



**INOVASI PRODUK PERCETAKAN PADA PERUSAHAAN FIRGIE
PRINTING DI DESA CANGGU KECAMATAN KUTA UTARA
KABUPATEN BADUNG**

SKRIPSI

Oleh

**Junaidi Abdillah
NIM 120210301031**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2016



**INOVASI PRODUK PERCETAKAN PADA PERUSAHAAN FIRGIE
PRINTING DI DESA CANGGU KECAMATAN KUTA UTARA
KABUPATEN BADUNG**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh

**Junaidi Abdillah
NIM 120210301031**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2016**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji bagi Allah SWT dan rasul-Nya atas rahmat dan ridhanya yang telah menganugerahkan kesempatan kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, ketulusan, dan penuh rasa syukur skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak Ubaidillah dan Ibu Murniati, yang dengan segala ketulusan dan kebesaran hatinya selalu membimbing, mendukung, dan menyayangi saya. Beliau sebagai orang tua hebat sekaligus sahabat yang selalu memotivasi setiap kekurangan saya.
2. Almamater Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
3. Bapak dan Ibu guru saya di TK, MI, SMP, dan SMK, Bapak dan Ibu dosen Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember, serta semua orang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
4. Partner saya, Ajeng Puspitasari yang telah memberi motivasi dan dukungan secara langsung.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah urusan yang lain dengan sungguh-sungguh.”

(QS Al-Insyirah : 6-7)

“Time is the coin of your life. it is the only coin you have, and only you can determine how it will be spent. be careful lest you let other people spend it for you.”

(Carl Sandburg)

“Tak ada satu pun di dunia ini yang bisa diperoleh dengan mudah, kerja keras dan do'a merupakan langkah untuk dapat mempermudahnya.”

(Mario Teguh)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Junaidi Abdillah

NIM : 120210301031

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Inovasi Produk Percetakan Pada Perusahaan Firgie Printing di Desa Cunggu Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 26 Mei 2016

Yang menyatakan,

Junaidi Abdillah

120210301031

HALAMAN PERSETUJUAN

**INOVASI PRODUK PERCETAKAN PADA PERUSAHAAN FIRGIE
PRINTING DI DESA CANGGU KECAMATAN KUTA UTARA
KABUPATEN BADUNG**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan SI pada Program Studi Pendidikan Ekonomi dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Nama Mahasiswa : Junaidi Abdillah
NIM : 120210301031
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2012
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 23 Januari 1994

Disetujui oleh,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Retna Ngesti S, M.P
NIP. 19670715 199403 2 004

Drs. Sutrisno Djaja, M.M
NIP. 19540302 198601 1 001

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul “**Inovasi Produk Percetakan Pada Perusahaan Firgie Printing di Desa Cangu Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung**” telah diuji dan disahkan pada:

hari : Kamis
tanggal : 26 Mei 2016
tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Unversitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Dra. Retna Ngesti S, M.P
NIP. 19670715 199403 2 004

Drs. Sutrisno Djaja, M.M
NIP. 19540302 198601 1 001

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Pudjo Suharso, M.Si
NIP. 19591116 198601 1 001

Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd
NIP. 19800827 200604 2 001

Mengesahkan
Dekan FKIP Unversitas Jember,

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd
NIP. 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

Inovasi Produk Percetakan Pada Perusahaan Firgie Printing di Desa Cangu Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung; Junaidi Abdillah, 120210301031; Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember, 100 Halaman.

Bisnis Percetakan di Pulau Bali berkembang seiring dengan perkembangan bisnis lainnya seperti hotel, restaurant, maupun garment karena produk percetakan seperti kartu nama, *paper bag*, brosur dan lain-lain dibutuhkan untuk promosi produk, informasi kegiatan, dan *packaging*. Di daerah Kecamatan Kuta Utara khususnya di Jalan Raya Kerobokan banyak toko yang menjual produk-produk unik di bidang *interior* dan *exterior* properti rumah, tetapi terdapat toko yang membuat produk yang unik dan beraneka ragam di bidang percetakan yaitu adalah toko penjualan Perusahaan Firgie Printing. Keunikan produk percetakan yang dihasilkan dapat dilihat dari perbedaan bentuk dan penambahan konsep seperti *accecories* produk tersebut dengan produk umumnya yang ada dipasaran, sedangkan keragaman produk dapat terlihat dari jenis produk yang dihasilkan. Produk-produk percetakan Perusahaan Firgie Printing tersebut memiliki potensi menjadi produk yang inovatif, namun ada syarat yang harus terpenuhi untuk dapat menilai inovasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis produk yang dihasilkan dan menilai produk percetakan Perusahaan Firgie Printing yang termasuk dalam kategori produk yang inovatif.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penentuan subjek penelitian menggunakan metode *purposive sampling* sedangkan untuk penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area*. Subjek penelitian yaitu anggota yang tergabung dalam keorganisasian Perusahaan Firgie Printing dan konsumen produk percetakan Perusahaan Firgie Printing, informan utama adalah Bapak Dwi Utomo sebagai *Owner* dan *Leader* Perusahaan Firgie Printing

sedangkan informan tambahan yaitu karyawan dan konsumen Perusahaan Firgie Printing. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode wawancara, observasi, dan dokumen. Metode keabsahan data menggunakan metode Trianggulasi. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan Produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing adalah *hang tag*, *paper bag*, kotak *printing*, label *printing*, kartu nama, dan brosur. Produk percetakan Perusahaan Firgie Printing tersebut memiliki keunikan dari segi bentuk sehingga memiliki potensi menjadi produk yang inovatif, namun ada poin-poin yang harus menjelaskan produk percetakan tersebut adalah produk yang inovatif. Produk *Hang Tag Aloha Lani Law* dan *Muchacho* serta *Kartu Nama Sarti Restaurant* adalah produk percetakan dari Perusahaan Firgie Printing yang inovatif karena telah memenuhi prinsip-prinsip karya inovatif. Prinsip-prinsip tersebut adalah berbeda dari produk pada umumnya, *original*, relevan, *marketable*, dan *sustainable*.

Adapun saran yang dapat diberikan kepada Perusahaan Firgie Printing adalah menambah jenis produk yang dihasilkan untuk lebih menjangkau konsumen lain, meningkatkan profit dan *achievement* untuk Perusahaan Firgie Printing itu sendiri. Mendapatkan HKI (Hak Kekayaan Intelektual) untuk produk percetakan Perusahaan Firgie Printing, karena secara teori produk percetakan tersebut sudah termasuk dalam produk yang inovatif. HKI yang sesuai dengan bidang produk percetakan Perusahaan Firgie Printing adalah “Trademark” karena membedakan produk atau jasa yang dimiliki individu atau organisasi yang satu dengan lainnya.

PRAKATA

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berupa skripsi dengan judul “Inovasi Produk Percetakan Pada Perusahaan Firgie Printing Di Desa Canggung Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
2. Dr. Sukidin, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
3. Titin Kartini, S.Pd, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
4. Dra. Retna Ngesti, S, M.P selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Sutrisno Djaja, M.M selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran serta perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi, serta Drs. Pudjo Suharso, M.Si dan Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd selaku tim penguji yang telah memberikan kritik, serta saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis melakukan studi di Universitas Jember.
6. Bapak Dwi Utomo selaku pemilik dan Karyawan Perusahaan Firgie Printing yang memberikan informasi dan membantu melancarkan penyusunan skripsi ini.

7. Kedua adik-adikku, Lukman Hakim dan si bungsu Sovie Dinda Dewi yang selalu memberikan dukungan berupa kasih sayang kepada saya.
8. Teman-teman Pendidikan Ekonomi 2012, terima kasih atas semangat, doa dan kerjasama kalian dalam proses perkuliahan. Semoga sukses selalu bersama kita.
9. Sahabat-sahabat Sulmidi Lovers, Ajreng, Gopel, Kak Ros, Selo, Mbak Vivik, Khoi, Danan, Farid, Syam, dan Habib yang sudah menemani hari-hari perkuliahan hingga akhir semester.
10. Teman Kos Prawira dan Fredy yang memberikan semangat selama ini.
11. Teman-teman KKMT Posdaya MA Darussholah.
12. Seluruh pihak yang telah membantu demi kelancaran penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan semua pihak pada umumnya.

Jember, 26 Mei 2016

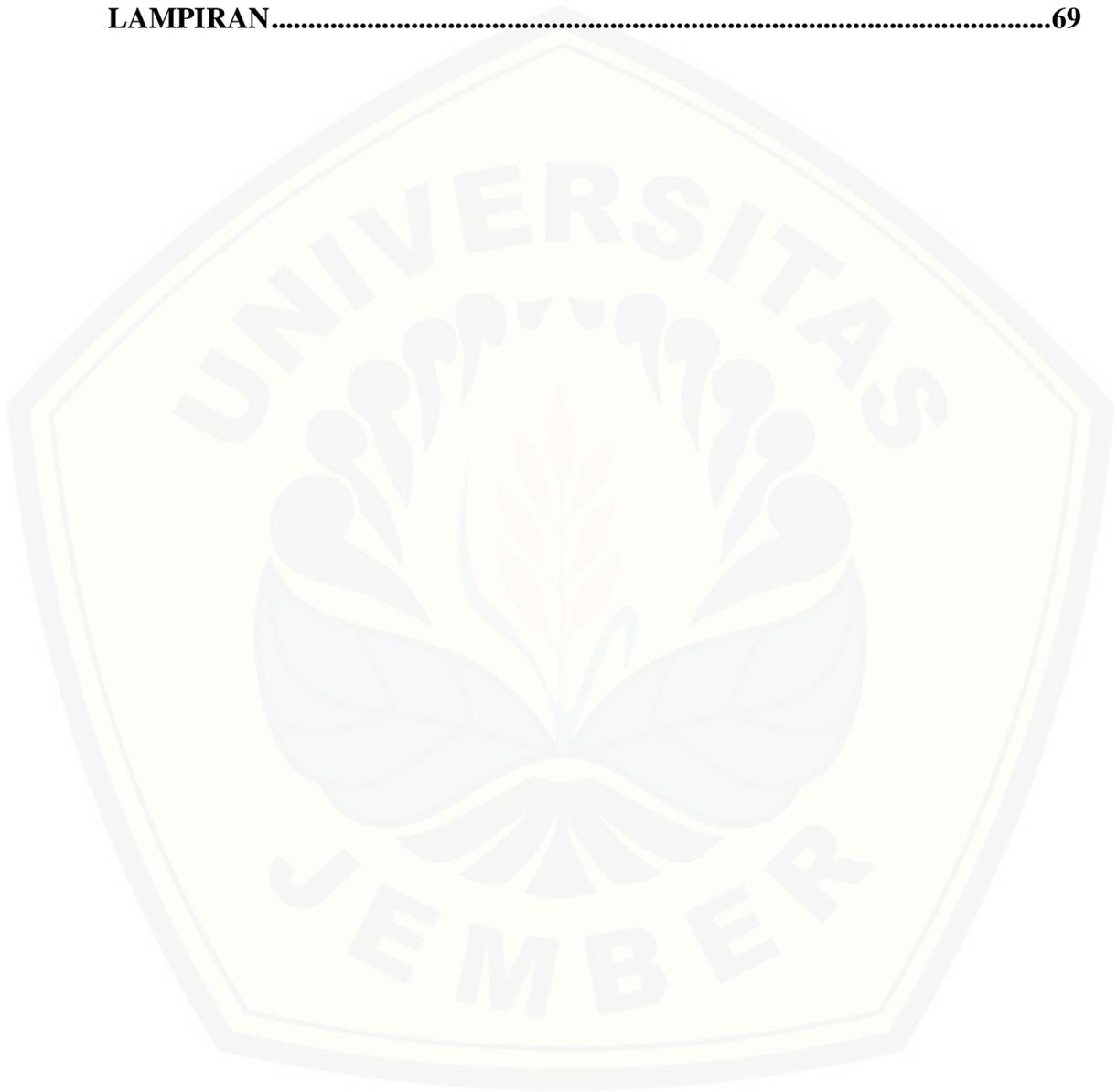
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Konsep Inovasi	9
2.3 Konsep Produk	11
2.4 Konsep Inovasi Produk	12
2.4.1 Jenis Inovasi Produk	13
2.4.2 Keberhasilan dan Kegagalan Produk Baru.....	14
2.5 Konsep Inovasi Produk Percetakan	16
2.5.1 Prinsip Karya Inovatif	17
2.5.2 Tahap Komersialisasi Produk Inovatif	19

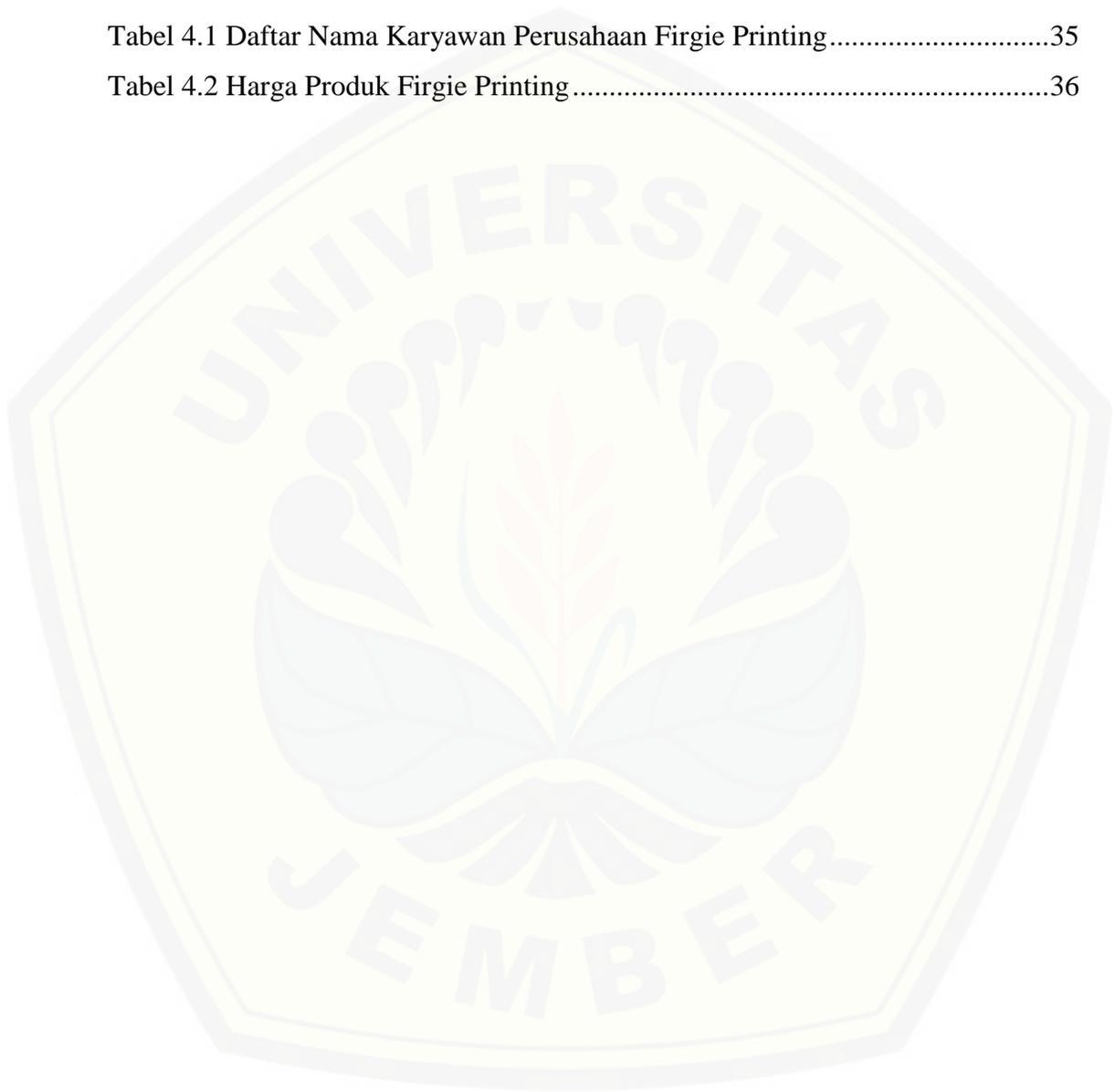
2.6 Kerangka Berpikir	21
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	24
3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian	25
3.3 Subjek dan Informan Penelitian	26
3.4 Jenis dan Sumber Data	26
3.5 Metode Pengumpulan Data	27
3.6 Teknik Analisis Data	28
3.6.1 Keabsahan Data	29
3.6.2 Langkah Analisis Data.....	29
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Deskripsi dan Sejarah Tempat Penelitian.....	31
4.1.1 Deskripsi Tempat Penelitian	31
4.1.2 Sejarah Tempat Penelitian.....	32
4.1.3 Tujuan, VISI, dan MISI.....	33
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan Firgie Printing	34
4.2 Deskripsi Subjek dan Informan Penelitian.....	35
4.2.1 Subjek Penelitian	35
4.2.2 Informan Penelitian.....	35
4.3 Data Produk Percetakan Perusahaan Firgie Printing.....	36
4.3.1 Spesifikasi Produk Percetakan	36
4.3.2 Gambaran Pendapatan	38
4.3.3 Alat Produksi dan Langkah Pembuatan Produk	38
4.4 Inovasi Produk Percetakan	40
4.4.1 Prinsip Produk Inovatif	40
4.4.2 Tahap Komersialisasi Produk Inovatif.....	53
4.5 Pembahasan	55
4.5.1 Jenis Produk Percetakan Firgie Printing	55
4.5.2 Inovasi Produk Percetakan.....	56
4.5.3 Tahap Komersialisasi Produk Inovatif.....	60

BAB 5. PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran	65
DAFTAR BACAAN	67
LAMPIRAN	69



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Peta Temuan Penelitian Terdahulu	7
Tabel 4.1 Daftar Nama Karyawan Perusahaan Firgie Printing.....	35
Tabel 4.2 Harga Produk Firgie Printing	36



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	22
Gambar 4.1 Peta Letak Geografis Desa Cunggu.....	31
Gambar 4.2 Peta Letak Jalan Pura Wates, Cunggu.....	32
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Perusahaan Firgie Printing	34
Gambar 4.4 Nota Pengiriman Barang ke Luar Negeri	38
Gambar 4.5 Produk Hang Tag Aloha Lani Law	41
Gambar 4.6 Produk Hang Tag Muchacho	41
Gambar 4.7 Produk Hang Tag Umum	41
Gambar 4.8 Produk Kartu Nama Sarti Restaurant.....	42
Gambar 4.9 Produk Kartu Nama Umum	42
Gambar 4.10 Nota Bukti Pembayaran dan Pengiriman Barang.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A. Matriks Penelitian.....	69
Lampiran B. Bagan Komersialisasi Produk Inovatif	70
Lampiran C. Pedoman Penelitian.....	71
Lampiran D. Pedoman Wawancara.....	73
Lampiran E. Transkrip Hasil Wawancara.....	76
Lampiran F. Foto Penelitian.....	87
Lampiran G. Lembar Bimbingan Skripsi.....	96
Lampiran H. Surat Ijin Penelitian	98
Lampiran I. Surat Tanda Selesai Penelitian	99
Lampiran J. Daftar Riwayat Hidup	100

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Inovasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadi ciri khas produk yang dihasilkan. Apple, Google, Tesla Motors, Microsoft Corp, dan Samsung Group merupakan lima perusahaan paling inovatif menurut BCG *Global Innovation Survey* tahun 2015 (www.bcgperspectives.com). Inovasi memungkinkan perusahaan membuat sesuatu yang lebih baik dari konsep yang telah ada sebelumnya. *Invention* (penemuan) dan *Innovation* (inovasi) adalah dua konsep yang hampir sama, contoh pada bola lampu pijar pertama kali ditemukan (*invention*) oleh Thomas Alva Edison, namun dalam perkembangannya saat ini bola lampu mengalami banyak modifikasi yang dilakukan oleh seorang Inovator seperti lampu warna-warni LED yang dibuat oleh Dennis Parren, lampu jalan yang mengurangi polusi cahaya 2% yang dibuat oleh ilmuwan Taiwan dan Meksiko, maupun lampu sepeda futuristik yang dibuat oleh Adam Pettler dan Kent Frankovich. Semua perubahan yang dilakukan tersebut untuk menambah nilai suatu produk sehingga memiliki keunggulan dibandingkan produk yang sebelumnya ada di pasar.

Pulau Bali merupakan tempat strategis untuk menjalankan sebuah usaha, karena Pulau Bali memiliki banyak potensi baik dari banyaknya wisatawan yang datang ke Bali maupun industri yang terus berkembang sampai saat ini. Keindahan alam dan budaya yang masih di lestarikan sampai sekarang di Pulau Bali mampu menarik banyak wisatawan domestik maupun manca negara untuk berkunjung ke pulau tersebut. Wisatawan manca negara yang berkunjung ke pulau Bali sebesar 9.435.411 menurut pintu masuk bandara tahun 2014 (<http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1386>). Jumlah kedatangan wisatawan yang besar tersebut dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan berbagai sektor yang ada di pulau Bali, baik dari sektor industri pariwisata maupun sektor ekonomi dan bisnis. Sektor industri pariwisata pulau Bali sudah

berkembang dengan baik, hal tersebut digambarkan dari penerimaan PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kabupaten Badung pada tahun 2014 menurut Kabag Humas Pemda Badung, Anak Raka Yuda mencapai Rp 2.475.804.904.202,18 dan berkisar 70% didapat dari sektor perhotelan (<http://bali.tribunnews.com/>). PAD yang besar tersebut memberi gambaran bahwa Pulau Bali merupakan wilayah yang strategis dalam menjalankan bisnis, bukan hanya dari sektor hotel saja namun juga sektor lainnya seperti *restaurant* dan *garment*.

Bisnis percetakan atau *printing* berkembang seiring dengan banyaknya hotel, *restaurant* dan *garment* yang ada di Bali, para pemilik hotel, *restaurant* dan *garment* biasanya memesan kartu nama, *paper bag*, kartu undangan pesta, brosur dan lain-lain yang biasanya digunakan untuk promosi produk, informasi kegiatan, maupun *packaging*. Semakin banyaknya permintaan akan produk percetakan ini mengakibatkan banyaknya perusahaan percetakan berkembang terutama pada daerah yang sering dikunjungi para wisatawan domestik maupun manca negara, dari hasil observasi setidaknya terdapat empat toko penjualan produk percetakan di Kelurahan Kerobokan, Kecamatan Kuta Utara.

Kecamatan Kuta Utara merupakan daerah yang banyak dikunjungi para wisatawan domestik dan manca negara karena memiliki fasilitas penginapan yang dekat dengan objek wisata, dan toko yang menawarkan berbagai macam keunikan produknya seperti pahatan kayu, desain kaca, produk percetakan, anyaman bambu, lukisan dan sebagainya. Lingkungan yang identik dengan keunikan produknya tersebut jika dilihat terdapat 1 bidang yang berbeda dari yang lainnya yaitu adalah percetakan atau *printing*, jika diamati pada simpang empat antara Jl. Raya Kerobokan, Jl. Petitengget, dan Jl. Tangkuban Perahu di daerah Kelurahan Kerobokan Kecamatan Kuta Utara mayoritas toko menjual keunikan produk *interior* atau *exterior* seperti pahatan kayu, desain kaca, anyaman bambu, maupun lukisan, tidak halnya dengan Perusahaan Firgie Printing yang menjual produk unik dan beraneka ragam di bidang percetakan atau *printing* yang berada di Jl. Peti Tenget banjar umasari no 1b, Kerobokan, Kuta Utara. Keunikan produk percetakan yang dihasilkan dapat dilihat dari perbedaan bentuk dan penambahan konsep seperti *accecories* produk tersebut dengan produk umumnya yang ada

dipasarkan, sedangkan keragaman produk terlihat dari jenis produk yang dihasilkan.

Firgie Printing adalah sebuah perusahaan percetakan yang didirikan oleh Bapak Dwi Utomo atau yang lebih dikenal dengan nama Pak Dwi. Sisi menarik bukan hanya dari eksistensi perusahaan saja tetapi Firgie Printing juga melakukan produksi dalam skala yang besar dan menjangkau perdagangan Internasional. Penelitian ini akan memfokuskan pada inovasi produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing, karena produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing unik dan beraneka ragam. Produk Firgie Printing apabila diamati memiliki desain dan warna yang unik dari produk percetakan pada umumnya, seperti kartu nama yang memiliki 3 gradien warna dan bertuliskan warna silver yang *dipress* ke dalam sehingga menciptakan warna yang menarik apabila konsumen melihatnya. Produk percetakan tersebut dibuat di Jl. Pura Wates no.34 banjar babakan, Cangu, Kuta Utara yaitu Perusahaan Firgie Printing bagian produksi. Produk-produk percetakan Perusahaan Firgie Printing tersebut memiliki potensi menjadi produk yang inovatif, namun ada syarat yang harus terpenuhi untuk dapat menilai inovasi produk. Pengertian inovasi-pun ikut berkembang seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan jika sebelumnya inovasi banyak diartikan sebagai satu proses penciptaan sesuatu yang baru namun dalam perkembangannya menurut Yoris Sebastian pemenang International Young Creative Entrepreneur of the year Awards 2006 mengatakan inovasi lebih tepat diartikan sebagai upaya pengembangan produk yang sudah ada, proses kreatif yang menghasilkan perubahan sehingga memberi nilai tambah *value added* dari sebuah produk.

Pemilik dan juga leader Perusahaan Firgie Printing , Bapak Dwi Utomo juga melakukan yang terbaik untuk menambah nilai jual pada produknya, hal tersebut dikarenakan keinginan konsumen yang beraneka ragam membuat Pak Dwi memproduksi barang yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memiliki kualitas yang baik. Keunggulan dari perusahaan Firgie Printing dapat dilihat dari banyaknya jenis produk yang dihasilkan dan dapat bergerak di bisnis dalam skala yang besar. Permintaan produk paper bag, kertas bungkus burger, dan kertas

piring burger masing-masing dapat mencapai sepuluh ribu unit dalam sekali order, permintaan barang tersebut masih belum dihitung dari produk percetakan lainnya. Kemampuan Firgie Printing dalam memenuhi keinginan konsumen dengan inovasinya tersebut juga menarik minat konsumen luar negeri. Pada pra-observasi yang penulis telah lakukan pada bulan Januari 2015 di tempat pemasaran penulis juga berkesempatan membantu proses pengiriman order dari Australia melalui salah satu jasa pengiriman internasional di Jalan Sunset Road dengan tujuan Sarti Restaurant 6 Russell Place, Melbourne Victoria 3000. Penelitian yang dilakukan lebih kepada bagian produksi dari pada bagian penjualan Perusahaan Firgie Printing, karena akan lebih melihat bagaimana suatu produk percetakan inovatif tersebut dibuat.

Berdasarkan uraian di atas, maka mendorong peneliti untuk mengadakan penelitian dengan judul “Inovasi Produk Percetakan pada Perusahaan Firgie Printing di Desa Cangu Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1.2.1 Apa jenis produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing di Desa Cangu Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung?
- 1.2.2 Apakah produk percetakan Perusahaan Firgie Printing yang termasuk produk Inovatif?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Mengetahui jenis produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing di Desa Cangu Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung.
- 1.3.2 Mengetahui produk percetakan Perusahaan Firgie Printing yang termasuk produk Inovatif.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.4.1 Bagi penulis dapat menambah pengalaman dan memperdalam pengetahuan, serta wawasan dalam bidang bisnis dan kewirausahaan serta penulisan karya ilmiah.
- 1.4.2 Bagi peneliti lain, sebagai acuan, referensi, dan perbandingan untuk penelitian sejenis.
- 1.4.3 Bagi perguruan tinggi, hasil dari penelitian ini akan menjadi tambahan referensi bacaan dan informasi mengenai inovasi produk.
- 1.4.4 Bagi masyarakat, dapat membantu pemahaman konsep inovasi yang tepat sehingga dapat diterapkan pada usaha yang dijalankan.
- 1.4.5 Bagi pemerintah sebagai salah satu alternatif menentukan kebijakan dalam meningkatkan perekonomian Negara.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini meliputi tinjauan penelitian terdahulu yang sejenis, dan teori lain yang menjadi landasan dalam penyusunan penelitian ini. Konsep kajian pustaka pada penelitian ini meliputi tinjauan penelitian terdahulu, konsep inovasi, konsep produk, konsep inovasi produk, konsep inovasi produk percetakan, dan kerangka berfikir.

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dian Novita Dewi (2010) dalam skripsinya yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Inovasi Produk Perusahaan Roti Di Kota Semarang. Hasil penelitian ini adalah gaya kepemimpinan, karakteristik personal, dan dinamika lingkungan memiliki pengaruh terhadap jumlah produk baru, perputaran jumlah produk baru, modifikasi produk yang sudah ada, pengenalan sistem dan mesin baru.

Riandar Fata Hudaya (2011) dalam skripsinya yang berjudul Strategi Inovasi Produk PT. Bank Panin Syariah Tbk Dalam Meningkatkan Daya Saing Antar Sesama Bank Syariah dan Bank Konvensional. Hasil Penelitian ini adalah inovasi produk PT. Bank Panin Syariah Tbk didasarkan pada *survey* market dan keunggulan harga, keunikan, dan kecepatan *delivery* kepada konsumen seperti *multifinance*, developer perumahan, dan lembaga keuangan syariah.

Putu Sukarmen (2013) dalam tesisnya juga melakukan penelitian tentang Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening pada Produk Gula Pasir Sebelas (gupalas) Pabrik Gula Semboro PTPN Nusantara XI (PERSERO). Inovasi yang dilakukan Pabrik Gula Semboro tersebut berupa gula putih premium dengan diproses tanpa belerang. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan Keunggulan Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Penelitian mengenai Inovasi Produk juga dilakukan oleh Arianto Rachman Prawiro (2015) melalui jurnalnya meneliti Inovasi Buah Mangrove pada Kelompok Tani Lestari Indah yang berada di daerah Tanjung Laut Kota Bontang. Hasil penelitian tersebut menemukan Bapak Muhammad Ali melakukan inovasi produk di Kelompok Tani Lestari Indah buah mangrove seperti awalnya hanya satu produk saja yaitu sirup tapi beliau tidak berhenti sampai di situ saja, ada 4 inovasi produk yang berhasil beliau ciptakan diantaranya adalah sirup, dodol, zat pewarna batik, dan tepung semua produk diatas berbahan dasar buah mangrove.

Keempat penelitian tersebut telah ditinjau oleh peneliti, dan terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaan dan perbedaan penelitian dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 2.1 Peta temuan penelitian terdahulu

No	Peneliti	Temuan	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Dian Novita Dewi (2010)	Hasil penelitian ini adalah gaya kepemimpinan, karakteristik personal, dan dinamika lingkungan memiliki pengaruh terhadap jumlah produk baru, perputaran jumlah produk baru, modifikasi produk yang sudah ada, pengenalan sistem dan mesin baru.	Penelitian sama-sama mengambil variabel inovasi produk	<ul style="list-style-type: none"> • Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif sedangkan Dian Novita Dewi menggunakan metode kuantitatif. Peneliti ingin melihat inovasi produk jika dilihat dari sisi deskriptif. • Objek penelitian Meike Supranoto adalah Industri Produk Roti, sedangkan penulis adalah Produk Percetakan
2	Riandar Fata Hudaya	Hasil Penelitian ini adalah inovasi produk PT. Bank	• Penelitian sama-sama mengambil variabel inovasi	• Tidak mengambil variabel peningkatan daya

	(2011)	Panin Syariah Tbk didasarkan pada <i>survey</i> market dan keunggulan harga, keunikan, dan kecepatan <i>delivery</i> kepada konsumen seperti <i>multifinance</i> , developer perumahan, dan lembaga keuangan syariah.	produk • Menggunakan metode deskriptif kualitatif	saing • Objek penelitian Riandar Fata Hudaya adalah produk Bank syariah, sedangkan peneliti adalah produk percetakan.
3	Putu Sukarmen (2013)	Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan Keunggulan Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.	Penelitian sama-sama mengambil variabel inovasi produk dan keunggulan bersaing	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak mengambil variabel Kepuasan Konsumen • Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif sedangkan Putu Sukarmen menggunakan metode kuantitatif. Penulis ingin melihat inovasi produk jika dilihat dari sisi deskriptif. • Objek penelitian Putu Sukarmen adalah Gula Pasir, sedangkan penulis adalah Produk Printing
4.	Arianto Rachman Prawiro (2015)	Inovasi pengolahan buah Mangrove muncul dari banyaknya buah Mangrove yang terbang sia-sia. Tetapi dengan Bapak Muhammad Ali melakukan inovasi produk di Kelompok Tani Lestari Indah buah mangrove	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian sama-sama meneliti inovasi produk dan keunggulan bersaing • Sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Inovasi Produk Printing muncul dari usaha mempertahankan pasar bukan dari pemanfaatan bahan baku yang tidak terpakai. • Objek penelitian Arianto Rachman Prawiro berupa buah mangrove

	seperti awalnya hanya satu produk saja yaitu sirup tapi beliau tidak berhenti sampai di situ saja, ada 4 inovasi produk yang berhasil beliau ciptakan diantaranya adalah sirup, dodol, zat pewarna batik, dan tepung semua produk diatas berbahan dasar buah mangrove.		dan penulis adalah Produk Printing.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------

Sumber : Dewi, D. N. (2010)
 Hudaya, R. F. (2011)
 Sukarmen, P. (2013)
 Prawiro, A. R. (2015)

2.2 Konsep Inovasi

Menurut Sebastian (2015:11) menyatakan bahwa, “Inovasi atau *Innovation* berasal dari kata *to innovate* yang berarti melakukan satu perubahan atau memperkenalkan produk yang baru, yang memberi nilai tambah (*added value*)”. Ketika seseorang berhasil memberikan nilai tambah baik pada produk, pelayanan, atau proses kerja, maka itu juga bisa disebut sebagai sebuah inovasi. Inovasi tidak selalu menghasilkan sesuatu yang baru, dan lebih tepat sebagai sebuah pengembangan produk yang sudah ada. Nilai tambah dari sebuah produk yang dihasilkan dari sebuah proses kreatif juga merupakan sebuah Inovasi.

“Innovation is the application of better solutions that meet new requirement, in-articulated needs, or existing market needs. This is accomplished through more effective product, processes, services, technologies, or ideas that are readily available to markets, governments and society. The term innovation can be defined as something original, and as a consequence, new, that “break into” the market or society. A difinition consistent with these aspects would be following: “An innovation is something original, new, and important in whatever field that breaks in to a market society” Frankelius dalam Sebastian (2015:13).

Inovasi merupakan solusi yang lebih baik yang memenuhi kebutuhan konsumen dan pasar secara umum. Inovasi dicapai melalui proses, pelayanan,

teknologi atau ide yang lebih efektif yang tersedia untuk pasar, pemerintahan dan halayak umum. Istilah inovasi dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang asli, baru, dan laku dipasaran.

Menurut Nicholas Saputra salah satu juri Black Innovation Award menyatakan, Inovasi adalah sebuah proses yang menghasilkan sesuatu yang berguna bagi kehidupan sehari-hari sesuai dengan perkembangan zaman. Hal-hal yang harus diperhatikan menurut Nicholas adalah keunikan desain, harga yang terjangkau, dan efektivitas fungsi (Sebastian, 2015:226).

Menurut Rizali (2002:4) mengatakan bahwa, “inovasi adalah salah satu usaha untuk menemukan suatu peluang baru yang meliputi gagasan, tindakan maupun produk, sehingga terjadi perubahan yang dapat bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat”.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai inovasi diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa inovasi adalah proses dalam membuat sesuatu yang baru atau mengembangkan yang sudah ada sehingga mendapatkan nilai tambah. Inovasi harus memperhatikan desain produk, efektivitas fungsi, dapat diproduksi massal dan diterima masyarakat atau laku dipasaran.

Menurut Schumpeter, inovasi adalah salah satu unsur dalam pembangunan ekonomi yang terdiri dari unsur pengenalan barang baru, pengenalan metode produksi baru, pembukaan pasar baru, penguasaan sumber penawaran baru bahan mentah atau barang semi manufaktur, dan pembentukan organisasi baru pada setiap industri seperti penciptaan monopoli. Inovasi dapat diraih dengan pengetahuan teknologi dan kemampuan mengatur faktor-faktor produksi dalam bentuk pinjaman modal (*dokumen.tips*).

Menurut Sebastian (2015:37) terdapat tiga tipe Inovasi, yaitu sebagai berikut :

a. *Product Innovation*

Sebuah inovasi di mana produk yang sudah ada dimodifikasi sehingga menghasilkan nilai tambah baik dari segi fungsi maupun penggunaan. Misalnya pembuatan vacuum cleaner transparan, camera drone, dan lain-lain.

b. *Process Innovation*

Bentuk inovasi yang memperkenalkan sesuatu metode tertentu sehingga proses pekerjaan bisa dilakukan dengan lebih efektif dan efisien. Contoh inovasi sistem bisnis, efisiensi proses pengiriman barang, efektivitas proses produksi, efisiensi pengelolaan keuangan dan sebagainya.

c. *Quality Innovation*

Suatu bentuk inovasi yang mampu meningkatkan kualitas barang dan jasa. Misalnya peningkatan kualitas kemasan produk, peningkatan kualitas pelayanan pelanggan, dan sebagainya.

2.3 Konsep Produk

Menurut Albushairi (2012:35) mengatakan bahwa, “Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”.

Menurut Kotler (dalam Sukarmen, 20013:7) Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai inovasi diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada pasar.

Menurut Kotler dan Keller (2009:5) produk dapat diklasifikasikan kedalam tiga kelompok menurut daya tahan dan wujudnya :

a. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya dikonsumsi dalam satu / beberapa penggunaan. Contohnya adalah berbagai jenis makanan olahan, seperti sarden kaleng, jus, dan lain-lain. Strategi yang tepat adalah menyediakannya diberbagai lokasi, mengenakan margin yang kecil dan memasang iklan besar-besaran guna memancing orang untuk mencoba serta membangun preferensi.

b. Barang tahan lama (*durable goods*)

Barang tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya dapat digunakan berkali-kali. Contohnya tas, baju, genteng, mobil dan lain-lain. Barang tahan lama mempunyai resiko yang lebih rendah jika dibandingkan dengan barang tidak tahan lama karena jangka waktu barang ini lebih lama sehingga dapat dipasarkan dalam waktu yang lebih lama pula.

c. Jasa (*Service*)

Jasa adalah suatu keahlian yang ditawarkan kepada konsumen yang membutuhkannya. Jasa bersifat tidak berwujud tetapi dapat dirasakan manfaatnya oleh konsumen. Contohnya mencakup potongan rambut, reparasi, service dan lain-lain.

2.4 Konsep Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2009:279) menyatakan produk baru dapat berupa menciptakan produk yang benar-benar baru maupun memperbaiki dan merivisi produk lama.

Menurut Zinna Nizar Sompie salah satu juri Black Innovation Award menyatakan, “Innovation is not about creating something totally new. Melainkan cara baru melihat sesuatu. Misalnya pensil yang ada sejak zaman dahulu. Namun bagaimana membuat pensil itu bisa digunakan sampai habis sehingga tak ada lagi pensil-pensil yang sudah pendek dan sulit digunakan, itulah inovasi” (Sebastian, 2015:29). Sebuah inovasi produk adalah proses yang menciptakan produk baru atau mengembangkan produk yang sudah ada sehingga memiliki tambahan nilai.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai Inovasi Produk diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa Inovasi Produk adalah proses dalam membuat produk yang baru atau mengembangkan produk yang sudah ada sehingga dapat menambah nilai produk tersebut. Inovasi harus memperhatikan desain produk, efektivitas fungsi, dapat diproduksi massal dan diterima masyarakat atau laku dipasaran.

2.4.1 Jenis Inovasi Produk

Menurut Lukas dan Ferrell (2000:2) menjelaskan adanya beberapa jenis dari inovasi produk, yaitu:

a. Perluasan lini (*line extensions*)

Perluasan lini (*line extensions*) yaitu produk yang dihasilkan perusahaan tidaklah benar-benar baru tetapi relatif baru untuk sebuah pasar. Perusahaan yang telah memiliki jenis produk yang sama tetapi mencoba untuk memasuki pasar yang berbeda akan memberikan jenis inovasi perluasan lini. Contoh dari jenis inovasi produk perluasan lini adalah perusahaan makanan ringan rumput laut Tao Kae Noi atau yang lebih dikenal dengan sebutan nori, adalah makanan yang populer di kawasan Asia khususnya China, Jepang, dan Korea Selatan namun perusahaan Tae Kae Noi menjual produk tersebut di kawasan Afrika maka ini merupakan jenis inovasi produk perluasan lini (*line extensions*).

b. Produk baru (*me too - product*)

Produk baru (*me too - product*) yaitu produk baru bagi perusahaan tetapi tidak baru bagi pasar. Contoh dari jenis inovasi produk baru (*me too - product*) adalah perusahaan Honda membuat sepeda motor dengan jenis matik padahal pada saat itu di pasar sudah terdapat motor matik dari perusahaan Yamaha, dalam kondisi ini perusahaan Honda melakukan inovasi jenis produk baru (*me too - product*) artinya baru bagi perusahaan tersebut tetapi tidak baru bagi pasar. Kotler dan Armstrong (1997:310) juga menjelaskan konsep tentang *me too - product* yaitu meluncurkan produk yang hampir mirip dengan produk-produk pesaing yang sukses. Produk yang hampir mirip tersebut seringkali lebih cepat dan murah untuk dikembangkan oleh sebuah perusahaan serta dapat mengembangkan desain untuk menarik minat konsumen dan teknologi yang dipakai untuk mengurangi biaya produksi.

c. Produk benar-benar baru (*new - to - the - world - product*)

Produk benar-benar baru (*new - to - the - world - product*) adalah produk yang termasuk baru baik bagi perusahaan maupun pasar. Contoh dari jenis inovasi produk benar-benar baru (*new - to - the - world - product*) adalah pembuatan Camera Drone, camera drone merupakan camera yang dipasang pada sebuah

drone atau sejenis pesawat *remote control* yang digunakan untuk memfoto object dari sudut pandang udara.

2.4.2 Keberhasilan dan Kegagalan Produk Baru

a. Keberhasilan Produk Baru

Menurut Kotler dan Keller (2009:281) mengatakan bahwa sebagian besar perusahaan ternama memfokuskan pada inovasi tambahan yaitu inovasi yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar baru dengan memperbaiki produk untuk pelanggan baru, variasi produk, dan solusi untuk masalah jangka pendek.

b. Kegagalan Produk Baru

Menurut Wiley (dalam Kotler dan Keller, 2009:284) terdapat 6 penyebab kegagalan sebuah produk baru, yaitu sebagai berikut:

1) Kegagalan pasar/pemasaran

a) Ukuran pasar potensial kecil

Ketika menjual produk baru tersebut salah menempatkan produk pada pasar memiliki respon kecil terhadap produk baru tersebut. Contoh Firgie Printing menjual produk percetakan di Kecamatan penghasil tembakau.

b) Tidak ada diferensiasi produk yang jelas

Penjualan produk yang tidak memiliki keterkaitan antara produk yang 1 dengan yang lainnya. Contoh Firgie Printing selain menjual kotak perhiasan tetapi juga menjual beras singkong, hal ini akan membingungkan konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli produk-produk dari Firgie Printing.

c) *Positioning* buruk

Positioning adalah cara menarik minat konsumen akan produk yang dijual sehingga perusahaan tersebut berada pada posisi pasar yang menguntungkan. Apabila perusahaan salah dalam membangun citra kepada konsumen maka produk yang di jual akan mendapat keuntungan yang sedikit atau bahkan rugi.

d) Salah memahami kebutuhan pelanggan

Salah memahami kebutuhan pelanggan sama saja salah dalam melangkah, karena apabila ditawarkan produk yang tidak sesuai apa yang konsumen butuhkan maka produk yang dijual tidak akan bertahan di pasar dalam jangka waktu yang lama.

2) Kegagalan keuangan

Tingkat pengembalian investasi yang rendah

Artinya modal besar yang telah dikeluarkan tidak sebanding dengan hasil penjualan yang kecil.

3) Kegagalan penentuan waktu

a) Terlambat masuk pasar

Pasar yang telah dimonopoli oleh produsen yang kuat akan sulit untuk memperkenalkan produk baru dari produsen lainnya.

b) “Terlalu” cepat-pasar belum berkembang

Memasuki pasar tanpa perhitungan dan terlalu cepat akan sangat beresiko, salah satunya adalah pasar yang menjadi tempat memperkenalkan produk baru masih tradisional dan belum mampu menerima sesuatu yang baru baik dari segi bentuk maupun fungsinya.

4) Kegagalan teknis

a) Produk tidak bekerja

Produk yang siap dipasarkan tidak bekerja sesuai dengan rancangan awal, sehingga tidak dapat digunakan fungsinya dengan maksimal oleh para konsumen.

b) Desain yang buruk

Desain yang buruk juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, desain yang bagus dan menarik juga menjadi positioning yang baik.

5) Kegagalan organisasi

Tidak sesuai dengan budaya

Budaya yang ada disekitar tempat yang akan dijadikan pemasaran tidak memungkinkan untuk menjual barang baru tersebut. Contoh : Produk

pakaian mini yang ingin dijual pada pasar Arab Saudi akan mendapat penolakan dari budaya masyarakat sekitar.

6) Kegagalan lingkungan

a) Peraturan pemerintah

Peraturan pemerintah merupakan kebijakan yang diambil dalam menyikapi suatu permasalahan. Contoh : Inovasi tentang bom nuklir di Indonesia tidak mendapatkan ijin.

b) Faktor makroekonomi

Makro ekonomi artinya keadaan ekonomi yang luas yang berdampak pada kegiatan perekonomian. Contoh : ketika terjadi inflasi perusahaan X lebih memilih menjual produk barunya ke luar negeri dari pada di dalam negeri karena nilai uang dalam negeri turun pesat.

2.5 Konsep Inovasi Produk Percetakan

Percetakan (*printing*) merupakan teknologi atau seni yang memproduksi salinan dari sebuah image dengan sangat cepat, seperti kata-kata atau gambar-gambar (*image*) di atas kertas, kain, dan permukaan-permukaan lainnya (<http://percetakan.co.id/>). Percetakan sendiri memiliki banyak jenis produk sebagai media percetakan seperti kertas, kain, kaca, plastik dan lain sebagainya sesuai kebutuhan masing-masing pelanggan. Produk yang biasanya masuk pada industri percetakan adalah buku, amplop, agenda, *company profile*, *hang tag*, kalender, kartu nama, katalog, majalah, pamflet, *paper bag*, *flyer*, poster, stiker, brosur dan *tabloid* (<http://percetakan.co.id/>).

Penjelasan mengenai pengertian Inovasi Produk sebelumnya peneliti dapat menafsirkan Inovasi Produk Printing adalah sebuah proses penambahan nilai dari produk percetakan atau printing dimana terdapat keunikan design atau fungsional dari segi bentuk untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

2.5.1 Prinsip Karya Inovatif (modifikasi)

Menurut Sebastian (2015:82) prinsip karya yang disebut inovatif memiliki setidaknya lima indikator yang harus dipenuhi, namun peneliti menambahkan satu

lagi indikator yaitu berbeda dari produk pada umumnya. Enam indikator prinsip karya inovatif tersebut adalah sebagai berikut:

a. Berbeda dari produk pada umumnya.

Membuat karya yang inovatif harus memiliki ciri khas yang membedakan karya inovatif tersebut terhadap karya lainnya. Kembali kepada konsep inovasi yang memperbaiki produk yang telah ada sehingga memiliki penambahan nilai, sehingga perbaikan dan penambahan konsep inilah yang dinamakan inovasi dan menjadi ciri khas produk inovasi tersebut (Kotler dan Keller, 2009:279). Pada penelitian ini akan dilihat produksi Firgie Printing apa saja yang berbeda dari produk pada umumnya. Untuk membandingkan dengan produk umum di pasaran maka nantinya selain di observasi juga akan meminta pendapat subjek penelitian untuk menilai produk mana yang berbeda dari produk pada umumnya karena subjek penelitian lebih berpengalaman di bidang percetakan.

b. *Original*

Sebuah karya inovatif harus *Original* atau asli dibuat oleh seorang inovator, dengan mengubah fungsi, bentuk, metode suatu barang atau jasa hal tersebut dapat dikatakan sebuah inovasi. Faktor ini akan melihat bagaimana Perusahaan Firgie Printing membuat sendiri produk yang dipasarkannya bukan menjual kembali atau *reseller* dan dibandingkan dengan produk percetakan yang sejenis secara umum di pasaran untuk membuktikan bahwa produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing ini asli dibuat oleh Perusahaan Firgie Printing.

Indikator *Original* dapat ditentukan dengan cara melihat bagaimana proses pembuatan karya inovatif tersebut karena dengan melihat prosesnya berarti sudah menentukan apakah karya tersebut dibuat sendiri oleh produsen atau tidak.

c. Relevan

Sebuah karya yang inovatif harus mempertimbangkan sesuatu yang dibutuhkan masyarakat sehingga dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan. Membuat sesuatu untuk sebuah kepuasan pribadi tetapi tidak bermanfaat untuk publik maka kurang tepat dikatakan sebagai karya inovatif. Faktor ini akan melihat kebutuhan konsumen di pasar terutama di daerah

Kecamatan Kuta Utara, apakah kebutuhan konsumen di Kecamatan Kuta relevan dengan produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing.

d. *Marketable*

Sebuah karya inovatif harus sesuai dengan kebutuhan pasar, dapat dijual dan dapat disebarluaskan sehingga menjadi nilai tambah atas barang atau jasa yang dibuat. Faktor ini akan melihat pendapatan Perusahaan Firgie Printing dalam memasarkan produk *printingnya* dan berapa banyak pemesanan untuk satu jenis barang.

e. Hemat waktu

Waktu merupakan hal yang berharga bagi seorang pekerja keras, dengan menciptakan barang, jasa atau metode yang efisien akan menghemat waktu mereka. Faktor ini lebih melihat pada fungsi produk yang lebih efisien jika dibandingkan dengan produk pada umumnya. Faktor ini juga akan melihat bagaimana efisiensi produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing jika dibandingkan dengan produk *printing* pada umumnya, namun apabila produk memiliki bentuk yang tidak berubah dan relatif sama maka akan dilihat dari segi indikator lain.

f. *Sustainable*

Prospek dari karya inovatif harus melihat jangka panjang, agar dapat dikembangkan mengikuti perkembangan zaman dari waktu ke waktu. Faktor ini akan melihat potensi produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing dapat dikembangkan lagi pada masa yang akan datang. Faktor ini bersifat subjektif sehingga data yang nantinya akan diraih didapat dari pendapat Bapak Dwi Utomo sebagai pemilik Perusahaan Firgie Printing tentang tingkat *sustainable* produk perusahaan ini.

2.5.2 Tahap Komersialisasi Produk Inovatif

Kotler dan Keller (2009:287) menjelaskan tahap penciptaan ide sampai komersialisasi sebuah produk baru, yaitu dapat dilihat pada bagan “2.1 Gambar Proses Keputusan Pengembangan Produk Baru” pada Lampiran 2.

Kotler dan Keller menjelaskan tahap penciptaan ide sampai komersialisasi produk baru memiliki tahap-tahap yang dijalani, dan setiap tahapan memiliki kata kunci pertanyaan yang relevan dengan produk baru yang akan dikomersialkan. Berikut merupakan keterangan dari tahapan yang diterangkan oleh Kotler dan Keller dengan menggunakan contoh produk *printing*.

a. Penciptaan ide

Apakah ide itu layak untuk dipertimbangkan?. Pengembangan produk diawali dari ide atau gagasan terhadap produk yang sesuai dengan jenis usaha yang dijalankan. Apabila ide tersebut tidak sesuai dengan jenis usaha maka akan dihapus. Contoh dalam bidang percetakan : Penambahan huruf timbul pada kartu undangan pesta, penambahan tali rumpit pada tas kertas, merubah bentuk kartu undangan yang sebelumnya kotak menjadi kotak dan bulat pada dua sudut atas dan lain-lain.

b. Penyaringan ide

Apakah ide produk itu kompatibel dengan tujuan, strategi, dan sumber daya perusahaan?. Penyaringan ide pada tahap ini adalah memilih ide yang paling baik, karena pada perusahaan tertentu riset tentang ide gagasan yang banyak menimbulkan biaya riset yang membesar. Apabila terdapat ide yang kurang baik maka akan dihapus, sedangkan ide yang memiliki potensi yang bagus akan diproses pada tahap selanjutnya. Penciptaan ide di atas akan dipilih mana yang baik untuk dilanjutkan pada tahap selanjutnya, contoh dari tiga ide tersebut ide merubah bentuk kartu undangan tidak dipilih dan dua ide yang lain akan dilanjutkan pada tahap selanjutnya.

c. Pengembangan konsep dan pengujian

Apakah perusahaan dapat menemukan penambahan konsep bagus yang akan dicoba oleh konsumen?. Ide yang terpilih selanjutnya akan dikembangkan menjadi konsep produk yang akan dicoba oleh konsumen. Konsep produk dan pengujian masih terdapat banyak kekurangan maka ide tersebut akan diperbaiki, apabila konsep produk dan pengujian sudah tepat maka akan dilanjutkan pada tahap selanjutnya. Contoh : huruf timbul pada kartu undangan digabungkan dengan warna gold yang menarik visual konsumen akan barang tersebut.

d. Pengembangan strategi pemasaran

Dapatkah perusahaan menemukan strategi pemasaran yang efektif?. Konsep produk yang siap diuji ke konsumen membutuhkan strategi pemasaran agar dapat dinikmati oleh konsumen dan menguntungkan bagi perusahaan. Tidak menemukan strategi yang tepat dalam pemasaran konsep produk maka ide dan konsep tersebut akan dihapus, apabila telah ditemukan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan konsep produk akan dilanjutkan pada tahap selanjutnya. Contoh : strategi untuk huruf timbul pada kartu undangan pesta adalah ketika ada pemesanan kartu undangan biasa diberikan contoh kartu undangan yang serupa dengan huruf timbul secara cuma-cuma atau *free*. Strategi untuk tali rumput untuk tas kertas adalah dengan memberikan tas kertas tersebut untuk membungkus pesanan barang lain.

e. Analisis bisnis

Apakah produk ini memenuhi tujuan laba perusahaan?. Dalam tahap ini yang harus dilakukan adalah memprediksi penjualan, biaya, dan laba untuk menentukan nantinya apakah target telah tercapai atau tidak. Apabila perkiraan penjualan dan laba tidak mencapai target, biaya membesar maka konsep dan ide produk tersebut akan dihapus. Contoh : ternyata harga tali rumput melonjak sehingga tidak memberikan return yang sesuai dengan modal awal sehingga ide untuk penggunaan tali rumput pada tas kertas tidak digunakan.

f. Pengembangan Produk

Apakah perusahaan membuat produk kasar atau *prototype* kepada konsumen?. Tahap pengembangan produk disini artinya adalah pembuatan produk secara fisik yang akan siap untuk dikomersialkan. Apabila dalam proses produksi terdapat banyak kendala yang tidak dapat diatasi maka produk tersebut tidak dilanjutkan pada tahap selanjutnya. Contoh : kartu undangan dengan huruf timbul dan tas kertas dengan tali rumput akan dibuat *prototype* yang siap untuk diuji cobakan pada tahap selanjutnya.

g. Pengujian Produk

Apakah penjualan produk sudah memenuhi harapan?. Produk yang telah dibuat akan dihadapkan pada reaksi konsumen dan keadaan pasar. Produk yang

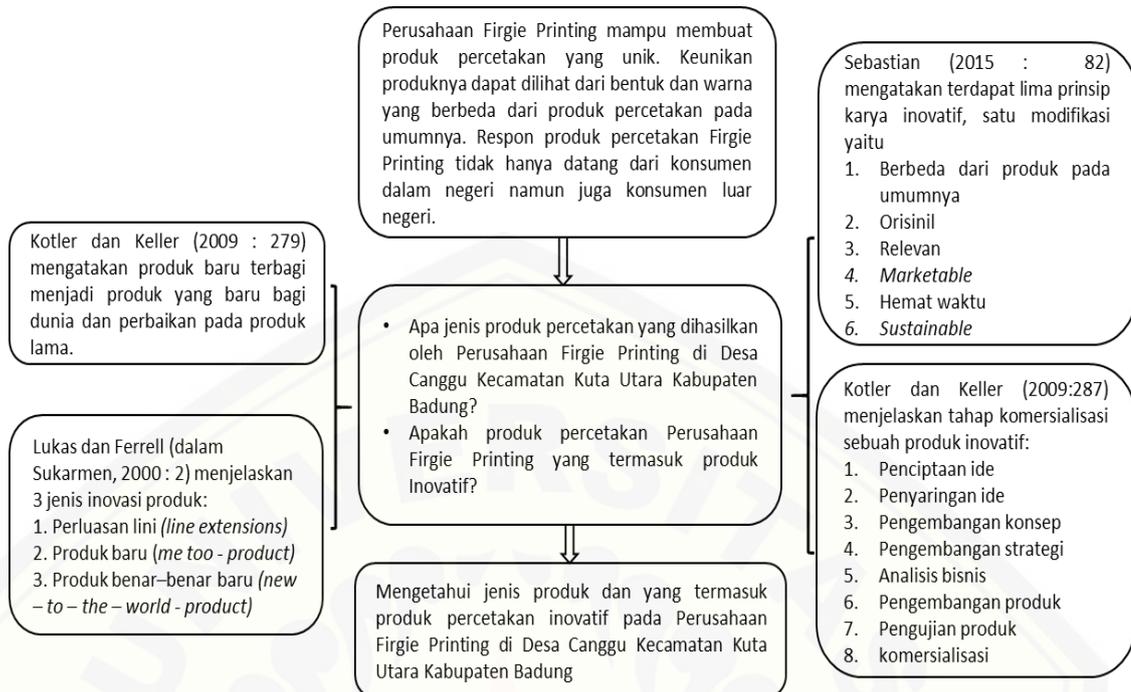
mendapat repon positif dari konsumen dan memenuhi target penjualan akan dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Sebaliknya produk yang mendapat repon negatif dan tidak mencapai target penjualan, terdapat pilihan untuk menghentikan proses atau akan diperbaiki dan dikembalikan pada tahap pengembangan produk. Contoh : *prototype* yang telah dibuat akan diuji coba pada beberapa konsumen dan dilihat respon konsumen terhadap barang tersebut.

h. Komersialisasi

Apakah penjualan produk memenuhi harapan? Bagaimana cara komersialisasinya?. Pada tahap ini perusahaan membutuhkan dana yang besar, dana tersebut disalurkan untuk produksi, biaya sewa tempat, biaya pemasaran, biaya promosi dan lain-lain. Produk yang tidak memenuhi harapan Perusahaan akan ditinjau kembali dengan memodifikasi atau mengubah strategi pemasaran produk. Apabila tetap tidak memenuhi harapan Perusahaan maka produk tersebut akan dihentikan dan apabila memenuhi harapan Perusahaan akan dijadikan rencana masa depan Perusahaan. Contoh : setelah 2 *prototype* memenuhi dari uji coba konsumen skala kecil selanjutnya 2 produk tersebut akan diproduksi dalam skala yang besar.

2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir ini menjelaskan kerangka teoretis tentang kegiatan produksi Perusahaan Firgie Printing yang menghasilkan produk Inovatif yang dijadikan sebagai Keunggulan Bersaing perusahaan tersebut. Berdasarkan teori-teori yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka berfikir sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

Keterangan:

Judul “Inovasi Produk Percetakan pada Perusahaan Firgie Printing di Desa Canggung Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung” ini berasal dari keunikan produk perusahaan tersebut yang berupa produk-produk percetakan, berbeda dari toko di sekitar Kecamatan Kuta Utara yang lebih menonjolkan pada interior dan eksterior dan rasa kagum peneliti terhadap Perusahaan Firgie Printing yang mampu bertahan dari persaingan dunia bisnis percetakan hingga saat ini. Tidak hanya sebatas bertahan namun perusahaan ini juga mampu menjangkau ranah perdagangan Internasional dengan produk-produk *printing* yang dihasilkannya. Pada penelitian yang akan dilakukan memfokuskan pada inovasi produk yang dilakukan karena produk perusahaan Firgie Printing unik dan beraneka ragam, keunikan produk Firgie Printing dapat dilihat dari bentuk dan warna yang berbeda dari produk percetakan pada umumnya, selanjutnya pertanyaan yang mengawali penelitian adalah apakah produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan

Firgie Printing adalah produk yang inovatif. Semua fenomena yang terdapat dalam penelitian akan dijelaskan secara deskriptif menggunakan teori yang telah ada baik menggunakan buku, jurnal, skripsi, dan tesis maupun sumber informasi lainnya yang dapat membantu penelitian ini. Fenomena yang telah dijelaskan dengan teori yang ada diharapkan mampu menjawab produk percetakan yang inovatif pada Perusahaan Firgie Printing di Desa Canggu Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung.



BAB 3. METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yang akan dilakukan. Adapun metode penelitian meliputi pendekatan dan jenis penelitian, metode penentuan lokasi penelitian, subjek dan informan penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan analisis data.

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Menurut Leksono (2013:181), “deskriptif kualitatif adalah sebuah pendekatan terhadap suatu perilaku, fenomena, peristiwa, masalah atau keadaan tertentu yang menjadi *object* penyelidikan; yang hasil temuannya berupa uraian-uraian kalimat bermakna yang menjelaskan pemahaman tertentu”. Memperoleh informasi-informasi penting dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai acuan dalam menyusun laporan dan uraian-uraian kalimat bermakna. Penelitian yang akan dilakukan akan melihat apa saja Inovasi Produk Printing yang telah dilakukan oleh perusahaan Firgie Printing serta hubungannya dengan Keunggulan Bersaing terhadap para perusahaan pesaing lainnya. Inovasi dan keunggulan bersaing akan dijelaskan secara teoritis menggunakan teori dari berbagai ahli sehingga dapat dijelaskan secara ilmiah strategi perusahaan Firgie dalam mempertahankan maupun merebut pasar.

Menurut Strauss dan Corbin (dalam Leksono, 2013:199) terdapat 3 komponen-komponen dalam Penelitian Kualitatif, yaitu:

a. Data dari berbagai sumber

Data adalah sebuah suatu yang dapat dilihat sebagai fakta, bentuknya dapat berupa wujud barang, tumpukan kertas, gambar, foto, atau kegiatan seseorang yang ditangkap melalui pencatatan, observasi, recording maupun dokumentasi.

b. Analisis atau prosedur interpretasi

Analisis atau interpretasi adalah suatu proses membaca makna tentang apa yang terkandung dalam data dan informasi yang ada. Proses analisis atau interpretasi ini lebih efektif dan efisien apabila peneliti dapat menempatkan diri antara subjek dan objek penelitian. Penulis akan turut serta dalam proses produksi produk Printing dari Perusahaan Firgie Printing untuk mencari data dan informasi yang relevan terkait dengan penelitian yang dilakukan.

c. Penulisan dan laporan-laporan verbal

Data dan informasi yang telah dianalisis selanjutnya akan di paparkan dalam sebuah sistematika penulisan ilmiah dengan *objective* bukan menurut versi peneliti.

3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Metode penentuan lokasi dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive area*, yaitu menentukan daerah penelitian atas dasar kesengajaan dan pertimbangan serta disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Penelitian akan dilaksanakan di Perusahaan Firgie Printing bagian produksi dengan alamat Jl. Pura Wates no.34 banjar Babakan, desa Cangu, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung dengan pertimbangan karena semua kegiatan produksi Perusahaan Firgie Printing terdapat disini, sehingga peneliti dapat memantau dan menganalisis inovasi produk yang terdapat pada Perusahaan ini. Sedangkan tempat pemasaran dan display produk Firgie Printing terdapat di Jl. Peti Tenget no.1b banjar umasari, kelurahan Kerobokan, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung akan digunakan sebagai pengamatan apakah dengan Inovasi Produk dari Firgie Printing mendapat respons yang baik dari konsumen.

Hal lain yang menjadi pertimbangan penelitian di Desa Cangu Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung karena penulis telah mengetahui kondisi lapangan dan pernah melakukan observasi awal guna memperoleh data yang diperlukan.

3.3 Subjek dan Informan Penelitian

Penentuan subjek dan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang secara sengaja ditentukan oleh peneliti. Subjek dalam penelitian ini yaitu anggota dalam struktur organisasi Perusahaan Firgie Printing dan konsumen produk Perusahaan Firgie Printing. Sedangkan informan utama adalah Bapak Dwi Utomo sebagai *owner* dan *leader* Perusahaan Firgie Printing, informan tambahan dalam penelitian ini adalah karyawan-karyawan Perusahaan Firgie Printing dan konsumen produk Perusahaan Firgie Printing.

3.4 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang berupa pendapat atau tulisan dari sumber yang terpercaya, sedangkan data kuantitatif adalah data yang berupa angka dari sumber yang terpercaya.

- 1) Data kualitatif berupa hasil berupa sejarah pendirian Perusahaan Firgie Printing, daftar jenis produk dari perusahaan Firgie Printing, cara pembuatan produk percetakan di Perusahaan Firgie Printing, respon konsumen terhadap produk yang dihasilkan Firgie Printing.
- 2) Data kuantitatif berupa jumlah karyawan perusahaan Firgie Printing, biaya produksi, dan jumlah pemesanan produk dari perusahaan Firgie Printing.

b. Sumber Data

Sumber data adalah sumber atau asal data diperoleh pada penelitian yang dilakukan. Menurut Bungin (2012:129) terdapat dua sumber data yaitu:

1) Data primer

Data primer adalah data yang didapat langsung pada tempat penelitian. Data primer ini didapatkan melalui hasil pengamatan langsung dilapangan penelitian (observasi), wawancara dengan Bapak Dwi Utomo sebagai pemilik Perusahaan Firgie Printing dan wawancara dengan konsumen

untuk melihat respons konsumen terhadap produk-produk yang dihasilkan Perusahaan Firgie Printing.

2) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber terkait dan tidak langsung memberikan informasi kepada peneliti. Data sekunder dalam penelitian yang akan didapat dari data kantor Perusahaan Firgie Printing berupa data jumlah karyawan, jenis dan jumlah produk printing, data omzet penjualan.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh hal-hal yang akurat, relevan dan sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, metode wawancara, dan metode dokumen.

a. Metode Observasi

Menurut Leksono (2013:205) mengatakan, proses observasi adalah kegiatan mengamati secara langsung terhadap fakta yang ada di tempat penelitian guna memperoleh data yang diinginkan. Kegiatan observasi dilakukan pada:

- 1) Perusahaan Firgie Printing bagian Produksi di Jl. Pura Wates no.34 banjar Babakan desa Canggung Kecamatan Kuta Utara untuk mendapatkan data produk-produk Printing yang inovatif dan proses pembuatan produk printing yang inovatif tersebut.
- 2) Perusahaan Firgie bagian penjualan di Jl. Peti Tenget no.1b banjar Umasari Kelurahan Kerobokan Kecamatan Kuta Utara untuk mendapatkan data *display* produk percetakan Perusahaan Firgie Printing.

b. Metode Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan menghimpun data melalui proses komunikasi antara peneliti dan *subject* wawancara. Wawancara akan ditujukan kepada:

- a) Pak Dwi sebagai pemilik Perusahaan Firgie Printing untuk

mendapatkan berbagai data meliputi ide pembuatan produk inovatif, sejarah pendirian Firgie Printing, peluang dan tantangan berbisnis percetakan di Bali, strategi mendapatkan dan mempertahankan minat konsumen, dan pendapatan Firgie Printing secara umum yang selanjutnya diinterpretasikan dalam sebuah kalimat laporan.

b) Karyawan bagian produksi Perusahaan Firgie Printing untuk mendapatkan data langkah pembuatan produk percetakan Perusahaan Firgie Printing.

c) Konsumen produk Perusahaan Firgie Printing untuk mendapatkan data respon konsumen terhadap produk percetakan.

c. Metode Dokumen

Metode dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang diperlukan dengan cara mencatat dan mempelajari data yang diperoleh yang berhubungan dengan penelitian. Data dokumentasi digunakan untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian baik berupa dokumen tertulis, gambar maupun elektronik. Penelitian yang akan dilakukan menggunakan data dokumen yang diperoleh dari:

1) Beberapa file perusahaan Firgie Printing Pak Dwi yang meliputi sejarah berdirinya Perusahaan, data jumlah karyawan, jenis dan jumlah produk printing, data omzet penjualan dan foto mengenai kegiatan di Perusahaan Firgie Printing.

2) Nota penjualan barang dan pengiriman barang yang didapat pada Perusahaan Firgie Printing bagian penjualan.

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh harus diuji keabsahannya terlebih dahulu, dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam menguji keabsahan data adalah metode Trianggulasi.

3.6.1 Keabsahan Data

Menurut Bungin (2012:204) metode Triangulasi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a. Dilakukan setelah wawancara atau observasi.

Langkah yang dilakukan peneliti dalam tahap ini adalah mengaitkan hasil wawancara dengan fakta di lapangan penelitian dan melakukan uji pemahaman kepada informan tentang hasil wawancara atau observasi yang telah dilakukan.

- b. Uji pemahaman di akhir penelitian

Langkah yang dilakukan peneliti dalam tahap ini adalah ketika sudah menyusun informasi ke dalam laporan yang sistematis dan belum dipublikasikan, peneliti meminta informan untuk membaca kembali laporan tersebut. Apabila laporan yang diberikan tidak mendapat komplain maka laporan tersebut siap untuk dipublikasikan, namun apabila laporan masih mendapat perbaikan atau tambahan maka laporan tersebut perlu diperbaiki sesuai data yang diberikan oleh informan.

Penelitian ini dilakukan setelah wawancara atau observasi karena lebih efektif dan efisien dalam menguji keabsahan sebuah data. Efektif karena dapat menguji langsung antara data dari informan dengan fakta yang ada di lapangan penelitian dan informan ditanya apakah data yang diperoleh peneliti sudah benar sesuai fakta atau belum. Efisien artinya data yang diperoleh dari informan apabila terdapat kesalahan maka langsung diperbaiki atau direvisi oleh peneliti sehingga menghemat waktu.

3.6.2 Langkah Analisis Data

Analisis data merupakan proses memahami dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara maupun dokumen dengan cara merangkum dan membuat fokus terhadap pokok bahasan yang diteliti, yang kedua disajikan dalam bentuk uraian yang sistematis, dan terakhir melakukan kesimpulan terhadap penelitian yang telah dilakukan.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini meliputi:

- a. Reduksi data

Secara sederhana reduksi data adalah membuat rangkuman. Data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumen memiliki jumlah yang dapat dikatakan banyak sehingga perlu adanya sebuah kegiatan yang merangkum hal-hal pokok dan memfokuskan pada sesuatu yang penting sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian. Reduksi data dalam konteks kali ini adalah berfokus pada Inovasi yang terdapat pada Produk Perusahaan Firgie Printing di desa Cangu Kecamatan Kuta Utara dan keuntungan dari Inovasi tersebut dalam keunggulan bersaing terhadap para pesaing lainnya.

b. Penyajian data

Penyajian data adalah menyusun data yang telah direduksi agar tersusun dengan rapi dan sistematis sehingga membentuk suatu tahapan-tahapan yang mudah untuk dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan meninjau ulang dan menyimpulkan sementara terhadap hasil penyajian data. Kesimpulan dalam penelitian diharapkan dapat menemukan suatu temuan yang baru, yang belum pernah ada sehingga dapat menjelaskan sesuatu yang masih rancu menjadi lebih jelas. Penarikan Kesimpulan penelitian dilakukan apabila peneliti sudah melengkapi penyajian data tentang inovasi produk percetakan Perusahaan Firgie Printing di Desa Cangu Kecamatan Kuta Utara.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah proses dalam membuat sesuatu yang baru atau mengembangkan yang sudah ada sehingga mendapatkan nilai tambah. Produk percetakan Perusahaan Firgie Printing tergolong pada jenis produk tahan lama karena memiliki jangka waktu yang lama dalam menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut. Produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing adalah *hang tag*, *paper bag*, kotak *printing*, label *printing*, kartu nama, dan brosur.

Produk percetakan Perusahaan Firgie Printing tersebut memiliki keunikan dari segi bentuk sehingga memiliki potensi menjadi produk yang inovatif, namun ada poin-poin yang harus menjelaskan produk percetakan tersebut adalah produk yang inovatif. Produk *hang tag* Aloha Lani Law dan Muchacho serta kartu nama Sarti *Restaurant* adalah produk percetakan dari Perusahaan Firgie Printing yang inovatif karena telah memenuhi prinsip-prinsip karya inovatif. Prinsip-prinsip tersebut adalah berbeda dari produk pada umumnya, *original*, relevan, *marketable*, dan *sustainable*. Berbeda dengan jenis produk *paper bag*, kotak, label, dan brosur yang memiliki empat prinsip karya inovatif yaitu *original*, relevan, *marketable* dan *sustainable* namun tidak memiliki prinsip karya inovatif berbeda dari produk pada umumnya dan hemat waktu. Semua produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing baik itu *hang tag*, *paper bag*, kotak, label, kartu nama, dan brosur masih memiliki konsep bentuk dasar yang sama dengan produk percetakan, sehingga tidak memiliki kelebihan efektif dan efisien pada point prinsip karya inovatif hemat waktu karena bentuk dari produk percetakan sudah kecil dan sederhana namun inovasi pada produk *hang tag* Aloha Lani Law dan Muchacho serta Kartu Nama Sarti *Restaurant* lebih mengutamakan pada penambahan konsep. Penambahan konsep produk tersebut adalah penambahan *accecories* mata ayam pada *hang tag* Muchacho, penambahan plastik

buram sebagai deskripsi produk pada *hang tag* Aloha Lani Law dan ketebalan serta warna yang menarik dari kartu nama Sarti *Restaurant*.

Tahap komersialisasi produk inovatif Perusahaan Firgie Printing diawali dari penciptaan ide yang didapat dari keinginan konsumen Aloha Lani Law dan Muchacho serta Sarti *Restaurant* terhadap produk percetakan yang berbeda dan memiliki keunikan pada produk tersebut. Ide yang sudah didapat akan dipertimbangkan dan dipilih sesuai dengan tujuan perusahaan. Tahap penambahan konsep tidak diterapkan pada produk Aloha Lani Law dan Muchacho serta Sarti *Restaurant* karena semua ide dan konsep telah dipertimbangkan pada tahap awal. Strategi pemasaran yang digunakan oleh Perusahaan Firgie Printing adalah memanfaatkan lokasi tempat penjualan Perusahaan Firgie Printing yang strategis dekat dengan wisata pantai Batu Bolong dengan mendisplay produk-produk percetakannya. Perusahaan Firgie Printing menerapkan margin 30% dari total pendapatan yang didapat sehingga keuntungan bersih dari penjualan produk tersebut adalah 70%. Sebelum produk *Hang Tag* Aloha Lani Law dan Muchacho serta Kartu Nama Sarti *Restaurant* dikomersialisasikan, Perusahaan Firgie Printing membuat prototipe produk yang dipesan oleh konsumen dan diuji coba kepada konsumen itu sendiri. Sebagian besar konsumen produk percetakan Perusahaan Firgie Printing adalah konsumen luar negeri yaitu sebesar 90% dan sisanya 10% adalah konsumen dalam negeri. Tahap komersialisasi produk percetakan Firgie Printing adalah dengan membuat lebih banyak produk percetakan yang dipesan oleh konsumen, selain untuk persiapan produk yang rusak dalam proses produksi juga sebagian digunakan untuk display pada tempat penjualan Perusahaan Firgie Printing yang berada di Jalan Peti Tenget no. 1B Kelurahan Kerobokan, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat diberikan saran kepada Perusahaan Firgie Printing adalah menambah jenis produk yang dihasilkan untuk lebih menjangkau konsumen lain, meningkatkan profit dan *achievement* untuk Perusahaan Firgie Printing itu sendiri. Mendapatkan HKI (Hak Kekayaan

Intelektual) untuk produk percetakan Perusahaan Firgie Printing, karena secara teori produk percetakan tersebut sudah termasuk dalam produk yang inovatif. HKI yang sesuai dengan bidang produk percetakan Perusahaan Firgie Printing adalah “Trademark” karena membedakan produk atau jasa yang dimiliki individu atau organisasi yang satu dengan lainnya.



DAFTAR BACAAN**Buku**

- Bungin, B. 2012. *Analisis Penelitian Data Kualitatif*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 3 jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Jakarta : Erlangga
- Leksono, S. 2013. *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi dari Metode ke Metode*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Nielsen, C. dan Lund, M. 2014. *Business Model Design : Networking, Innovating and Globalizing*. E-Book bookboon.com
- Porter, M. E. 1980. *Strategi Bersaing [Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing]*. Jakarta : Erlangga
- Sebastian, Y. 2014. *Biang Inovasi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Internet

- Badan Pusat Statistik. Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia per Bulan Menurut Pintu Masuk, 2008-2015. BPS, 2015. Web. 26 Agustus 2015 <http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1386>
- BCG.Perspective. Global Innovation Survey 2015. Web. 23Maret 2016. <https://www.bcgperspectives.com/content/articles/growth-lean-manufacturing-innovation-in-2015/>
- DocSlide. Teori Schumpeter. Web. 23 Maret 2016. <http://dokumen.tips/documents/makalah-teori-schumpeter.html>
- Gunarta, I Wayan Eri. Wow, Ini Sumber PAD Tertinggi di Kabupaten Badung. *Tribun Bali*, 2015. Web. 26 Agustus 2015 <http://bali.tribunnews.com/2015/04/01/wow-ini-sumber-pad-tertinggi-di-kabupaten-badung>

Jurnal

- Durianto, J. Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 5(2) : 23
- Prawiro, A. R. 2015. Inovasi Buah Mangrove Sebagai Sarana Menciptakan Produk Unggulan Yang Memiliki Daya Saing (Studi Kasus Pada Kelompok Tani Lestari Indah Kota Bontang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Brawijaya*, 3(1) : 5-8
- Rizali, N. Peranan Inovasi Dalam Pemasaran Produk. *Jurnal Seni Rupa & Desain*, 2(4) : 4

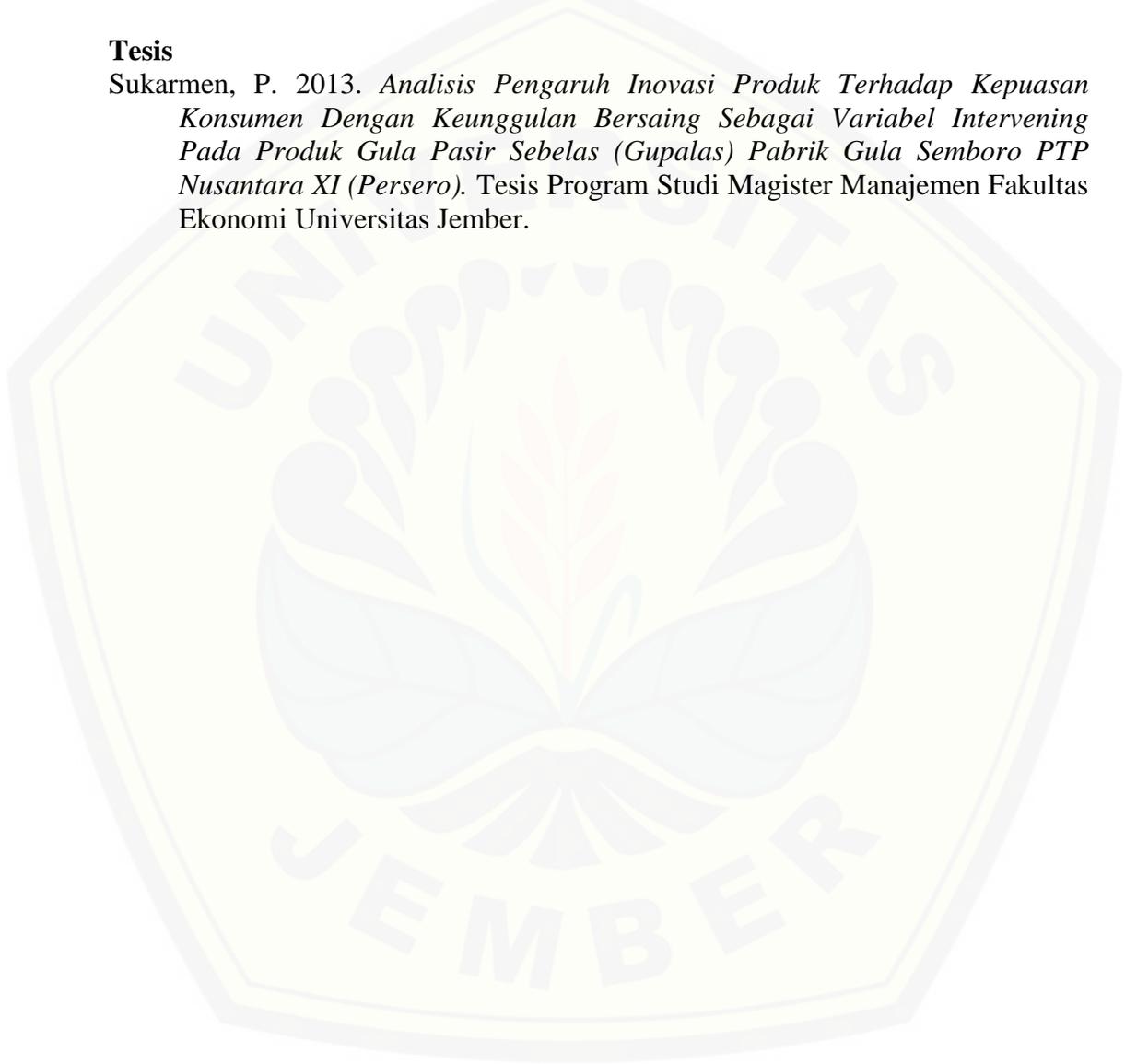
Skripsi

Dewi, D. N. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Inovasi Produk Perusahaan Roti Di Kota Semarang*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Hudaya, R. F. *Strategi Inovasi Produk PT. Bank Panin Syariah Tbk Dalam Meningkatkan Daya Saing Antar Sesama Bank Syariah Dan Bank Konvensional*. Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Tesis

Sukarmen, P. 2013. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gupalas) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (Persero)*. Tesis Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

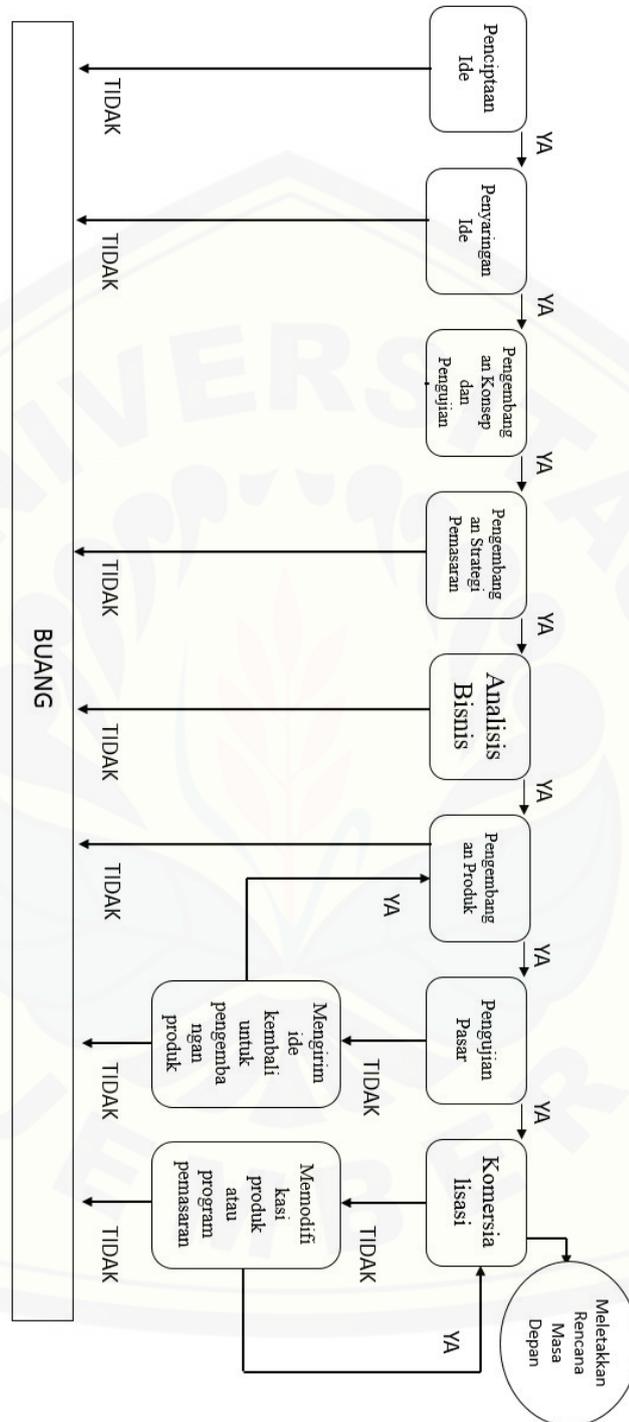


Lampiran A. Matriks Penelitian

MATRIKS PENELITIAN

Judul	Permasalahan	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
Inovasi Produk Percetakan Pada Perusahaan Firgie Printing di desa Canggu Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung	Sebagian besar toko di sekitar Kelurahan Kerobokan Kecamatan Kuta Utara menjual produk yang unik berupa interior dan eksterior rumah, tetapi ada toko yang menjual produk unik dan beraneka ragam dari pecetakan atau <i>printing</i> yaitu Perusahaan Firgie Printing. Tidak semua produk yang unik dapat dikatakan inovatif, ada syarat-syarat yang harus terpenuhi untuk dapat dikatakan produk percetakan yang inovatif.	1. Inovasi Produk Printing	a. Berbeda dari produk pada umumnya b. Original c. Relevan d. Marketable e. Hemat waktu f. Sustainable	a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari observasi dan wawancara dengan subjek penelitian. b. Data sekunder, yaitu data yang dapat mendukung penelitian dan mampu menguatkan data primer.	a. Pendekatan Penelitian: Penelitian Deskriptif Jenis Penelitian: Kualitatif b. Tempat penelitian: <i>metode purposive area</i> c. Metode subjek dan informan penelitian: <i>purposive sampling</i> d. Sumber data: Data primer dan Data sekunder e. Metode pengumpulan data: Wawancara, Observasi, Dokumen. f. Analisis data: Keabsahan data (metode Trianggulasi) Analisis data (Reduksi data, Penyajian data, dan Penarikan kesimpulan)

Lampiran B. Bagan Komersial Produk Baru



2.1 Gambar Proses Keputusan Pengembangan Produk Baru

Lampiran C. Pedoman Penelitian**1. OBSERVASI**

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Jenis-jenis Produk Firgie Printing yang memenuhi kriteria sebagai Produk yang Inovatif	Pemilik Perusahaan Firgie Printing Bapak Dwi Utomo dan Karyawan Perusahaan Firgie Printing
2.	Proses pembuatan produk-produk inovatif dari Perusahaan Firgie Printing	Pemilik Perusahaan Firgie Printing Bapak Dwi Utomo dan Karyawan Perusahaan Firgie Printing
3.	Indikator karya inovatif “hemat waktu”	Produk-produk percetakan Perusahaan Firgie Printing

2. WAWANCARA

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Sejarah berdirinya Perusahaan Firgie Printing	Pemilik Perusahaan Firgie Printing Bapak Dwi Utomo
2.	Peluang dan tantangan berbisnis percetakan di Bali khususnya Kecamatan Kuta Utara	Pemilik Perusahaan Firgie Printing Bapak Dwi Utomo.
3.	Gambaran Pendapatan Perusahaan Firgie Printing	Pemilik Perusahaan Firgie Printing Bapak Dwi Utomo.

4.	Produk Inovatif	Pemilik Perusahaan Firgie Printing Bapak Dwi Utomo.
5.	Tahap Komersialisasi Produk Inovatif	Pemilik Perusahaan Firgie Printing Bapak Dwi Utomo.
6.	Proses pembuatan produk percetakan	Karyawan bagian Produksi Perusahaan Firgie Printing

3. DOKUMEN

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Jenis-jenis produk Firgie Printing dan daftar harga produk yang pernah di Produksi Perusahaan Firgie Printing	Perusahaan Firgie Printing bagian Penjualan
2.	Display produk Perusahaan Firgie Printing	Perusahaan Firgie Printing bagian Penjualan
3.	Nota pengiriman barang ke luar kota dan luar Negeri terkait “pengiriman yang dapat diandalkan”	Perusahaan Firgie Printing bagian Penjualan

Lampiran D. Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara untuk Mengetahui Inovasi Produk Printing dalam Keunggulan Bersaing pada Perusahaan Firgie Printing di desa Canggu Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung

Pedoman Wawancara Informan Penelitian

I. Identitas Informan Penelitian

Nama :

Umur :

Jabatan :

Alamat :

II. Inovasi Produk Printing dalam Keunggulan Bersaing pada Perusahaan Firgie Printing di desa Canggu, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung

A. Sejarah Perusahaan Firgie Printing

1. Pada tahun berapa Pak Dwi mulai merintis Firgie Printing?
2. Jenis produk apa saja yang dihasilkan pada saat pertama kali berdiri?
3. Alat produksi apa saja yang dimiliki ketika pertama kali berdiri?
4. Berapa jumlah produk yang dapat dihasilkan dalam sehari ketika pertama kali merilis usaha ini??
5. Berasal dari mana saja bahan baku pembuatan produk printing yang ada?
6. Berapa jumlah pekerja pertama kali?
7. Bagaimana respons konsumen terhadap produk bapak ketika pertama kali merilis usaha ini?
8. Berasal dari mana nama Firgie Printing ini?
9. Apakah Tujuan, VISI dan MISI Perusahaan Firgie Printing?

B. Peluang dan tantangan berbisnis percetakan di Bali khususnya Kecamatan Kuta Utara

1. Menurut pandangan Bapak Dwi bagaimana peluang berbisnis Printing yang ada di Bali dan khususnya di Kecamatan Kuta Utara?
2. Apa saja tantangan dalam menjalankan usaha Printing Printing di Bali dan khususnya di Kecamatan Kuta Utara?

C. Pendapatan

1. Rata-rata dalam satu bulan berapa order jenis produk yang bapak terima dan jumlah kuantitas ordernya berapa?
2. Berapa harga untuk setiap jenis Produk Firgie Printing?
3. Pembelian dengan kuantitas paling besar di Firgie Printing ini pernah mencapai berapa?

D. Produk Inovatif

1. Apakah ada produk percetakan yang dibuat oleh Perusahaan Firgie Printing yang berbeda dari produk percetakan pada umumnya?
2. Produk inovatif tersebut apakah sering dipesan oleh konsumen?
3. Apakah produk inovatif tersebut dapat dikembangkan pada kemudian hari?

E. Komersialisasi

1. Berasal dari mana ide pembuatan produk inovatif?
2. Apakah ide tersebut kompatibel dengan tujuan, strategi dan sumber daya perusahaan?
3. Apakah perusahaan dapat menentukan penambahan konsep yang bagus kepada produk konsumen tersebut?
4. Dapatkah Perusahaan Firgie Printing menentukan strategi pemasaran yang efektif?
5. Apakah produk in memenuhi tujuan laba perusahaan?
6. Apakah Perusahaan Firgie Printing membuat produk kasar atau *prototype* kepada konsumen?
7. Apakah respon dari konsumen terhadap produk inovatif tersebut?

8. Apakah penjualan produk tersebut memenuhi harapan?
Bagaimana cara komersialisasi produk inovatif tersebut?

F. Pembuatan Produk Percetakan Perusahaan Firgie Printing

Bagaimana langkah-langkah dalam pembuatan produk percetakan Firgie Printing?

G. Pemasaran

1. Bagaimana respon konsumen terhadap produk percetakan Perusahaan Firgie Printing?
2. Bagaimana cara mengirim barang ke luar kota dan luar negeri?

Lampiran E. Transkrip Hasil Wawancara

Nama : Dwi Utomo
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 20 Juni 1973
Jabatan : Owner dan Leader Perusahaan Firgie Printing
Alamat : Jalan Puri Sembada Cangu blok B no.11 Kuta
Utara, Badung, Bali

Peneliti : Pada tahun berapa Pak Dwi mulai merintis Firgie Printing?

Pak Dwi : *Mulainya tahun 2005 makanya email firgie kan firgie2005.*

Peneliti : Bagaimana Pak Dwi merintis usaha ini?

Pak Dwi : *Awalnya tidak seperti sekarang yang memiliki tempat yang strategis, tapi masih nyari pelanggan caranya ya menawarkan ke garment, hotel yang ada di Badung dan itu asli modal nol, dari bikin meja sablon satu. Kalau dapet order siang pulang, terus nyari warna dan malamnya nyablon. Memang dibutuhkan semangat ekstra dan tenaga, jadi seiring waktu kan belajar-belajar. Kalau kita bergerak dalam satu bidang pasti melihat strategi yang baik, intinya fokus agar terus berkembang. Kok saya liat orang buka toko ga capek ya, ga kelilingan, sudah saya mulai nyari toko itupun campur tangan tuhan itu bener-bener saya rasain, setiap kita melakukan hal positif pasti dimudahkan. Jadi waktu itu saya nyari toko di Peti Tenget, dulu ga punya duit jadi sengaja ada toko dikontrakkan itu langsung ketemu orangnya bilang “ambil aja”, pak dwi menjawab “uangnya ga ada”, pemilik toko menjawab “bayar berapa saja”. Saya jual motor kontraknya tiga tahun saya bayar satu tahun. Tetapi tidak dalam satu tahun, enam bulan saja saya sudah bisa ngelunasin.*

Peneliti : Jenis produk apa saja yang dihasilkan pada saat pertama kali berdiri?

- Pak Dwi : *Karna dulu order paling banyak di garment produknya label, hang tag gitu.*
- Peneliti : *Alat produksi apa saja yang dimiliki ketika pertama kali berdiri?*
- Pak Dwi : *Alat pertama kali cuma set meja salon itu saja, ada meja, screen, sama kuasnya.*
- Peneliti : *Berapa jumlah produk yang dapat dihasilkan dalam sehari ketika pertama kali merilis usaha ini?*
- Pak Dwi : *Rata-rata sih label itu sekitar lima ribu, itu yang pabrik, kalau yang printing satu sampai dua roll. Kalau hang tag seribu sampai sepuluh ribu*
- Peneliti : *Berasal dari mana saja bahan baku pembuatan produk printing yang ada?*
- Pak Dwi : *Sama dari toko lokal, seperti di Inti Grafika.*
- Peneliti : *Berapa jumlah pekerja pertama kali?*
- Pak Dwi : *Awalnya ya satu, jadi saya yang nyablon dia yang jemur.*
- Peneliti : *Bagaimana respons konsumen terhadap produk bapak ketika pertama kali merilis usaha ini?*
- Pak Dwi : *Rata-rata sih bagus, karna kita bikin sesuai keinginan pelanggan. Jadi apa yang dia minta saya pahami dan saya lakukan. Yang saya usahakan seperti itu.*
- Peneliti : *Berasal dari mana nama Firgie Printing ini?*
- Pak Dwi : *Pertanyaan bagus ini, nama Firgie itu diambil dari nama anak saya. Ga disangka namanya bisa jadi keberuntungan keluarga.*
- Peneliti : *Apakah Tujuan, VISI dan MISI Perusahaan Firgie Printing?*
- Pak Dwi : *Dengerin baik-baik ya, tujuannya adalah untuk membuat produk percetakan yang memenuhi keinginan konsumen. VISI-nya Menjadi Perusahaan Printing terbaik di Provinsi Bali. MISI dalam mewujudkan VISI yang telah ditetapkan, satu membuat produk yang berkualitas, dua membuat produk dari bahan yang berkualitas, tiga melayani dengan sepenuh hati, empat mampu*

memproduksi barang dengan kuantitas yang besar, lima menyelesaikan order tepat waktu.

Peneliti : Menurut pandangan Bapak Dwi bagaimana peluang berbisnis Printing yang ada di Bali dan khususnya di Kecamatan Kuta Utara?

Pak Dwi : *Peluangnya masih besar sekali karena selagi pariwisata masih jalan, bisnis masih berjalan, usaha saya kan pelengkap bisnis pasti jalan juga.*

Peneliti : Apa saja tantangan dalam menjalankan usaha Printing Printing di Bali dan khususnya di Kecamatan Kuta Utara?

Pak Dwi : *Biasanya sih waktu, misalnya pekerjaan ini dikerjakan idelnya satu minggu lalu dipaksa bisa ga tiga hari empat hari, nah dari situ butuh ekstra cepat ekstra jeli, lobi-lobi kayak garment bosnya bilang ok ok tapi pegawainya kadang-kadang males ya ini harus ada pendekatan lah istilahnya. Karna bisnis saya ini kan berhubungan sama orang luar rata-rata jadi waktu benar-benar dijadikan perhitungan apalagi ada batas waktu cargo tanggal sekian di ambil mau ga mau tanggal segitu harus jadi. Ada lagi bahan, kalau bahan di Bali habis nunggu pesenan dari Jawa, nunggu dah.*

Peneliti : Rata-rata dalam satu bulan berapa order jenis produk yang bapak terima dan jumlah kuantitas ordernya berapa?

Pak Dwi : *Setiap jenis hampir setiap bulan pasti ada, kayak paper bag lima sampai enam macam enam pelanggan, total pemesanan dalam satu bulan sulit dihitung ya, kadang satu order ada yang pesan sampai lima puluh ribu umumnya seribu gitu.*

Peneliti : Berapa harga untuk setiap jenis Produk Firgie Printing?

Pak Dwi : *Jenis produknya ada Hang Tag, Paper Bag, Kotak Printing, Label Printing, Kartu Nama, Brosur, untuk harga itu tergantung bahan dan kuantitas mas, semakin banyak yang dipesan semakin murah harganya. Kalau mau lihat daftar harga di toko penjualan nanti ada yang lebih detail mas.*

Peneliti : Pembelian dengan kuantitas paling besar di Firgie Printing ini pernah mencapai berapa?

Pak Dwi : *Paper bag saya pernah enam puluh ribu untuk satu brand.*

Peneliti : Apakah ada produk percetakan yang dibuat oleh Perusahaan Firgie Printing yang berbeda dari produk percetakan pada umumnya?

Pak Dwi : *Produk percetakan Firgie yang berbeda jika dilihat ya Hang Tag Aloha Lani Law dan Muchacho serta Kartu Nama Sarti Restaurant. Produk Aloha Lani Law ada penambahan bahan plastik buram sebagai deskripsi produk, Muchacho ada penambahan accesoris mata ayam, terakhir kartu nama Sarti Restaurant yang tebal dan memiliki banyak warna, semua produk tadi bisa dilihat pada display produk Firgie Printing*

Peneliti : Produk inovatif tersebut apakah sering dipesan oleh konsumen?

Pak Dwi : *Sering mas setiap bulan ada saja dia ordernya, Hang Tag Lani Law biasanya setiap satu bulan order tiga ribu sampai empat ribu pieces, Hang Tag Muchacho biasanya pesen empat bulan dua kali seribu sampai dua ribu pieces, Kartu Nama Sarti pesen empat bulan dua kali ordernya lima ribu pieces. Ini kan produknya kecil-kecil jadi pesennya sekalian banyak.*

Peneliti : Apakah produk inovatif tersebut dapat dikembangkan pada kemudian hari?

Pak Dwi : *ide, kreatifitas, dan inovasi tidak akan berkurang untuk membuat produk percetakan saya, karena Perusahaan Firgie Printing akan membuat produk percetakan sesuai dengan keinginan konsumen, apalagi mesin dalam bidang percetakan semakin canggih*

Peneliti : Berasal dari mana ide pembuatan produk inovatif?

Pak Dwi : *Awalnya dari keinginan konsumen yang meminta produk percetakan yang berbeda dari produk pada umumnya. Sebelum melangkah ke proses pembuatan produk, biasanya saya dan konsumen akan mendiskusikan bagaimana arah keinginan*

konsumen ini, design yang akan digunakan, harga dan bahan baku yang digunakan. Dalam proses diskusi ini Firgie Printing akan memberikan konsep-konsep yang inovatif untuk menarik minat konsumen, dan kalau konsumen setuju dengan konsep tersebut maka proses dilanjutkan ke proses pembuatan. Jadi proses diskusi inilah awal mula ide inovatif tersebut mas

Peneliti : Apakah ide tersebut kompatibel dengan tujuan, strategi dan sumber daya perusahaan?

Pak Dwi : *Tentu saja mas, karena tujuan dan strategi perusahaan ini kan untuk memenuhi keinginan konsumen terhadap produk percetakan. Sumber daya manusia yang dipekerjakan di Perusahaan Firgie Printing ini juga memiliki pengalaman dibidang percetakan, apabila ada pekerja yang memiliki pengalaman sedikit nantinya akan dibimbing oleh saya dan karyawan senior yang ada di bagian produksi.*

Peneliti : Apakah perusahaan dapat menentukan penambahan konsep yang bagus kepada produk konsumen tersebut?

Pak Dwi : *Penambahan konsep tidak ada, semua sudah dipertimbangkan pada awal pembuatan ide.*

Peneliti : Dapatkah Perusahaan Firgie Printing menentukan strategi pemasaran yang efektif?

Pak Dwi : *Strategi pemasaran masih tetap sama yaitu dipasarkan di Firgie Printing bagian penjualan dan display product berada di Jalan Peti Tenget*

Peneliti : Apakah produk in memenuhi tujuan laba perusahaan?

Pak Dwi : *Pastinya, karena setiap barang yang dijual akan dipertimbangkan keuntungannya dan Perusahaan Firgie Printing menetapkan margin 30% dari setiap pembelian produk percetakan namun apabila membeli dengan kuantitas yang lebih banyak maka konsumen akan mendapat potongan harga yang lebih menarik.*

Peneliti : Apakah Perusahaan Firgie Printing membuat produk kasar atau *prototype* kepada konsumen?

Pak Dwi : *Contoh produknya ada di Firgie Printing bagian penjualan dan display produk, disana konsumen dapat melihat contoh produk percetakan yang kami hasilkan.*

Peneliti : Apakah respon dari konsumen terhadap produk inovatif tersebut?

Pak Dwi : *Responnya bagus, karena konsepnya adalah keinginan konsumen saya utamakan.*

Peneliti : Apakah penjualan produk tersebut memenuhi harapan?

Pak Dwi : *Tentu saja, karena tadi sudah ada perhitungan laba.*

Peneliti : Bagaimana cara komersialisasi produk inovatif tersebut?

Pak Dwi : *Awalnya Firgie akan membuat lebih dari total pemesanan produk percetakan, karena kalau ada cacat produk akan mudah untuk digantikan dan sisa produk percetakan tersebut akan di pajang atau di display di bagian penjualan dengan persetujuan dari pihak konsumen yang membeli produk itu.*

Nama : Lusi Anggraini
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 30 Mei 1992
Jabatan : Karyawan produksi Perusahaan Firgie Printing

Peneliti : Bagaimana langkah-langkah dalam pembuatan produk percetakan Firgie Printing?

Lusi : *Prosesnya hampir sama semua mas, kebanyakan produk percetakannya masuk proses yang umum. Awalnya bikin design pakek corel biasanya Pak Dwi yang bikin, terus milih bahan sesuai sama yang diinginkan pelanggan, biasanya mas toto yang beli, terus di sablon disini kalau yang butuh mesin digital dibawa ke toko print digital di Denpasar.*

Peneliti : Bagaimana langkah-langkah dalam proses sablon?

Lusi : *Pertama screen dibersihkan mas, jangan sampai ada debu. Terus ratakan cairan Afdruk kelapisan luar screen jangan biarin screen kena sinar matahari atau lampu yang terlalu terang. Siapin film atau motif atau gambar yang ingin dibentuk Setelah screen kering, letakkan film pada lapisan luar screen dan tumpuk seluruh bagian dengan menggunakan kaca. Jemur screen tersebut pada terik matahari dalam waktu 5 menit, kalau hari hujan bisa menggunakan lampu neon dalam waktu 15-20 menit. Kalau sudah screen siap digunakan terus cetak design sesuai dengan warna yang diinginkan terakhir jemur media sablon sampai kering.*

Peneliti : Apakah ada langkah-langkah khusus untuk pembuatan setiap jenis produk percetakan disini?

Lusi : *Ada mas, kalau Hang Tag itu setelah langkah umum selanjutnya produk tersebut di plong atau di potong sesuai dengan pola dan ukuran. Proses memotongnya pakek mesin plong. Setelah dipotong sesuai dengan pola dan ukuran terus dikasih tali. Kalau Paper Bag setelah mengikuti langkah umum selanjutnya produk tersebut dilem kedua ujung kertas sehingga membentuk*

lingkaran, lalu di bentuk sesuai dengan polanya. Terus Paper Bag yang sudah terlihat bentuknya, akan dilubangi bagian atas sebagai tempat mengikat tali. Yang terakhir diberi tali sebagai tempat memegang tas ini.

Kalau Kotak Printing setelah mengikuti langkah umum selanjutnya kertas akan dipotong sesuai dengan ukurann. Lipat kertas yang telah dipotong sesuai dengan pola. Rekatkan bagian yang diperlukan dengan menggunakan lem. Sebagai finishing kotak dapat dilapisi jenis kertas yang lebih bagus dan ditambahkan spon apabila membuat kotak cincin.

Kalau Label Printing siapkan Pita dan Alat sablon, pita yang telah disiapkan disablon memanjang, label yang masih basah oleh warna sablon di keringkan menggunakan kipas 3-5 menit, susun kembali dengan rapi bentuk pita menjadi gulungan.

Untuk produk kartu nama lebih sering dicetak menggunakan digital printing karena memerlukan perpaduan warna yang bervariasi. Setelah dicetak, kartu nama setengah jadi tersebut dipotong sesuai ukuran menggunakan mesin plong.

Terakhir brosur cetak design ke media kertas hard paper 150gram menggunakan mesin digital., brosur setengah jadi tersebut dipotong sesuai ukuran menggunakan mesin plong, lipat dan rapikan brosur sesuai dengan pola yang diinginkan.

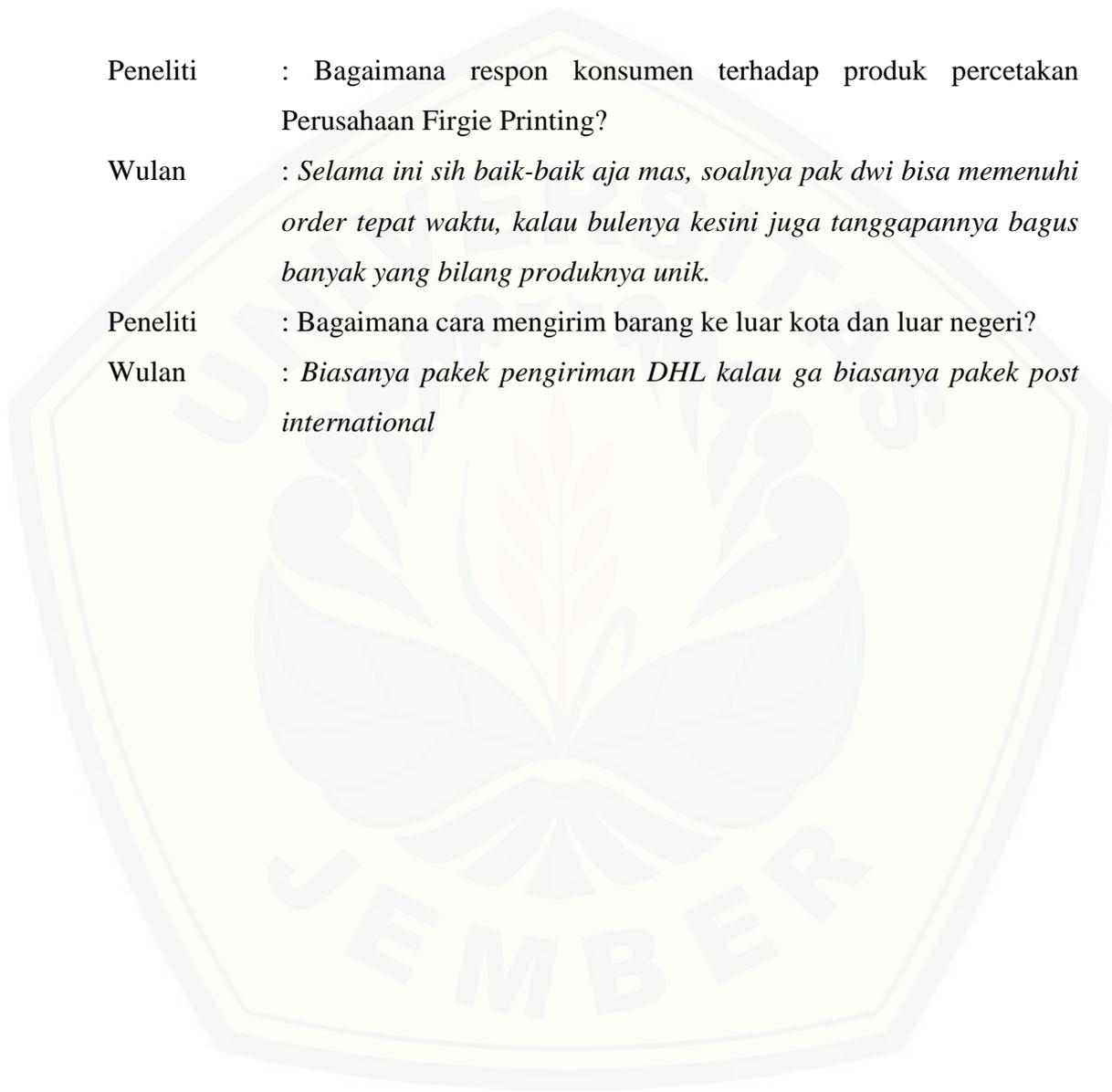
Nama : Ni Luh Putu Wulandari
Tempat, Tanggal Lahir : Kerobokan, 31 Agustus 1991
Jabatan : Sekretaris dan Karyawan penjualan

Peneliti : Bagaimana respon konsumen terhadap produk percetakan Perusahaan Firgie Printing?

Wulan : *Selama ini sih baik-baik aja mas, soalnya pak dwi bisa memenuhi order tepat waktu, kalau bulenya kesini juga tanggapannya bagus banyak yang bilang produknya unik.*

Peneliti : Bagaimana cara mengirim barang ke luar kota dan luar negeri?

Wulan : *Biasanya pakek pengiriman DHL kalau ga biasanya pakek post international*



Nama : Setia Handayani
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 17 Januari 1970
Jabatan : Owner Garment Yeni

Peneliti : Apa saja produk percetakan yang dibutuhkan di garment yeni ini?

Yeni : *Kalau disini butuh hang tag, nota, paper bag, plastik packing, sama kartu nama*

Peneliti : Dimana garment yeni membeli atau mengorder produk percetakan tersebut?

Yeni : *Biasanya di toko printing, tapi kalau langganan di firgie mas.*

Peneliti : Apakah anda puas dengan produk percetakan yang di buat oleh Firgie Printing?

Yeni : *Cukup puas ya untuk produknya juga bagus kok*

Nama : Dimas Andrianto
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 28 April 1993
Jabatan : Bos di cabang Marly Bali Sexy Shoes

Peneliti : Apa saja produk percetakan yang dibutuhkan di toko Marly Bali Sexy Shoes ini?

Yeni : *Biasanya order kotak sepatu, paper bag sama kartu nama aja mas*

Peneliti : Dimana di toko Marly Bali Sexy Shoes membeli atau mengorder produk percetakan tersebut?

Yeni : *Ya di toko percetakan mas, biasanya kalau Marly ordernya ke firgie printing soalnya lebih bagus barangnya dan lebih murah*

Peneliti : Apakah anda puas dengan produk percetakan yang di buat oleh Firgie Printing?

Yeni : *Puas-puas aja sih, ga ada kendala apa-apa sampe sekarang*

Lampiran F. Foto Penelitian



Wawancara dengan Bapak Dwi Utomo (Owner Perusahaan Firgie Printing)

**PEMERINTAH KABUPATEN BADUNG
DINAS KOPERASI, UKM, PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN**

SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN (SIUP) KECIL
Nomor : 265/22-09/PK/XII/2010

1. Nama Perusahaan	: FIRGIE PRINTING
2. Merek (Milik Sendiri/Lisensi)	:
3. Alamat Kantor Perusahaan	: PERUM PURI SAMBANDHA CANGGU, BLOK B NO. 11, KEL. TIBUBENENG, KEC. KUTA UTARA, KAB. BADUNG No. Telp. / Fax :
4. Nama Pemilik/Penanggung Jawab	: DWI UTOMO
5. Alamat Pemilik/Penanggung Jawab	: BR. KULIBUL KAWAN, KEL. TIBUBENENG, KEC. KUTA UTARA, KAB. BADUNG No. Telp. / Fax :
6. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	: 35.804.397.6-906.000
7. Nilai Modal dan Kekayaan Bersih Perusahaan seluruhnya tidak termasuk Tanah dan Bangunan Tempat Usaha	: Rp. 45.000.000,-
8. Kegiatan Usaha	: JASA
9. Kelembagaan	: JASA
10. Bidang Usaha	: KBLI : 17123
11. Jenis Barang/Jasa Dagangan Utama	: CETAK SABLON

SIUP ini diterbitkan dengan ketentuan :

Pertama : Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) ini berlaku untuk melakukan kegiatan Usaha Perdagangan di seluruh wilayah Indonesia, dan dilakukan pendaftaran ulang setiap 5 (lima) tahun.

Kedua : Pemilik/penanggung jawab wajib menyampaikan laporan kegiatan usaha perdagangannya dua kali dalam setahun dengan jadwal untuk semester pertama paling lambat 31 Januari tahun berikutnya bagi SIUP Menengah dan Besar atau bagi SIUP Kecil satu kali dalam setahun, selambat-lambatnya tanggal 31 Januari tahun berikutnya.

Ketiga : Tidak Berlaku bagi kegiatanPerdagangan Berjangka Komoditi.

Keempat : Tidak untuk melakukan kegiatan usaha selain yang tercantum dalam SIUP ini.

Kelima : Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) ini wajib didaftar ulang pada tanggal 28 Desember 2015

Dikeluarkan di : DENPASAR
pada tanggal : 28 Desember 2010

A. A. BUPATI BADUNG
KEPALA DINAS KOPERASI, UKM, PERINDUSTRIAN DAN
PERDAGANGAN
KABUPATEN BADUNG

DRA. NI PUTU MURNIATHI, MM
NIP. 19551121 198003 2 006

Surat Izin Usaha



Kegiatan Produksi



Tempat Penjualan dan Display Produk Perusahaan Firgie Printing



Persiapan Pengiriman Barang ke Luar Negeri



Display Produk Percetakan



Screen Sablon



Mesin bor dan mesin air booster



Mesin plong



Bahan Pewarnaan Sablon



Produk Hang Tag



Produk Paper Bag





Produk Kotak



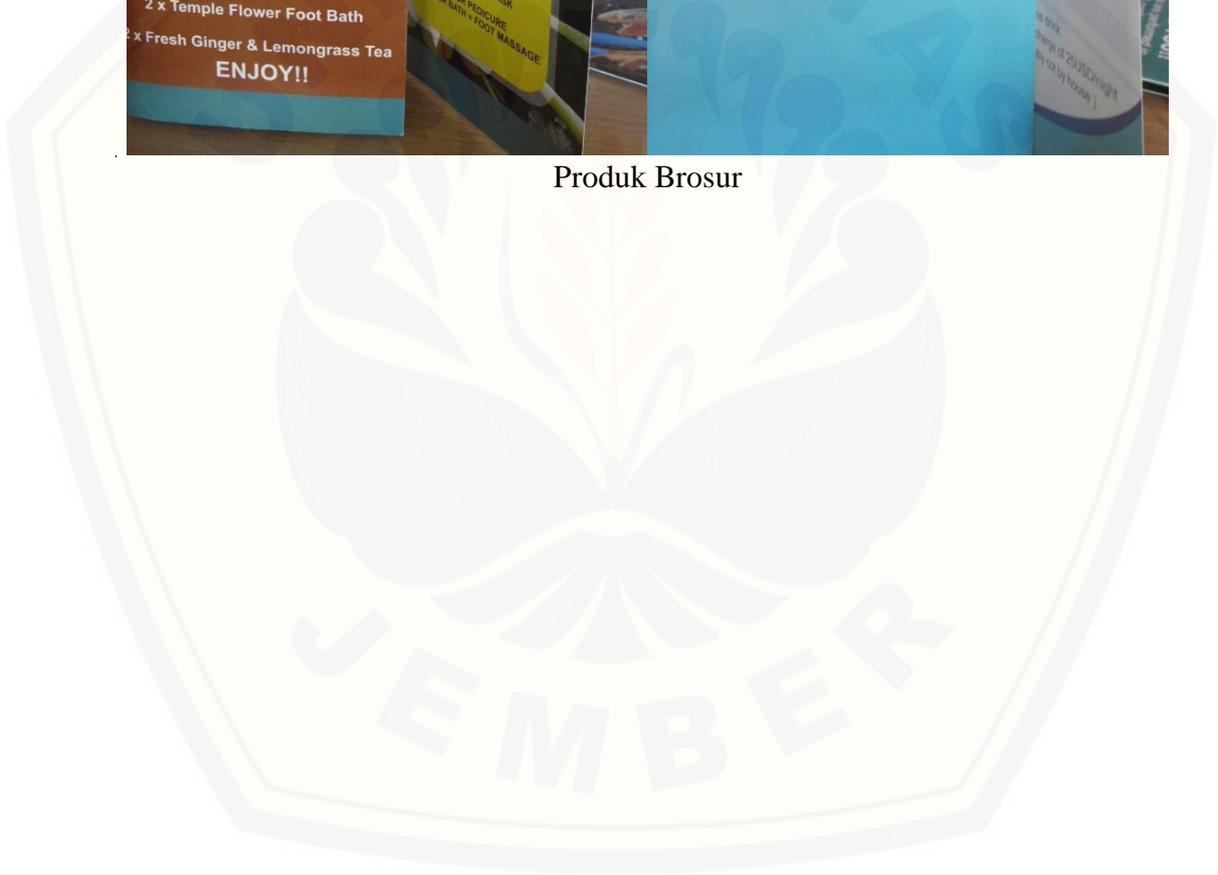
Produk Label



Produk Kartu Nama



Produk Brosur



Lampiran G. Lembar Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
 Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Junaidi Abdillah
 NIM/Angkatan : 120210301031
 Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : Inovasi Produk Percetakan Pada Perusahaan Firgie
 Printing Di Desa Cangu Kecamatan Kuta Utara
 Kabupaten Badung
 Pembimbing I : Dra. Retna Ngesti S, M.P

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	09 Januari 2016	Judul	
2.	06 Januari 2016	BAB I	
3.	12 Januari 2016	BAB II	
4.	19 Januari 2016	BAB III	
5.	27 Januari 2016	Acc Semindr	
6.	03 Mei 2016	BAB IV. Hasil	
7.	10 Mei 2016	BAB IV. Hasil + Pembahasan	
8.	16 Mei 2016	BAB IV + BAB V	
9.	23 Mei 2016	Acc Ujian	
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan di isi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Junaidi Abdillah
NIM/Angkatan : 120210301031
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Inovasi Produk Percetakan Pada Perusahaan Firgie Printing Di Desa Cunggu Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung
Pembimbing I : Drs. Sutrisno Djaja, M.M

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	05 Januari 2016	BAB I + Judul	
2.	08 Januari 2016	BAB I	
3.	15 Januari 2016	BAB II	
4.	21 Januari 2016	BAB III	
5.	29 Januari 2016	Acc Seminar	
6.	21 April 2016	BAB IV Hasil	
7.	27 April 2016	BAB IV Hasil	
8.	09 Mei 2016	BAB IV Pembahasan	
9.	12 Mei 2016	BAB IV Pembahasan	
10.	19 Mei 2016	BAB V ACC Sidang	
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan di isi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Lampiran H. Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331-334988, 330738 Fax : 0331-334988
Laman : www.fkip.unej.ac.id

Nomor **0873**UN25.1.5/LT/2016
Lampiran : 1 (satu) bendel
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

09 FEB 2016

Yth. Bapak Dwi Utomo-Owner Firgie Printing
Jl. Pura Wates No.34
Desa Cunggu, Kuta Utara

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini,

Nama : Junaidi Abdillah
NIM : 120210301031
Jurusan : Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di perusahaan yang Saudara kelola, dengan judul: "Inovasi Produk Printing dalam Keunggulan Bersaing Perusahaan Firgie Printing di Desa Cunggu, Kecamatan Kuta Utara".

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan ijin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenaan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terimakasih.

an, Dekan
Pembantu Dekan 1,
Dwi Utomo, M.Pd
NIP. 1964023 199512 1 001

Lampiran I. Surat Tanda Selesai Penelitian

FIRGIE
PRINTING

**Jl. Pura Wates no.34 Kayu Tulang, Desa Canggu, Kecamatan Kuta Utara 80361
Ph.: +62 361 847 5467 fax: 0361 847 5467 Email : firgie2005@yahoo.com**

Nomer : 01/FG/III/16
Perihal : Surat Keterangan Penelitian Skripsi
Lampiran : -

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Utomo
Jabatan : Pemilik Perusahaan Firgie Printing

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Junaidi Abdillah
NIM : 120210301031
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : FKIP (Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan)

Adalah mahasiswa dari Universitas Jember yang benar-benar telah melakukan penelitian di Perusahaan Firgie Printing terhitung mulai tanggal 13 Maret 2016 – 18 Maret 2016 dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “INOVASI PRODUK PERCETAKAN PADA PERUSAHAAN FIRGIE PRINTING DI DESA CANGGU KECAMATAN KUTA UTARA KABUPATEN BADUNG”.

Demikian surat keterangan ini kami buat sebenarnya, dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 19 Maret 2016
Pemilik Perusahaan Firgie Printing


Dwi Utomo


Lampiran J. Daftar Riwayat Hidup**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas**

1. Nama : Junaidi Abdillah
2. Tempat, tanggal lahir : Banyuwangi, 23 Januari 1994
3. Agama : Islam
4. Nama Ayah : Ubaidillah
5. Nama Ibu : Murniati
6. Alamat : DUSUN CANGAAN RT 004/ RW 005
DESA GENTENG WETAN,
KECAMATAN GENTENG
KABUPATEN BANYUWANGI.

B. Pendidikan

NO	NAMA SEKOLAH	TEMPAT	TAHUN LULUS
1.	TK Aisyiah	Denpasar	2000
2.	SD Muhammadiyah I	Denpasar	2006
3.	SMP Muhammadiyah I	Denpasar	2009
4.	SMA Muhammadiyah I	Denpasar	2012