



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK OLAHAN COKELAT DALAM
UPAYA DIVERSIFIKASI PRODUK PADA PERUSAHAAN
ANEKA FOOD KOPKAR “SEKAR” JEMBER**

***PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGY OF CHOCOLATE PROCESSED IN AN
EFFORT TO DIVERSIFICATION PRODUCT AT ANEKA FOOD KOPKAR
“SEKAR” JEMBER***

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1)
Dan mencapai Gelar Sarjana Sosial

oleh

**Eko Harifi Andrianto
NIM. 090910202104**

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



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK OLAHAN COKELAT DALAM
UPAYA DIVERSIFIKASI PRODUK PADA PERUSAHAAN
ANEKA FOOD KOPKAR “SEKAR” JEMBER**

*Product Development Strategy of Chocolate Processed In An Effort To Diversification
Product at Aneka Food KOPKAR “SEKAR” Jember*

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1)
Dan mencapai Gelar Sarjana Sosial

oleh

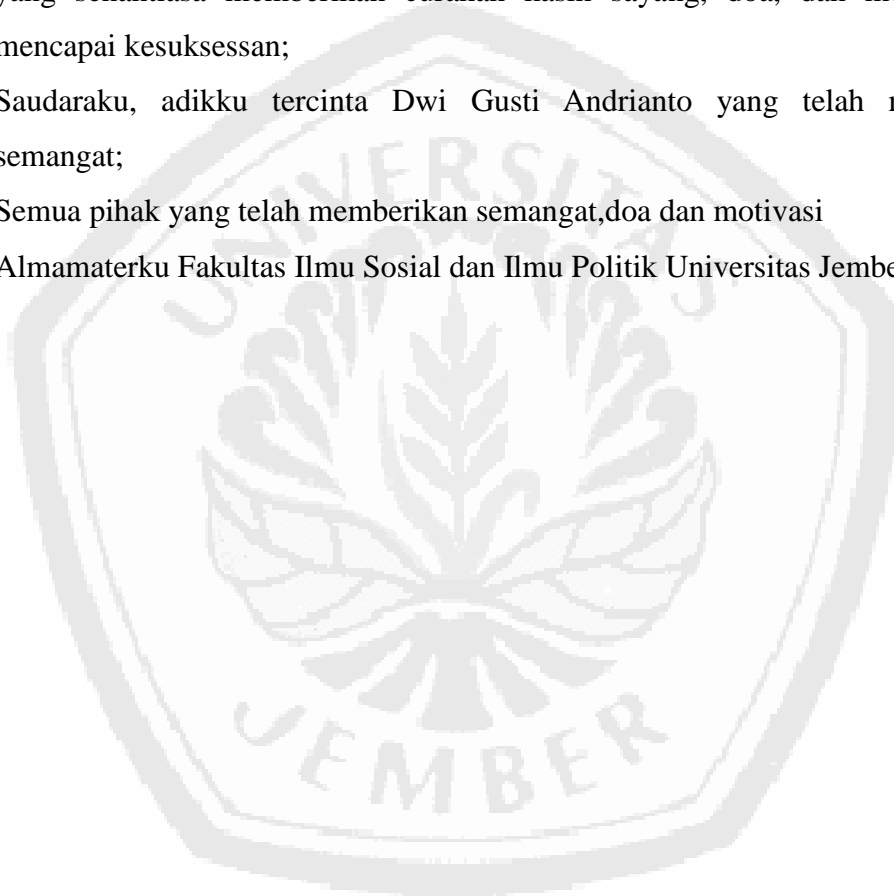
**EKO HARIFI ANDRIANTO
NIM. 090910202104**

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

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Papa Budianto dan Mama Sri Andriastuti Setyo Rini yang senantiasa memberikan curahan kasih sayang, doa, dan motivasi agar mencapai kesuksesan;
2. Saudaraku, adikku tercinta Dwi Gusti Andrianto yang telah memberikan semangat;
3. Semua pihak yang telah memberikan semangat, doa dan motivasi
4. Almamaterku Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember



MOTTO

The difference between great people and everyone else is that great people create their lives actively, while everyone else is created by their lives, passively waiting to see where life takes them next. The difference between the two is the difference between living fully and just existing.

Satu-satunya perbedaan antara orang-orang besar dengan orang kebanyakan adalah bahwa orang besar mengambil peran aktif dalam membentuk kehidupan mereka, mereka mendefinisikan apa impian mereka dan melakukan upaya untuk meraihnya. Sementara orang kebanyakan dibentuk oleh kehidupan mereka. Mereka ini menunggu saja dengan pasif kemana kehidupan ini akan membawa mereka selanjutnya.

Perbedaan di antara kedua golongan ini adalah golongan pertama benar-benar hidup, sementara golongan kedua hanya sekedar hidup apa adanya.

Henry Jullian G. George

Sumber : Henry Jullian G. George

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Eko Harifi Andrianto

NIM : 090910202104

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul : *“Straegi Pengembangan Produk Olahan Cokelat Dalam Upaya Diversifikasi Produk Pada Perusahaan Aneka Food KOPKAR “SEKAR” Jember* adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali dalam substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta 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 adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 10 Oktober 2012

Yang menyatakan,

Eko Harifi Andrianto

090910202104

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK OLAHAN COKELAT DALAM
UPAYA DIVERSIFIKASI PRODUK PADA PERUSAHAAN
ANEKA FOOD KOPKAR “SEKAR” JEMBER**



oleh

**EKO HARIFI ANDRIANTO
NIM. 090910202104**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Suhartono, MP

Dosen Pembimbing Pendamping : Drs. I Ketut Mastika, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “ Strategi Pengembangan Produk dalam Upaya Diversifikasi Produk
Pada Perusahaan Ankea Food KOPKAR “SEKAR” Jember”

Hari, tanggal : Selasa, 23 Oktober 2012

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji,

Ketua,

Drs. Sri Wahyuni, M. Si

NIP 19560409 198702 2 001

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Drs. Suhartono, MP

NIP 19600214 198803 1 002

Drs. I Ketut Mastika, MM

NIP 19590507 198903 1002

Anggota I

Anggota II

Drs. Sugeng Iswono, MA

NIP 19540202 198403 1 044

Drs. Poerwanto, MA

NIP 19490715 198403 1 002

Mengesahkan,

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP 19520727198103 1 003

RINGKASAN

Strategi Pengembangan Produk Olahan Cokelat dalam Upaya Diversifikasi Produk Pada Perusahaan Aneka Food KOPKAR “SEKAR” Jember; oleh Eko Harifi Andrianto; 090910202104; 2012; 75 halaman; Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosiak dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan produk pada Aneka Food KOPKAR “SEKAR” Jember. Penelitian ini dilakukan dengan penelitian deskriptif paradigma kualitatif. Tahap pengumpulan data dengan teknik wawancara untuk mengetahui, memperluas, dan memperdalam deskripsi penelitian.

Strategi pengembangan produk baru diluncurkan untuk dapat mengentisipasi tingkat kejenuhan konsumen akan produk yang sudah lama. Dari berbagai macam wujud pengembangan produk tidak harus produk yang benar-benar baru melainkan juga meliputi inovasi atau perbaikan dari produk yang telah ada. Bentuk pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan Aneka Food KOPKAR “SEKAR” Jember untuk menciptakan produk baru adalah dengan cara menganeka ragamkan (diversifikasi) produk olahan cokelat yang telah ada sebelumnya.

Strategi kreatif yang diterapkan oleh perusahaan merupakan salah satu saranan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan. Perusahaan Aneka Food KOPKAR “SEKAR” melakukan strategi kreatif dalam hal menganeka ragamnkan produk olahan cokelatnya atau melakukan diversifikasi produk olahan cokelatnya dalam upaya untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu *profit oriented* dengan tetap mempertahankan cita rasa, kualitas produk olahan cokelat, serta tujuan perusahaan saat ini lebih diorientasikan pada perluasan wilayah pemasarannya karena para pesaing sudah mulai memenuhi pasar yang sudah dituju oleh perusahaan ini, disamping itu juga perluasan wilayah pemasaran diharapkan juga dapat meningkatkan penjualan akan olahan cokelat produksinya.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Strategi Pengembangan Produk Olahan Cokelat dalam Upaya Diversifikasi Produk Pada Perusahaan Aneka Food KOPKAR “SEKAR” Jember*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan pengetahuan, kemampuan serta pengalaman yang dimiliki. Namun berkat doa, dukungan, semangat serta bimbingan yang diberikan berbagai pihak. Sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan sebaik-baiknya, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, MA, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik;
3. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Progam Studi Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Drs. Suhartono, MP selaku dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing pertama membantu pikiran seta oerhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
5. Drs. I Ketut Mastika, MM selaku dosen pembimbing kedua yang juga memberikan pengarahan dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
6. Rekan –rekan senasib seperjuangan di Progam Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember atas kekompakan

dan kebersamaan selama ini, ADNI MEMBARA 08 (Indrajit, Teguh, Boncu, Meis, Uya, Bunga, Niar, Liena, Chuwi, Sopyan, Pipin) telah memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini;

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu;

Penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan laporan ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, Oktober 2012

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.2 Product	10
2.2.1 Definisi Produk	11
2.2.2 Klasifikasi Produk	12
2.2.3 Lima Tingkatan Produk	12
2.2.4 Kreatifitas produk	13
2.2.5 Pendekatan 4P Model Pengukuran Kreatifitas	13
2.3 Strategi	15
2.4 Strategi Pengembangan Produk	16
2.4.1 Strategi Pengembangan Produk	16

2.4.2 Strategi Pengembangan Produk Baru	21
2.4.3 Strategi Diverensi Produk.....	23
2.4.4 Inovasi Produk.....	25
2.4.5 Sasaran Pengembangan Produk	26
2.4.6 Tujuan Pengembangan Produk	27
2.5 Diversifikasi Produk	27
2.6 Pengembangan Produk untuk Mempertahankan Eksistensi	29
2.7 Cokelat	31
2.7.1 Definisi Cokelat	31
2.7.2 Sejarah Cokelat	31
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu	33
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Paradigma dan Tipe Penelitian	35
3.2 Tahap Persiapan	36
3.3 Tahap Pengumpulan Data	37
3.3.1 Teknik Observasi	37
3.3.2 Wawancara	37
3.3.3 Dokumentasi	37
3.3.4 Studi Pustaka	38
3.3.5 Karakteristik Informan	38
3.4 Tahap Pemeriksaan Kabsaan Data	40
3.5 Tahap Analisis Data	41
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan	44
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	45
4.1.2 Modal Perusahaan	45
4.1.3 Tujuan Perusahaan	46
4.1.4 Misi Perusahaan	46

4.2 Landasan dan Perijinan	46
4.2.1 Landasan	46
4.2.2 Perijinan	47
4.3 Lokasi Perusahaan	47
4.4 Struktur Organisasi	51
4.5 Personalia	51
4.5.1 Jumlah Tenaga Kerja	52
4.6 Kegiatan Produksi	53
4.6.1 Proses Produksi	54
4.6.2 Hasil Produksi	54
4.6.3 Tata Letak Mesin	59
4.7 Kegiatan Pemasaran	59
4.8 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.8.1 Analisis dalam Memformulasikan Strategi Kreatif	60
4.8.2 Strategi Pengembangan Produk Olahan Cokelat	65
4.8.3 Strategi Pengembangan Produk Baru	67
4.8.4 Strategi Kreatif Dalam Diversifikasi Produk	70
4.8.5 Tujuan Pengembangan Produk	71
4.8.6 Proses Pengembangan Rasa dan Olahan Cokelat.....	72
4.8.7 Pendekatan dalam Pengembangan Produk	73
4.8.8 Pertimbangan-pertimbangan Dalam Pengembangan Produk	74
4.8.9 Sasaran Pengembangan Produk	75
4.8.10 Hambatan-hambatan Pengembangan Produk Baru	76
4.9 Intrepetasi	77
BAB 5. PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

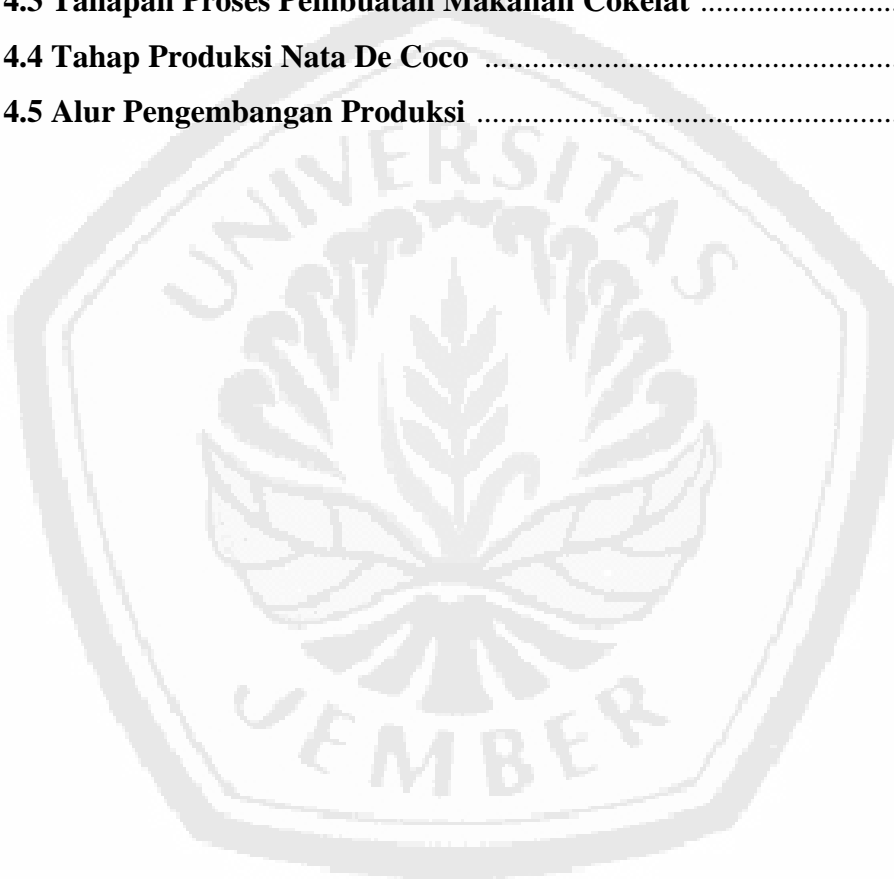
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1 Luas Areal dan Produktifitas Perkebunan di Indonesia	2
1.2 Perusahaan Cokelat di Jawa Timur	3
1.3 Jenis dan Merek Cokelat KOPKAR “SEKAR”	5
1.4 Jumlah Produksi Olahan Cokelat Kopkar “SEKAR”	6
2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu	33
3.1 Model Analisis Domain	42
3.2 Model Analisis Taksonomi	43
4.1 Jumlah Tenaga Kerja	52
4.2 Harga Jual Olahan Cokelat	69
4.3 Volume Produksi Perusahaan	74
4.4 Matrik Konseptual Perusahaan	76

DAFTAR GAMBAR

2.1 Proses Strategi Pengembangan produk	19
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	49
4.2 Tahap Proses Konversi Bungkil	55
4.3 Tahapan Proses Pembuatan Makanan Cokelat	56
4.4 Tahap Produksi Nata De Coco	58
4.5 Alur Pengembangan Produksi	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Perusahaan	79
Lampiran 2 Surat Tugas Penelitian Dari Lembaga Penelitian.....	80
Lampiran 3 Surat Ijin Penelitian Dari Perusahaan.....	81
Lampiran 4 Surat Selesai Penelitian Dari Perusahaan.....	82
Lampiran 5 Foto Kantor dan Outlet Penjualan	83
Lampiran 6 Foto Mesin Pengempa dan Peenyangrai	84
Lampiran 7 Foto Mesin sortir dan Pendingin	85
Lampiran 8 Foto Mesin Pemisah dan Packing	86
Lampiran 9 Foto Mesin Penyimpanan dan Pencetak	87
Lampiran 10 Foto Produk Olahan (Roker dan Sabun)	88
Lampiran 11 Foto Produk Olahan (Bubuk dan Cokelat batangan)	89
Lampiran 12 Foto Produk Olahan (Minuman, Nata decoco dan es krim) ..	90