

JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI

DEWAN REDAKSI

Ketua Laboratorium Jurnal Pendidikan Ekonomi

Drs. Umar H.M.S., M.Si.

Penanggung Jawab

Dr. H. Sukidin, M.Pd.

Ketua Jurnal Pendidikan Ekonomi

Shofiyah

Sekretaris

Umu Syaidah

Bendahara

Devi Lugita

Editor Pelaksana

Dra. Retna Ngesti S., M.P

Dra. Sri Wahyuni, M.Si.

Drs. Bambang Suyadi, M.Si.

Drs. Joko Widodo, M.M

Drs. Pudjo Suharso, M.Si.

Drs. Sutrisno Djaja, M.M

Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd.

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd.

Wiwin Hartanto, S.Pd.M.Pd

Editor Teknik

Sri Wahyuni DR

Jurnal Pendidikan Ekonomi diterbitkan oleh
Laboratorium Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNEJ
Alamat: Gedung I FKIP UNEJ, Jalan Kalimantan III/3
Kampus Tegalboto, Kotak Pos 162
Telp/Fak. (0331) 334988/085746102012, Jember 68121
Email: press_pe@yahoo.com

DAFTAR ISI

	Halaman
Penerapan Metode Diskusi Berbantuan Media Audio Visual Untuk Meningkatkan Aktivitas Dan Hasil Belajar Siswa Kelas XI IPS 1 Musa'adah Baroroh & Bambang Suyadi	
Karakteristik Sosial Budaya dan Ekonomi Nelayan Kecil Di Wilayah Pesisir Desa Puger Wetan Kecamatan Puger Kabupaten Jember Khoirotul Fitriyah & Djoko Widodo	
Pengembangan Model Pendidikan Pariwisata Berbasis Agrowisata Perkebunan Kopi di Kabupaten Jember Titin Kartini	
Staregi Pemasaran Agrowisata Perkebunan Kopi Sekitar Gunung Gunitir Kabupaten Jember Ufi Inani Sangadah & Sukidin	
Penggunaan Media <i>Mind Map</i> Dengan Aplikasi <i>Prezi</i> Untuk Meningkatkan Aktivitas Dan Hasil Belajar Siswa Chamelia Putri & Retna Gesti	
Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah Silvia Miftakhur Rakhmah & Sri Wahyuni	

Peran Wanita Pengrajin Gerabah Dalam Ekonomi Keluarga
Di Desa Masbagik Timur Kecamatan Masbagik Kabupaten
Lombok Timur
Ilyani Indria Lestari & Hety Mustika Ani

Pemberdayaan Perempuan Melalui Pengolahan Buah Naga
Merah Menjadi Selai Sebagai Produk Pengembangan
Agrowisata Rembangan Kabupaten Jember
Khoirul Hakimah Annisa & Pudjo Suharso

Inovasi Produk Percetakan Pada Perusahaan
Firgie Printing Di Desa Cangu Kecamatan Kuta Utara
Kabupaten Badung
Junaidi Abdillah & Sutrisno Djaja

Penggunaan E-Learning Sebagai Media Pembelajaran
Wiwin Hartanto

INOVASI PRODUK PERCETAKAN PADA PERUSAHAAN FIRGIE PRINTING DI DESA CANGGU KECAMATAN KUTA UTARA KABUPATEN BADUNG

Junaidi Abdillah^{*)} dan Sutrisno Djaja^{**)}

***Abstract :** This research was conducted to find out the kind and innovation of printing product at Firgie Printing Company. This research kind is descriptive qualitative. The determination of the location of research using the method of purposive area in Firgie Printing Company at Jalan Pura Wates number 34 Canggu Village, District North Kuta, Badung. The determinan of the informants of techniq using purposive sampling. The subject of this research is all part of organization Firgie Printing Company and the consumer printing product Firgie Printing Company. Data collection technique used consisted of interview method, of observation, and documentation. Data analysis technique used is data reduction, data display, and conclusion drawing/verification. The result showed Firgie Printing Company produce six kind of printing product, it is hang tag, paper bag, box printing, label printing, name card, and brosur. The innovative printing product from Firgie Printing Company is hang tag Aloha Lani Law, hang tag Muchacho and name card Sarti Restaurant, because it's fulfill the principle of innovative product.*

Keywords : Innovation, Printing Product

^{*)} Junaidi Abdillah adalah mahasiswa Prog. Studi Ekonomi FKIP UNEJ

^{**)} Sutrisno Djaja adalah staf mengajar Prog. Studi Ekonomi FKIP UNEJ

PENDAHULUAN

Inovasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadi ciri khas produk yang dihasilkan. Apple, Google, Tesla Motors, Microsoft Corp, dan Samsung Group merupakan lima perusahaan paling inovatif menurut BCG

Global Innovation Survey tahun 2015 (www.bcgperspectives.com). Inovasi memungkinkan perusahaan membuat sesuatu yang lebih baik dari konsep yang telah ada sebelumnya. *Invention* (penemuan) dan *Innovation* (inovasi) adalah dua konsep yang hampir sama, contoh pada bola lampu pijar pertama kali ditemukan (*invention*) oleh Thomas Alva Edison, namun dalam perkembangannya saat ini bola lampu mengalami banyak modifikasi yang dilakukan oleh seorang Inovator seperti lampu warna-warni LED yang dibuat oleh Dennis Parren, lampu jalan yang mengurangi polusi cahaya 2% yang dibuat oleh ilmuwan Taiwan dan Meksiko, maupun lampu sepeda futuristik yang dibuat oleh Adam Pettler dan Kent Frankovich. Semua perubahan yang dilakukan tersebut untuk menambah nilai suatu produk sehingga memiliki keunggulan dibandingkan produk yang sebelumnya ada di pasar. Menurut Kotler dan Keller (2009:279) menyatakan produk baru dapat berupa menciptakan produk yang benar-benar baru maupun memperbaiki dan merivisi produk lama. Sependapat dengan teori Kotler dan Kller, menurut Sebastian (2015:11) inovasi adalah membuat sesuatu yang baru atau memperbaiki produk yang lama untuk menambah nilai barang tersebut (*value added*).

Jumlah kedatangan wisatawan yang besar tersebut dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan berbagai sektor yang ada di pulau Bali, baik dari sektor industri pariwisata maupun sektor ekonomi dan bisnis. Sektor industri pariwisata pulau Bali sudah berkembang dengan baik, hal tersebut digambarkan dari penerimaan PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kabupaten Badung pada tahun 2014 menurut Kabag Humas Pemda Badung, Anak Raka Yuda mencapai Rp 2.475.804.904.202,18 dan berkisar 70% didapat dari sektor perhotelan (<http://bali.tribunnews.com/>).

Bisnis percetakan atau *printing* berkembang seiring dengan banyaknya hotel, *restaurant* dan *garment* yang ada di Bali, para pemilik hotel, *restaurant* dan *garment* biasanya memesan kartu nama, *paper bag*, kartu undangan pesta,

brosur dan lain-lain yang biasanya digunakan untuk promosi produk, informasi kegiatan, maupun *packaging*. Semakin banyaknya permintaan akan produk percetakan ini mengakibatkan banyaknya perusahaan percetakan berkembang terutama pada daerah yang sering dikunjungi para wisatawan domestik maupun manca negara, dari hasil observasi setidaknya terdapat empat toko penjualan produk percetakan di Kelurahan Kerobokan, Kecamatan Kuta Utara.

Kecamatan Kuta Utara merupakan daerah yang banyak dikunjungi para wisatawan domestik dan manca negara karena memiliki fasilitas penginapan yang dekat dengan objek wisata, dan toko yang menawarkan berbagai macam keunikan produknya seperti pahatan kayu, desain kaca, produk percetakan, anyaman bambu, lukisan dan sebagainya. Lingkungan yang identik dengan keunikan produknya tersebut jika dilihat terdapat 1 bidang yang berbeda dari yang lainnya yaitu adalah percetakan atau printing, jika diamati pada simpang empat antara Jl. Raya Kerobokan, Jl. Petitenget, dan Jl. Tangkuban Perahu di daerah Kelurahan Kerobokan Kecamatan Kuta Utara mayoritas toko menjual keunikan produk *interior* atau *exterior* seperti pahatan kayu, desain kaca, anyaman bambu, maupun lukisan, tidak halnya dengan Perusahaan Firgie Printing yang menjual produk unik dan beraneka ragam di bidang percetakan atau *printing* yang berada di Jl. Peti Tenget banjar umasari no 1b, Kerobokan, Kuta Utara. Keunikan produk percetakan yang dihasilkan dapat dilihat dari perbedaan bentuk dan penambahan konsep seperti *accecories* produk tersebut dengan produk umumnya yang ada dipasaran, sedangkan keragaman produk terlihat dari jenis produk yang dihasilkan

Firgie Printing adalah sebuah perusahaan percetakan yang didirikan oleh Bapak Dwi Utomo atau yang lebih dikenal dengan nama Pak Dwi. Sisi menarik bukan hanya dari eksistensi perusahaan saja tetapi Firgie Printing juga melakukan produksi dalam skala yang besar dan menjangkau perdagangan Internasional. Penelitian ini akan memfokuskan pada inovasi produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing, karena produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing unik dan beraneka ragam. Produk Firgie Printing apabila diamati memiliki desain dan warna yang unik dari produk percetakan pada umumnya, seperti kartu nama yang memiliki 3 gradien warna dan

bertuliskan warna silver yang *dipress* ke dalam sehingga menciptakan warna yang menarik apabila konsumen melihatnya. Produk percetakan tersebut dibuat di Jl. Pura Wates no.34 banjar babakan, Canggü, Kuta Utara yaitu Perusahaan Firgie Printing bagian produksi. Produk-produk percetakan Perusahaan Firgie Printing tersebut memiliki potensi menjadi produk yang inovatif, namun ada syarat yang harus terpenuhi untuk dapat menilai inovasi produk. Menurut Sebastian (2015:82) prinsip karya yang disebut inovatif memiliki lima indikator yang harus dipenuhi yaitu *original*, relevan, *marketable*, hemat waktu, dan *sustainable*. Tetapi peneliti menambahkan satu *point* lagi dalam menilai inovasi suatu produk yaitu berbeda dari produk pada umumnya, karena sesuai dengan yang dikatakan Sebastian (2015:11) dan Kotler dan Keller (2009:279) inovasi adalah membuat sesuatu yang baru atau memperbaiki atau memodifikasi produk yang telah ada. Modifikasi dan perbaikan produk lama inilah yang membuat produk inovatif memiliki ciri khas sehingga membuatnya berbeda dari produk pada umumnya.

Point berbeda dari produk pada umumnya akan melihat bagaimana penambahan konsep atau modifikasi yang dilakukan pada produk percetakan. *Point original* akan menilai apakah produk inovatif benar-benar dibuat oleh perusahaan dengan cara melihat langkah-langkah pembuatan produk percetakan. *Point* relevan akan menilai.

produk percetakan apakah sesuai dengan kebutuhan pasar. *Point marketable* akan melihat apakah produk percetakan tersebut laku dipasaran. *Point* hemat waktu akan melihat bagaimana efektifitas dan efisiensi produk percetakan baik bagi produsen maupun konsumen. *Point sustainable* akan melihat apakah produk percetakan tersebut dapat dikembangkan dikemudian hari.

Pemilik dan juga leader Perusahaan Firgie Printing , Bapak Dwi Utomo juga melakukan yang terbaik untuk menambah nilai jual pada produknya, hal tersebut dikarenakan keinginan konsumen yang beraneka ragam membuat Pak Dwi memproduksi barang yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memiliki kualitas yang baik. Keunggulan dari perusahaan Firgie Printing dapat dilihat dari banyaknya jenis produk yang dihasilkan dan dapat bergerak di bisnis dalam skala yang besar. Permintaan produk paper bag, kertas bungkus burger,

dan kertas piring burger masing-masing dapat mencapai sepuluh ribu unit dalam sekali order, permintaan barang tersebut masih belum dihitung dari produk percetakan lainnya. Kemampuan Firgie Printing dalam memenuhi keinginan konsumen dengan inovasinya tersebut juga menarik minat konsumen luar negeri sebagai buktinya adalah pengiriman order ke Australia melalui salah satu jasa pengiriman internasional di Jalan Sunset Road dengan tujuan Sarti Restaurant 6 Russell Place, Melbourne Victoria 3000.

Melihat dari latar belakang diatas maka rumusan masalah yang tepat adalah apa jenis produk percetakan yang dihasilkan dan apakah produk percetakan Perusahaan Firgie Printing adalah produk yang inovatif. Tujuan penelitian ini akan mengarah kepada penjelasan mengenai jenis produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing dan menilai apakah produk percetakan Perusahaan Firgie Printing adalah produk percetakan yang inovatif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan deskriptif dan jenis penelitian kualitatif. Metode penentuan lokasi dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive area*, yaitu menentukan daerah penelitian atas dasar kesengajaan dan pertimbangan serta disesuaikan dengan tujuan penelitian. Penelitian akan dilaksanakan di Perusahaan Firgie Printing bagian produksi dengan alamat Jl. Pura Wates no.34 banjar Babakan, desa Cangu, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung dengan pertimbangan karena semua kegiatan produksi Perusahaan Firgie Printing terdapat disini, sehingga peneliti dapat memantau dan menganalisis inovasi produk yang terdapat pada Perusahaan ini.

Penentuan subjek dan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang secara sengaja ditentukan oleh peneliti. Subjek dalam penelitian ini yaitu anggota dalam struktur organisasi Perusahaan Firgie Printing dan konsumen produk Perusahaan Firgie Printing. Sedangkan informan utama adalah Bapak Dwi Utomo sebagai *owner* dan *leader* Perusahaan Firgie Printing, informan tambahan dalam penelitian ini adalah karyawan-karyawan Perusahaan Firgie Printing dan konsumen produk Perusahaan Firgie Printing.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, metode wawancara, dan metode dokumen. Metode pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh hal-hal yang akurat, relevan dan sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti.

Metode keabsahan data menggunakan metode Triangulasi setelah wawancara, langkah yang dilakukan peneliti dalam tahap ini adalah mengaitkan hasil wawancara dengan fakta di lapangan penelitian dan melakukan uji pemahaman kepada informan tentang hasil wawancara atau observasi yang telah dilakukan.

Analisis data yang digunakan adalah (1) reduksi data yaitu merangkum dan mengelompokkan data sesuai dengan jenisnya, (2) penyajian data yaitu menyusun data yang telah direduksi agar tersusun dengan rapi dan sistematis sehingga membentuk suatu tahapan-tahapan yang mudah untuk dipahami, dan (3) penarikan kesimpulan merupakan kegiatan meninjau ulang dan menyimpulkan sementara terhadap hasil penyajian data. Kesimpulan dalam penelitian diharapkan dapat menemukan suatu temuan yang baru, yang belum pernah ada sehingga dapat menjelaskan sesuatu yang masih rancu menjadi lebih jelas. penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

A. Data Produk Percetakan Perusahaan Firgie Printing

Perusahaan Firgie Printing menjual produk percetakan, artinya menempatkan tulisan atau gambar pada sebuah media yang biasanya berupa media kertas. Produk dan kisaran harga yang ditetapkan oleh perusahaan ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Spesifikasi Produk Firgie Printing

NAMA BARANG	HARGA (RANGE) DALAM RP		UKURAN DALAM CM		BAHAN DAN FASILITAS	
	Terendah	Tertinggi	small	Big	Terendah	Tertinggi
Hang Tag	100/pcs	3.00 0/pcs	3x3	12x6	kertas Crap	Hard paper 400g x 2, hot print
Paper Bag	1.000/pcs	20.0 00/pcs	10x5x1	40x10x 0	Hard paper 50g	Hard paper 310g, laminating
Kotak Printing (Perhiasan, kado, dll)	2.000/pcs	60.0 00/pcs	x5x5	5x20x 0	Hard Paper 10g	Hard paper 310g x 2, kain bludru, spon
Label printing	100.000/roll	400. 000/roll	tandart	tandar +	ita	Pita
		roll		lebar 2 nci		
Kartu nama	50.000/ box	250. 000/ box	5,5x9	Custom	hard paper 10g	Kertas Sirio Black 380g x 2, bc double
Brosur	1.000.000/1000 cs		4			Hard paper 150g

*harga tergantung kuantitas dan bahan yang digunakan

B. Inovasi Produk Percetakan

1) Berbeda dari produk pada umumnya

Menurut Pak Dwi Utomo jenis produk percetakan *hang tag* dan kartu nama memiliki ciri khas yang membedakannya dengan produk yang sama di pasaran.

“produk percetakan Firgie yang berbeda jika dilihat ya Hang Tag Aloha Lani Law dan Muchacho serta Kartu Nama Sarti Restaurant. Produk Aloha Lani Law ada penambahan bahan plastik buram sebagai deskripsi produk, Muchacho ada penambahan accesories mata ayam, terakhir kartu nama Sarti Restaurant yang tebal dan memiliki banyak warna, semua produk tadi bisa dilihat pada display produk Firgie Printing, (D, 43 thn)”

Produk percetakan selain jenis *hang tag* dan kartu nama tidak mengalami modifikasi atau penambahan konsep. Produk *paper bag*, kotak *printing*, label *printing* dan *brosur* yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing masih menggunakan konsep yang umum dalam produk percetakannya.

2) *Original*

Original dapat dijelaskan dengan cara melihat bagaimana proses produk tersebut dibuat dan tahap-tahap mengenai proses pembuatan produk percetakan sehingga dapat menggambarkan bahwa produk percetakan tersebut benar-benar dibuat oleh Perusahaan Firgie Printing. Langkah-langkah pembuatan adalah sebagai berikut:

Tahap umum:

- a) *Design*
- b) Pemilihan bahan baku
- c) Sablon / cetak *design*

Tahap Khusus:

a) *Hang Tag*

- Setelah mengikuti langkah umum selanjutnya produk tersebut di plong atau di potong sesuai dengan pola dan ukuran. Proses memotongnya Perusahaan Firgie Printing menggunakan mesin plong untuk menghemat waktu dan menjaga kerapian hasil akhir produk.
- Setelah dipotong sesuai dengan pola dan ukuran selanjutnya Hang Tag diberi tali, sehingga nantinya Hang Tag tersebut dapat dikaitkan pada baju.

b) *Paper Bag*

- Setelah mengikuti langkah umum selanjutnya produk tersebut dilem kedua ujung kertas sehingga membentuk lingkaran, lalu di bentuk sesuai dengan polanya.
- selanjutnya *Paper Bag* yang sudah terlihat bentuknya, akan dilubangi bagian atas sebagai tempat mengikat tali.
- Yang terakhir diberi tali sebagai tempat memegang tas ini.

c) *Kotak Printing*

- Setelah mengikuti langkah umum selanjutnya kertas akan dipotong sesuai dengan ukuran.
- Lipat kertas yang telah dipotong sesuai dengan pola.
- Rekatkan bagian yang diperlukan dengan menggunakan lem.
- Sebagai *finishing* kotak dapat dilapisi jenis kertas yang lebih bagus dan ditambahkan spon apabila membuat kotak cincin.

d) Label *Printing*

- Siapkan Pita dan Alat sablon (*screen* sablon, warna sablon, dan kuas sablon)
- Pita yang telah disiapkan disablon memanjang

- Label yang masih basah oleh warna sablon di keringkan menggunakan kipas 3-5 menit.
- Susun kembali dengan rapi bentuk pita menjadi gulungan.

e) Kartu Nama

- Produk kartu nama lebih sering dicetak menggunakan digital *printing* karena memerlukan perpaduan warna yang bervariasi.
- Setelah dicetak, kartu nama setengah jadi tersebut dipotong sesuai ukuran menggunakan mesin plong.

f) Brosur

- Cetak *design* ke media kertas hard paper 150gram menggunakan mesin digital.
- Brosur setengah jadi tersebut dipotong sesuai ukuran menggunakan mesin plong.
- Lipat dan rapikan brosur sesuai dengan pola yang diinginkan.

3) *Relevan*

Relevan artinya mempertimbangkan sesuatu yang dibutuhkan masyarakat sehingga dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan. Melihat banyaknya industri pariwisata yang berkembang di Bali juga memajukan bisnis lain, seperti industri perhotelan, perdagangan, *restaurant* dan lain-lain. Pak Dwi telah mengatakan bahwa peluang bisnis percetakan terbuka luas di Pulau Bali karena sektor bisnis seperti *garment*, hotel, villa, *restaurant*, toko cinderamata dan lain-lain akan membutuhkan produk percetakan atau *printing* untuk memberi kesan ciri khas barang atau jasa yang dijualnya. Tidak hanya di Pulau Bali tetapi di luar Negeri juga banyak perusahaan yang membutuhkan produk percetakan untuk produk yang mereka jual.

4) *Marketable*

Prinsip *marketable* melihat apakah produk dapat laku dipasaran. Penjualan rata-rata dalam satu bulan untuk produk *hang tag* sebesar 10.000pcs, *paper bag* 2000pcs, kotak 600pcs, label 25roll, kartu nama 46box dan brosur

8.000pcs. Pembelian produk *Hang Tag Aloha Lani Law* berlangsung baik karena konsumen memesan setiap bulan dengan jumlah pembelian 3000 sampai 4000 pcs. Pembelian *Hang Tag Muchacho* juga berkesinambungan setidaknya dalam empat bulan perusahaan Muchacho memesan dua kali produk *Hang Tag* dengan jumlah pembelian 1000 sampai 2000 pcs. Kartu Nama Sarti *Restaurant* yang memesan setiap empat bulan dua kali pembelian dengan jumlah pembelian 5000 pcs.

5) Hemat waktu

Semua produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing baik itu *hang tag*, *paper bag*, kotak, label, kartu nama, dan brosur masih memiliki konsep bentuk dasar yang sama dengan produk percetakan, sehingga tidak memiliki kelebihan efektif dan efisien pada point prinsip karya inovatif hemat waktu karena bentuk dari produk percetakan sudah kecil dan sederhana. Produk *Hang Tag Aloha Lani Law* dan Muchacho serta Kartu Nama Sarti *Restaurant* memiliki bentuk dasar yang relatif sama dengan produk pada umumnya karena bentuk dari produk-produk tersebut sudah kecil dan sederhana sehingga inovasinya lebih kepada penambahan konsep bukan kepada perubahan struktur fungsi dan bentuknya.

6) *Sustainable*

Teknologi yang canggih akan membuat produk inovatif tersebut juga akan mengalami perubahan yang lebih baik lagi dibidang kualitas. Semua produk percetakan termasuk perkembangan produk Produk *Hang Tag Aloha Lani Law* dan Muchacho serta Kartu Nama Sarti *Restaurant* juga dapat dilihat dari alat produksinya apakah dapat dikembangkan atau tidak. Alat produksi percetakan

terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi, hal tersebut dapat terlihat dari perkembangan alat cetak atau sablon dari yang manual

hingga yang digital sekarang ini. Jadi produk-produk percetakan akan berkembang menjadi produk-produk percetakan yang lebih berkualitas.

PEMBAHASAN

A. Jenis Produk Percetakan

Produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing adalah *hang tag*, *paper bag*, kotak *printing*, label *printing*, kartu nama, dan brosur. Semua produk percetakan tersebut berbahan dasar kertas kecuali label *printing* yang bahan dasarnya berupa tali pita. Seperti yang dikutip dalam (<http://percetakan.co.id/>).

Percetakan sendiri memiliki banyak jenis produk sebagai media percetakan seperti kertas, kain, kaca, plastik dan lain sebagainya sesuai kebutuhan masing-masing pelanggan. Produk yang biasanya masuk pada industri percetakan adalah buku, amplop, agenda, company profile, hang tag, kalender, kartu nama, katalog, majalah, pamflet, paper bag, flyer, poster, stiker, brosur dan tabloid.

Produk yang tidak terdapat pada website tersebut adalah Kotak *Printing* dan Label *Printing*, walaupun tidak terdapat didalam daftar produk percetakan diwebsite tersebut tetapi secara konsep produk kotak *printing* dan label *printing* adalah produk percetakan karena percetakan adalah memindahkan gambar atau tulisan ke media yang dipilih dalam hal ini adalah kertas untuk media produk kotak *printing* dan pita untuk media produk label *printing*.

B. Inovasi Produk Percetakan

Berdasarkan data yang diperoleh produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing memiliki inovasi pada produk *hang tag* dan kartu nama namun tidak semua produk tersebut disebut inovasi. Produk *hang tag* Aloha Lani Law dan Muchacho serta kartu nama Sarti *Restaurant* adalah produk percetakan dari Perusahaan Firgie Printing yang inovatif karena telah memenuhi prinsip-prinsip karya inovatif. Prinsip-prinsip tersebut adalah berbeda dari produk pada umumnya, *original*, relevan, *marketable*, dan

sustainable. Berbeda dengan jenis produk *paper bag*, kotak, label, dan brosur yang memiliki empat prinsip karya inovatif yaitu *original*, relevan, *marketable* dan *sustainable* namun tidak memiliki prinsip karya inovatif berbeda dari produk pada umumnya dan hemat waktu.

1) Berbeda dari produk pada umumnya

Produk *paper bag*, kotak, label, dan brosur masih berupa produk percetakan yang umum namun produk *Hang Tag* Aloha Lani Law dan Muchacho serta Kartu Nama Sarti *Restaurant* dikatakan inovatif karena telah memenuhi prinsip karya inovatif. Perbedaan produk inovatif tersebut dapat terlihat secara fisik, untuk produk *Hang Tag* Aloha Lani Law yang membuat produk ini berbeda dari produk pada umumnya adalah penambahan plastik buram yang berisi deskripsi produk yang digabungkan dengan *hang tag*, Produk *Hang Tag* Muchacho yang membuat produk ini berbeda dari produk pada umumnya adalah penambahan *accecories* mata ayam yang biasanya digunakan pada sepatu untuk memudahkan memasang tali sepatu, serta Produk Kartu Nama Sarti *Restaurant* yang memiliki ketebalan dan perpaduan warna yang menarik berbeda dari produk kartu nama pada umumnya yang tipis dan dari sisi samping tidak memiliki warna apapun.

Menurut Kotler dan Keller (2009:281) keberhasilan produk inovatif adalah dengan memodifikasi produk lama atau produk yang telah ada di pasar, dengan inovasi tersebut perusahaan mampu memasuki pasar yang baru dengan memperbaiki produk untuk pelanggan yang baru. Sama halnya dengan Perusahaan Firgie Printing yang memberikan inovasi pada Produk *Hang Tag* Aloha Lani Law dan Muchacho serta Kartu Nama Sarti *Restaurant* yang memodifikasi produk yang telah ada di pasar agar memiliki ciri khas dari Produk Firgie Printing.

2) *Original*

Prinsip karya inovatif selanjutnya adalah *Original* atau asli, Menurut Sebastian (2014:83) sebuah karya inovatif harus dibuat sendiri oleh seorang inovator sehingga produk inovatif tersebut dapat dipertanggung

jawabkan keasliannya kepada publik. Original disini dapat dilihat dari proses pembuatan produk percetakan, sehingga dapat dilihat produk *hang tag*, *paper bag*, kotak, label, kartu nama dan brosur tersebut benar-benar diproduksi di Perusahaan Firgie Printing. Proses pembuatan Produk *hang tag*, *paper bag*, kotak, label, kartu nama dan brosur serta proses pembuatan produk *Hang Tag Aloha Lani Law* dan *Muchacho* serta *Kartu Nama Sarti Restaurant* juga didukung oleh peralatan yang dimiliki oleh Perusahaan Firgie Printing untuk mendapatkan hasil akhir yang berkualitas.

3) Relevan

Prinsip relevan adalah melihat produk inovatif tersebut dibutuhkan oleh konsumen tidak, menurut Sebastian (2014:83) karya inovatif harus mempertimbangkan kebutuhan pasar sehingga dapat memberikan manfaat yang tepat terhadap penyelesaian kebutuhan tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2009:307) perusahaan dalam memasarkan produk inovatifnya harus menentukan sasaran distribusi dan promosi dengan cara melihat profil kebutuhan konsumen sehingga dapat menjawab apa sebenarnya yang dibutuhkan oleh konsumen. Bapak Dwi Utomo mengatakan:

“peluang bisnis percetakan terbuka luas di Pulau Bali karena sektor bisnis seperti garment, hotel, villa ,restaurant, toko cinderamata dan lain-lain akan membutuhkan produk percetakan atau printing untuk memberi kesan ciri khas barang atau jasa yang dijualnya. , (D, 43 thn)”

Konsumen produk percetakan Perusahaan Firgie Printing adalah *garment*, *hotel*, *villa* , *restaurant*, toko cinderamata dan lain-lain akan membutuhkan produk percetakan atau *printing* seperti *hang tag*, *paper bag*, kotak, label, kartu nama dan brosur untuk memberi kesan

ciri khas barang atau jasa yang dijualnya, bahkan konsumen luar negeri yang membutuhkan produk percetakan untuk toko atau *packaging* produknya juga membeli produk dari Perusahaan Firgie Printing.

4) Marketable

Prinsip *marketable* adalah point yang penting dari sebuah inovasi karena

dapat melihat bagaimana kualitas inovasi produk tersebut, inovasi yang baik akan memberikan keuntungan yang besar. Menurut Sebastian (2014:84) karya inovatif yang telah dibuat harus dapat dijual pada konsumen karena apabila karya inovatif tersebut tidak laku dipasaran maka tidak akan mendapat nilai tambah dari inovasi yang telah dibuat. Semua jenis produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing memiliki tingkat *marketable* yang baik, karena dapat terlihat dari jumlah penjualan produk percetakan dalam jumlah yang besar. Penjualan rata-rata dalam satu bulan untuk produk *hang tag* sebesar 10.000pcs, *paper bag* 2000pcs, kotak 600pcs, label *25roll*, kartu nama *46box* dan brosur 8.000pcs.

Pembelian produk *Hang Tag* Aloha Lani Law berlangsung baik karena konsumen memesan setiap bulan dengan jumlah pembelian 3000 sampai 4000 pcs. Pembelian *Hang Tag* Muchacho juga berkesinambungan setidaknya dalam empat bulan perusahaan Muchacho memesan dua kali produk *Hang Tag* dengan jumlah pembelian 1000 sampai 2000 pcs. Kartu Nama Sarti *Restaurant* yang memesan setiap empat bulan dua kali pembelian dengan jumlah pembelian 5000 pcs.

5) Hemat Waktu

Prinsip hemat waktu adalah melihat bagaimana karya inovatif tersebut memiliki keunggulan efektif dan efisiensi, efektif artinya bentuk inovasi tersebut bisa melakukan multi fungsi jika dibandingkan dengan produk pada umumnya, dan efisien dalam menghemat waktu dan biaya produksi sehingga dapat membuat produk yang multifungsi dan memiliki harga dibawah harga pasar. Menurut Sebastian (2014:130) sebuah karya inovatif akan mempertimbangkan efisiensi waktu dengan produk lain untuk memberi keunggulan pada produk inovatif tersebut. Produk inovatif yang memiliki keunggulan pada efisiensi waktu memiliki bentuk yang lebih sederhana dan memungkinkan mengerjakan tugasnya lebih cepat dari biasanya, namun semua produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing baik itu *hang tag*, *paper bag*, kotak, label, kartu nama, dan brosur masih memiliki konsep bentuk dasar yang sama dengan produk percetakan, sehingga tidak memiliki kelebihan efektif dan efisien pada point prinsip karya inovatif

hemat waktu karena bentuk dari produk percetakan sudah kecil dan sederhana. Produk *Hang Tag Aloha Lani Law* dan *Muchacho* serta Kartu Nama Sarti *Restaurant* memiliki bentuk dasar yang relatif sama dengan produk pada umumnya karena bentuk dari produk-produk tersebut sudah kecil dan sederhana sehingga inovasinya lebih kepada penambahan konsep bukan kepada perubahan struktur fungsi dan bentuknya

6) *Sustainable*

Prinsip yang terakhir adalah *sustainable* yaitu melihat bagaimana potensi dari produk inovatif tersebut dapat dikembangkan dikemudian hari. Menurut Sebastian (2014:85) karya inovatif harus memperhatikan fungsi jangka panjangnya sehingga pada masa yang akan datang dapat dikembangkan menjadi produk inovatif yang lebih baik lagi. *Sustainable* selain dilihat dari fungsi jangka panjang juga dapat dilihat dari alat produksi yang membantu proses produksi karya inovatif. Menurut Bapak Dwi Utomo

“ide, kreatifitas, dan inovasi tidak akan berkurang untuk membuat produk percetakan saya, karena Perusahaan Firgie Printing akan membuat produk percetakan sesuai dengan keinginan konsumen, apalagi mesin dalam bidang percetakan semakin canggih, (D, 43 thn)”

Dengan adanya alat produksi dengan teknologi yang canggih maka produk inovatif tersebut juga akan mengalami perubahan yang lebih baik lagi dibidang kualitas. Perkembangan produk Produk *Hang Tag Aloha Lani Law* dan *Muchacho* serta Kartu Nama Sarti *Restaurant* juga dapat dilihat dari alat produksinya apakah dapat dikembangkan atau tidak. Alat produksi percetakan terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi, hal tersebut dapat terlihat dari perkembangan alat cetak atau sablon dari yang manual hingga yang digital sekarang ini. Jadi produk-produk percetakan akan berkembang menjadi produk-produk percetakan yang lebih berkualitas.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah proses dalam membuat sesuatu yang baru atau mengembangkan yang sudah ada sehingga mendapatkan nilai tambah. Produk percetakan Perusahaan Firgie Printing tergolong pada jenis produk tahan lama karena memiliki jangka waktu yang lama dalam menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut. Produk percetakan yang dihasilkan oleh Perusahaan Firgie Printing adalah *hang tag*, *paper bag*, kotak *printing*, label *printing*, kartu nama, dan brosur.

Produk percetakan Perusahaan Firgie Printing tersebut memiliki keunikan dari segi bentuk sehingga memiliki potensi menjadi produk yang inovatif, namun ada poin-poin yang harus menjelaskan produk percetakan tersebut adalah produk yang inovatif. Produk *hang tag* Aloha Lani Law dan Muchacho serta kartu nama Sarti *Restaurant* adalah produk percetakan dari Perusahaan Firgie Printing yang inovatif karena telah memenuhi prinsip-prinsip karya inovatif. Prinsip-prinsip tersebut adalah berbeda dari produk pada umumnya, *original*, relevan, *marketable*, dan *sustainable*. Berbeda dengan jenis produk *paper bag*, kotak, label, dan brosur yang memiliki empat prinsip karya inovatif yaitu *original*, relevan, *marketable* dan *sustainable*

namun tidak memiliki prinsip karya inovatif berbeda dari produk pada umumnya dan hemat waktu.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat diberikan saran kepada Perusahaan Firgie Printing adalah menambah jenis produk yang dihasilkan untuk lebih menjangkau konsumen lain, meningkatkan profit dan *achievement* untuk Perusahaan Firgie Printing itu sendiri. Mendapatkan HKI (Hak Kekayaan Intelektual) untuk produk percetakan Perusahaan Firgie Printing, karena secara teori produk percetakan tersebut sudah termasuk dalam produk yang inovatif. HKI yang sesuai dengan bidang produk percetakan Perusahaan Firgie Printing adalah “Trademark” karena membedakan produk atau jasa yang dimiliki individu atau organisasi yang satu dengan lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bungin, B. 2012. *Analisis Penelitian Data Kualitatif*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- [2] Kotler, P. dan Armstrong, G. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 3 jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- [3] Kotler, P. dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Jakarta : Erlangga
- [4] Leksono, S. 2013. *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi dari Metode ke Metode*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- [5] Sebastian, Y. 2014. *Biang Inovasi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama