



**STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA PUSAT OLEH-OLEH SRI REJEKI
BANYUWANGI**

SKRIPSI

Oleh

Syarifatul Laili

NIM 090910202093

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

2014



**STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA PUSAT OLEH-OLEH SRI REJEKI
BANYUWANGI**

*The Strategy Of Product's Inovation In Increasing Sale Volume At The Gift
Center Sri Rejeki In Banyuwangi*

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

Syarifatul Laili

NIM 090910202093

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

2014

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Ghufron dan Ibu Khumaidah tersayang yang telah senantiasa memberikan doa, limpahkan kasih sayang, serta motivasi dan semangat untuk selalu belajar dan berusaha memahami arti kehidupan.
2. Kakak ku Ali Yusuf, Rahmatullah, Mu'amaroh, dan Kakak Iparku Sugiarto, Anik Noviana, Elita Aprilia tersayang yang telah memberi semangat dan mendo'akanku.
3. Guru-guruku dari TK sampai perguruan tinggi yang terhormat, yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis dengan penuh kesabaran.
4. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTO

“ Hal yang terpenting dalam inovasi adalah memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Tanpa inovasi perusahaan akan mati sebaliknya perusahaan yang melakukan inovasi secara terus-menerus akan dapat mendominasi pasar, dengan kreasi, model dan penampilan produk yang baru”.

(Elitan Anatan)*

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syarifatul Laili

NIM : 090910202093

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “*Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki Banyuwangi*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi mana pun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab 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 mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 13 Februari 2014

Yang menyatakan,

Syarifatul Laili

NIM. 090910202093

SKRIPSI

**STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA PUSAT OLEH-OLEH SRI REJEKI
BANYUWANGI**

Oleh

Syarifatul Laili

NIM 090910202093

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Suhartono, MP

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Sugeng Iswono, MA

PENGESAHAN

Diterima dan dipertahankan didepan penguji skripsi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada :

Hari, tanggal : Kamis, 13 Februari 2014

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji
Ketua

Drs. Totok Supriyanto, M. Si
NIP 19501004 197702 1 001

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Suhartono, MP
NIP 19600214 198803 1 002

Drs. SugengIswono, MA
NIP 19540202198403 1 004

Anggota I

Anggota II

Drs. I KetutMastika, MM
NIP 19590507 198903 1 002

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

Mengesahkan
Dekan

Prof. Dr. HaryYuswadi, MA
NIP 19520727 198103 1 003

RINGKASAN

Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki Banyuwangi:Syarifatul Laili, 090910202093; 2014: 86 halaman. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Perusahaan Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki merupakan salah satu contoh perusahaan di bidang industri makanan yang berdiri pada tahun 1980 . Berbagai macam produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki yaitu berupa makanan kering. Contohnya saja yaitu: Kue Bolu, Kue bagiak dan Kue Lidah Kucing. Dalam menyikapi banyaknya pesaing, Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki sudah melakukan inovasi produk dalam bentuk varian rasa dan bentuk. Perusahaan Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki berusaha menciptakan inovasi produk dengan bahan baku yang berkualitas guna menunjang keberhasilan dalam meningkatkan penjualan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada Perusahaan Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan teknik *key informan*, yaitu menggunakan informan sejumlah 4 orang yaitu pimpinan, kepala bagian produksi dan bagian pembuat kue dan konsumen. Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian maka tipe penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif yang didasarkan pada paradigma kualitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis domain dan analisis taksonomi.

Inovasi yang diterapkan oleh perusahaan Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki merupakan salah satu sarana untuk mencapai tujuan suatu perusahaan. Inovasi yang digunakan yaitu berupa ide-ide dalam mengembangkan produk, yang gunanya untuk memproduksi kekhasan produk dan mempertahankan kegiatan usaha yang berkesinambungan. Ide dalam inovasi produk dilakukan oleh perusahaan Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki berdasarkan saran dari konsumen dan informasi yang ada diluar, melihat trend pasar ataupun browsing dari internet. Inovasi produk dikembangkan juga berdasarkan pada pemikiran, imajinasi atau

keinginan pemilik usaha, dan didasari dari ide pemilik. Dengan adanya penerapan ide-ide sendiri ataupun dari luar maka dapat digunakan untuk menentukan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan dan juga dapat sebagai sarana untuk memenangkan persaingan.

Inovasi yang dilakukan perusahaan Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki yaitu dengan menginovasi produk berbasis ukuran, berbasis kemasan, berbasis desain dan berbasis pengembangan bahan komplementer. Yaitu dengan menciptakan berbagai ukuran dengan volume yang berbeda, inovasi kemasan dengan menginovasi kemasan yang lebih menarik dari sebelumnya dan inovasi rasa dengan varian rasa yang berbeda-beda seperti original, keju, jahe, keningar, kelapa, kacang susu, nangka, wijen, coklat dan almond. Inovasi yang diciptakan adalah bertujuan agar konsumen baru tertarik dan minat untuk membeli dan pelanggan pun setia dengan produk yang telah diciptakan sehingga memberikan sambungan perusahaan dalam arti dapat meningkatkan volume penjualan pada perusahaan.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki Banyuwangi (*The Strategy Of Product's Inovation In Increasing Sale Volume At The Gift Center Sri Rejeki In Banyuwangi*). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang memberikan kesempatan pada penulis untuk melakukan penelitian serta kegiatan akademik lainnya;
2. Dr. Sasongko, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan kemudahan pada penulis dalam memenuhi berbagai persyaratan akademik;
3. Drs. Suhartono, MP selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis serta selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan perhatiannya guna memberikan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
4. Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu, motivasi dalam penulisan skripsi ini;
5. Drs. Sugeng Iswono, MA selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam penulisan skripsi ini;
6. Ibu Aprin selaku pimpinan Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki Banyuwangi yang telah memberikan ijin untuk penelitian, dan staf-staf maupun karyawan yang telah membimbing penulis selama penelitian.
7. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang telah membantu kelancaran selama studi.

8. Teman-teman seperjuangan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2009 atas semangat dan persahabatannya selama ini.
9. Keluarga besar serta sahabat-sahabatku, terima kasih telah memberi dukungan, semangat dan doanya sehingga penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tak dapat disebut satu-persatu.

Semoga waktu yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan karya ini dapat bermanfaat. Banyak ketidaksempurnaan dalam penyusunan karya ini. Tiada suatu karya yang sempurna kecuali milik Allah semata, untuk itu saran dan kritik dari semua pihak selalu penulis terima untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat. Amin

Jember, 13 Februari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan penelitian dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	11
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Manajemen Produksi	13
2.1.1 Definisi Manajemen Produksi.....	13
2.2 Produksi	15
2.2.1 Definisi Produksi	15
2.2.2 Fungsi Produksi	16
2.2.3 Proses Produksi	16
2.3 Strategi	17

2.3.1 Definisi Strategi	17
2.4 Produk.....	18
2.4.1 Definisi Produk	18
2.4.2 Tingkatan Produk.....	19
2.4.3 Klasifikasi Produk.....	20
2.4.4 Strategi Produk.....	21
2.4.5 Keputusan Produk Individu.....	21
2.5 Inovasi	22
2.5.1 Definisi Inovasi	22
2.5.2 Sumber Inovasi.....	23
2.5.3 Tingkatan Inovasi.....	24
2.5.4 Alur Inovasi.....	24
2.5.5 Tipe Inovasi.....	26
2.6 Inovasi Produk	29
2.6.1 Definisi Inovasi Produk.....	29
2.6.2 Penggolongan Inovasi Produk.....	29
2.6.3 Proses Penerimaan Inovasi Produk	30
2.6.4 Aspek Penting dalam Strategi Inovasi Produk.....	31
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	33
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis dan Tipe Penelitian.....	35
3.2 Tahap Persiapan	35
3.3.1 Studi Kepustakaan	35
3.3.2 Penentuan Lokasi Penelitian.....	35
3.3.3 Observasi Pendahuluan.....	35
3.3.4 Informan	36
3.3 Tahap Pengumpulan Data	37
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	38
3.5 Tahap Analisis Data	39
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan.....	43
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.1	Sejarah Perusahaan	45
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	46
4.1.3	Struktur Organisasi	46
4.1.4	Ketenagakerjaan	48
4.1.5	Hari dan Jam Kerja	49
4.1.6	Sistem Penggajian.....	50
4.2	Proses Produksi Kue Bolu, Bagiak, Lidah Kucing	50
4.3	Analisis Domain.....	61
4.3.1	Sumber Dasar Inovasi Produk.....	61
4.3.2	Tingkatan Pengembangan Inovasi Produk.....	62
4.4	Analisis Taksonomi	64
4.4.1	Inovasi Berbasis Ukuran	64
4.4.2	Inovasi Berbasis Kemasan	65
4.4.3	Inovasi Berbasis Desain.....	68
4.4.4	Inovasi Berbasis Bahan Komplementer	69
4.5	Fasilitas R&D pada Perusahaan.....	73
4.6	Timing Inovasi pada Perusahaan.....	73
4.7	Hambatan-hambatan Inovasi Produk.....	74
4.8	Intrepestasi Data	82
BAB 5.	PENUTUP	85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Tabel Nama Pesaing Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki Banyuwangi.....	3
1.2 Tabel Data Volume Penjualan Kue Bagiak	5
1.3 Tabel Data Volume Penjualan Kue Bolu	6
1.4 Tabel Data Volume Penjualan Kue Lidah Kucing.....	6
2.1 Tabel Pendekatan-pendekatan Pengembangan Produk.....	29
2.2 Tabel Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	34
3.1 Tabel Analisis Domain.....	40
3.2 Tabel Analisis Taksonomi.....	41
4.1 Tabel Matrik Analisis Domain.....	63
4.2 Tabel Hasil penerapan inovasi desain produk.....	69
4.3 Tabel Matriks Analisis Taksonomi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Alur Inovasi.....	25
4.1 Struktur Organisasi.....	47
4.2 Proses Produksi Kue Bolu Biasa.....	53
4.3 Proses Produksi Kue Bolu Sisir	53
4.4 Proses Produksi Kue Bagiak.....	54
4.5 Proses Produksi Kue Lidah Kucing.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara dan Hasil Wawancara
2. Foto-foto Perusahaan Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki
3. Surat Izin Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember
4. Surat Izin Penelitian dari Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki Banyuwangi
5. Surat Izin Usaha Perdagangan Pusat Oleh-oleh Sri Rejeki Banyuwangi