



**INOVASI PRODUK SALE PISANG PODO ROSO BANYUWANGI  
DALAM UPAYA MEMPERLUAS PASAR**

***(PRODUCT INOVATIONS OF SALE PISANG PODO ROSO  
BANYUWANGI TO EXTEND THE MARKET)***

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Jember

Oleh

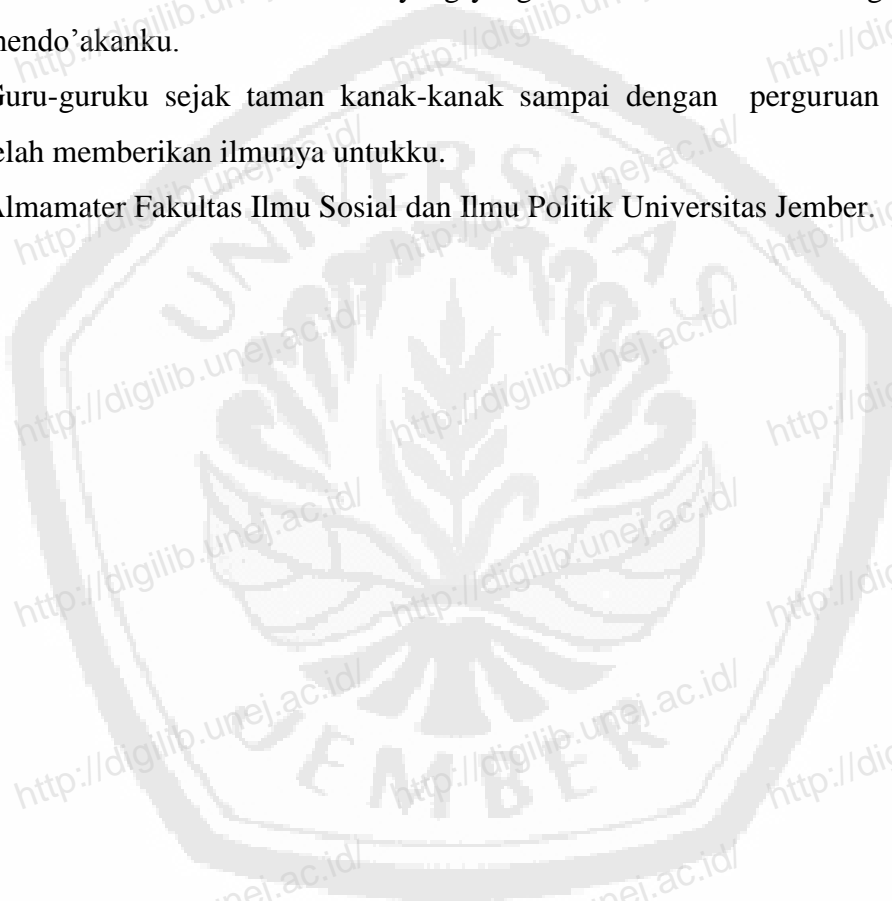
**Anita Dwi Lestari  
NIM: 080910292004**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**

## **PERSEMBAHAN**

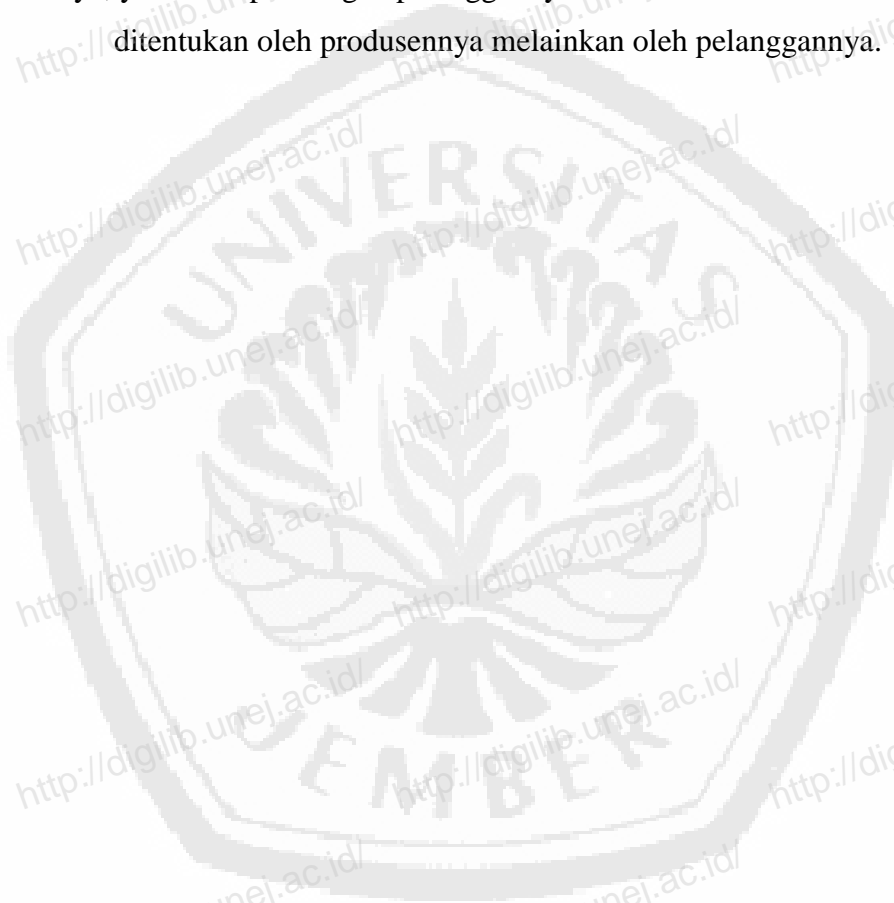
Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Hidayati tercinta dan Ayahanda Bambang Suharto yang tercinta, karena telah memberikan kasih sayang, do'a dan dorongan untuk saya.
2. Kakakku Eko Sudarmono tersayang yang telah memberikan semangat dan selalu mendo'akanku.
3. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi yang telah memberikan ilmunya untukku.
4. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.



## MOTTO

Pemasaran adalah hal yang amat mendasar sehingga tidak dapat dipandang sebagai fungsi sendiri. Pemasaran adalah cara memandang seluruh perusahaan dari hasil akhirnya, yaitu dari pandangan pelanggannya. Keberhasilan suatu bisnis bukan ditentukan oleh produsennya melainkan oleh pelanggannya.



Kotler, Philip dan Susanto A.B. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: salemba Empat

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anita Dwi Lestari

Nim : 080910292004

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul” Inovasi Produk Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi Dalam Upaya Memperluas Pasar” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan 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 mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 21 Juni 2012

Yang menyatakan,

Anita Dwi Lestari  
NIM 080910292004

**INOVASI PRODUK SALE PISANG PODO ROSO BANYUWANGI  
DALAM UPAYA MEMPERLUAS PASAR**

***(INOVATIONS PRODUCT OF SALE PISANG PODO ROSO BANYUWANGI TO  
EXTEND THE MARKET)***

**SKRIPSI**

Oleh

Anita Dwi Lestari

NIM: 080910292004

**Pembimbing**

**Dosen Pembimbing Utama**

**: Drs. Poerwanto, M.A**

**Dosen Pembimbing Anggota**

**: Drs. Suhartono, MP**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Strategi Inovasi Produk Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi Dalam Upaya Memperluas Pasar* telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember pada:

Hari, tanggal : Kamis, 21 Juni 2012

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Ketua

Tim Penguji:

Sekretaris

Drs. Sugeng Iswono, MA  
NIP.19540202198403 1 004

Drs. Poerwanto, MA  
NIP. 19490715 198403 1 002

Anggota:

1) Ika Sisbintari, S. Sos., M.AB  
NIP.19740207 200512 2 001

( )

2) Dra. Sri Wahyuni, M.Si  
NIP. 19560409 198702 2 001

( )

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA.  
NIP. 19520727 198103 1 003

## RINGKASAN

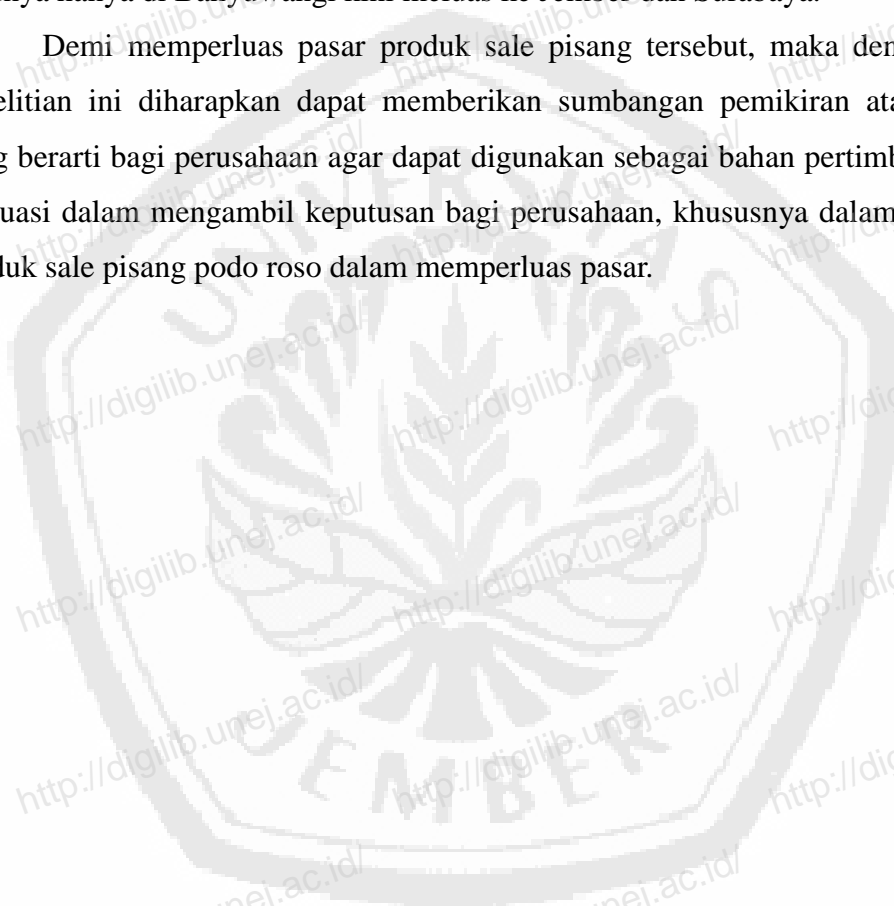
**Inovasi Produk Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi Dalam Upaya Memperluas Pasar; Anita Dwi Lestari**, 080910292004; 2012; 75 halaman; Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Era Globalisasi saat ini memaksa para pelaku bisnis untuk memberikan inovasi-inovasi terbaru terhadap produknya dan dipacu untuk terus meluncurkan aneka produk baru agar dapat mampu bersaing dalam persaingan bisnis. Selain itu, pelaku bisnis tersebut harus mampu menciptakan inovasi yang mampu memikat hati konsumen. Suatu perusahaan harus bisa menjadi lebih inovatif, bukan hanya dalam aneka produk yang dibuat, namun juga dalam rangkaian proses pengelolaan manajemennya. Masing-masing perusahaan berlomba menghasilkan produk terbaru dengan inovasi yang berbeda. Hal ini dilakukan hanya untuk menarik minat konsumen. Produk Sale Pisang Podo Roso merupakan produk makanan ringan yang saat ini sedang bersaing dengan produk sejenis. Munculnya berbagai produk sale pisang dari *home industry* di berbagai daerah, terutama Banyuwangi serta maraknya produk yang terbuat dari pisang menuntut Sale Pisang Podo Roso sebagai *home industry* untuk senantiasa menghasilkan produk dengan inovasi dan kualitas yang tidak kalah dengan merek lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi produk sale pisang podo roso banyuwangi dalam upaya memperluas pasar. Penelitian dilakukan di rumah produksi Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi. Adapun permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana inovasi produk Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi. Penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode diskriptif paradigma kualitatif melalui beberapa tahapan yaitu observasi pendahuluan, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan inovasi produk sale pisang podo roso.

Hasil penelitian bahwa Inovasi Produk sale pisang podo roso yang dulunya hanya menjual sale pisang goreng saja, kini sale pisang podo roso menciptakan inovasi baru yaitu sale pisang lilit dan sale pisang basah. Keadaan ini menunjukkan bahwa proses inovasi tidak dapat terlepas dari kegiatan perusahaan. Dengan adanya inovasi tersebut, distribusi pemasaran Sale Pisang Podo Roso juga berubah yang dulunya hanya di Banyuwangi kini meluas ke Jember dan Surabaya.

Demi memperluas pasar produk sale pisang tersebut, maka dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau masukan yang berarti bagi perusahaan agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan serta evaluasi dalam mengambil keputusan bagi perusahaan, khususnya dalam hal inovasi produk sale pisang podo roso dalam memperluas pasar.





## PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Inovasi Produk Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi Dalam Upaya Memperluas Pasar”. Skripsi disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

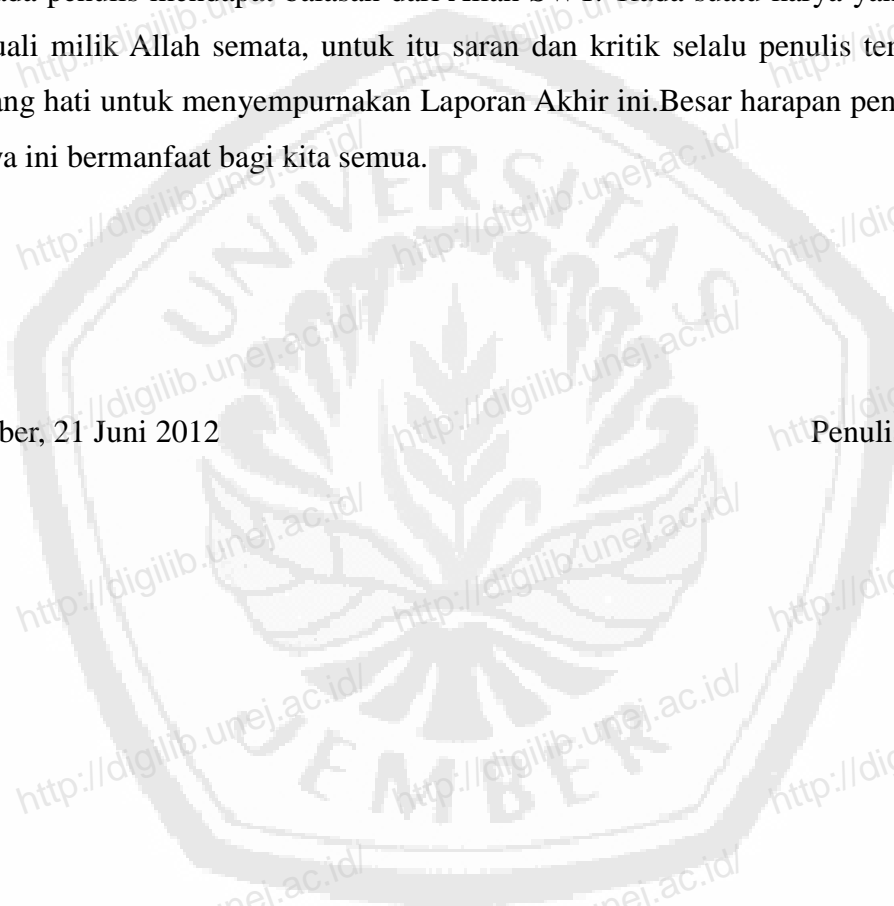
1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Poerwanto, MA Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis dan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember dan selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan demi terselesainya penulisan skripsi ini;
4. Drs. Suhartono, MP selaku Dosen Pembimbing anggota yang telah membeikan petunjuk dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
5. Drs. Sugeng Iswono, MA selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan selama penulis belajar di bangku kuliah;
6. Semua Dosen-Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu dalam urusan administrasi;
7. Ibu Retno pemimpin/pemilik dan seluruh karyawan di *Home Industry Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi* yang membantu selama proses penelitian;
8. My Renal Shendra Hermawan S.H, Thanks for supporting me until the end of My Study;

9. Indah, Lintang, Finda, Mbak Ria, Mbak Rizka, Mbak Mita, Mbak Lia, Renny, Tita, Zahro, Silvy, Kania, Fahmi dan Teman – Teman ADBIS angkatan 2008  
Terimakasih atas Semangat dan Keceriaan Kalian selama ini;

Semoga bantuan dan bimbingan, semangat serta dorongan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Tiada suatu karya yang sempurna kecuali milik Allah semata, untuk itu saran dan kritik selalu penulis terima dengan senang hati untuk menyempurnakan Laporan Akhir ini. Besar harapan penulis semoga karya ini bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 21 Juni 2012

Penulis

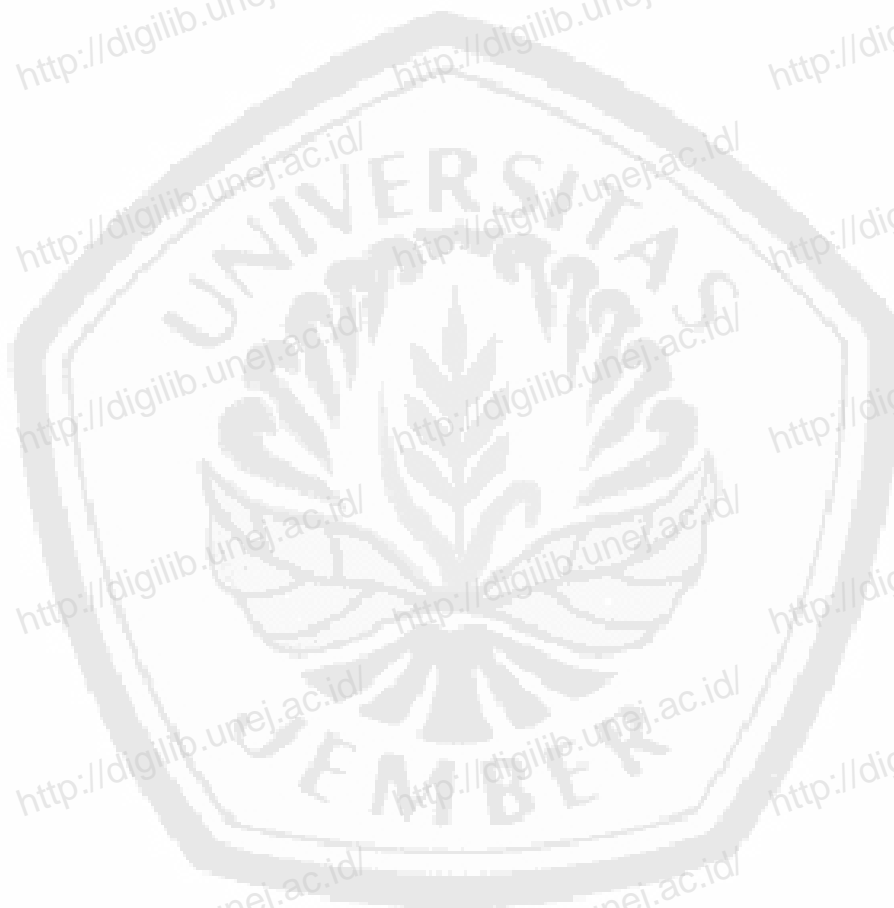


## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> .....	4
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Strategi</b> .....	6
2.1.1 Pengertian Inovasi .....	6
2.1.2 Tipe-tipe Inovasi .....	7

2.1.3 Sumber Inovasi .....	10
2.1.4 Mengelola Inovasi .....	10
<b>2.2 Produk .....</b>	<b>11</b>
2.2.1 Definisi Produk.....	11
2.2.2 Tingkatan Produk.....	11
2.2.3 Klasifikasi Produk.....	12
2.2.4 Atribut Produk.....	13
2.2.5 Inovasi Produk .....	14
<b>2.3 Pemasaran .....</b>	<b>19</b>
2.3.1 Definisi Pemasaran .....	19
2.3.2 Manajemen Pemasaran .....	21
2.3.3 Bauran Pemasaran .....	22
2.3.4 Pengertian Sale Pisang .....	24
2.3.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	24
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
<b>3.1 Jenis dan Tipe penelitian .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Tahap Persiapan .....</b>	<b>26</b>
<b>3.3 Tahap Pengumpulan Data.....</b>	<b>28</b>
3.3.1 Pengumpulan Data Primer .....	29
3.3.2 Pengumpulan Data Sekunder .....	30
<b>3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data .....</b>	<b>30</b>
<b>3.5 Tahap Analisis Data .....</b>	<b>31</b>
<b>3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan .....</b>	<b>33</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....</b>	<b>35</b>
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	35
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.1.3 Struktur Organisasi .....	36
4.1.4 Karyawan .....	38

4.1.5 Ketenagakerjaan.....	38
4.1.6 Hari dan Jam Kerja .....	39
4.1.7 Sistem Penggajian .....	40
<b>4.2 Lokasi .....</b>	<b>41</b>
<b>4.3 Modal .....</b>	<b>42</b>



<b>4.4</b>	<b>Persaingan</b> .....	43
<b>4.5</b>	<b>Perkembangan Sale Pisang</b> .....	44
<b>4.6</b>	<b>Proses Produksi Sale Pisang</b> .....	45
<b>4.7</b>	<b>Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	58
	4.7.1 Analisis dalam memformulasikan inovasi produk sale pisang	58
	4.7.2 Formulasi inovasi produk Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi	61
	4.7.3 Inovasi produk Sale Pisang yang dilakukan oleh Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi.....	62
<b>4.8</b>	<b>Interpretasi</b> .....	69
<b>BAB 5. PENUTUP</b>	.....	<b>71</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	71
<b>5.2</b>	<b>Saran</b> .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN</b>		
-		

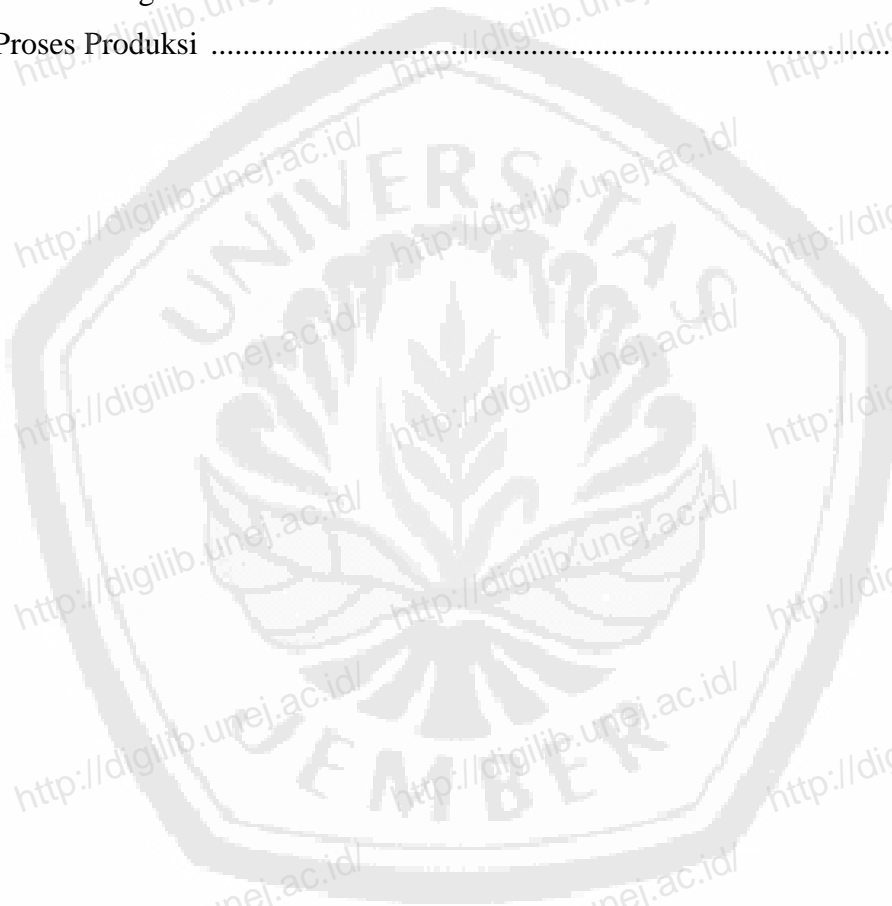
## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Perusahaan batik yang ada di Banyuwangi .....	2
1.2 Pesaing Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi .....	3
2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	24
3.1 Model Analisis Domain .....	32
3.2 Model Analisis Taksonomi .....	33
4.1 Data Jumlah Karyawan Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi .....	39
4.2 Data Gaji Karyawan Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi .....	40
4.3 Nama Pesaing .....	43



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Gambar Alur Inovasi .....	9
2.1 Peta sistem pemasaran inti .....	20
4.1 Struktur Organisasi .....	37
4.2 Proses Produksi .....	46





## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
PEMBIMBING .....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN .....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1 Inovasi .....	5
2.1.1 Pengertian Inovasi.....	5
2.1.2 Tipe – Tipe Inovasi .....	6
2.1.3 Sumber Inovasi .....	9
2.1.4 Mengelola Inovasi.....	9
2.2 Produk .....	9
2.2.1 Definisi Produk .....	9
2.2.2 Tingkatan Produk.....	10
2.2.3 Klasifikasi Produk.....	10
2.2.4 Atribut Produk .....	11
2.2.5 Inovasi Produk .....	12

2.3 Pemasaran .....	16
2.3.1 Definisi Pemasaran .....	16
2.3.2 Manajemen Pemasaran .....	18
2.3.3 Bauran Pemasaran .....	18
2.3.4 Pengertian Sale Pisang .....	20
2.3.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	20
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Jenis dan Tipe penelitian .....	21
3.2 Tahap Persiapan .....	21
3.3 Tahap Pengumpulan Data .....	23
3.3.1 Pengumpulan Data Primer .....	23
3.3.2 Pengumpulan Data Sekunder .....	24
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data .....	24
3.5 Tahap Analisis Data .....	25
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan .....	27
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	28
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	28
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	29
4.1.3 Struktur Organisasi .....	29
4.1.4 Karyawan .....	31
4.1.5 Ketenagakerjaan .....	31
4.1.6 Hari dan Jam Kerja .....	32
4.1.7 Sistem Penggajian .....	33
4.1.8 Legalitas .....	33
4.2 Lokasi .....	34
4.3 Modal .....	35

4.4 Persaingan .....	36
4.5 Perkembangan Sale Pisang .....	37
4.6 Proses Produksi Sale Pisang .....	38
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	50
4.7.1 Analisis dalam memformulasikan inovasi produk sale pisang..	50
4.7.2 Formulasi inovasi produk Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi	53
4.7.3 Inovasi produk Sale Pisang yang dilakukan oleh Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi.....	54
4.8 Interpretasi .....	62
<b>BAB 5. PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN</b>	