

Penerapan Perilaku Inovatif Sebagai Peningkatan Kualitas Pada Produk Kemiri Oil Celebes

Muyardhan¹, Andi Indriani Ibrahim², Harnida Wahyuni Adda³, Pricylia Chintya Dewi Buntuang⁴

¹Universitas Tadulako, Muyardhan@gmail.com

²Universitas Tadulako, andi.indriani.ibrahim@gmail.com

³Universitas Tadulako, harnida@untad.ac.id

⁴Universitas Tadulako, pricyliabuntuang@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan perilaku inovatif sebagai upaya peningkatan kualitas pada produk Kemiri Oil Celebes, sebuah usaha kecil menengah yang memproduksi minyak kemiri tanpa bahan kimia. Fokus penelitian adalah pada strategi pelatihan sumber daya manusia yang dilakukan oleh manajer tim untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini melibatkan wawancara mendalam dengan manajer tim sekaligus pemilik usaha, observasi langsung, dan analisis data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan yang berfokus pada penggunaan digital marketing dan media sosial berhasil membentuk perilaku inovatif karyawan. Hal ini terbukti dari peningkatan signifikan dalam penjualan produk dari 5 pcs di bulan Agustus menjadi 125 pcs di bulan Januari, serta perluasan jangkauan pasar hingga ke luar Sulawesi. Strategi pemberian target penjualan mingguan dan kebebasan berkreasi kepada karyawan juga berkontribusi pada peningkatan kinerja. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan yang tepat dan penciptaan lingkungan kerja yang mendukung inovasi sangat penting dalam meningkatkan daya saing UKM.

Kata Kunci: Perilaku inovatif, pelatihan SDM, UKM, pemasaran digital, kinerja penjualan

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of innovative behavior as an effort to improve the quality of Kemiri Oil Celebes products, a small and medium enterprise that produces candlenut oil without chemicals. The research focuses on human resource training strategies conducted by the team manager to enhance marketing performance. Using a qualitative descriptive method, this study involves in-depth interviews with the team manager who is also the business owner, direct observation, and secondary data analysis. The results show that training focused on the use of digital marketing and social media successfully shaped employees' innovative behavior. This is evidenced by a significant increase in product sales from 5 pieces in August to 125 pieces in January, as well as the expansion of market reach beyond Sulawesi. The strategy of setting weekly sales targets and giving employees creative freedom also contributed to performance improvement. This study concludes that human resource development through appropriate training and the creation of a work environment that supports innovation is crucial in enhancing the competitiveness of SMEs.

Keywords : Innovative behavior, human resource training, SMEs, digital marketing, sales performance.

A. PENDAHULUAN

Kemiri oil celebes adalah Perusahaan yang bergerak dibidang industri kecil yang memproduksi minyak kemiri dengan kelebihan tanpa menggunakan bahan kimia. Yang mana menargetkan pasarnya usia 25-45 tahun. Kemiri oil celebes sendiri memiliki 4 sumber daya manusia yang menjalankan industri kecil ini, dengan beberapa divisi diantaranya : manajemen tim, marketing, dan operasional. Keberhasilan Perusahaan dalam mencapai tujuan ditentukan oleh sumber daya yang



dimilikinya salah satunya adalah sumber daya manusia. Keberhasilan tersebut dapat dihasilkan oleh karyawan dan untuk meningkatkan kualitas dan kemampuan kerja karyawan perusahaan harus melakukan kegiatan manajemen yang berdaya guna, untuk kepentingan dua belah pihak yaitu perusahaan dan karyawan (Andayani dkk, 2010). Perusahaan harus mempertahankan karyawannya untuk dapat berkembang lebih jauh melalui manajemen timnya, agar dapat bersaing dan menciptakan karyawan yang konsisten pada kinerjanya. Kesempatan untuk berkembang oleh Perusahaan diberikan kepada karyawan guna menyelesaikan rasa jenuh, jumlah kehadiran, niat, dan rasa stress.

Karyawan yang berkembang akan menjadikan kemampuan kerja semakin inovatif dalam berkreasi, (Van De Ven, dalam Fonceca, 2002) dalam Rusdijanto (2012) mengemukakan perilaku kerja inovatif yang mengarah pada efektivitas kerja akan mempercepat akselerasi keberhasilan organisasi dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan. De Jong dan Kemp (2003), mengemukakan perilaku inovatif merupakan sebuah tindakan individu yang mengarah pada kepentingan perusahaan, dimana didalamnya karyawan melakukan introduksi dan mengaplikasikan ide-ide baru mereka untuk menguntungkan Perusahaan. Karyawan yang mempunyai perilaku inovatif, akan dapat menciptakan atau mengkombinasikan ide-ide kreatif menjadi hal yang baru dan mempunyai keberanian untuk mengembangkan ide tersebut pada Perusahaan.

Kemiri Oil Celebes adalah perusahaan industri kecil yang memproduksi minyak kemiri tanpa bahan kimia, menargetkan pasar usia 25-45 tahun. Perusahaan ini memiliki 4 sumber daya manusia yang terbagi dalam divisi manajemen tim, marketing, dan operasional. Keberhasilan perusahaan sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusianya, sehingga manajemen yang efektif menjadi kunci untuk kepentingan perusahaan dan karyawan (Andayani dkk, 2010). Perusahaan harus mempertahankan dan mengembangkan karyawannya melalui manajemen tim yang efektif, untuk menciptakan karyawan yang konsisten dalam kinerjanya. Pengembangan karyawan tidak hanya mengatasi masalah seperti kejenuhan, kehadiran, dan stres, tetapi juga mendorong perilaku kerja yang inovatif.

Karyawan yang berkembang menjadikan kemampuan kerja semakin inovatif dalam berkreasi. Van De Ven (dalam Fonceca, 2002) dalam Rusdijanto (2012) mengemukakan bahwa perilaku kerja inovatif yang mengarah pada efektivitas kerja akan mempercepat akselerasi keberhasilan organisasi dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan. De Jong dan Kemp (2003) menambahkan bahwa perilaku inovatif merupakan tindakan individu yang mengarah pada kepentingan perusahaan, di mana karyawan mengintroduksi dan mengaplikasikan ide-ide baru untuk menguntungkan perusahaan. Untuk mendukung dan meningkatkan perilaku kerja inovatif di Kemiri Oil Celebes, beberapa aspek penting perlu diperhatikan:

Pengembangan Karyawan dan Kinerja Organisasi: Suhartini (2020) menemukan bahwa pengembangan karyawan berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi. Meskipun hanya memiliki 4 karyawan, Kemiri Oil Celebes perlu fokus pada pengembangan kompetensi untuk meningkatkan produktivitas dan inovasi.

Manajemen Talenta dalam UKM: Pauli dan Poczowski (2019) menunjukkan bahwa UKM memerlukan pendekatan manajemen talenta yang lebih fleksibel. Kemiri Oil Celebes dapat menerapkan strategi manajemen talenta yang sesuai untuk memaksimalkan potensi 4 karyawannya.

Peran Kepemimpinan: Wijayanti dkk. (2021) dan Maulana dkk. (2020)

menekankan pentingnya kepemimpinan dalam meningkatkan kinerja dan perilaku inovatif karyawan. Pemimpin Kemiri Oil Celebes harus mampu menginspirasi, memotivasi, dan mendorong kreativitas karyawannya.

Manajemen Stres dan Kesejahteraan Karyawan: Purba dan Demou (2019) mengungkapkan pentingnya manajemen stres untuk produktivitas dan retensi karyawan. Kemiri Oil Celebes perlu memperhatikan kesejahteraan karyawannya untuk mendorong inovasi.

Iklim Organisasi dan Motivasi Intrinsik: Etikariena dan Muluk (2014) serta Purba dkk. (2019) menunjukkan bahwa iklim organisasi yang mendukung inovasi dan motivasi intrinsik karyawan berperan penting dalam meningkatkan perilaku inovatif. Kemiri Oil Celebes perlu menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kreativitas dan inovasi.

Pembelajaran Organisasi dan Manajemen Pengetahuan: Farrukh dan Waheed (2015) serta Donate dan de Pablo (2015) menekankan pentingnya pembelajaran berkelanjutan dan manajemen pengetahuan dalam mendorong inovasi. Kemiri Oil Celebes dapat menerapkan praktik berbagi pengetahuan dan pembelajaran yang efektif di antara 4 karyawannya.

Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan: Ningsih dkk. (2022) menekankan pentingnya pelatihan untuk meningkatkan kinerja UKM. Kemiri Oil Celebes perlu merancang program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik karyawannya.

Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, Kemiri Oil Celebes dapat mengoptimalkan manajemen sumber daya manusianya untuk mendorong perilaku kerja inovatif. Fokus pada pengembangan karyawan, kepemimpinan yang efektif, manajemen stres, penciptaan iklim inovatif, serta pelatihan dan pengembangan keterampilan akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya, mempertahankan karyawan yang berkualitas, dan bersaing di pasar. Karyawan yang memiliki perilaku inovatif akan dapat menciptakan atau mengkombinasikan ide-ide kreatif menjadi hal yang baru dan memiliki keberanian untuk mengembangkan ide tersebut, yang pada akhirnya akan menguntungkan Kemiri Oil Celebes dalam jangka panjang.

Adapun fenomena yang terjadi pada kemiri oil celebes adalah kurangnya semangat dan keefektifan kerja pada divisi pemasaran kemiri oil celebes dalam memasarkan produk, dan karyawan kurang berkembang. Hal ini dikarenakan adanya kejenuhan, dan tugas kerja tidak dilakukan secara teratur atau karyawan baru pertama kali melakukannya. Dalam upaya menciptakan perilaku inovatif pada karyawan pemimpin kemiri oil celebes memberikan wewenang kepada karyawannya dalam berkembang dan berkreatifitas dan menunjukan ide – ide tersebut kepada pemimpin, dalam hal ini pemimpin hanya menerima ide tersebut dan bertugas memutuskan apakah ide tersebut layak untuk digunakan dan diterapkan dan karyawan yang dianggap tidak memiliki perilaku inovatis akan diberikan pelatihan langsung oleh pemimpin sehingga karyawan tersebut dapat berkembang dengan pelatihan yang sudah diberikan, pelatihan yang diberikan mengacu pada perkembanganteknologi dan bagaimana pemanfaatannya. Kebutuhan pelatihan adalah untuk memperbarui karyawan dengan perkembangan teknologi terbaru (Siti rosmyati dkk, 2021). Dari penjelasan tersebut dapat dilihat bahwa hubungan pemimpin dan karyawan terjalin dengan baik.

Mitra Yang Terlibat

Mitra binaan pada program ini adalah pihak kampus dan incubator yang bekerja



sama dengan pihak kampus. Pada program ini mahasiswa didampingi oleh satu dosen pembimbing lapangan dari pihak kampus, dan satu mentor dari incubator bisnis teknologi palu.

1. Mitra di dalam institusi:

- Pihak kampus: Satu dosen pembimbing lapangan ditugaskan untuk mendampingi mahasiswa dalam program ini. Dosen ini berperan penting dalam memberikan bimbingan akademis dan praktis kepada mahasiswa selama menjalankan program.
- Mahasiswa: Mereka dilibatkan dengan membentuk kelompok wirausaha yang mengembangkan satu inovasi terbaik. Mahasiswa menjadi pelaku utama dalam menjalankan dan mengembangkan usaha Kemiri Oil Celebes.

2. Mitra di luar institusi:

- Inkubator bisnis teknologi Palu: Menyediakan satu mentor untuk membimbing mahasiswa dalam pengembangan usaha. Mentor ini memberikan panduan praktis dan wawasan industri yang berharga bagi pengembangan Kemiri Oil Celebes.
- Pemerintah Kota Palu: Berperan sebagai penyedia bantuan dana bagi pelaku UMKM di Kota Palu, yang membantu mahasiswa dalam mengembangkan usaha mereka. Dukungan finansial ini sangat penting untuk pertumbuhan awal usaha.

Program ini dirancang untuk melibatkan berbagai pihak guna mendukung pengembangan Kemiri Oil Celebes. Dengan adanya kolaborasi antara pihak akademisi (kampus dan mahasiswa), praktisi (inkubator bisnis), dan pemerintah, diharapkan dapat tercipta ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan inovasi usaha kecil menengah seperti Kemiri Oil Celebes. Kerjasama ini menggambarkan pendekatan holistik dalam pengembangan UKM, di mana pengetahuan akademis, pengalaman praktis, dan dukungan kebijakan disatukan untuk memaksimalkan potensi pertumbuhan usaha. Hal ini juga mencerminkan pentingnya keterlibatan berbagai pemangku kepentingan dalam mendorong inovasi dan kewirausahaan di tingkat lokal.

B. KAJIAN TEORI

Perilaku Inovatif

Perilaku inovatif merupakan aspek krusial dalam pengembangan organisasi dan kinerja karyawan. Menurut De Jong dan Den Hartog (2010) dalam jurnal "Measuring Innovative Work Behavior" yang terbit di *Creativity and Innovation Management*, perilaku inovatif didefinisikan sebagai perilaku individu yang bertujuan untuk memperkenalkan atau mengaplikasikan ide, proses, produk atau prosedur baru yang bermanfaat bagi organisasi. Perilaku ini mencakup eksplorasi peluang, generasi ide, promosi ide, dan implementasi ide. Wijayanti et al. (2019) dalam penelitiannya yang dimuat di *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* menemukan bahwa perilaku inovatif karyawan berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi, terutama pada UKM. Studi ini menekankan pentingnya menciptakan lingkungan kerja yang mendukung inovasi dan kreativitas karyawan.

Pelatihan dan Pengembangan SDM

Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia merupakan investasi penting bagi organisasi untuk meningkatkan kompetensi karyawan. Dessler (2020)

dalam bukunya "Human Resource Management" menegaskan bahwa pelatihan yang efektif dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi kesalahan, dan meningkatkan kepuasan kerja karyawan. Dalam konteks UKM, Rahayu et al. (2020) melalui penelitiannya di Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan mengungkapkan bahwa pelatihan karyawan berperan signifikan dalam meningkatkan daya saing UKM.

Noe et al. (2018) dalam buku "Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage" menekankan pentingnya pendekatan sistematis dalam pelatihan dan pengembangan. Mereka mengusulkan model ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation) sebagai kerangka kerja untuk merancang program pelatihan yang efektif. Model ini memastikan bahwa pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik organisasi dan karyawan. Berkaitan dengan metode pelatihan, Garavan et al. (2019) dalam artikel mereka di Human Resource Development Quarterly mengeksplorasi efektivitas e-learning dan pelatihan berbasis teknologi. Mereka menemukan bahwa metode ini dapat meningkatkan fleksibilitas dan aksesibilitas pelatihan, terutama untuk UKM dengan sumber daya terbatas. Aguinis dan Kraiger (2009) dalam tinjauan komprehensif mereka di Annual Review of Psychology mengidentifikasi manfaat pelatihan dan pengembangan tidak hanya pada level individu, tetapi juga pada level tim dan organisasi. Pada level organisasi, pelatihan dapat meningkatkan profitabilitas, efektivitas, dan produktivitas, serta mendorong stabilitas organisasi. Dalam konteks UKM, Padachi dan Lukea Bhiwajee (2016) melalui studi kasus di International Journal of HRD Practice, Policy and Research menemukan bahwa program pengembangan SDM yang terstruktur dapat membantu UKM dalam mengatasi tantangan pertumbuhan. Mereka menekankan pentingnya menyelaraskan strategi pelatihan dengan tujuan bisnis jangka panjang.

Lebih lanjut, Sung dan Choi (2014) dalam penelitian mereka di The International Journal of Human Resource Management mengungkapkan hubungan positif antara investasi pelatihan dan kinerja inovasi organisasi. Mereka menyarankan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong budaya pembelajaran yang mendukung inovasi. Akhirnya, Becker dan Huselid (2006) dalam artikel mereka di Harvard Business Review menekankan pentingnya mengintegrasikan pelatihan dan pengembangan ke dalam strategi manajemen talenta yang lebih luas. Mereka berpendapat bahwa pendekatan strategis terhadap pengembangan SDM dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi organisasi.

Dengan demikian, pelatihan dan pengembangan SDM bukan hanya tentang meningkatkan keterampilan individu, tetapi juga tentang membangun kapabilitas organisasi, mendorong inovasi, dan menciptakan budaya pembelajaran yang berkelanjutan. Bagi UKM, investasi dalam pelatihan dan pengembangan dapat menjadi katalis untuk pertumbuhan dan daya saing jangka panjang.

Hubungan Pelatihan dengan Perilaku Inovatif

Suharyanto et al. (2018) dalam studi yang dipublikasikan di Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis menunjukkan adanya hubungan positif antara pelatihan dan perilaku inovatif karyawan. Mereka menyimpulkan bahwa pelatihan yang dirancang dengan baik dapat merangsang kreativitas dan mendorong karyawan untuk menghasilkan ide-ide inovatif. Selanjutnya, Kurniawan et al. (2020) dalam penelitian mereka di Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa menekankan pentingnya menyelaraskan program pelatihan dengan strategi inovasi organisasi. Mereka menemukan bahwa pelatihan yang berfokus pada pemecahan masalah dan



pengambilan keputusan dapat meningkatkan perilaku inovatif karyawan secara signifikan.

Kesimpulan dari kajian teori ini menunjukkan bahwa perilaku inovatif merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja organisasi, terutama UKM. Pelatihan dan pengembangan SDM yang tepat dapat menjadi katalis dalam membentuk dan meningkatkan perilaku inovatif karyawan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing dan kinerja organisasi secara keseluruhan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Creswell (2014), pendekatan kualitatif cocok digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam bagaimana perilaku inovatif dibentuk melalui pelatihan di Kemiri Oil Celebes.

Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Yin (2018) mendefinisikan studi kasus sebagai penyelidikan empiris yang menginvestigasi fenomena kontemporer secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata. Stake (1995) lebih lanjut menjelaskan bahwa studi kasus instrumental merupakan suatu penelitian yang memfokuskan diri pada suatu isu atau permasalahan tertentu dengan mengkaji secara mendalam satu atau beberapa kasus terbatas. Dalam penelitian ini, kasus yang diteliti adalah upaya pembentukan perilaku inovatif karyawan di Kemiri Oil Celebes.

Lokasi penelitian dilakukan di kantor Kemiri Oil Celebes yang terletak di Palu Timur, kecamatan Besusu Tengah. Yin (2003) menyatakan bahwa pemilihan lokasi penelitian yang tepat sangat penting dalam studi kasus untuk memperoleh data yang relevan dan mendalam. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Kemiri Oil Celebes merupakan usaha kecil menengah yang sedang berupaya meningkatkan kinerja karyawannya melalui pelatihan dan pengembangan perilaku inovatif.

Wawancara mendalam (in-depth interview) dengan manajer tim sekaligus pemilik usaha Kemiri Oil Celebes serta beberapa karyawannya. Menurut Patton (2002), wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk menggali perspektif dan pengalaman partisipan secara detail. Wawancara dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur untuk memastikan semua topik penting dibahas sambil tetap memberi ruang untuk eksplorasi lebih lanjut.

Observasi langsung terhadap aktivitas kerja dan pelatihan karyawan di kantor Kemiri Oil Celebes. Spradley (1980) menegaskan bahwa observasi partisipan memungkinkan peneliti untuk memahami konteks dan dinamika sosial dalam setting penelitian. Observasi dilakukan selama periode dua minggu untuk mengamati proses pelatihan dan perubahan perilaku karyawan.

Studi dokumentasi dengan menganalisis data primer berupa laporan penjualan dan data-data terkait kinerja karyawan di lakukan pada bulan Agustus – Januari 2024. Bowen (2009) menyatakan bahwa analisis dokumen dapat memberikan data kontekstual yang melengkapi data dari sumber lainnya. Dokumen yang dianalisis meliputi laporan penjualan bulanan, materi pelatihan, dan evaluasi kinerja karyawan.

Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposive, yaitu manajer tim/pemilik usaha dan 2 orang karyawan bagian pemasaran. Menurut Patton (1990), purposive sampling efektif untuk memilih kasus-kasus yang kaya informasi untuk studi

mendalam. Kriteria pemilihan informan meliputi keterlibatan langsung dalam proses pelatihan dan pengembangan perilaku inovatif.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Miles dan Huberman (1994) menyatakan bahwa model analisis interaktif ini memungkinkan peneliti untuk mengolah data kualitatif secara sistematis dan mendalam. Proses analisis dimulai sejak pengumpulan data dan berlangsung secara iteratif sepanjang penelitian.

Untuk menguji keabsahan data digunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Denzin (1978) mengemukakan bahwa triangulasi meningkatkan kredibilitas temuan penelitian dengan mengkonfirmasi data dari berbagai sumber dan metode. Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta mengkonfirmasi temuan dengan berbagai informan.

Etika penelitian juga menjadi perhatian penting dalam penelitian ini. Seperti yang ditekankan oleh Israel dan Hay (2006), peneliti harus memastikan bahwa penelitian dilakukan dengan integritas dan tidak merugikan partisipan. Oleh karena itu, informed consent diperoleh dari semua partisipan, dan kerahasiaan data dijaga dengan penggunaan nama samaran. Menurut peneliti, pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif sangat sesuai untuk penelitian ini karena dapat menggali informasi secara mendalam terkait upaya pembentukan perilaku inovatif karyawan melalui pelatihan. Merriam (1998) menegaskan bahwa studi kasus kualitatif sangat berguna untuk memahami proses dan dinamika dalam konteks tertentu. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat mengamati secara langsung proses pelatihan dan perubahan perilaku karyawan, serta menganalisis dampaknya terhadap kinerja perusahaan dalam konteks spesifik Kemiri Oil Celebes.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya membentuk perilaku inovatif karyawan kemiri oil celebes, kondisi lingkungan kerja, hubungan baik antar karyawan dan pemimpin serta pelatihan adalah hal yang sangat dibutuhkan. Peningkatan kualitas kerja dapat dicapai dengan cara menentukan sumber daya manusia yang tepat pada setiap divisi yang ada pada kemiri oil celebes atau juga dengan cara melataih sdm yang ada untuk membentuk kualitas yang diinginkan. Pemimpin membangun hubungan yang baik dengan karyawan dengan cara terus memberikan motivasi dengan memberikan dorongan secara psikologis kepada karyawan. Selain itu guna mengurangi stress kerja karyawan yang kurang memiliki kompetensi dibidangnya pemimpin juga mengadakan pelatihan khusus bagi karyawan yang performa kerjanya dianggap kurang efisien.

Dalam pelatihan ini sdm dibidang pemasaran dilatih dalam penggunaan digital marketing dan dikenalkan dengan beberapa platform penjualan online salah satunya adalah media sosial. Media sosial yang dimaksud diantaranya facebook, dan Instagram. Dalam pendampingan yang dilakukan oleh manajer tim, sdm dibidang marketing diarahkan langsung untuk melakukan praktek penjualan secara online dimedia sosial, dengan menggunakan strategi yang mencakup tips dan trik yang diberikan oleh manajer tim. Karyawan dilatih dalam pemanfaatan fitur – fitur media sosial yang memungkinkan untuk digunakan. Selain itu pengenalan tentang bagaimana cara agar setiap produk yang dipasarkan melalui sosial media dapat terlihat menarik juga dilakukan, melalui pelatihan penggunaan beberapa aplikasi pengeditan konten. Setelah dilakukan pelatihan, karyawan dibebaskan untuk



berkreasi pada pemasaran dalam bentuk apa saja yang ia inginkan, hal ini akan memicu ide inovasi muncul pada karyawan.

Hasil penjualan sebelum adanya pelatihan dan pencapaian perilaku inovatif, tabel menunjukkan peningkatan penjualan pada bulan oktober – januari. Sedangkan pada bulan agustus – September usaha kemiri oil celebes mengalami kerugian, yang mana hal itu disebabkan oleh capaian omset yang tidak memenuhi target karena sdm belum mengikuti pelatihan terkait marketing.

Tabel Hasil penjualan bulan agustus – januari

Bulan	Capaian penjualan
Agustus	5 pcs
September	23 pcs
Oktober	63 pcs
November	72 pcs
Desember	100 pcs
Januari	125 pcs

Sumber : data sekunder 2024

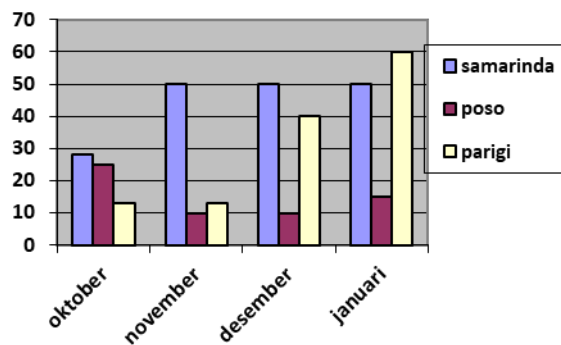
Untuk mempertahankan kemampuan para pemasar, manajer tim memberikan setiap marketer kewajiban penjualan setiap minggunya, dan kewajiban yang harus dilakukan. Diantaranya :

1. Setiap sdm yang ditugaskan dibidang marketing diberikan target dalam satu minggu harus menjual produk sebanyak minimal 10 pcs
2. Mewajibkan setiap marketer membawa produk kemana saja sehingga Ketika melihat peluang penjualan pada tempat umum, marketer dapat menawarkan produknya kapan saja dan Dimana saja.

Hal ini tentunya bertujuan untuk memberikan motivasi kepada karyawan untuk terus melakukan penjualan sekaligus menjadi tantangan tersendiri bagi karyawan dalam menunjukkan sejauh mana perilaku inovatifnya terbentuk akibat pelatihan yang diberikan, dan hal ini juga menjadi pemicu adanya kompetisi antar karyawan yang berada pada divisi pemasaran yang menjadikan penjualan dapat meningkat dan tujuan Perusahaan dapat tercapai.

Jangkauan pasar

Melalui konten – konten yang telah dibuat oleh karyawan pemasaran yang tentunya berasal dari ide-ide inovatif dan kreatif, serta upaya mereka dalam memasarkan produk disetiap media sosial yang ada, terbukti bahwa produk minyak kemiri dari kemiri oil celebes tidak hanya terjual di dalam kota palu saja. Namun jangkauan pasar kemiri oil celebes sudah memasuki daerah Parigi, poso, dan daerah luar Sulawesi yaitu Kalimantan, hal ini dicapai karna adanya penggunaan media sosial sebagai kekuatan utama dalam penyebaran dan pengenalan produk. Pelatihan yang diberikan oleh manajer tim dalam upaya membentuk perilaku inovatif karyawan kemiri oil celebes dianggap berhasil.



Gambar Jangkauan pasar

Sumber : data sekunder 2024

Peningkatan penjualan setelah terbentuknya perilaku inovatif karyawan kemiri oil Celebes

Tabel Peningkatan Penjualan

Marketer	Oktober	November	Desember	Januari
Fandy	30 Pcs	27 Pcs	34 Pcs	62 Pcs
Kurniawan				
Muyardhan	33 Pcs	25 Pcs	66 Pcs	63 Pcs

Sumber data : sekunder 2024

Tabel menunjukkan bahwa adanya peningkatan penjualan dari sebelum adanya pelatihan dan sesudah adanya pelatihan yang dilakukan. Hal ini dianggap berhasil menjadikan karyawan berperilaku inovatif dan dapat berdaya saing.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelatihan yang diberikan oleh manajer tim Kemiri Oil Celebes berhasil membentuk perilaku inovatif karyawan, terutama di bidang pemasaran. Fokus pelatihan pada penggunaan digital marketing dan platform penjualan online, khususnya media sosial seperti Facebook dan Instagram, terbukti efektif. Hal ini terlihat dari peningkatan signifikan dalam penjualan produk, dari hanya 5 pcs di bulan Agustus menjadi 125 pcs di bulan Januari. Selain itu, jangkauan pasar Kemiri Oil Celebes juga meluas, tidak hanya di Kota Palu, tetapi juga ke daerah lain seperti Parigi, Poso, dan bahkan ke luar Sulawesi (Kalimantan). Strategi yang diterapkan, termasuk pemberian target penjualan mingguan dan kewajiban bagi karyawan pemasaran untuk selalu membawa produk, memungkinkan penjualan kapan saja dan di mana saja. Pendekatan manajemen yang melibatkan pelatihan, motivasi, dan pemberian kebebasan berkreasi kepada karyawan terbukti efektif dalam membentuk perilaku inovatif. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan sumber daya manusia, terutama dalam konteks UKM seperti Kemiri Oil Celebes, untuk meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran dapat diajukan untuk pengembangan lebih lanjut Kemiri Oil Celebes. Perusahaan sebaiknya melanjutkan



dan mengembangkan program pelatihan digital marketing, dengan memperbarui materi sesuai tren terbaru di industri. Selain itu, perlu dipertimbangkan untuk memperluas pelatihan ke bidang-bidang lain seperti manajemen operasional atau pengembangan produk. Evaluasi berkala terhadap efektivitas pelatihan dan dampaknya pada kinerja karyawan serta perusahaan juga penting dilakukan. Untuk lebih memotivasi karyawan dalam berinovasi, Kemiri Oil Celebes dapat mempertimbangkan penerapan sistem reward yang lebih terstruktur. Eksplorasi kemungkinan kolaborasi dengan UKM lain atau institusi pendidikan untuk pertukaran pengetahuan dan pengembangan inovasi juga dapat menjadi langkah strategis. Penelitian lanjutan untuk mengukur dampak jangka panjang dari perilaku inovatif karyawan terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis perlu dilakukan. Pengembangan budaya organisasi yang lebih mendukung inovasi dan kreativitas di semua level perusahaan juga patut dipertimbangkan. Terakhir, pemanfaatan teknologi analitik untuk lebih memahami pasar dan preferensi konsumen dapat membantu mengarahkan inovasi dengan lebih tepat, sehingga meningkatkan daya saing Kemiri Oil Celebes di pasar yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguinis, H., & Kraiger, K. (2009). Benefits of training and development for individuals and teams, organizations, and society. *Annual Review of Psychology*, 60, 451-474.
- Andayani, Dewi, Sherley K, Revo, D Darmawan, 2010. Pemberdayaan karyawan berbasis keunggulan bersaing. *Jurnal Ini presindo Pustaka*.
- Becker, B. E., & Huselid, M. A. (2006). Strategic human resources management: Where do we go from here? *Journal of Management*, 32(6), 898-925.
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring Innovative Work Behavior. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23-36.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management* (16th ed.). Pearson.
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management* (16th ed.). Pearson.
- Donate, M. J., & de Pablo, J. D. S. (2015). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation. *Journal of Business Research*, 68(2), 360-370.
- Etikariena, A., & Muluk, H. (2014). Hubungan antara Memori Organisasi dan Perilaku Inovatif Karyawan. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 18(2), 77-88.

- Farrukh, M., & Waheed, A. (2015). Learning organization and competitive advantage- An integrated approach. *Journal of Asian Business Strategy*, 5(4), 73-79.
- Garavan, T., McCarthy, A., Sheehan, M., Lai, Y., Saunders, M. N., Clarke, N., Carbery, R., & Shanahan, V. (2019). Measuring the organizational impact of training: The need for greater methodological rigor. *Human Resource Development Quarterly*, 30(3), 291-309.
- Israel, M., & Hay, I. (2006). *Research Ethics for Social Scientists*. SAGE Publications.
- Kurniawan, A., Khafid, M., & Pujiati, A. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi, dan Kepemimpinan terhadap Kinerja Pegawai melalui Perilaku Inovatif. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13(1), 17-32.
- Maulana, F. H., Hamid, D., & Mayowan, Y. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional terhadap Perilaku Inovatif Karyawan dengan Motivasi Intrinsik sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 78(1), 130-139.
- Merriam, S. B. (1998). *Qualitative Research and Case Study Applications in Education*. Jossey-Bass Publishers.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Ningsih, N. K., Sulindawati, N. L. G. E., & Atmadja, A. T. (2022). Pengaruh Pelatihan Kerja, Kompetensi dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada UKM di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 12(1), 50-59.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2018). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Padachi, K., & Lukea Bhiwajee, S. (2016). Barriers to employee training in small and medium sized enterprises: Insights and evidences from Mauritius. *European Journal of Training and Development*, 40(4), 232-247.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Pauli, U., & Poczowski, A. (2019). Talent management in SMEs: An exploratory study of Polish companies. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(4), 199-218.
- Purba, S., & Demou, E. (2019). The relationship between organisational justice and job satisfaction in the police force in England and Wales. *Police Practice and Research*, 20(5), 460-475.
- Purba, S., Anindita, R., & Rekarti, E. (2019). The Influence of Organizational Learning Culture, Intellectual Capital, Innovative Work Behavior, and Authentic Leadership on Work Performance. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8(10), 1989-1994.
- Rahayu, R., Day, J., & Parahyanti, E. (2020). Determinants of SME Internationalisation and the Impact on Performance: An Indonesian Perspective. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 11-20.



- Rahayu, R., Day, J., & Kurniawan, A. (2020). Peran Pelatihan Karyawan dalam Meningkatkan Daya Saing UKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 1-10.
- Siti R., Engkas K., Achmad M., Yosali I. (2021). Peran pelatihan dan pengembangan dalam menciptakan perilaku kerja yang inovatif dan efektifitas organisasi. *Jurnal ilmiah manajemen*.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. Holt, Rinehart and Winston.
- Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. SAGE Publications.
- Suhartini, Y. (2020). Pengaruh Pengembangan Karir dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1), 85-93.
- Suharyanto, S., Purba, H. H., & Ikatrinasari, Z. F. (2018). Peningkatan Kinerja Pegawai melalui Pelatihan dan Pengembangan di PT. Pos Indonesia (Persero) Bekasi. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 1-8.
- Sung, S. Y., & Choi, J. N. (2014). Do organizations spend wisely on employees? Effects of training and development investments on learning and innovation in organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 35(3), 393-412.
- Wijayanti, D. M., Agustin, H., & Merdianingsih, D. L. (2019). Pengaruh Perilaku Inovatif dan Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(2), 145-156.
- Wijayanti, D. T., Setini, M., & Darma, D. C. (2021). Peran Kepemimpinan dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai: Studi Empiris pada UKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 61-70.
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.