

INOVASI PRODUK BATU ALAM DALAM UPAYA PENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV SUPERINDO ABADI JEMBER

(Innovation Products of Natural Stone in an Effort To Increase Sales Volume at CV Superindo Abadi Jember)

Historica Aposeto Wibowo, Suhartono, Sri Wahyuni
Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember (UNEJ)
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
E-mail: Suhartono152@yahoo.com

Abstrak

Batu alam yang sedang diminati ini berhubungan dengan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang, dalam artian masyarakat dewasa ini lebih menginginkan pembaharuan dalam hal desain bangunan yang dihuninya. Tujuan pemakaian batu alam agar tampilan bangunan tidak kaku dan *passive*. Pengusaha di Jember pertama kali menemukan ide pengolahan batu alam karena di wilayah Jember banyak terdapat bukit (gumuk) yang didalamnya mengandung mineral akibat proses secara alami. Banyak pengusaha batu alam di Jember yang memanfaatkan bukit untuk dijadikan olahan batu alam. Persaingan yang begitu ketat terjadi di antara perusahaan penghasil produk batu alam, Masing-masing perusahaan berlomba menghasilkan produk terbaru dengan inovasi yang berbeda dengan produk lain. Hal ini dilakukan untuk menarik minat konsumen. Inovasi bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dari suatu produk baru yang dapat memberikan terobosan baru guna memberikan kepuasan terhadap konsumen. Inovasi harus mampu membuat produk berbeda dimata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut di banding produk pesaing.

Kata Kunci: Batu Alam, Bukit, Persaingan, Inovasi.

Abstract

This interesting natural stone phenomena related with lifestyle of the society which more evolve, it mean the society nowadays more wanted for a renewal design in case of the house that they are living in. The purpose of using a natural stone is to make some building or structure fresher or kindly looking, not passive. Companies find ideas jember in the processing of natural stone, because in region jember city have many hill (knoll) in within contain minerals as a result of the process naturally. Thus, a lot of company in Jember has taken an advantage from that phenomena too, they make a processed natural stone, competition between each company. That each company struggling to find and work out to create a new product with a different innovation. Therefore, to winning a competition, the company must be doing an innovation. Innovation could be increasing a value from one product to another product to make customers satisfied. Innovation should make a product different in customer viewpoint, so the customer will be more interested to buying their innovative product than other competitor product.

Keywords: Natural Stone, Hill, Competition, Innovation

Pendahuluan

Penggunaan batu alam untuk mempercantik elemen bangunan, merupakan tren dikalangan masyarakat terlebih saat ini, kebanyakan orang menginginkan sebuah desain yang dekat dengan alam. Batu alam biasanya digunakan sebagai ornamen dinding garasi, taman, teras, pilar, pelengkap ornamen dapur, hingga kamar mandi dan sebagai aksesoris *landscape*. Pemakaian batu alam ini bertujuan agar tampilan bangunan tidak kaku, *passive*, lebih ramah dan segar, pemilihan jenis batu alam sebagai elemen bangunan bisa menyeimbangkan komposisi suatu bangunan secara keseluruhan. Aneka batu alam dari penjual biasa digunakan sebagai material bangunan untuk dinding yang diletakkan di area *carport*, teras, pilar, taman, hingga kamar mandi. Batu alam merupakan semua bahan yang menyusun kerak

bumi dan suatu agregat mineral-mineral yang telah mengeras akibat proses secara alami seperti, mengendap, membeku, pelapukan dan adanya proses kimia. Terdapat beberapa jenis batu alam, misalnya batu candi dari Jogja, batu palimanan dari Cirebon, batu murmer dari Tulungagung batu andesit dari Jogja, batu singaraja dari Bali, batu piring (lempeng) atau disebut dengan batu Jember, yang menjadi khas Kabupaten Jember. Jenis batuan alam itu diambil dan diolah sedemikian rupa untuk berbagai macam keperluan dan aktivitas, jenisnya sangatlah beragam. Manusia mulai mengolahnya kedalam berbagai bentuk, sesuai dengan karakter batu itu serta fungsinya. maka bisnis batu alam merupakan bidang bisnis yang memiliki prospek yang baik ke depannya, Akan tetapi, usaha yang berkaitan dengan batu alam, tidak hanya satu perusahaan saja, tentu banyak perusahaan-perusahaan lainnya yang memiliki usaha serupa.

Oleh sebab itu, untuk dapat tetap bertahan dan bersaing secara sehat dengan perusahaan sejenis, maka diperlukan adanya suatu inovasi. Dengan mengikuti perkembangan zaman, maka perusahaan dituntut agar selalu menuruti keinginan konsumen dengan meluncurkan produk baru agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu berubah-ubah. pertama kali perusahaan di Jember menemukan ide pengolahan batu alam yaitu karena lingkungan alam di Jember mempunyai banyak bukit (gumuk), jadi gumuk tersebut dimanfaatkan menjadi olahan batu alam. Setelah diolah dan ternyata bisnis ini menguntungkan maka produk batu alam ini sampai dikirim ke kota-kota besar di Indonesia. Persaingan yang begitu ketat terjadi di antara perusahaan penghasil produk batu alam. Masing-masing perusahaan berlomba menghasilkan produk terbaru dengan inovasi yang berbeda dengan produk lain. Persaingan menimbulkan efek dinamis dalam perkembangan dunia usaha, karena para pelaku usaha berlomba-lomba menciptakan formula yang lebih baik dari pesaingnya (inovasi). Munculnya pesaing dalam industri menjadi tantangan tersendiri bagi CV Superindo Abadi Jember. Hal ini harus menjadi motivasi agar CV Superindo Abadi Jember mampu mengembangkan inovasinya agar terus dapat bersaing untuk menarik minat konsumen, Peningkatan penjualan merupakan salah satu hal rutin yang harus dilakukan oleh perusahaan. Meskipun penjualan perusahaan sudah baik, peningkatan penjualan adalah target setiap perusahaan. Meningkatkan penjualan adalah hal wajib dilakukan saat penjualan perusahaan menurun. Dalam kondisi ekonomi yang tidak tentu, kondisi bisnis yang tidak baik, peningkatan penjualan adalah jalan keluarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kebijakan perusahaan dalam terus mengembangkan inovasinya, mampu meningkatkan volume penjualan, kualitas yang baik di banding pesaing dengan harga yang terjangkau. Dimana di ketahui pesaing saat ini sangat kompetitif, sehingga perusahaan harus mampu terus berinovasi agar dapat merajai pasar.

Metode Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian maka jenis metode yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan paradigma kualitatif. Tahap penelitian ini terdiri dari tahap persiapan, tahap pengumpulan data, tahap pemeriksaan data, tahap analisis data, dan tahap penarikan kesimpulan. Pada tahap pengumpulan data menggunakan teknik *Snowball*. Tahap analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode analisis domain dan taksonomi.

Hasil dan Pembahasan

CV Superindo Abadi Jember pertama kali didirikan oleh Bapak Heriyadi pada tahun 2008 sebagai usaha yang bergerak dibidang batu alam. CV Superindo Abadi ini adalah perusahaan milik keluarga yang dipimpin oleh Bapak Heriyadi sebagai pemimpin di perusahaan. Tujuan utama dari perusahaan ini adalah memenuhi kebutuhan bahan bangunan yang ada dilingkup kampus Unej serta daerah kota

Jember dan sekitarnya. CV Superindo Abadi ini terletak di jalan Riau 17 Jember, perusahaan ini memproduksi dan menjual macam-macam batu alam. Produk andalan perusahaan ini adalah batu Jember (lempeng) dan batu Singaraja. Sedangkan batu alam yang lainnya ada batu andesit, candi, murmer, batu hitam, palimanan dll dan perusahaan ini juga melayani jasa antar dan pemasangan batu alam pada bangunan. Berikut adalah uraian dari analisis taksonomi:

1. Perusahaan melakukan proses kreatif

Alasan perusahaan dalam rangka berinovasi produk dipengaruhi oleh permintaan konsumen, pengembangan produk dan berfikir imajinatif dalam menghasilkan barang. Perusahaan telah menilai bahwa perkembangan zaman sekarang semakin modern, oleh sebab itu perusahaan memunculkan berbagai ide kreatif untuk berinovasi produk guna memenuhi kebutuhan konsumen serta meningkatkan volume penjualan. Ada 3 aspek kreatif dalam upaya penemuan ide-ide baru yaitu keahlian, kemampuan berpikir fleksibel dan imajinatif. Dari ketiga aspek kreatif tersebut, dari lapangan diperoleh bahwa aspek yang digunakan oleh CV Superindo Abadi Jember, yaitu menciptakan karyawan yang mempunyai kreatifitas tinggi guna memunculkan ide-ide baru untuk proses pembuatan batu alam. Pada sisi input dan proses maka perusahaan menciptakan tenaga kerja yang terampil dan kreatif dalam rangka pendukung aspek dalam berinovasi bahan baku yang ditambang sendiri oleh perusahaan dengan menggunakan sistem sewa untuk memperoleh bahan baku, serta perluasan area penjualan dan inovasi pasar, sumber dana perusahaan diperoleh dari peningkatan volume penjualan dan tidak menggunakan dana bank, akan tetapi dana perusahaan yang masuk pada bank.

Dari ketiga aspek kreatif tersebut, dari lapangan diperoleh bahwa aspek yang digunakan oleh CV Superindo Abadi Jember, yaitu menciptakan karyawan yang mempunyai kreatifitas tinggi guna memunculkan ide-ide baru untuk proses pembuatan batu alam. Alasan digunakannya ketiga aspek tersebut adalah untuk merubah bentuk, ukuran dan model batu yang sebelumnya menggunakan cara lama dan akhirnya kini merubah desainnya menuju model baru guna memenuhi kebutuhan konsumen.

Faktor internal dan eksternal perusahaan juga dapat digunakan sebagai sarana dan prasarana dalam mengembangkan inovasi dalam menghadapi persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Mempertimbangkan faktor internal dan eksternal, maka nantinya dapat memenangkan persaingan.

a. Faktor internal

- 1) Sumber daya perusahaan
 - a) Sumber daya manusia
 - b) Sumber daya produksi
- 2) PeraturPerusahaan
 - a) Hak Karyawan
 - b) Kewajiban Karyawan

b. Faktor eksternal

- 1) Kondisi masyarakat
- 2) Kondisi pesaing
- 3) Peran pemerintah

Setelah mengidentifikasi sasaran kemudian penerapan ide kreatif yang menghasilkan beberapa bentuk maupun ukuran dari produk yang dihasilkan maka peran serta informasi internal dan eksternal sangat dibutuhkan, informasi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Informasi internal

Informasi internal diperoleh dari dalam perusahaan sendiri, yakni dari pemilik perusahaan dan karyawan dibagian produksi yang dipengaruhi oleh pengalaman serta hasil analisis dari perjalanan perusahaan, sehingga perusahaan menginginkan hasil maksimal dari penjualan produknya. Imajinasi dan kreatifitas serta keinginan pemilik baik dalam bentuk, desain, ukuran, kreasi baru sebagai penumbuh daya kreatifitas dalam berproduksi dan berinovasi produk batu alam.

b. Informasi eksternal

Informasi eksternal perusahaan dalam berinovasi diperoleh dari para pelanggan dan semua konsumen CV Superindo Abadi Jember. Informasi yang diberikan yaitu informasi dan keinginan yang dibutuhkan sesuai dengan kebutuhan para konsumen serta melihat pada pesanan dan permintaan.

Berdasarkan kondisi dan informasi internal maupun eksternal pada CV Superindo Abadi Jember, menyusun suatu pemikiran kreatif dalam berinovasi yang didalamnya menyangkut tujuan perusahaan. Tujuan dari perusahaan yaitu jangka panjang dan jangka pendek, dengan hal tersebut maka tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Tujuan jangka panjang

Tujuan jangka panjang yang ditetapkan oleh CV Superindo Abadi Jember memiliki waktu yang cukup lama, karena tujuan jangka pendek perusahaan telah dicapai dengan baik. Tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

- 1) Menjaga kelangsungan hidup perusahaan
- 2) Melakukan pengembangan usaha, dalam hal perluasan usaha

b. Tujuan jangka pendek

CV Superindo Abadi Jember tujuan jangka pendek yang telah ditetapkan adalah bahwa perusahaan dalam mencapai tujuannya harus dalam waktu yang relatif singkat, karena tujuan dari jangka pendek perusahaan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan
- 2) Meningkatkan kualitas produk
- 3) Meningkatkan pelayanan pada konsumen

2. Proses inovasi ukuran, model, ukiran

Inovasi yang digunakan yaitu berupa ide-ide dalam mengembangkan ukuran, ukiran dan model dari batu piring dan singaraja, yang gunanya untuk meningkatkan, dan mempertahankan kegiatan usaha yang berkesinambungan serta memasarkan khas kota Jember (khususnya batu piring). Khusus produk dengan bentuk ukiran, CV Superindo Abadi Jember memproduksi dengan melihat jenis dan karakteristik batunya. Batu piring yang mempunyai tekstur halus dan kasar, hasil inovasinya hanya ukuran, bentuk dan model saja, karena dari sifat batunya hanya itu saja yang bisa diinovasi, jika terlalu banyak dimodel maka batu tersebut akan pecah

dan akan merugikan perusahaan. Selanjutnya batu alam yang dihasilkan CV Superindo Abadi Jember adalah batu dengan bentuk dan ukuran, biasanya tertuju pada batu alam jenis batu piring, andesit, murmer dan candi. Macam batu tersebut dapat diinovasi dengan berbagai model, bentuk dan ukuran sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen. Karena memiliki tekstur yang halus dan mudah dibentuk sesuai ukuran bangunan. Seringkali digunakan untuk dinding, pagar, taman dan hiasan lainnya.

Menurut teori tentang kegiatan produksi yang dapat dijabarkan: input-proses-output, maka perusahaan telah berinovasi dan mengembangkan aspek-aspek yang mendukung kelancaran inovasi produk, diantaranya: pada sisi input pada awalnya perusahaan, berinovasi dengan menambah karyawan guna menambah bahan baku ke gumuk, mengambil bahan baku langsung ke gumuk, dan perusahaan mempunyai inisiatif untuk membeli bahan baku dengan cara menyewa gumuk dengan menggunakan dana perusahaan agar pada proses input perusahaan mendapatkan bahan baku dengan mudah. Bahan baku yang sudah ditambang, maka dibawa keperusahaan dengan menggunakan alat transportasi "truck" dari perusahaan. Selanjutnya pada prosesnya perusahaan telah menciptakan keumikan dengan menghemat sumber dana perusahaan dengan cara menciptakan mesin dan peralatan guna memproduksi batu alam, yang menggunakan tenaga tradisional dan listrik. Pada metode tradisional, pada saat bahan baku datang, maka para karyawan mengolah bahan baku tersebut dengan cara mencuci, memecah dengan menggunakan peralatan palu dan martil proses selanjutnya dipotong dan dihaluskan menggunakan mesin yang bertenaga listrik. Sehingga proses terakhir pada output menghasilkan barang yang berkualitas dengan olahan tradisional yang mempunyai kualitas yang bagus.

Batu alam yang dihasilkan CV Superindo Abadi Jember adalah batu dengan bentuk dan ukuran, biasanya tertuju pada batu alam jenis batu piring, andesit, murmer dan candi. Macam batu tersebut dapat diinovasi dengan berbagai model, bentuk dan ukuran sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen. Batu-batu tersebut sering digunakan oleh konsumen untuk mempercantik bangunannya. Batu-batu ini memiliki tekstur yang halus dan mudah dibentuk sesuai ukuran bangunan. Seringkali digunakan untuk dinding, pagar, taman dan hiasan lainnya. Nama produk batu alam yang diproduksi oleh perusahaan sesuai dengan nama daerah batu tersebut berasal, misalnya batu singaraja yang berasal dari kota bali (singaraja) dan batu jember (piring) berasal dari daerah jember.

3. Proses inovasi yang memanfaatkan jasa relasi

Relasi pada awalnya terjalin melalui pengalaman pemilik perusahaan yang dulunya adalah seorang *driver* (sopir) pengiriman batu alam antar kota, dari situlah proses relasi terjalin yang berada diluar kota maupun lingkup jember, sehingga pada akhirnya mempunyai banyak teman untuk dijadikan relasi perusahaan CV Superindo Abadi Jember. Alasan perusahaan menggunakan jasa relasi adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen, jika perusahaan tidak mampu untuk memproses permintaan konsumen yang rumit, maka perusahaan menggunakan jasa relasi. Namun biaya produksi semakin menurun, karena perusahaan juga

membagi antara dana dari konsumen kemudian upah yang diberikan kepada jasa relasi.

Perusahaan memanfaatkan relasi dengan bermacam-macam model, tergantung dari permintaan konsumen yang rumit dan perusahaan tidak dapat memprosesnya, diantaranya adalah proses awal penambangan bahan baku dari gunung, bagian produksi (mengukir, memotong). Proses inovasi produk yang memanfaatkan jasa relasi ini adalah bentuk program perusahaan guna mencukupi kebutuhan perusahaan dan melengkapi permintaan konsumen. Selain itu, perusahaan biasanya tidak mencukupi untuk memproses dengan jumlah banyak, terbentur pada ukuran yang jarang diminati oleh konsumen, biasanya produk dengan ukuran yang berbeda diperuntukkan oleh proyek yang membangun suatu bangunan yang berukuran berbeda-beda, contohnya pembangunan IKIP Jember yang menggunakan batu alam dengan tipe bermacam-macam yang tekstur bangunannya didataran tinggi, jadi ukuran yang dipakai adalah khusus atau tidak lazim. Sehingga perusahaan memanfaatkan jasa relasi guna memenuhi kebutuhan proyek tersebut. Kemudian sistem pembayarannya adalah borongan, perusahaan memesan barang itu termasuk biaya potong, listrik, pegawai dan lain-lain.

Proses inovasi produk yang memanfaatkan jasa relasi ini adalah bentuk program perusahaan guna mencukupi kebutuhan perusahaan dan melengkapi permintaan konsumen. Inovasi produk ini yang telah diterapkan oleh perusahaan merupakan salah satu sarana untuk mencapai tujuan perusahaan. Inovasi yang digunakan berupa pemotongan, pengukiran, pemotongan serta penambangan batu sebagai bahan mentah.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa CV Superindo Abadi Jember dalam menerapkan inovasi produk batu alam yaitu terlebih dahulu menganalisis faktor internal dan eksternal, selanjutnya menentukan ide kreatif guna menentukan bentuk, jenis dan ukuran untuk diinovasi. Dalam berinovasi jenis pembuatannya lebih banyak muncul dari bagian produksi dan pemilik perusahaan yang dipengaruhi oleh pengalaman, kejenuhan konsumen, dan permintaan dari konsumen yang seiring bangunannya telah berkembang menjadi hunian modern yang bertipe elegan dan minimalis. Produk yang telah diinovasi adalah jenis batu yang dapat diproses sedemikian rupa (diukir, dipahat, dimodel) bergantung pada struktur dan karakter batunya, perusahaan juga memproses batu dengan model ukir yang bertaraf keunikan sesuai keinginan dan permintaan konsumen. Produk semacam itu telah diinovasi yang mengandalkan jasa relasi dari perusahaan.

Saran dari peneliti yang mungkin bisa digunakan oleh perusahaan adalah dalam memproduksi barang yang sudah diinovasi agar dipertahankan kualitas dan kebersihan serta terus melakukan pengembangan dan penambahan produk agar terciptanya hal baru bagi konsumen. Dalam hal peluncuran produk baru maka perusahaan harus mempunyai produk unggulan sebagai wujud dari hasil inovasi, dan melestarikan temuan batu jember yang sudah diinovasi

dengan berbagai ukuran. Dari observasi peneliti terhadap perusahaan yang lain untuk mengetahui pemasaran batu alam, maka peneliti berharap pemasaran batu alam khususnya batu piring yang merupakan produk unggulan daerah, agar ditingkatkan produksi dan kualitasnya untuk dapat diekspor keluar negeri.

Ucapan Terima Kasih

Penulis H.A.W mengucapkan banyak terimakasih kepada Orangtua tercinta atas kerja kerasnya yang telah mendidik saya. Semua Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang selama ini telah memberikan sumbangsih dalam hal akademik. Serta tidak lupa ucapan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan angkatan 2009 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang telah bersama-sama berbagi susah senang di masa-masa menjalani perkuliahan.

Daftar Pustaka

Buku

- [1] Agus Ahyari, 2002 *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*, Edisi Empat, Yogyakarta, BPFE.
- [2] Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- [3] _____, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi 4. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- [4] Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami penelitian kualitatif*. Rineka Cipta: Jakarta .
- [5] Crawford, C.M., dan De Benedetto, C.A. 2000. *New Product Development*. SAGE Journal Online.
- [6] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1989, hal 353
- [7] Fandy Tjiptono (2005). *Pemasaran Jasa, Edisi pertama*, Bayu Media Publishing, Malang.
- [8] Fisk, Peter. 2006. *Marketing Genius*. Jakarta: PT Gramedia.
- [9] Fontana, Avanti. 2011. *Inovate We Can!*. Jakarta: Cipta Inovasi Sejahtera.
- [10] Joesron dan M. Fathorozi. 2003. *Teori Ekonomi Mikro. Dilengkapi Beberapa Bentuk Fungsi Produksi*. Jakarta: PT Salemba Emban Patria.
- [11] Kotler, Phillip. (2002). *Manajemen pemasaran: Edisi Mellenium: Jilid 1 & 2*. Prenhallindo, Jakarta.
- [12] Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management: Edisi Milenium*, International Edition. Prentice Hall International, Inc, New Jersey
- [13] Moleong, L.J. 2008. *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya: Bandung.

- [14] Stoner, James, A.F. 1996. *Manajemen. Jilid II, Edisi Indonesia*. Penerbit PT.Rajagrafindo Utama. Jakarta.
- [15] Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [16] _____. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- [17] Universitas Jember. 2009. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: University Press.
- [18] Yamit, Zulian. (2004). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonesia, Yogyakarta.

Skripsi

- [1] Aryo Utama, Ramadhan. 2012. Inovasi Motif Batik pada Rumah Batik Rolla Jember. Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
- [2] Bunga Istiqomah, Lina. 2012. Model Inovasi Produk Roti. Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
- [3] Dwi Lestari, Anita. 2012. Inovasi Produk Sale Pisang Podo Roso Banyuwangi dalam upaya Memperluas Pasar. Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Internet <http://ngobrolpanas.blogspot.com/2013/01/strategi-pemasaran-untuk-produk-baru.html> [4 April 2013]

<http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=kemampuan+berinovasi+menurut+kuratko&our> [5 April 2013]

<http://nurulhaddi.blogspot.com/2012/06/undang-undang-larangan-praktek-monopoli.html> [27 April 2013]

<http://usahaterbaik.com/> [29 April 2013]

<http://id.wikipedia.org/wiki/BatuAlam> [3 Mei 2013]

<http://digilib.petra.ac.id> [4 Mei 2013]

<http://www.tempo.co/read/news/2013/05/03/090477671/Batu-Alam-Pacitan-Tembus-Eropa-dan-Timur-Tengah> [29 Mei 2013]