



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KREATIF
PADA UD. KARYA DI SENTRA INDUSTRI TAS
TANGGULANGIN SIDOARJO**

***DEVELOPMENT STRATEGY OF CREATIVE PRODUCT
AT UD. KARYA IN SENTRA INDUSTRIAL BAG
TANGGULANGIN SIDOARJO***

SKRIPSI

Oleh

**Fajriatul Ma'aly
NIM 070910292026**

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



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KREATIF
PADA UD. KARYA DI SENTRA INDUSTRI TAS
TANGGULANGIN SIDOARJO**

***DEVELOPMENT STRATEGY OF CREATIVE PRODUCT
AT UD. KARYA IN SENTRA INDUSTRIAL BAG
TANGGULANGIN SIDOARJO***

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

**Fajriatul Ma'aly
NIM 070910292026**

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

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ibunda Muniroh (almh) dan Muhammad Mu'rob (alm) tercinta, yang telah sabar membimbingku, yang senantiasa ikhlas mendoakan dan mencurahkan kasih sayang serta pengorbanannya semasa hidup sehingga saya bisa seperti sekarang ini; dan Hj. Amimah (almh) yang menjadi kekuatan sekaligus pengganti orang tuaku.
2. Kakak-kakaku: Bunayyatul Adibah (almh), Dzul hikam, Imaduddin, Ibnu Khotob, Shohab Mamduh dan Adikku Faiz Nashrillah, terimakasih buat kebersamaan dan semangatnya serta ponakan-ponakanku: Vian, Aqeela, Firzan, Fahri & Aun, yang telah menjadi sumber motivasi dan terimakasih juga buat keceriaannya.
3. Guru-guruku dari TK-SMA terimakasih atas bimbingannya.
4. Almamaterku tercinta "Universitas Jember".

MOTTO

Seseorang sebaiknya tidak pernah menelantarkan keluarganya untuk mendahulukan bisnisnya. *A man should never neglect his family for business**)

Untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen, maka di dalam penawaran produk, pemasar perlu memperhatikan hal-hal seperti kualitas produk, fitur dan model, merek dan kemasan produk, lini produk, layanan pelengkap dan jaminan. **)

*) Walt Disney. 2009. *Kata bijak motivasi*.

**) Kristianto, P. L., 2011. *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fajriatul Ma'aly

Nim : 070910292026

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul” Strategi Pengembangan Produk Kreatif Dalam Mempertahankan Citra Merek Pada Sentra Industri Tas UD. karya Tanggulangin Sidoarjo” 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, 14 Juni 2011

Yang menyatakan,

Fajriatul Ma'aly
NIM 070910292026

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KREATIF PADA UD. KARYA DI SENTRA INDUSTRI TAS TANGGULANGIN SIDOARJO

*(Development Strategy Of Creative Product at “UD. KARYA” In Sentra Industrial
Bag Tanggulangin - Sidoarjo)*

Oleh

Fajriatul Ma’aly

NIM 070910292026

Pembimbing Utama : Drs. Didik Eko Julianto, MAB
Pembimbing Anggota : Dra. Sri Wahyuni, M.Si

PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Strategi Pengembangan Produk Kreatif Pada UD. Karya Di Sentra Industri Tas Tanggulangin Sidoarjo* telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember pada:

Hari , tanggal : Selasa, 14 Juni 2011

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris

Dr. Edy Wahyudi, S. Sos, MM
NIP.19750825 200212 1 002

Drs. Didik Eko Julianto, MAB
NIP. 19610722 198902 1 001

Anggota:

- 1) Dra. Sri Wahyuni, M.Si ()
NIP.19560409 198702 2 001
- 2) Drs. Totok Supriyanto, M.Si ()
NIP. 19501004 197702 1 001
- 3) Ika Sisbintari, S. Sos, MAB ()
NIP. 19740207 200501 2 001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

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

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk Kreatif Pada UD. Karya Di Sentra Industri Tas Tanggulangin Sidoarjo”. 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. Harry 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 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
5. Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah membeikan petunjuk dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
6. Drs. Sugeng Iswono, MA selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan selama penulis belajar di bangku kuliah;
7. Semu Dosen-Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu dalam urusan administrasi;
8. Bapak Saripin selaku pemimpin/pemilik dan seluruh karyawan Industri Tas UD. Karya Tanggulangin Sidoarjo yang membantu selama proses penelitian;

9. Keluargaku dan sahabat-sahabatku yang selama ini telah mencurahkan kasih sayang dan semangatnya;
10. Teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu 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, 14 Juni 2011

Penulis

RINGKASAN

Strategi Pengembangan Produk Kreatif Pada UD. Karya Di Sentra Industri Tas Tanggulangin Sidoarjo ; oleh Fajriatul Ma'aly, Drs. Didik Eko Julianto, MAB, Dra. Sri wahyuni, M.Si; 070910292026; 2011; 89 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan produk kreatif dalam mempertahankan citra merek pada sentra industri tas UD. Karya Tanggulangin Sidoarjo . Penelitian dilakukan di industri tas UD. Karya Tanggulangin Sidoarjo, adapun permasalahan dari penelitian ini adalah strategi pengembangan yang seperti apakah yang dipakai untuk produk kreatif dalam mempertahankan citra merek pada sentra industri tas UD. Karya Tanggulangin Sidoarjo.

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tahap analisis data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis domein dan taksonomi. Penarikan kesimpulan ini menggunakan metode induktif yaitu penarikan kesimpulan dari hal-hal yang bersifat khusus ke hal-hal yang bersifat umum.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa meskipun UD. Karya telah melaksanakan strategi pengembangan terhadap produknya secara kreatif, namun hal tersebut dirasa belum sesuai dengan keinginan dan masih dalam tahap percobaan. Citra merek yang dicitrakan oleh unit dagang ini telah dapat meningkatkan penjualan dan sudah dapat membuka pangsa pasar yang mana hal tersebut ditandai dengan kapasitas produksi yang mengalami peningkatan yaitu sebesar 36000 pada tahun 2009. Pengembangan produk atau inovasi yang dilakukan UD. Karya terhadap produknya yaitu dengan mengeluarkan produk baru berupa dompet yang dilengkapi dengan jam tangan. tas saja.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
PRAKATA	vii
RINGKASAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pemasaran	8
2.2 Strategi Pemasaran	6
2.3 Manajemen Pemasaran	9
2.4 Bauran Pemasaran	10
2.5 Konsep Produk	10
2.6 Strategi	14

2.7 Pengembangan Produk	17
2.7.1 Pertimbangan-Pertimbangan dalam Pengembangan Produk	18
2.7.2 Sasaran Pengembangan Produk	18
2.7.3 Tujuan Pengembangan Produk	19
2.7.4 Hambatan-Hambatan Pengembangan Produk	20
2.7.5 Proses Pengembangan Produk	21
2.8 Inovasi Dalam Pengembangan Produk	22
2.9 Kreatifitas Produk	24
2.9.1 Definisi kreatifitas Produk	24
2.9.2 Pendekatan 4P Kreatif	24
2.10 Merek	25
2.10.1 Citra Merek	29
2.10.2 Strategi Merek	32
2.10.3 Loyalitas Merek	34
2.11 Tinjauan Peneliti Terdahulu	38
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Metode Penelitian	39
3.1.1 Tipe Penelitian	39
3.2 Tahap Penelitian	40
3.3 Tahap Pengumpulan Data	43
3.4 Pemeriksaan Keabsahan Data	44
3.5 Tahap Analisis Data	44
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan	47
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum dan Sejarah Perusahaan	49
4.2 Visi Dan Misi Perusahaan	49
4.2.1 Visi Perusahaan	49
4.2.2 Misi Perusahaan	49

4.3 Organisasi Perusahaan	50
4.3.1 Struktur Organisasi	51
4.3.2 Tugas Dan Wewenang	52
4.3.3 Jumlah Tenaga kerja	53
4.3.4 Hari Dan Jam Kerja	54
4.3.5 Bahan Produksi	55
4.3.6 Pemasaran	62
4.4 Deskripsi Hasil Penelitian	64
4.4.1 Analisis Dalam Memformulasikan Strategi Kreatif	64
4.4.2 Formulasi Strategi Kreatif Industri Tas UD. Karya Tanggulangun Sidoarjo	69
4.4.3 Strategi Kreatif Membangun Citra Merek Industri Tas UD. Karya Tanggulangun Sidoarjo	69
4.4.4 Penerapan Strategi Kreatif Industri Tas UD. Karya Tanggulangun Sidoarjo	71
4.4.5 Pertimbangan-pertimbangan dalam pengembangan produk	76
4.4.6 Sasaran pengembangan produk	77
4.4.7 Tujuan pengembangan produk	79
4.4.8 Hambatan-hambatan pengembangan produk baru	79
4.4.9 Proses pengembangan Produk	80
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Industri tas di Kabupaten Sidoarjo	4
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	38
3.1 Model Analisis Domain	45
3.2 Model Analisis Taksonomi	46
4.1 Data Perkembangan Jumlah Karyawan	53
4.2 Data Perkembangan Harga Bahan Baku	56
4.3 Data Perkembangan Biaya Bahan Penolong	57
4.4 Data Harga Jual Produk Tas	63
4.5 Data Hasil Penjualan Produk Tas	64
4.6 Volume Produksi Industri Tas UD. Karya	76
4.7 Matriks Konseptual Industri Tas UD. Karya	77
4.8 Sasaran Pengembangan Produk	78
4.9 Matriks Analisis Taksonomi	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.2 Gambar Matrik Penelitian	37
4.3 Struktur Organisasi	51
4.4 Proses Produksi	59