pengembangan produk ini. Mereka diarahkan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan maupun workshop yang akan menolong mereka untuk memahami dan mengerti bagaimana melakukan pengembangan produk melalui inovasi desain”

(wawancara pada hari, Jumat tanggal 13 Desember 2024).

- 9) Apakah ada keterbatasan sumber daya seperti anggaran. Teknologi, atau keterampilan tenaga kerja yang menghambat proses inovasi desain?

“ya ada, itu seperti pengadaan teknologi tersebut, begitu juga keterampilan tadi. Sehingga itu pun menjadi penghambat kami”

(wawancara pada hari, Jumat tanggal 13 Desember 2024).

10) Apakah Yayasan Dela Penabur Kasih mengalami kendala dalam meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif?

“Kami juga memiliki hambatan atau juga kendala sehingga di dalam pasar yang kompetitif tersebut mereka sudah lebih selangkah lebih maju. Sehingga kami terus perlu duduk dan meningkatkan mutu dan kualitas dari setiap sumber daya manusia yang kami miliki”

(wawancara pada hari, Jumat tanggal 13 Desember 2024).

2. Deskripsi wawancara dengan informan tambahan atau pendukung. Dilakukan kepada staff Yayasan Dela Penabur Kasih yang juga memiliki peran dalam kegiatan produksi yang dilakukan saat ini.

1) Apa strategi yang digunakan Yayasan Dela Penabur Kasih untuk mendukung inovasi desain dalam pengembangan produk?

“Kami selama ini dalam melakukan strategi yang dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih, ada beberapa strategi aspek yang pertama yaitu melakukan riset pasar untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi konsumen, sehingga melalui itupun kami bisa mengetahui apa sebenarnya yang diinginkan oleh konsumen. Kemudian kami menggunakan teknologi dalam meningkatkan inovasi desain produk kami dengan teknologi yang modern, seperti aplikasi Canva dan aplikasi-aplikasi lain yang mendukung kami dalam berinovasi dengan produk. Kami mengikuti seminar untuk lebih meningkatkan wawasan kami, supaya inovasi desain produk kami ini dapat terus meningkat sehingga konsumenpun mendapatkan kepuasan dengan inovasi produk kami”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 2) Apa inovasi desain yang telah dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih dalam mendesain produk?

“untuk inovasi desain, misalnya dalam pemilihan bahan baku, tidak sembarangan memilih bahan baku yang biasa saja, melainkan kami memilih bahan baku yang berkualitas dan itu dapat digunakan dengan baik. Kemudian, biasanya kami dalam produk kami VCO, kami mencari kelapa. Namun kami berinovasi dengan memanfaatkan kembali ampas bahan baku menjadi pakan ternak”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 3) Bagaimana peran inovasi desain dalam meningkatkan daya tarik produk dipasar yang kompetitif?

“Peran inovasi desain dalam meningkatkan daya tarik produk di pasar yang kompetitif itu sih, meningkatkan kepuasan bagi konsumen dengan inovasi desain yang selalu memperhatikan kebutuhan dan referensi setiap konsumen, sehingga produk pun dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik oleh setiap konsumen”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 4) Apa langkah yang dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih dalam setiap kendala yang dihadapi?

“Kami mengatasi kendala dengan institusi eksternal, bekerja sama dengan lembaga-lembaga yang memberi pelatihan untuk mendukung kami dalam memberikan pelatihan. Untuk melancarkan desain produk, kami menjual produk kami dengan market, toko obat, pusat oleh-oleh dan juga apotek yang ada di sekitar Gunungsitoli. Kami juga meminta saran dengan produk

yang telah kami titip di market dan beberapa tempat lainnya tentang inovasui dari desain produk kami sendiri”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 5) Apa langkah-langkah yang dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih dalam menghasilkan produk yang melalui inovasi desain?

“langkah-langkah yang dilakukan yaitu melakukan pengembangan ide kreatif. Jadi, yang perlu dilakukan untuk melakukan pengembangan ide kreatif ini, mendorong brainstorming atau tim desain yang menghasilkan ide-ide unik yang relevan dengan nilai-nilai yayasan”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 6) Apa kendala utama yang dihadapi Yayasan Dela Penabur Kasih dalam mengembangkan inovasi desain pada pengembangan produk?

“Yang menjadi kendala Yayasan Dela Penabur Kasih yang dihadapi dalam mengembangkan inovasi desain dalam pengembangan produk adalah kurangnya Sumber Daya Manusia yang kompeten sehingga itu menjadi keterbatasan ahli di bidang desain produk yang dapat menghambat proses inovasi”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 7) Apakah ada keterbatasan sumber daya seperti anggaran, teknologi, atau keterampilan tenaga kerja yang menghambat proses inovasi desain?

“Kami lebih ke ketrampilan tenaga kerja sih pak, kami di Yayasan khususnya dibagian produksi tersebut tidak banyak memiliki sumber daya manusia yang terampil dalam bidang

inovasi desain produk dan itu menjadi keterbatasan bagi kami untuk melakukan pengembangan inovasi desain produk ini untuk lebih meningkat lagi karena tidak banyak yang bisa kompeten dalam bidang tersebut”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 8) Apakah Yayasan Dela Penabur Kasih mengalami kendala dalam meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif?

“Kendala yang kami hadapi, persaingan yang ketat. Akhir-akhir ini banyak usaha-usaha yang memiliki daya saing serupa dengan produk kami, sehingga menjadi hambatan bagi kami dan menjadi sebuah kendala bagi kami karena banyak competitor-kompetitor lain yang juga berinovasi dengan produk mereka. Dengan keadaan tersebut, menuntut kami harus lebih meningkatkan daya saing kami melalui inovasi desain yang sudah ada saat ini”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

3. Deskripsi wawancara dengan informan utama. Dilakukan kepada Pembina Yayasan Dela Penabur Kasih yang juga memiliki peran besar dalam kegiatan pengembangan bisnis dan saat ini sebagai Direktur UD. Delaria.

- 1) Apa strategi yang digunakan Yayasan Dela Penabur Kasih untuk mendukung inovasi desain dalam pengembangan produk?

“Kami selalu mereviu kegiatan kami di dalam pengembangan produk ini secara khusus terkait dengan inovasi desain. Kami evaluasi para karyawan, kami evaluasi produk-produk kami dan desain-desain yang kami miliki untuk setiap produk. Dan kami selalu ikut sertakan para karyawan kami ke pelatihan-

pelatihan, seminar-seminar, workshop yang mendukung meningkatkan kemampuan mereka di dalam inovasi desain dalam pengembangan produk. Jadi, pelatihan-pelatihan ini akan memberi kepada karyawan kami peningkatan kualitas di dalam mereka melakukan desain dalam pengembangan produk, selain itu juga kami selalu melihat kualitas, fasilitas yang ada pada kami dan peralatan-peralatan yang kami miliki dimana kami melihat bahwa perlu disediakan fasilitas tertentu atau peralatan tertentu guna meningkatkan inovasi desain maka itu kami dari yayasan berusaha untuk menyediakan”
(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

2) Apa inovasi desain yang telah dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih dalam mendesain produk?

“ini secara khusus kami selalu upgrade desain dari kemasan-kemasan kami karena kami melihat bahwa di pasar selalu ada persaingan yang ketat karena produk yang kami hasilkan di sini juga produk yang sama dihasilkan oleh pengusaha-pengusaha lain baik itu dari dalam pulau Nias sendiri maupun dari luar. Jadi sedapat mungkin desain dari produk kami dapat menimbulkan daya Tarik produk tertentu kepada calon-calon pembeli kepada masyarakat. Oleh karena itu kami berusaha untuk meningkatkan desain kemasan dari produk-produk kami, membuatnya up-to-date dan lebih berbicara kepada masyarakat pengguna dari produk kami terlebih kami berusaha membuat desain ini lebih berbicara kepada orang-orang muda karena kaum muda inilah yang banyak berbicara kepada masyarakat tentang produk-produk yang mereka lihat secara online maupun yang mereka lihat secara langsung mereka lihat di pasar”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 3) Bagaimana peran inovasi desain dalam meningkatkan daya tarik produk di pasar yang kompetitif?

“Ya sangat, memiliki peran yang sangat penting sekali. Dengan adanya kemasan yang semakin baik, kemasan yang menarik perhatian masyarakat kami para pengusaha memiliki rasa percaya diri yang lebih kokoh untuk memasarkan produk-produk ini. Dengan demikian wilayah jangkauan kami akan lebih luas dan terlebih lagi inovasi yang kami lakukan dalam desain kemasan atau lebel dan juga pembotolannya. Ini semakin didukung kualitasnya oleh adanya perijinan seperti PIRT, BPOM dan Ijin Halal dari pemerintah dan badan-badan terkait. Kami terus mendapat informasi dari sumber-sumber di luar sana misalnya dari pemerintah yang terus memberi edukasi kepada para pengusaha”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 4) Apa langkah-langkah yang dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih dalam menghasilkan produk yang melalui inovasi desain?

“Ya, disini yang kami lakukan, pertama kami terus mengevaluasi produk kami baik itu hasil yang kami produksi maupun kemasannya atau hasil isinya maupun kemasannya. Kami terus-menerus mengevaluasi dan ini untuk mencapai quality control sehingga barang yang kami tawarkan kepada masyarakat benar-benar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat terutama dalam hal kualitasnya. Jadi itu evaluasi internal, kami juga melakukan evaluasi eksternal yaitu melihat keadaan pasar, apa yang dibutuhkan di pasar di luar sana”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 5) Bagaimana tanggapan Yayasan Dela Penabur Kasih tentang konsep pengembangan produk yang telah dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih selama ini?

“ini benar-benar ada dampak dari konsep pengembangan produk. Karena kami melihat dengan melakukan menerapkan konsep pengembangan produk yang kami jalani selama ini kualitas dari produk-produk kami semakin meningkat dan kami perlu terus-menerus tingkatkan kualitas ini baik itu kemasannya maupun isinya sendiri, produk itu sendiri supaya kami dapat terus bersaing di pasar”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 6) Apa saja faktor-faktor kunci keberhasilan dalam mengembangkan produk melalui inovasi desain di Yayasan Dela Penabur Kasih?

“Faktor-faktor kunci keberhasilan dalam mengembangkan produk melalui inovasi desain yaitu ditentukan oleh sumber daya manusia, di awal tadi saya sudah mengatakan bahwa karyawan-karyawan kami, kami kirim menghadiri berbagai training. Kami butuh mereka menguasai skill di dalam melakukan inovasi desain. Dan dengan seperti itu mempengaruhi tingkat keberhasilah di dalam pengembangan produk melalui inovasi desain di Yayasan Dela Penabur Kasih”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 7) Apa kendala utama yang dihadapi Yayasan Dela Penabur Kasih dalam mengembangkan inovasi desain pada pengembangan produk?

“Seperti kita ketahui, zaman sekarang ini adalah zaman teknologi informasi yang mendominasi segala pergerakan kehidupan manusia, terlebih dalam pemasaran produk-produk, teknologi sangat mempengaruhi. Nah, ini salah satu kendala utama kami dalam Yayasan Dela Penabur Kasih, karena pengetahuan karyawan kami tentang teknologi informasi masih terbatas. Ini disebabkan karena ada banyak kegiatan yang membutuhkan perhatian dari karyawan kami, sehingga pengembangan informasi dan teknologi untuk benar-benar bisa kami terapkan di sini sedikit terbatas”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 8) Apa langkah yang dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih dalam setiap kendala yang dihadapi?

“Kami terus menerus melakukan evaluasi. Evaluasi internal dan evaluasi eksternal dan berdasarkan evaluasi tersebut, kami mengikut sertakan para karyawan kami untuk mengikuti training, seminar, workshop baik itu secara langsung, onside maupun secara online.”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 9) Apakah ada keterbatasan sumber daya seperti anggaran, teknologi, atau keterampilan tenaga kerja yang menghambat proses inovasi desain?

“Itu kami alami di dalam Yayasan Dela Penabur Kasih, karena faktor-faktor inilah seperti anggaran, teknologi, atau keterampilan kerja kualitas dari para karyawan sangat mempengaruhi proses inovasi desain dan disini kami sering sangat terbatas, itu sebabnya kami terus mengikut sertakan karyawan pada seminar-seminar atau training-training.

Namun, itu juga butuh anggaran untuk mengikuti training tersebut, dimana ketika anggaran keuangan sangat terbatas, maka keikutsertaan para karyawan di training-training tersebut walaupun memang training itu sangat membangun seandainya mereka ikut, namun jika anggaran tidak memungkinkan itu kami tunda dulu”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

- 10) Apakah Yayasan Dela Penabur Kasih mengalami kendala dalam meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif?

“Ada, terutama seperti tadi yang saya katakan kendala yang kami hadapi terkait dengan anggaran, teknologi dan keterampilan kerja. Ini semua mempengaruhi laju kecepatan dari majunya inovasi desain di dalam Yayasan Dela Penabur Kasih. Sehingga karena laju kami, kami terkadang tertahan, maka di pasar di luar sana ada barang lain yang diproduksi oleh pengusaha-pengusaha lain mungkin pengusaha dari pulau Nias atau pengusaha dari luar. Nah, itu jadi suatu kendala dalam meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif. Kemudian kami juga melihat keterbatasan daya beli masyarakat karena produk kami yang kami utamakan kualitas dan produk kami itu kami buat dengan integritas yang tinggi, quality controlnya sangat kami perhatikan, bahan-bahan yang kami gunakan bahan-bahan berkualitas sehingga produk kami merupakan produk terbaik di pulau Nias ini dan dengan demikian juga harganya lebih tinggi. Di pulau Nias ini, jenis produk yang sama juga dihasilkan oleh pengusaha lain tetapi dengan kualitas yang berbeda dan ini mempengaruhi harga, singkatnya harganya lebih tinggi dari produk yang dihasilkan oleh pengusaha lain karena perbedaan kualitas tadi dan ini

salah satu kendala dalam meningkatkan daya saing kami di pasar yang kompetitif, kami harus mencari jalan untuk memberi edukasi kepada masyarakat bahwa bukan hanya sekedar membeli barang tertentu saja tetapi membeli barang dengan kualitas yang baik untuk memenuhi kepuasan masyarakat”

(wawancara pada hari, Senin tanggal 23 Desember 2024).

4.3 Pembahasan

Proses pelaksanaan penelitian yang telah dilakukan merupakan proses penelitian lapangan dengan pemenuhan persyaratan administrasi penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif strategi pengembangan produk melalui inovasi desain dalam meningkatkan daya saing Yayasan Dela Penabur Kasih di pasar yang kompetitif. Dalam melakukan wawancara kepada informan penelitian untuk mendapatkan data, setiap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan berpatokan pada pertanyaan yang telah disiapkan dengan terstruktur. Namun, tidak semua pertanyaan diajukan kepada masing-masing informan. Kepada informan kunci, peneliti mengajukan sepuluh pertanyaan terkait dengan strategi Yayasan Dela Penabur Kasih dalam mengembangkan produk. Kemudian, untuk pertanyaan kepada informan tambahan mengajukan pertanyaan sebanyak delapan pertanyaan terkait dengan strategi, faktor kunci keberhasilan, dan faktor kendala pada pengembangan produk. Untuk informan kunci sendiri mengajukan pertanyaan sebanyak sepuluh pertanyaan terkait dengan seluruh rumusan masalah yang dihadapi Yayasan Dela Penabur Kasih. Dalam bagian ini, peneliti akan menjelaskan data dan informasi yang didapatkan dari observasi serta wawancara yang dilakukan secara mendalam dengan narasumber penelitian.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada informan kunci, informan utama dan informan tambahan di lokasi penelitian tepatnya di

Yayasan Dela Penabur Kasih, peneliti mendapatkan informasi terkait dengan beberapa pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada responden. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak di Yayasan Dela Penabur Kasih, berikut adalah hasil pembahasan terkait rumusan masalah yang diamati.

4.3.1 Strategi pengembangan produk melalui inovasi desain

Yayasan Dela Penabur Kasih menerapkan beberapa strategi untuk mengembangkan produk melalui inovasi desain guna meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif dan berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan informan kunci, utama, dan pendukung maka peneliti mendapat respon dari pertanyaan yang diajukan, adapun poin penting dari jawaban yang disampaikan berkaitan dengan strategi pengembangan produk melalui inovasi desain antara lain:

1. Riset pasar

Melakukan investigasi untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Hal ini membantu yayasan dalam menciptakan produk yang sesuai harapan masyarakat. Yayasan Dela Penabur Kasih menggunakan pendekatan berbasis kebutuhan masyarakat dengan melibatkan tim produksi untuk langsung bertanya pada konsumen yang membeli produk. Strategi ini tentunya dapat menciptakan desain produk yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar.

2. Pemanfaatan Teknologi

Menggunakan alat dan teknologi modern (seperti Canva) untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik desain produk, serta mempromosikannya melalui media sosial dan platform elektronik. Pengembangan produk juga saat ini berfokus pada segi kemasannya yang dibuat semenarik mungkin dengan desain inovasi berbasis

teknologi. Dengan inovasi desain yang ada maka seterusnya dimanfaatkan teknologi untuk promosi produk untuk semakin menjangkau konsumen. Yayasan Dela Penabur Kasih menggunakan media sosial untuk mengupload video dan foto yang dapat dilihat oleh masyarakat. Dan yayasan menyertakan juga promosi-promosi produk yang terus diubah dari waktu ke waktu. Lebih lanjut informan tambahan menyampaikan hal penting lainnya berkaitan dengan inovasi desain tentang strategi pengembangan produk yang kreatif dan promosi yang efektif, yayasan mampu memperkuat citra produknya di pasar yang kompetitif, menjangkau konsumen lebih luas, dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.

3. Pelatihan dan Workshop

Mengikutsertakan karyawan dalam berbagai pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam desain produk. Strategi pengembangan produk dengan memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan inovasi desain merupakan langkah penting yang dilakukan oleh Yayasan Dela Penabur Kasih dalam mendukung strategi pengembangan produk yayasan. Sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada responden, hal menyatakan perlu strategi peningkatan kompetensi karyawan yang artinya dalam hal ini yayasan mengirim karyawan untuk mengikuti pelatihan, seminar, workshop, dan lokakarya, baik secara online maupun offline. Langkah strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknik dan kreativitas karyawan dalam pengembangan produk yang inovatif. Penguasaan teknologi menjadi aspek penting dalam inovasi desain. Pelatihan yang diberikan tidak hanya fokus pada desain manual tetapi juga pada penggunaan perangkat lunak seperti desain grafis yang dapat diaplikasikan untuk menciptakan produk dengan

jenis aplikasi seperti Canva atau Photoshop dan aplikasi lain dalam strategi pengembangan produk yang inovatif. Setiap perusahaan selama ini dalam kemajuan teknologi, memanfaatkan teknologi sebagai strategi dalam menciptakan produk inovatif dan untuk mempermudah karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya setiap kali produksi, dan dalam promosi di media sosial. Strategi lain yang dilakukan Yayasan Dela Penabur Kasih dalam pengembangan produk yaitu dengan peningkatan kualitas dan produktivitas desain dengan pelatihan, karyawan mendapatkan pengetahuan baru mengenai tren pasar, teknik desain terkini, dan pengolahan kualitas produk. Hal ini memungkinkan mereka untuk menghasilkan desain yang menarik dan berkualitas, baik dari segi kemasan, maupun lebel, dan estetika produk tersebut. Strategi pengembangan produk melalui inovasi desain yang dilakukan selanjutnya yaitu dengan penguatan pengembangan produk jangka panjang. Yayasan memahami bahwa pelatihan karyawan adalah investasi jangka panjang. Dengan peningkatan keterampilan, karyawan tidak hanya mampu menciptakan desain yang inovatif tetapi juga kemampuan yang lebih tinggi dalam memasarkan produk, sehingga strategi inovasi desain dapat berkontribusi pada keinginan yayasan di pasar yang kompetitif.

4. Evaluasi Berkelanjutan

Melakukan evaluasi terhadap produk dan desain yang ada, serta mencari masukan dari konsumen untuk terus memperbaiki kualitas. Dengan evaluasi seperti ini tentunya ada harapan yang ingin dicapai yayasan akan usaha yang dijalani terutama dalam keuntungan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), Sebuah barang umumnya disertai oleh berbagai ciri yang menyertainya. Ini mencakup mutu barang, fungsi barang, tampilan dan rancangan barang, merek, pengepakan, dan lebel. Dengan hal itu yayasan perlu juga evaluasi secara berkelanjutan mengenai atribut-atribut produknya sendiri.

Keempat poin yang disampaikan oleh para informan penelitian tentang strategi pengembangan produk melalui inovasi desain ini, sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Hendra Hadiwijaya dan Didiek Prasetya (2023), bahwa hal yang penting dalam pengembangan produk melalui inovasi desain adalah dengan melakukan pelatihan serta evaluasi. Namun, dalam hal ini hal yang perlu dilakukan dan ditingkatkan oleh Yayasan Dela Penabur Kasih adalah melakukan monitoring dalam setiap kegiatan yang dilakukan guna terus memastikan bahwa inovasi yang sedang dijalankan berjalan dengan baik.

Kemudian, berdasarkan poin tersebut maka didukung dengan teori inovasi dari Murniaty et al (2023), bahwa pemanfaatan teknologi menjadi sarana yang perlu dalam mengembangkan produk karena tuntutan yang tinggi dari masyarakat. Dalam konteks Yayasan Dela Penabur Kasih, strategi produk melalui riset pasar dan pemanfaatan teknologi mencerminkan prinsip-prinsip ini, yaitu pentingnya memahami kebutuhan pengguna dan mengadopsi teknologi baru untuk meningkatkan efektivitas.

4.3.2 Kunci keberhasilan dalam mengembangkan produk melalui inovasi desain

Beberapa faktor kunci yang berkontribusi pada keberhasilan inovasi desain di Yayasan Dela Penabur Kasih berdasarkan wawancara, dokumentasi, dan observasi yang penulis jelaskan dapat penulis pahami dari hasil wawancara dengan responden, bahwasanya Keberhasilan pengembangan produk melalui inovasi desain di Yayasan Dela Penabur Kasih bergantung pada empat aspek yaitu sumber daya manusia, pemahaman atau pengetahuan tentang teknologi, kualitas produk, dan keterlibatan karyawan. Temuan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Karyawan yang terlatih dan kompeten adalah aset penting. Pelatihan yang rutin dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam desain produk. Setiap perusahaan yang mengembangkan produk tentunya menginginkan sumber daya manusia yang dimiliki dapat menciptakan hal-hal baru atau inovasi baru dalam mendukung kemajuan perusahaan. Dan tentunya Yayasan Dela Penabur Kasih menjadikan SDM nya menjadi kunci dalam menjadikan berhasil pengembangan produk melalui inovasi desain.

Pemanfaatan sumber daya manusia yang terlatih sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Ahmah Sandi et al (2024), bahwa dengan melihat potensi akan usaha yang dijalankan maka perlu melakukan peningkatan keahlian sumber daya manusia yang terampil, sebagai kunci keberhasilan dalam mengembangkan usaha. Dalam penelitian ini berfokus pada pembentukan koperasi yang dapat membantu masyarakat dalam pengembangan UMKM, namun Yayasan Dela Penabur Kasih mengembangkan usahanya supaya bisa memiliki inovasi desain produk yang dapat bersaing di pasar yang kompetitif.

2. Pemahaman atau pengetahuan tentang teknologi

Pengetahuan tentang teknologi dan informasi yang mempengaruhi pemasaran produk sangat penting dalam meningkatkan inovasi. Dan Yayasan Dela Penabur Kasih melihat bahwa itu adalah kebutuhan penting dalam mengembangkan produk melalui inovasi desain dalam membuat berhasil produk diterima masyarakat. Dengan teknologi juga dapat dimanfaatkan untuk penjualan produk secara online dan melakukan. Dengan pemanfaatan teknologi yang ada sekarang ada perubahan dalam kapasitas produksinya. Terutama dalam pengelolaan bahan baku, sebelumnya dalam kegiatan produksi tidak bisa diproduksi dalam jumlah banyak. Namun, setelah berjalannya waktu yayasan memikirkan teknologi

yang dapat digunakan untuk memproduksi bahan baku dalam jumlah yang lebih banyak. Ini sejalan dengan studi sebelumnya oleh Farah Husniar dan rekan-rekan (2023), yang menunjukkan bahwa cara promosi melalui internet dapat mencakup unggahan di Instagram, Facebook dan penjualan di platform e-commerce atau marketplace seperti Shopee, Tokopedia. Selain itu, strategi juga mencakup penggunaan iklan, promosi penjualan, serta promosi secara langsung seperti hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung. Yayasan Dela Penabur Kasih dapat memikirkan hal ini untuk lebih meningkatkan penggunaan teknologi sebagai bagian dari kunci keberhasilan dalam pengembangan produk melalui inovasi desain.

3. Kualitas Produk

Mengutamakan kualitas bahan baku dan proses produksi untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi standar yang diharapkan. Tentunya dalam hal ini yang dilihat dari kualitas produk ini mulai dari kemasannya, isi, dan bahan baku. Dalam tahap pengelolaan produk, selain dari kemasan produk sendiri dalam operasionalnya juga diperhatikan mengenai tata cara peningkatan kualitas pengelolaan bahan baku yang diproduksi sampai menjadi bahan baku siap jadi. Ada beberapa inovasi yang dikembangkan tentang bahan dan peralatan berkualitas yang digunakan terutama dalam penyaringan dan proses lain yang dimanfaatkan. Dalam operasionalnya juga untuk mempertahankan kualitas produk dilakukan peningkatan pengelolaan bahan baku sehingga bahan baku dapat dipergunakan dengan baik. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu menurut Said (2016), kemasan dalam definisi sederhana dan harfiah adalah sebuah wadah yang berfungsi melindungi dan menjaga kualitas suatu produk baik ketika di simpan, di distribusikan maupun saat dipamerkan di etalase toko ataupun pasar swalayan.

Menurut penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa atribut kemasan dalam suatu produk memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen. Atribut yang dimaksud adalah warna cerah pada kemasan, ukuran, bentuk, logo/symbol, nama brand, nama produk, atribut kualitas dan fitur ergonomis yang memberikan kenyamanan pada konsumen (Hanifawati, Suryantini, & Mulyo, 2017).

4. Keterlibatan Konsumen

Mendengarkan aspirasi konsumen melalui wawancara dan survei untuk memastikan desain produk sesuai dengan kebutuhan pasar. Konsumen juga penting menyampaikan seperti apa mereka melihat suatu produk mulai dari kemasan sampai kepada kualitas. Dengan keterlibatan konsumen, maka yayasan dapat menerima masukan untuk mengembangkan inovasi desain produknya..

Faktor-faktor keberhasilan dalam inovasi desain dapat dijelaskan melalui model kinerja inovasi. Teori ini menekankan pentingnya sumber daya manusia yang kompeten dan pengetahuan teknologi sebagai faktor kunci yang berpengaruh dalam keberhasilan inovasi mulai dari kualitas produk sampai pada keterlibatan konsumen (Garcia-Morales et al, 2012).

Ditambah lagi dengan penelitian terdahulu Rencana pengembangan produk (menghasilkan barang dengan ide dan inovasi baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pembeli) dan rencana variasi produk (menawarkan barang yang lebih beragam dalam hal ukuran, desain, warna, dan jenis). Kebijakan harga dengan modifikasi tarif yaitu dengan menyesuaikan mutu bahan baku yang lebih baik, memberikan potongan harga dan penawaran khusus kepada pelanggan (Aminah, S. & Prayogo, 2022). Dengan mengacu pada teori dan penelitian terdahulu, pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa kunci keberhasilan dalam mengembangkan produk melalui inovasi

desain terletak pada sumber daya manusia yang kreatif dalam desain dan dalam kreativitas tersebut harus didukung dengan teknologi yang dapat membantu sumber daya manusia untuk berkreasi.

4.3.3 Faktor kendala dalam mengembangkan produk melalui inovasi desain

Kendala inovasi desain Yayasan Dela Penabur Kasih diungkapkan informan kunci terkait dengan keadaan yang dialami. Hal ini ditanyakan langsung oleh peneliti kepada informan kunci, utama, dan tambahan. Dan dari informasi yang diperoleh, peneliti mengamati bahwa Yayasan Dela Penabur Kasih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan produk, antara lain:

1. Keterbatasan sumber daya manusia yang terampil atau kompeten

Kendala keterbatasan sumber daya manusia yang terampil menjadi salah satu hambatan utama dalam implementasi inovasi desain. Faktor kendala ini mempengaruhi kemampuan sebuah perusahaan atau organisasi menciptakan dan mengembangkan desain produk yang inovatif dan kompetitif. Tidak semua karyawan memiliki kemampuan inovasi desain yang mampu, Meskipun Yayasan Dela Penabur Kasih berupaya mengatasi hal ini melalui pelatihan, keterbatasan tenaga terampil masih menjadi kendala. Memberikan pelatihan menjadi cara untuk meningkatkan keterampilan desain mereka. Materi yang bisa digunakan yaitu fokus pada penguasaan software dan bisa juga kerja sama dengan ahli yang bisa memberikan pelatihan khusus secara singkat.

2. Anggaran yang terbatas atau sumber daya finansial

Salah satu kendala utama dalam penerapan desain inovasi adalah keterbatasan anggaran yang tersedia, kondisi ini berdampak pada berbagai aspek operasional, mulai dari pengadaan bahan baku

berkualitas hingga pelaksanaan promosi digital secara optimal. Dana yang terbatas seringkali menjadi hambatan untuk melaksanakan pelatihan dan pengembangan teknologi yang lebih maju. Dengan anggaran terbatas, sebuah perusahaan atau organisasi cenderung menggunakan bahan baku yang lebih ekonomis, tetapi dengan keadaan tersebut mempengaruhi daya tarik produk di pasar.

Adapun faktor penghambat dari proses pengembangan produk menurut teori dari (Yang & El-Haik S., 2009), antara lain sebagai berikut:

1. Tidak Memiliki Konsep Pengembangan Produk, kondisi ini menyebabkan organisasi tidak dapat bersaing karena tidak memiliki gagasan dalam pengembangan produknya.
2. Target Pasar yang Tidak Fokus, organisasi harus memikirkan pangsa pasar yang akan disasar, sehingga dalam proses pengembangan produknya dapat berjalan sesuai harapan.
3. Faktor Biaya, pendanaan menjadi faktor utama dalam proses pengembangan produk, sehingga jika faktor ini tidak dapat terpenuhi maka proses pengembangan produk tidak dapat berjalan dengan baik.
4. Faktor Waktu Pengembangan Produk, tidak cukupnya waktu pengembangan produk berdampak pada gagalnya dalam melakukan persaingan, sehingga produk competitor yang dapat memanfaatkan waktu akan lebih unggul dalam merebut pangsa pasar.

Dari keempat faktor penghambat tersebut salah satunya dialami oleh Yayasan Dela Penabur Kasih dalam pengembangan produk melalui inovasi desain yaitu berkaitan dengan anggaran.

3. Kompetisi atau persaingan Pasar

Salah satu tantangan utama dalam implementasi desain inovasi adalah adanya persaingan pasar yang semakin ketat. Hal ini terjadi

karena banyaknya pelaku usaha yang menawarkan produk dengan inovasi serupa, sehingga perusahaan harus menghadapi persaingan tidak hanya terkait harga, tetapi juga kualitas, fitur desain dan aspek-aspek lainnya. Persaingan ketat dengan produk serupa di pasar menjadi tantangan untuk mempertahankan posisi produk yayasan. Dengan adanya kompetisi yang ada saat ini tentunya yayasan juga perlu memikirkan untuk membuat produknya didiversifikasi. Penelitian terdahulu juga menyarankan pada usaha Kain Tenun Muna Wa'a. Ahmah Sandi et al (2024), menyatakan Salah satu inovasi pengembangan produk tenun adalah dengan Diversifikasi Produk.

Kendala yang dihadapi Yayasan Dela Penabur Kasih, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang terampil atau kompeten, anggaran yang terbatas atau sumber daya finansial, kompetisi atau persaingan pasar, sejalan dengan temuan dalam penelitian tentang hambatan inovasi. Menurut penelitian Mesy R. dan Siti Nursyamsiah (2022), bahwa salah satu hambatan yang dialami perusahaan biasanya mengalami kesulitan dalam inovasi berupa masalah ekonomi dan keuangan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa organisasi yang ingin berinovasi perlu memperhatikan baik aspek teknis maupun sosial dalam penerapan inovasi. Melalui penghubungan ini, Yayasan Dela Penabur Kasih dapat memperkuat strateginya dengan merujuk pada landasan teori dan penelitian sebelumnya, sehingga pengembangan produk dan inovasi dapat diimplementasikan lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan pasar. Ini tidak hanya meningkatkan daya saing tetapi juga menyokong penciptaan produk berkualitas yang sesuai harapan masyarakat. Meskipun ada tantangan, strategi keberhasilan yang telah diterapkan dapat membantu mengatasi kendala yang dihadapi tersebut.