



**STRATEGI INOVASI MOTIF PRODUK BATIK PADA SANGGAR
BATIK SAYU WIWIT BANYUWANGI DALAM MEMPERLUAS
PASAR**

***(INOVATIONS STRATEGY OF BATIK PATTERN PRODUCT OF
SAYU WIWIT BATIK HOUSE BANYUWANGI TO EXTEND THE
MARKET)***

SKRIPSI

Oleh

**Galuh Rahmadani Purwoko SA
NIM: 070910292035**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**STRATEGI INOVASI MOTIF PRODUK BATIK PADA SANGGAR
BATIK SAYU WIWIT BANYUWANGI DALAM MEMPERLUAS
PASAR**

***(INOVATIONS STRATEGY OF BATIK PATTERN PRODUCT OF
SAYU WIWIT BATIK HOUSE BANYUWANGI TO EXTEND THE
MARKET)***

SKRIPSI

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

Oleh

**Galuh Rahmadani Purwoko SA
NIM: 070910292035**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA (SORE)
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

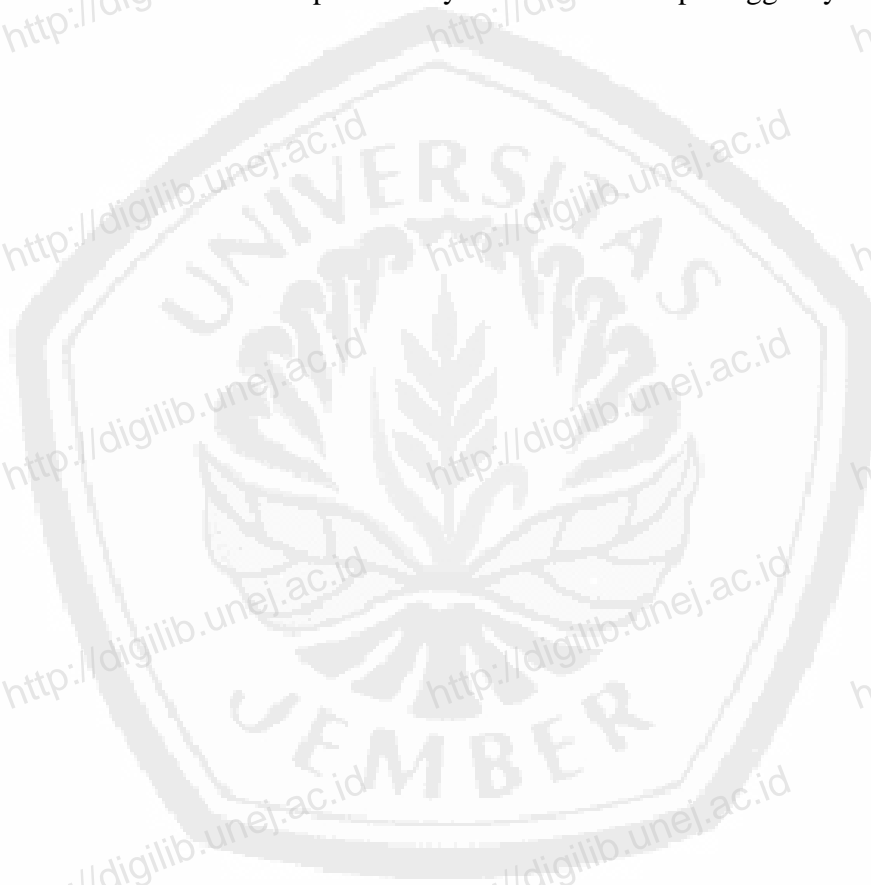
PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Siti Asiyah tercinta dan Ayahanda Gimo Purwoko yang tercinta, selaku orang tua yang telah membesarkan dan merawatku serta memberikan kasih sayang, do'a dan dorongan untuk saya.
2. Adikku Dimas Ardiansyah Purwoko SA tersayang yang telah mendo'akanku.
3. Kekasih hatiku Siti Nur Khasanah yang selama ini selalu mendampingiku, sabar memberi perhatian dengan penuh kasih sayang, semangat, dan membantu dalam menyelesaikan karya tulis ilmiah ini
4. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi yang telah memberikan ilmunya untukku.

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 : Galuh Rahmadani Purwoko SA

Nim : 070910292035

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul” Strategi Inovasi Motif Batik Pada Sanggar Batik Sayu Wiwit Dalam 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, 13 Oktober 2011

Yang menyatakan,

Galuh Rahmadani Purwoko SA
NIM 070910292035

**STRATEGI INOVASI MOTIF PRODUK BATIK PADA SANGGAR BATIK
SAYU WIWIT BANYUWANGI DALAM MEMPERLUAS PASAR**

*(Inovations Strategy of Batik Pattern Product of Sayu Wiwit Batik House
Banyuwangi To Ekstend The Market)*

SKRIPSI

Oleh

Galuh Rahmadani Purwoko SA

NIM: 070910292035

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Ika Sisbintari, S.sos, M.AB

Dosen Pembimbing Anggota : Yuslinda Dwi Handini, S.sos, M.AB

PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Strategi Inovasi Motif Produk Batik Pada Sanggar Batik Sayu Wiwit Dalam Memperluas Pasar* telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember pada:

Hari, tanggal : Kamis, 13 Oktober 2011

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris

Drs. Poerwanto, MA
NIP. 19490715 198403 1 002

Ika Sisbintari, S.Sos, M.AB
NIP. 19740207 200501 2 001

Anggota:

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

()

2) Drs. Sugeng Iswono, MA
NIP. 19540202 198403 1 004

()

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

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

RINGKASAN

Strategi Inovasi Motif Produk Batik Pada Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi Dalam Memperluas Pasar; Galuh Rahmadani Purwoko SA, 070910292035; 2011; 67 halaman; Jurusan Ilmu Administrasi Niaga 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.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi inovasi motif produk batik pada Sanggar Batik Sayu Wiwit. Penelitian dilakukan di Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi. Adapun permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana strategi inovasi motif produk batik pada Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi. Penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode diskriptif paradigma kualitatif melalui beberapa tahapan yaitu observasi pendahuluan, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi inovasi motif produk batik

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah di uraikan sebelumnya, bahwa Sanggar Batik Sayu Wiwit dalam menerapkan strategi inovasi motif produk batik yaitu terlebih dahulu menganalisis faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internalnya yaitu dalam berinovasi motif pembuatanya lebih banyak muncul dari pemilik sendiri yang dipengaruhi oleh pengalaman sendiri. Faktor eksternal yaitu di pengaruhi oleh kejenuhan pasar dan juga berasal dari permintaan seorang konsumen yang memesan. Dalam mengembangkan motif, penggambar motif terlebih dahulu mendefinisikan permintaan dari apa yang diinginkan oleh konsumen yang

berhubungan dengan tujuan dan masalah serta jangka waktu yang diperlukan dan kemudian menjelajah secara kreatif dan membentuk ide-ide yang ada. Penggambar motif kemudian memilih ide yang terbaik dalam mengembangkan motif seperti apa yang akan di gunakan atau digambar, dan bagaimana keuntungan akan dapat diraih dalam menciptakan motif tersebut.



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Inovasi Motif Pada Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi Dalam Memperluas Pasar”. Skripsi disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Niaga, 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 selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Ika Sisbintari, S.sos, M.AB Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini
5. Yuslinda Dwi Handini, S.sos, M.AB selaku Dosen Pembimbing II yang telah membeikan petunjuk dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
6. Drs. Fadholi Said, SU selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan selama penulis belajar di bangku kuliah;
7. Semua Dosen-Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu dalam urusan administrasi;
8. Ibu Fonny Meilyasari, Ibu Endang, dan seluruh karyawan Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi yang membantu selama proses penelitian;

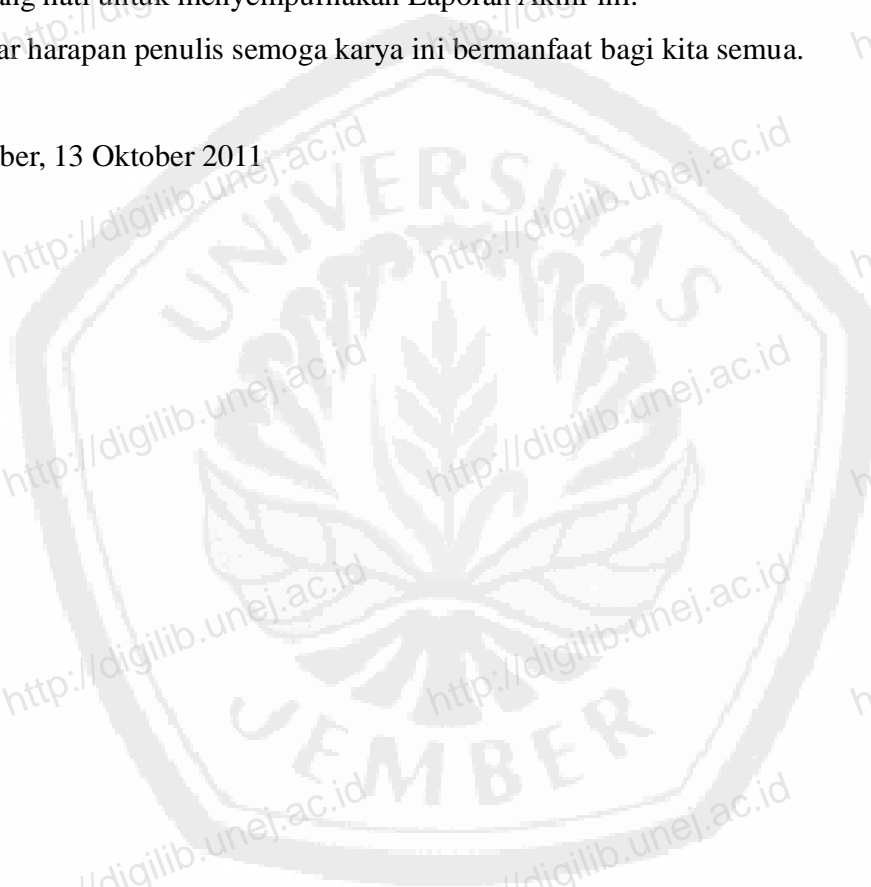
9. Teman-teman Administrasi Niaga sore angkatan 2007 khususnya yang telah memberikan hiburan dan kebersamaannya selama ini.

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, 13 Oktober 2011

Penulis



DAFTAR ISI

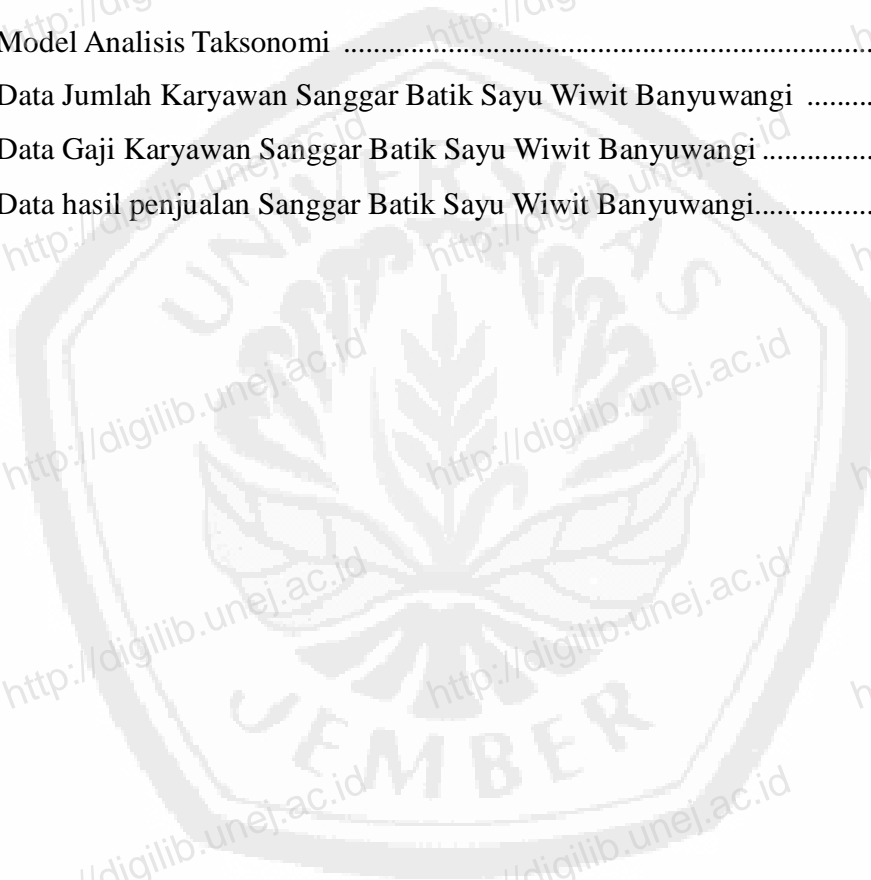
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Strategi	7
2.2 Pemasaran	8
2.3 Manajemen Pemasaran	9
2.4 Bauran Pemasaran	10
2.5 Produk	11
2.5.1 Definisi Produk	11
2.5.2 Tingkatan Produk	12

2.5.3 Klasifikasi Produk.....	12
2.5.4 Strategi Produk.....	13
2.5.5 Atribut Produk.....	14
2.6 Inovasi	15
2.6.1 Sumber Inovasi.....	16
2.6.2 Alur Inovasi	16
2.6.3 Tipe Inovasi	17
2.6.4 Definisi Inovasi Produk	18
2.7 Batik	21
2.7.1 Definisi Batik dan Motif Batik.....	21
2.7.2 Macam Batik	22
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu	25
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis dan Tipe Penelitian	27
3.2 Tahap Persiapan	27
3.2.1 Studi Kepustakaan	27
3.2.2 Penentuan Lokasi Penelitian	28
3.2.3 Melakukan Observasi Pendahuluan.....	28
3.2.4 Menentukan Karakteristik Informan.....	28
3.3 Tahap Pengumpulan Data	30
3.3.1 Pengumpulan Data Primer.....	30
3.3.2 Pengumpulan Data Sekunder	31
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	31
3.5 Tahap Analisis Data	33
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan	34
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	35
4.1.2 Visi dan Misi perusahaan.....	36

4.1.3 Struktur Organisasi	36
4.1.4 Ketenagakerjaan.....	39
4.1.5 Hari dan Jam Kerja Karyawan	40
4.1.6 Sistem Penggajian.....	40
4.2 Proses Produksi Batik.....	41
4.2.1 Kegiatan Proses Produksi	41
4.2.2 Pemasaran.....	50
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.3.1 Analisis dalam memformulasikan strategi inovasi motif produk batik	51
4.3.2 Formulasi Strategi Inovasi Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi.....	54
4.3.3 Strategi Inovasi produk batik yang dilakukan oleh Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi	55
4.3.4 Penerapan strategi inovasi motif produk batik yang dilakukan oleh Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi	58
4.4 Interpretasi.....	64
BAB 5. PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Perusahaan batik yang ada di Banyuwangi	4
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	25
3.1 Model Analisis Domain	33
3.2 Model Analisis Taksonomi	33
4.1 Data Jumlah Karyawan Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi	39
4.2 Data Gaji Karyawan Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi	41
4.3 Data hasil penjualan Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi.....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Gambar Alur Inovasi	17
4.1 Struktur Organisasi	37
4.2 Proses Produksi	47

