



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KREATIF DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA MEREK PADA PERUSAHAAN
TAPE MANIS 96 JEMBER**

*(Product Development Strategy kretatic In Maintaining The Company's Brand Image
At Perusahaan Tape Manis 96 Jember)*

SKRIPSI

Oleh :

TOMY PRATAMA

NIM. 080910202061

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2010**



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK KREATIF DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA MEREK PADA PERUSAHAAN
TAPE MANIS 96 JEMBER**

*(PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGY KREATIF IN MAINTAINING THE
COMPANY'S BRAND IMAGE AT PERUSAHAAN TAPE MANIS 96 JEMBER)*

SKRIPSI

**Disusun guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat-syarat untuk
menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
(S-1) dan untuk mencapai gelar Sarjana Sosial**

Oleh :

**Tomy Pratama
NIM. 080910202061**

**Dosen Pembimbing I :
Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, M.M
NIP 19750825 200212 1 002**

**Dosen Pembimbing II :
Drs. Poerwanto, MA
NIP. 19490715 198403 1 002**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2010**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Skripsi ini untuk :

1. Bapakku terhormat Soekamto S.Si, yang tak pernah lelah memberi motivasi dan semua yang dimilikinya. Ibuku yang tercinta Ani Utami yang selalu mencurahkan kasih sayang dan doa hanya untuk anaknya. Kelak suatu saat aku harus balas semuanya.
2. Keluarga besar Bapak Slamet dan keluarga yang selalu memberi dukungan moral dan spiritual.
3. Kedua adikku dan juga lusy ratnawati terima kasih atas doa dan dukungannya
4. Almamater tercinta , semoga karya tulis ilmiah ini menjadi inspirasi bagi pembacanya.

HALAMAN MOTTO

“You cannot escape the responsibility of tomorrow by evading it today”

(Abraham Lincoln)

***“ Berbagi waktu dengan alam,
kau akan tau siapa dirimu yang sebenarnya,***

Hakikat manusia“

(Eross Chandra)

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tomy Pratama

NIM : 080910202061

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “*Strategi Pengembangan Produk kreatif Dalam Mempertahankan Citra Merek Pada Perusahaan Tape Manis 96 Jember*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, 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 manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 29 Oktober 2010

Yang Menyatakan,

Tomy Pratama
NIM. 080910202061

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul “*Strategi Pengembangan Produk kreatif Dalam Mempertahankan Citra Merek Pada Perusahaan Tape Manis 96 Jember* ” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, pada :

Hari : Jum’at
Tanggal : 29 Oktober 2010
Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji Skripsi

Ketua

Sekretaris

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

Drs. Edy Wahyudi S.Sos. MM
NIP. 19750825 200212 1 002

Anggota :

1. **Dra. Sri Wahyuni, M.Si** ()
NIP. 19560409 198702 2 001
2. **Drs. Poerwanto, MA** ()
NIP. 19490715 198403 1 002

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Dekan

Prof.Dr.Hary Yuswadi, MA
NIP. 195207271981031003

PRAKATA

Puji syukur yang tak terhingga kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Strategi Pengembangan Diversifikasi Produk Dalam Mempertahankan Citra Merek Pada Perusahaan Tape Manis 96 Jember*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya serta rasa hormat yang setingginya kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik beserta jajaran Pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II dan Pembantu Dekan III.
2. Drs. Suhartono, MP selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi.
3. Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga.
4. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan paradigma-paradigma baru dalam penyelesaian karya tulis ilmiah ini.
5. Drs. Poerwanto, MA selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatiannya demi kesempurnaan karya ilmiah skripsi ini.
6. Drs. I Ketut Mastika MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh staf pengajar Program Studi Ilmu Administrasi Niaga.
8. Para guruku, terima kasih atas semua jasanya.
9. Pihak Perusahaan Tape Manis 96 Jember Terima kasih telah bekerjasama dengan baik sehingga skripsi ini terselesaikan.
10. Teman teman di klub CPM (Club Pro-Max) Jember yang telah memberikanku ilmu, pengalaman, keluarga, dan tempat bernaung dalam suka dan duka. Satu Tekad Satu Tujuan !

11. Sahabat-sahabat enteupreneur sejati di Prodi Adminstrasi Niaga
12. Serta semua pihak yang membantu penyusunan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga apa yang telah diberikan dapat bermanfaat dikemudian hari dan mendapatkan balasan yang sepatasnya dari Allah SWT, Amin.

Jember, 29 oktober 2010

Penulis

RINGKASAN

Strategi Pengembangan Diversifikasi Produk Dalam Mempertahankan Citra Merek Pada Perusahaan Tape Manis 96 Jember; Tomy Pratama, 080910202061; 2010; 83 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik universitas Jember.

Penelitian ini dilaksanakan atas dasar dari strategi pengembangan diversifikasi produk yang diterapkan oleh perusahaan dimana perusahaan merupakan penghasil produk dari makanan khas atau oleh-oleh khas Kota Jember. produk yang dihasilkan ini sudah lama memakai label dari perusahaan yaitu "Tape Manis 96". Label dari perusahaan inilah yang dicoba dirubah oleh perusahaan dengan mengubah persepsi masyarakat terhadap label merek dari perusahaan. Dengan tujuan dari peneliti dapat mengetahui strategi pengembangan diversifikasi produk yang dipakai perusahaan serta tujuan dari perusahaan menerapkan strategi pengembangan diversifikasi produk. Penelitian ini menggunakan teori dasar dari pemasaran dan beberapa teori pendukung tentang strategi pengembangan produk dan brand atau merek serta kreatifitas dan inovasi produk. Metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif dimana semua data diolah dan kemudian dianalisis menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Data awal dari penelitian ini adalah dari Bapak Ibnu Sutjahjo yang merupakan (key informan) dimana adalah informan kunci kemudian dikroscek tentang kevalidtan data menggunakan analisi triangulasi data dan informan pendukung lainnya. Setelah melakukan pengumpulan data kemudian dianalisis maka dibahas tentang bagaimana strategi pengembangan diversifikasi produk yang dipakai dan diterapkan oleh perusahaan dimana menitik beratkan kepada pemasaran dan produksi. Pemasaran ini penerapan strategi pemasaran pada pada marketing mix yaitu : *place, product, promotion, price*. Serta pada proses produksi dimana inovasi dan kreatif terhadap produk meliputi : rasa, warna, bentuk, dan packaging atau kemasan. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan tape manis ini dalam menerapkan strategi kreatifnya tidak

semudah apa yang sudah direncanakan banyak kendala dan masalah yang dihadapi oleh perusahaan antara lain waktu yang lama untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan serta juga proses pengenalan produk-produk baru kepada masyarakat akan tetapi seiring waktu maka perusahaan dapat menerapkan strategi kreatifnya dengan peningkatan penjualan produk yang tinggi.

(Penelitian ini dilaksanakan sesuai dengan keputusan dari Lembaga Penelitian Universitas Jember dengan Nomor : 642/H253.3.1/PL.5/2010)

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PRAKATA	vi
RINGKASAN	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 strategi perusahaan	6
2.1.2 pemasaran	6
2.1.3 manajemen pemasaran	7
2.1.4 bauran pemasaran	8
2.1.5 produk	9
2.1.6 inovasi produk	13
2.1.7 kreatifitas produk	16
2.1.8 brand (merk)	20
2.1.9 brand image	25

2.1.10 brand strategy.....	28
2.1.11 brand equity (ekuitas merk)	29
2.1.12 brand loyalti (loyalitas merk)	31
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	35
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Metode Penelitian	38
3.2 Tahap Persiapan Penelitian	38
3.3 Tahap Pengumpulan Data.....	42
3.4 Tahap Analisis Data	43
3.5 Tahap Penarikan Kesimpulan.....	45
BAB 4. PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	46
4.1.2 Organisasi Perusahaan	47
4.1.3 Aspek Personalia	48
4.1.4 Hari dan jam kerja	49
4.1.5 Bahan Produksi	49
4.1.6 Pemasaran	53
4.2 Deskripsi hasil Penelitian	55
4.2.1 Analisi dalam memformulasikan strategi kreatif	55
4.2.2 Formulasi Strategi Perusahaan Tape Manis 96 Jember	59
4.2.3 Penerapan Strategi Kreatif Perusahaan	64
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data varietas produk yang dijual	2
1.2 Data perkembangan volume produksi	3
2.1 Perbandingan penelitian	35
2.2 jurnal penelitian jurnal dan relevansinya.....	36
3.1 Matrik Konseptual	44
3.2 Matrik Deskriptif Tertata	44
3.3 Matrik Dinamika Situs	44
4.1 Perkembangan Tenaga Kerja Perusahaan	48
4.2 Perkembangan harga baku.....	50
4.3 Perkembangan Biaya Pada Bahan Baku Penolong.....	50
4.4 Tabel Harga Jual Produk Tape Singkong.....	54
4.5 Hasil Penjualan Produk Tape Singkong.....	55
4.6 tabel perbandingan harga dengan kapasitas dan kemasan yang sama.....	71
4.7 Volume Produksi Perusahaan Tape Manis 96 Jember.....	75
4.8 Perkembangan Volume Produksi Tape Singkong	75
4.9 Perkembangan Persediaan Awal Dan Akhir	75
4.10 Matriks Konseptual Perusahaan Tape Manis 96 Jember	77
4.11 Penerapan strategi kreatif pada produk dari Perusahaan Tape Manis 96	77
4.12 Matriks Dinamika Situs Perusahaan Tape Manis 96 Jember.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.4 analisis data model interaktif	45
4.1 Struktur Organisasi	47
5.2 Proses Produksi Tape Singkong	52

DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Aktivitas Wawancara Penelitian.
2. Daftar Aktivitas Observasi Penelitian
3. Dokumen Foto produk Perusahaan Tape Manis 96 Jember.
4. Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember.
5. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Instansi.