



**INOVASI PRODUK KUE DALAM MEMPERTAHANKAN SIKLUS
HIDUP PADA PERUSAHAAN AMANDA BROWNIES**

SKRIPSI

Oleh :

Nadya Cahya Umi Mashita

NIM 150210301005

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2019



**INOVASI PRODUK KUE DALAM MEMPERTAHANKAN SIKLUS
HIDUP PADA PERUSAHAAN AMANDA BROWNIES**

SKRIPSI

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

Oleh :

Nadya Cahya Umi Mashita

NIM 150210301005

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2019

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur pada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas rahmat, hidayah-Nya dan karunia-Nya serta sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Orang tua tercinta, Ayahanda Suwartono, Ibunda Tiyami dan seluruh keluarga besarku tersayang. Terima kasih atas semua doa dan semangat yang telah diberikan telah mengiringi langkahku selama menuntut ilmu, dukungan, kegigihan, kesabaran, pengorbanan serta curahan kasih sayang yang telah diberikan selama ini. Semoga Allah SWT memberikan ampunan dan pertolongan serta membalas dengan surga-Nya;
2. Guru-guruku sejak TK hingga Perguruan Tinggi yang telah memberikan ilmu dan bimbingan dengan penuh kesabaran;
3. Almamater yang kubanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Jember sebagai tempat menuntut ilmu.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Allah lah hendaknya kamu berharap.”

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

“Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian, karena kematian memisahkanmu dari dunia sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari Allah”

(Imam bin Al Qayim)

¹ Menteri Agama Republik Indonesia. 2009. *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Almahira

² Al-Fawaa' id. 2007. *Menuju Pribadi Taqwa*. Jakarta: Pustaka al-Kautsar

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Cahya Umi Mashita

Nim : 150210301005

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Inovasi Produk Kue Dalam Mempertahankan Siklus Hidup Pada Perusahaan Amanda Brownies” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah disebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi manapun, dan 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 sebenar-benarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 23 Mei 2019

Yang menyatakan,

Nadya Cahya Umi Mashita

NIM. 150210301005

HALAMAN PERSETUJUAN

**INOVASI PRODUK KUE DALAM MEMPERTAHANKAN SIKLUS
HIDUP PADA PERUSAHAAN AMANDA BROWNIES**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program
Sarjana Strata Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi Pendidikan Ekonomi pada
Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh:

Nama : Nadya Cahya Umi Mashita
NIM : 150210301005
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2015
Daerah Asal : Jember
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 13 Juni 1997

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing 2

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Mukhamad Zulianto. S.Pd., M.Pd
NIP. 19880721 201504 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Inovasi Produk Kue Dalam Mempertahankan Siklus Hidup Pada Perusahaan Amanda Brownies**” telah diuji dan disahkan pada :

Hari, tanggal : Kamis, 23 Mei 2019

Tempat : Gd.1 – FKIP

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Mukhamad Zulianto. S.Pd., M.Pd
NIP. 19880721 201504 1 001

Anggota I

Anggota II

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Dr. Sri Kantun, M.Ed
NIP. 19581007 198602 2 001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D
NIP. 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

INOVASI PRODUK KUE DALAM MEMPERTAHANKAN SIKLUS HIDUP PADA PERUSAHAAN AMANDA BROWNIES. Nadya Cahya Umi Mashita, 150210301005: 2019: 56 halaman: Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Dewasa ini perkembangan dunia usaha kue di Indonesia semakin pesat. Hal tersebut tentu menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Dengan banyaknya perusahaan kue yang bermunculan, tentu saja pemilik perusahaan dituntut agar selalu memiliki keunggulan untuk produk yang diciptakan dibandingkan dengan pesaingnya. Diharapkan dari keunggulan yang dimiliki, akan menarik banyak konsumen yang nantinya membawa perkembangan yang positif bagi kelangsungan hidup perusahaan sehingga tetap bertahan dipasaran.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat yaitu melalui inovasi dengan menciptakan produk atau memodifikasi produk yang sudah ada agar memiliki nilai lebih dimata konsumen. Inovasi merupakan salah satu kunci untuk memenangkan persaingan yang nantinya perusahaan bisa mencapai keunggulan kompetitif sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang (Hendrayanti, 2011:97).

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan tentang inovasi produk kue dalam mempertahankan siklus hidup pada perusahaan Amanda Brownies. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah manager kantor Amanda Brownies cabang Jember. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode wawancara, metode observasi dan metode dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk kue dalam mempertahankan siklus hidup yang dilakukan perusahaan Amanda Brownies meliputi inovasi berbasis modulasi yaitu dengan menambahkan berbagai varian macam rasa terbaru. Inovasi berbasis kemasan yaitu memperbaiki kemasan yang sudah ada sebelumnya. Inovasi berbasis kemasan yang dilakukan Amanda Brownies yaitu memperbarui desain kemasan baik dari warna kemasan maupun tampilan kemasan, dan menambah kemasan yang awalnya hanya kemasan kotak (dus) ditambah dengan kemasan *snack box*. Inovasi berbasis desain, inovasi ini dilakukan dengan cara memodifikasi tampilan brownies yang semula polos menjadi berlapis. Tampilan berlapis ini diperoleh dari kombinasi buah dan ekstra daun pandan yang digunakan dalam pembuatan brownies Amanda. Inovasi terakhir yang dilakukan adalah inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer. Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer dengan menambahkan bahan-bahan komplementer (tambahan) pada proses produksi kue brownies untuk

menghasilkan varian rasa brownies yang beranekaragam dan menambahkan bahan pelengkap pada lapisan atas brownies yang berbeda-beda pada setiap varian rasa brownies, seperti menambahkan keju, kismis dan kacang almond pada bagian atas brownies. Adanya inovasi produk brownies yang dilakukan perusahaan Amanda Brownies mampu mempertahankan siklus hidup produk sehingga perusahaan Amanda Brownies sampai saat ini masih tetap berada pada tahap pertumbuhan (*growth*) ditandai dengan produk Amanda Brownies yang semakin lama semakin diminati oleh konsumen dan penjualan perusahaan Amanda Brownies yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya dan tetap bertahan sampai saat ini meskipun saat ini banyak perusahaan pesaing yang memproduksi produk sejenis dengan wilayah pemasaran yang semakin luas hampir di seluruh kota di Indonesia seperti Jember, Situbondo dan Lumajang.



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah, berupa skripsi yang berjudul “Inovasi Produk Kue Dalam Mempertahankan Siklus Hidup Pada Perusahaan Amanda Brownies”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

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

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Drs. Kayan Swastika, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Wiwin Hartanto, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
5. Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini, serta Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku Dosen Penguji I dan Dr. Sri Kantun, M.Ed selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
6. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi ini;
7. Manager Amanda Brownies cabang Jember Theo Adi Santoso beserta karyawan Amanda Brownies cabang Jember;

8. Teruntuk sahabatku Weny, Septi, Arum, Erina, Pipit, Isfa, Eva dan Citra yang telah memberikan semangat dan canda gurau yang luar biasa selama studiku di Universitas Jember;
9. Teruntuk kekasihku Radite Suta Pradana yang setia menemani, memberikan banyak motivasi dan semangat demi terselesaikannya studiku;
10. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulis skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga waktu yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan karya ini dapat bermanfaat. Banyak ketidaksempurnaan dalam penyusunan karya ini. Tidak 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, 23 Mei 2019

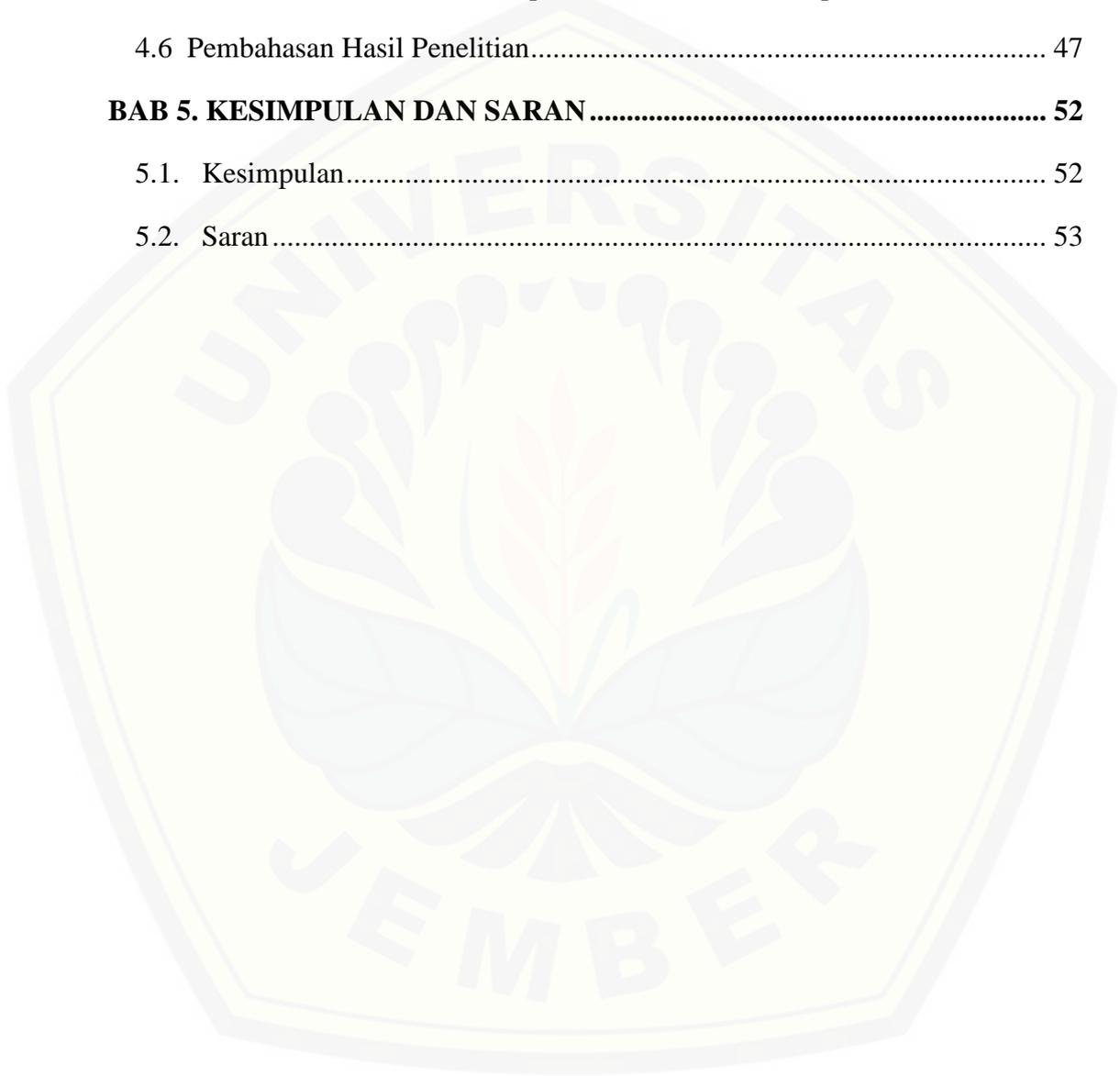
Penulis

DAFTAR ISI

MOTTO	iii
PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.3 Rumusan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Konsep Inovasi Produk	6
2.2.1 Jenis Inovasi Produk	8
2.2.2 Tipe Inovasi Produk.....	9
2.3 Konsep Siklus Hidup Produk	10
2.3.1 Tahapan Dalam Siklus Hidup Produk	11
2.4 Inovasi Produk Dalam Mempertahankan Siklus Hidup Produk	15
2.5 Kerangka Berpikir	17
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Rancangan Penelitian	18
3.2 Lokasi Penelitian	19
3.3 Subjek dan Informan Penelitian	19

3.4 Definisi Operasional Konsep.....	20
3.5 Jenis dan Sumber Data	20
3.6 Metode Pengumpulan Data	21
3.6.1 Metode wawancara	21
3.6.2 Metode Observasi	21
3.6.3 Metode Dokumen	21
3.7 Metode Analisis Data	22
3.7.1 Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>).....	22
3.7.2 Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	22
3.7.3 Penarikan Kesimpulan (<i>Conclusion Drawing</i>).....	23
3.8 Keabsahan Data.....	23
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Hasil Penelitian.....	24
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan Amanda Brownies.....	24
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	26
4.1.3 Tujuan Perusahaan.....	26
4.1.4 Struktur Organisasi	26
4.1.5 Karyawan.....	28
4.1.6 Hari dan Jam Kerja	29
4.2. Deskripsi Subjek dan Informan Penelitian	29
4.2.1 Subjek Penelitian	29
4.2.2 Informan Penelitian.....	29
4.3. Inovasi Produk yang Dilakukan Amanda Brownies	30
4.3.1 Inovasi Berbasis Modulasi.....	30
4.3.2 Inovasi Berbasis Kemasan	33

4.3.3 Inovasi Berbasis Desain.....	36
4.3.4 Inovasi Berbasis Pengembangan Bahan Komplementer	37
4.4 Siklus Hidup Produk	39
4.5 Inovasi Produk Dalam Mempertahankan Siklus Hidup Produk	42
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1. Kesimpulan.....	52
5.2. Saran.....	53



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah penjualan produk Amanda Brownies cabang Jember dari tahun 2016-20173
Tabel 4.1 Informan Penelitian 30
Tabel 4.2 Inovasi Produk Dalam Upaya Mempertahankan Siklus Hidup Produk42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus Hidup Produk 14
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir Penelitian..... 17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan Amanda Brownies.....27



DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Volume Penjualan Amanda Brownies Cabang Jember Tahun 2016-2018..... 46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Matrik Penelitian	57
Lampiran 2. Tuntunan Penelitian.....	59
Lampiran 3. Pedoman Wawancara	60
Lampiran 4. Transkrip Wawancara	66
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian.....	79
Lampiran 7. Volume Penjualan Amanda Brownies.....	87
Lampiran 9. Surat Ijin Penelitian	88
Lampiran 10. Surat Bukti Penelitian.....	89
Lampiran 11. Lembar Konsultasi Pembimbing I.....	90
Lampiran 12. Lembar Konsultasi Pembimbing II.....	91

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan dunia usaha kue di Indonesia semakin pesat. Hal tersebut tentu menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Dengan banyaknya perusahaan kue yang bermunculan, tentu saja pemilik perusahaan dituntut agar selalu memiliki keunggulan untuk produk yang diciptakan dibandingkan dengan pesaingnya. Diharapkan dari keunggulan yang dimiliki, akan menarik banyak konsumen yang nantinya membawa perkembangan yang positif bagi kelangsungan hidup perusahaan sehingga tetap bertahan dipasaran.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat yaitu melalui inovasi dengan menciptakan produk atau memodifikasi produk yang sudah ada agar memiliki nilai lebih dimata konsumen. Inovasi merupakan salah satu kunci untuk memenangkan persaingan yang nantinya perusahaan bisa mencapai keunggulan kompetitif sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang (Hendrayanti, 2011:97).

Dalam persaingan industri kue, kue brownies banyak diminati oleh konsumen sehingga permintaan pasarnya semakin meningkat. Kue jenis ini sangat disukai konsumen dari berbagai usia baik muda maupun tua (Indriani,2006:3). Hal ini membuat semakin banyak perusahaan kue brownies yang bermunculan, seperti perusahaan Libby Brownies Surabaya, Brownies Tugu Malang, Brownies Lapis Malang, Brownies Ketan Rumah Fifa, Brownies Nutella Brownies Holic, Bawean, Prima Rasa, Vannisa Brownies dan Brownies Kukus Surabaya (<https://www.indotrading.com>).

Salah satu perusahaan brownies yang terkenal di Indonesia yaitu perusahaan Amanda Brownies. Perusahaan Amanda Brownies milik CV. Boga Lestari berdiri di Bandung tahun 2000 dan proses produksinya juga dilakukan di Bandung. Saat

ini perusahaan Amanda Brownies memiliki 107 outlet yang tersebar hampir di seluruh Indonesia, seperti di Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, DKI Jakarta, Banten, Sumatra Utara, Sumatra Selatan, Aceh, Kalimantan Timur, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah dan Sulawesi Selatan. Amanda Brownies merupakan salah satu perusahaan yang menjalankan bisnis kuliner dan lebih memfokuskan pada *bakery*, dengan memiliki produk unggulan yaitu brownies kukus. Amanda Brownies adalah salah satu pelopor yang memperkenalkan brownies di Indonesia yang memiliki ciri khas dengan kualitas produk yang tinggi dan menjadi *leader* dengan tetap mempertahankan, memperbaiki dan terus mengembangkan kualitas produknya (<http://www.amandabrownies.com>).

Berdasarkan informasi dari manager kantor Amanda Brownies cabang Jember, untuk menjangkau konsumen luas Amanda Brownies membuka outlet hampir di seluruh kota di Indonesia salah satunya dengan membuka outlet di kota Jember tahun 2015 sehingga konsumen yang berada jauh dari pusat Amanda Brownies mudah untuk mendapatkan produk brownies Amanda Brownies tanpa harus ke Bandung. Produk Amanda Brownies yang ada di kota Jember sama dengan produk Amanda Brownies yang ada di kota Bandung mulai dari varian rasanya, kemasannya dan ukurannya, karena Amanda Brownies yang ada di Jember ini hanya menjalankan inovasi yang dilakukan oleh perusahaan Amanda Brownies yang ada di pusat di kota Bandung.

Berdasarkan informasi dari konsumen Amanda Brownies yang ada di Jember, brownies hasil produk dari Amanda Brownies memiliki tekstur yang lebih lembut dibandingkan dengan brownies yang diproduksi perusahaan lain. Selain itu varian rasa brownies Amanda lebih beragam dibandingkan dengan perusahaan lain. Varian rasanya antara lain rasa banana cheese, banana bizz, cheese cream, strawberry, strawberry cheese, green tea mint, sarikaya pandan, pink marble, choco marble, tiramisu, tiramisu marble, bluberry, cappuccino marble, sarikaya pandan, black noir, signature choco, signature cheese. Selain itu Amanda Brownies juga mengeluarkan produk baru seperti lapis legit, cheese

stick, bungket duo, pisang bolen keju, pisang bolen coklat, cheese roll, chicken pastry, beef pasty, cake bakar srikaya, cake ketan bakar blueberry.

Inovasi brownies yang digagas oleh perusahaan Amanda Brownies terdiri dari berbagai varian nyatanya berdampak pada banyaknya pelanggan yang tertarik membeli produk Amanda Brownies. Hal ini terbukti dari jumlah penjualan produk Amanda Brownies cabang Jember yang mengalami peningkatan.

Tabel 1.1 Jumlah penjualan produk Amanda Brownies cabang Jember tahun 2016-2017

No.	Tahun	Jumlah Penjualan Produk (Qty)
1	2016	143.914
2	2017	201.584

Sumber : Amanda Brownies Jember

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan kenaikan jumlah penjualan produk Amanda Brownies. Pada tahun 2016 jumlah penjualan produk Amanda Brownies sebanyak 143.914 *box*, tahun 2017 mengalami peningkatan sebanyak 201.584 *box*. Peningkatan jumlah penjualan produk Amanda Brownies menandakan semakin banyaknya konsumen yang tertarik membeli produk Amanda Brownies. Tidak dapat dipungkiri inovasi yang dilakukan perusahaan Amanda Brownies jika tetap dipertahankan dan dilakukan pembaharuan akan menarik banyak konsumen sehingga perusahaan bisa mencapai keunggulan kompetitif dan kelangsungan hidup perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan Amanda Brownies milik CV. Boga Lestari dengan judul “Inovasi Produk Kue Dalam Mempertahankan Siklus Hidup Pada Perusahaan Amanda Brownies”.

1.2 Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada kantor Amanda Brownies cabang Jember dengan pertimbangan bahwa manager kantor cabang Jember sudah mampu memberikan data mengenai inovasi produk kue yang dilakukan perusahaan Amanda Brownies dalam mempertahankan siklus hidup.

1.3 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana inovasi produk kue dalam mempertahankan siklus hidup pada perusahaan Amanda Brownies?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan inovasi produk kue dalam mempertahankan siklus hidup pada perusahaan Amanda Brownies.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai suatu karya ilmiah yang dapat memberikan manfaat dan menunjang perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan masukan yang dapat mendukung bagi peneliti maupun pihak lain yang tertarik dalam bidang penelitian yang sama. Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan, pengalaman, serta wawasan tentang inovasi produk yang diterapkan perusahaan Amanda Brownies dalam mempertahankan siklus hidup.
2. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan, referensi, dan perbandingan untuk penelitian sejenis.
3. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka atau konsep teori yang berkaitan dengan judul penelitian. Adapun tinjauan pustaka dalam penelitian ini secara sistematis meliputi: (1) Penelitian Terdahulu, (2) Konsep Inovasi Produk, (3) Konsep Siklus Hidup Produk, (4) Inovasi Produk Dalam Mempertahankan Siklus Hidup dan (5) Kerangka Berpikir

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan, peneliti mengutip penelitian sejenis yang kemudian dijadikan acuan. Penelitian tersebut dilakukan oleh Ayu Yunita Sari pada tahun 2013 dengan judul “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Pia Warung Glenmore Banyuwangi” menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan pia warung glenmore Banyuwangi adalah menciptakan ide-ide baru. Ide baru ini berupa penambahan varian rasa, yang awalnya hanya rasa kacang hijau kini ditambah, seperti rasa ayam, keju, pisang keju, coklat, strawberry, nanas, pandan, capucino, dan durian. Inovasi lain yang dilakukan adalah pada pengemasannya. Jika awalnya pengemasan hanya menggunakan kotak kecil saja namun sekarang sudah bisa menggunakan kotak sedang, kotak besar dan tas. Inovasi ini dipengaruhi oleh kejenuhan konsumen dan permintaan konsumen. Sehingga dengan adanya inovasi tersebut minat beli konsumen semakin meningkat karena bisa memenuhi keinginan konsumen.

Persamaan antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ayu Yunita Sari yaitu sama-sama meneliti mengenai inovasi produk dan perbedaannya adalah penelitian milik Ayu Yunita Sari berkaitan dengan inovasi produk dalam meningkatkan minat beli konsumen sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan berkaitan dengan inovasi produk kue dalam mempertahankan siklus hidup pada perusahaan Amanda Brownies.

Penelitian lain yang sejenis juga telah dilakukan oleh Yulia Rafelia Saputri pada tahun 2015 dengan judul penelitian “Inovasi Produk Pada Roti Ceria Di Jember”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan roti ceria telah

melakukan inovasi pada produk roti yang diproduksinya. Inovasi produk yang dilakukan yaitu inovasi berbasis modulasi, ukuran, kemasan, desain dan pengembangan bahan komplementer. Inovasi produk yang terus dilakukan perusahaan roti ceria dapat menarik minat konsumen dan mempertahankan pelanggannya.

Persamaan antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Yulia Rafelia Saputri yaitu sama-sama meneliti mengenai inovasi produk dan perbedaannya adalah penelitian milik Ayu Rafelia Saputri berkaitan dengan inovasi produk berbasis modulasi, ukuran, kemasan, desain dan pengembangan bahan komplementer pada produk roti ceria sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan berkaitan dengan inovasi produk kue brownies yang dilakukan perusahaan Amanda Brownies dalam mempertahankan siklus hidup perusahaan.

Penelitian lain yang sejenis juga telah dilakukan oleh Hurin'in pada tahun 2016 dengan judul penelitian "Inovasi Produk Suwar Suwir Dalam Upaya Memperluas Pasar Pada UD. Mutiara Rasa Kabupaten Jember". Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa inovasi produk suwar suwir yang dilakukan UD. Mutiara Rasa meliputi inovasi produk berbasis modulasi, yaitu dengan menambahkan varian rasa, inovasi ukuran, dan inovasi kemasan. Dengan adanya inovasi tersebut, distribusi pemasaran suwar suwir UD. Mutiara Rasa berubah tidak hanya di Jember kini meluas ke Banyuwangi, Malang, Surabaya, dan Bali.

Persamaan antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hurin'in yaitu sama-sama meneliti mengenai inovasi produk dan perbedaannya adalah penelitian milik Hurin'in berkaitan dengan inovasi produk suwar suwir dalam upaya memperluas pasar sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan berkaitan dengan inovasi produk kue dalam mempertahankan siklus hidup pada perusahaan Amanda brownies.

2.2 Konsep Inovasi Produk

Inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan dasar yang pada gilirannya akan mengarah pada terciptanya keunggulan

kompetitif. Inovasi perlu dikembangkan dan dilakukan demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Secara konvensional, istilah inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru. Produk baru inilah yang nantinya akan menjadi keunggulan perusahaan dan akan terus mengalami perkembangan.

Menurut Hurley and Hult (dalam Kusumo, 2006:2) inovasi adalah sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Dengan melakukan inovasi, perusahaan bereaksi terhadap perubahan pasar yang dinamis dan menciptakan atau mempertahankan daya saingnya.

Sedangkan menurut Dewanto (2014:2) inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Produk lama yang telah mencapai titik jenuh dipasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti yang secara total baru atau dengan pengembangan produk lama yang lebih modern dan *up to date*.

Fontana (2011:35) mendefinisikan inovasi produk sebagai proses pengenalan produk atau sistem baru yang membawa kesuksesan ekonomi bagi perusahaan dan kesuksesan sosial bagi konsumen serta komunitas atau lingkungan yang lebih luas. Perusahaan yang berhasil menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah perusahaan yang mampu menciptakan inovasi dan kreativitas melalui proses inovasi yang efektif dan terencana.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk merupakan suatu usaha yang dijalankan perusahaan untuk menciptakan produk baru yang bertujuan untuk menyesuaikan dengan selera konsumen dan dapat meningkatkan penjualan. Inovasi produk merupakan salah satu faktor penting dalam kesuksesan suatu perusahaan melalui produk inovatif yang mereka ciptakan guna memuaskan pelanggan. Sebab kunci dari keberhasilan produk adalah produk yang mampu beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi.

2.2.1 Jenis Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:454) mengidentifikasi jenis inovasi produk kedalam enam dimensi yaitu :

1. Produk yang baru bagi dunia (*new-to the-word product*)

Produk yang baru bagi dunia (*new-to the-word product*) merupakan upaya pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri dengan menciptakan pasar yang sama sekali baru, dimana produk sejenis belum pernah dibuat oleh pihak lain sehingga produk tersebut merupakan produk yang benar-benar baru sehingga dapat membedakan produk baru tersebut dengan produk-produk sejenis lainnya.

2. Lini produk baru (*new product line*)

Lini produk baru (*new product line*) merupakan upaya pengembangan produk baru yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar yang telah mapan untuk pertama kalinya memasuki pasar yang sudah ada, dengan lini produk baru dapat mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihan produk.

3. Tambahan dari lini produk yang telah ada (*additions-to-existing product-lines*)

Tambahan pada lini produk yang telah ada (*additions-to-existing product-lines*) merupakan upaya pengembangan produk baru yang dilakukan perusahaan atau industri dengan melengkapi atau menambah lini produk perusahaan yang telah mantap, seperti: ukuran, kemasan, rasa dan lain sebagainya sehingga produk menjadi lebih beragam dan memunculkan banyak pilihan yang memungkinkan perusahaan memperluas pasar.

4. Peningkatan atau perbaikan produk yang telah ada (*improvements or revisions of existing product*)

Peningkatan atau perbaikan produk yang telah ada (*improvements or revisions of existing product*) merupakan pengembangan produk yang dilakukan perusahaan atau industri yang memberikan kinerja yang lebih baik atau nilai yang dianggap lebih hebat dan menggantikan produk yang telah ada, dimana dihasilkan produk baru dengan daya kerja atau kegunaan yang disempurnakan.

5. Memposisikan kembali produk (*repositioning product*)

Memposisikan kembali produk (*repositioning product*) merupakan produk yang sudah ada saat ini diarahkan atau dipasarkan ke pasar atau segmen pasar yang baru, hasil ini diharapkan dapat memperluas pemasaran dengan memperoleh pangsa pasar atau konsumen baru sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan.

6. Pengurangan biaya (*Cost reduction*)

Pengurangan biaya (*cost reduction*) merupakan pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri dengan menyediakan produk yang daya kerja atau kegunaannya serupa dengan harga yang lebih murah atau rendah, hal ini dimaksudkan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk dan hal ini berdampak pada meningkatnya volume penjualan suatu produk.

Berdasarkan beberapa pengertian jenis inovasi produk, maka inovasi produk yang dilakukan perusahaan Amanda Brownies dalam mempertahankan siklus hidup termasuk kedalam jenis inovasi dimensi tambahan dari lini produk yang telah ada karena Amanda Brownies melakukan inovasi produk dengan melengkapi dan menambah lini produk yang sudah ada sebelumnya seperti menambahkan varian rasa yang lebih beragam sehingga produk menjadi lebih beragam dan memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan siklus hidup produknya.

2.2.2 Tipe Inovasi Produk

Menurut Kotler & Bes (2004:31), menjelaskan pendekatan mengenai pengembangan inovasi produk. Pendekatan-pendekatan tersebut meliputi :

1. Inovasi berbasis modulasi

Inovasi berbasis modulasi melibatkan perubahan suatu karakteristik dasar dari produk atau jasa, dengan menaikkan atau menurunkan karakteristik tersebut. Secara umum mengacu pada karakteristik-karakteristik fungsional atau fisik. Dalam inovasi modulasi bahwa karakteristik dasar dari produk perlu ditingkatkan dan diturunkan.

2. Inovasi berbasis ukuran

Inovasi berbasis ukuran adalah peluncuran produk baru ke pasar tanpa mengubah apapun kecuali volumenya.

3. Inovasi berbasis kemasan

Inovasi ini didasarkan cara sebuah produk dikemas sehingga dapat mengubah persepsi konsumen mengenai manfaat, fungsi, atau alasan konsumsi dari produk atau jasa.

4. Inovasi berbasis desain

Inovasi berbasis desain adalah inovasi dimana produk, isi, atau kemasan dan ukuran yang dijual sama, tetapi desain atau tampilannya dimodifikasi.

5. Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer

Inovasi berbasis komplementer melibatkan penambahan bahan-bahan komplementer atau layanan tambahan atas produk atau jasa.

6. Inovasi berbasis pengurangan upaya

Inovasi berbasis pengurangan upaya tidak merubah produk atau jasa, tetapi menaikkan ukuran dari pasar.

2.3 Konsep Siklus Hidup Produk

Siklus hidup produk biasa dikenal dengan istilah *product life cycle* merupakan suatu tahapan yang menggambarkan perjalanan hidup suatu produk mulai dari awal peluncuran hingga akhir. Seperti halnya manusia, suatu produk juga memiliki siklus hidup atau daur hidup. Menurut Kotler dan Keller (2007:389) siklus hidup produk (*product life cycle*) merupakan konsep penting dalam pemasaran memberikan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika bersaing suatu produk. Oleh karena itu memahami konsep siklus hidup produk (*product life cycle*) merupakan suatu hal yang penting bagi setiap perusahaan untuk memproduksi dan memasarkan produknya.

Sedangkan menurut Pereault dan McCarthy (2008:317) siklus hidup produk (*product life cycle*) menggambarkan tahap-tahap yang dilalui suatu produk baru dari awal peluncuran hingga akhir. Siklus hidup produk menggambarkan tahap-tahap yang berbeda dalam perkembangan sejarah penjualan dari suatu produk.

Kotler dan Armstrong (2008:326) mendefinisikan siklus hidup produk (*product life cycle*) sebagai perjalanan dari penjualan dan keuntungan produk selama hidupnya. Perusahaan ingin mendapatkan keuntungan yang cukup untuk menutup semua usaha dan resiko yang mereka tempuh pada saat meluncurkan produk.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa siklus hidup produk (*product life cycle*) merupakan konsep penting yang menggambarkan tahap-tahap yang dilalui suatu produk baru dari awal hingga akhir yang harus dipahami oleh setiap perusahaan untuk memproduksi dan memasarkan produknya. Siklus hidup produk (*product life cycle*) merupakan perjalanan dari penjualan dan keuntungan produk selama hidupnya karena setiap perusahaan ingin mendapatkan keuntungan yang cukup untuk menutup semua usaha dan resiko yang mereka tempuh pada saat meluncurkan produk.

2.3.1 Tahapan Dalam Siklus Hidup Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:328) siklus hidup produk terdiri dari empat tahap, yaitu :

1. Tahap Pengenalan (*Introduction*)

Tahap pengenalan merupakan tahapan awal dari siklus hidup produk dimulai ketika produk baru diluncurkan pertama kali. Pada awal peluncuran produk, hanya ada beberapa pesaing untuk produk tersebut. Jika perusahaan adalah pelopor pada tahap ini, perusahaan akan mendapatkan akses pertama kali pada saluran distribusi dan memiliki peluang pertama kali untuk membangun loyalitas merek dan preferensi. Pada tahap pengenalan ini membutuhkan waktu dan pertumbuhan penjualan lambat. Ciri-ciri umum tahap ini yaitu :

- a. Produk belum dikenal oleh konsumen sehingga membutuhkan biaya besar untuk perancangan, modifikasi, pengujian, produksi dan peluncurannya
- b. Penjualan masih rendah
- c. Persaingan masih relatif kecil
- d. Tingkat kegagalan relatif tinggi

- e. Pasar sasaran belum mengetahui dan belum familiar dengan produk baru yang bersangkutan
 - f. Ketersediaan produk masih sangat terbatas lingkungannya
 - g. Volume penjualan masih rendah dan
 - h. Pertumbuhan lambat serta biaya promosi dan pemasaran sangat tinggi
2. Tahap Pertumbuhan (*Growth*)
- Tahap pertumbuhan ini ditandai oleh penerimaan pasar yang cepat dan meningkatnya keuntungan. Pada tahap ini masalah-masalah yang muncul pada tahap perkenalan sudah diatasi. Pengadopsi awal tetap meneruskan pembelian, dan melalui *word of mouth*, pembeli lainnya ikut melakukan pembelian. Keuntungan yang cukup besar ini menarik pesaing-pesaing baru untuk mulai memasuki pasar yang sama, akibatnya jumlah pesaing pun semakin meningkat. Pada tahap ini perusahaan berusaha untuk mempertahankan pertumbuhan pasar dan penjualan selama mungkin dengan melakukan penyempurnaan produk dengan menambah fitur-fitur atau model-model baru dan produk-produk penyerta (produk-produk dengan berbagai ukuran, rasa dan sebagainya yang melindungi produk utama). Kemudian memasuki segmen pasar baru dan memperluas pasar dengan menambah saluran distribusi baru, agar produknya tetap bertahan pada posisi pemimpin pasar (*market leader*).
3. Tahap Kedewasaan (*Maturity*)
- Pada tahap ini, pertumbuhan penjualan mulai mencapai titik tertinggi atau puncak. Pertumbuhan pasar mulai melambat dan pembeli semakin sedikit karena produk sudah mencapai penerimaan penuh oleh sejumlah pembeli potensial. Pembeli juga sudah sangat memahami fitur produk dan manfaatnya. Umumnya, tahap ini lebih panjang dari pada tahap-tahap sebelumnya. Pada tahap ini pesaing mulai menurunkan harga, meningkatkan periklanan dan promosi penjualan, dan menambah versi-versi baru dari produk. Tingkat keuntungan juga semakin menurun karena meningkatnya pengeluaran pemasaran untuk melindungi produk dari persaingan. Menurunnya keuntungan membuat para pesaing yang lemah meninggalkan pasar sehingga pasar hanya terdiri atas pesaing-pesaing yang kuat.

Tahap ini dibagi menjadi tiga fase yaitu :

a. Kedewasaan Tumbuh (*Growth Maturity*)

Yaitu tingkat pertumbuhan penjualan mulai menurun, tidak ada saluran distribusi baru yang dapat diisi, dan beberapa pembeli yang terlambat masih memasuki pasar.

b. Kedewasaan Stabil (*Stable Maturity*)

Yaitu penjualan menjadi mendatar yang disebabkan oleh kejenuhan pasar. Sebagian besar konsumen potensial telah mencoba produk yang ditawarkan perusahaan.

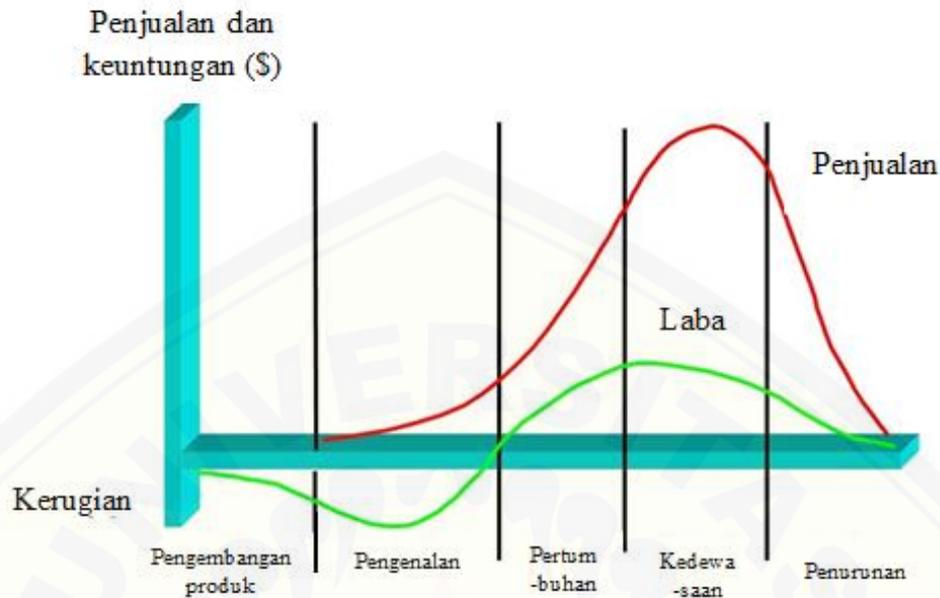
c. Kedewasaan Menurun (*Decaying Maturity*)

Yaitu penjualan mulai menurun dan konsumen mulai beralih ke produk lain atau produk substitusi.

4. Tahap Penurunan (*Decline*)

Dalam tahap penurunan saat produk mengalami penurunan, penjualan akan mengalami penurunan karena produk tersebut sampai pada titik jenuh. Penurunan volume penjualan disebabkan dari perubahan selera konsumen, produk substitusi mulai diterima konsumen konsumen dan perubahan teknologi. Penurunan penjualan bisa berangsur-angsur menurun, bisa pula sangat cepat. Hal ini terjadi karena masuknya produk baru yang menggantikan produk lama. Pada tahap ini konsumen akan meninggalkan dan tidak lagi mau menggunakan produk tersebut. Produk yang berada di tahap penurunan (*decline*) menimbulkan biaya yang besar dan membutuhkan banyak perhatian manajemen. Pada tahap ini konsumen akan meninggalkan dan tidak lagi mau menggunakan produk tersebut. Perusahaan harus sudah mengantisipasi dan menyiapkan produk pengganti yang diharapkan akan menggantikan posisi produk yang sudah akan mati. Adapun tahap-tahap siklus hidup produk dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1 Siklus Hidup Produk



Sumber: Kotler dan Amstrong (2008:328)

Setiap produk mengalami tahap siklus hidup yang berbeda, tidak semua produk melalui semua tahapan. Beberapa produk mengalami kenaikan maupun penurunan jangka pendek maupun jangka panjang, diperkenalkan dan gugur dengan cepat, sedangkan ada produk yang mengalami kedewasaan untuk waktu yang lama. Beberapa produk memasuki tahap penurunan dan kemudian memasuki siklus lagi kedalam tahap pertumbuhan melalui inovasi. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:327) Beberapa teknik atau cara untuk memperpanjang siklus hidup produk yaitu :

1. Meningkatkan Konsumsi

Meningkatkan konsumsi dengan cara membujuk konsumen untuk meningkatkan penggunaan produknya dengan berbagai manfaat yang ditawarkan. Contoh: produk kacang dua kelinci mengandung vitamin D, vitamin K yang menguntungkan untuk kesehatan konsumen.

2. Mencari Fungsi Lain Produk Dari Biasanya

Dalam hal ini dicontohkan seperti produk kacang dua kelinci tidak hanya langsung dimakan saja, tetapi bisa dinikmati sewaktu bosan saat berkendara

didalam mobil, memakannya didampingi dengan minuman kopi atau teh dan lainnya.

3. Memodifikasi Produk

Memodifikasi produk agar tampil baru baik dari segi isi, kemasan, takaran, ukuran, manfaat, dan lain sebagainya. Contoh: produk kacang dua kelinci yang selalu memperbarui isi dan kemasannya agar selalu tampil baru.

4. Mencari Target Konsumen Baru

Jika pasar yang sudah ada sudah tidak dapat diandalkan untuk meningkatkan penjualan maka dapat ditempuh jalan dengan cara membidik segmen pasar baru untuk dibujuk untuk menjadi pelanggan. Contoh: produk kacang dua kelinci yang tadinya bisa dinikmati untuk golongan yang menengah keatas karena penurunan harga bisa dinikmati golongan menengah kebawah.

2.4 Inovasi Produk Dalam Mempertahankan Siklus Hidup Produk

Semakin banyak perusahaan pesaing yang menawarkan produk sejenis dengan kelebihan masing-masing yang membuat para konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang dibutuhkan. Setiap perusahaan berusaha untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen melalui produk yang ditawarkan. Hal tersebut yang menjadi pendorong bagi setiap perusahaan melakukan inovasi. Selain itu inovasi juga diperlukan oleh perusahaan untuk memperpanjang siklus hidup produk (*product life cycle*) agar produknya tidak mengalami tahap penurunan (*declinea* dan tetap bertahan dipasaran.

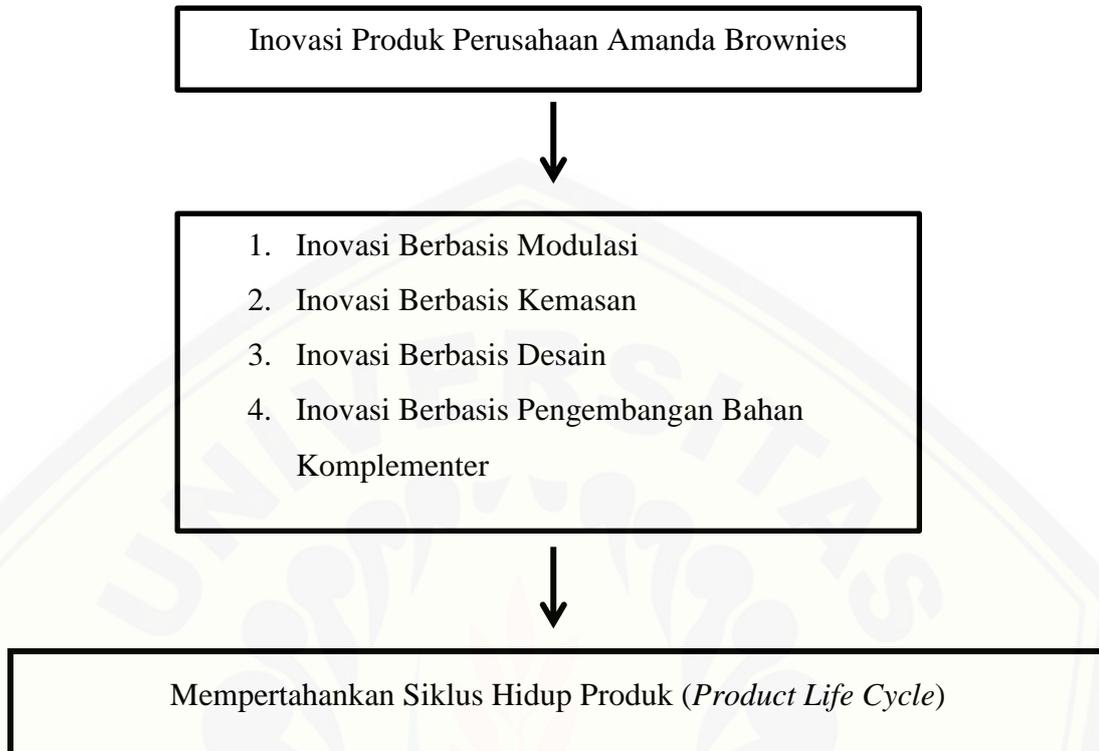
Menurut Kotler dan Amstrong (2008:329) inovasi produk diperlukan jika produk sudah memasuki tahap pertumbuhan (*growth*) dan tahap kedewasaan (*maturity*). Jika produk sudah mencapai tahap ini, dan perusahaan tidak segera melakukan inovasi produk maka perusahaan tersebut akan kalah bersaing dengan perusahaan lain dan mengakibatkan keuntungan yang diperoleh semakin menurun serta penjualan yang cenderung turun.

Ariadne (2017:156) berpendapat kunci untuk memperpanjang siklus hidup produk adalah melalui inovasi berkelanjutan yang dilakukan secara terus menerus sepanjang siklus hidup produk. Untuk memperpanjang siklus hidup produk

setelah mencapai tahap pertumbuhan dan kedewasaan, perusahaan dapat melakukan inovasi produk. Inovasi produk diperlukan oleh perusahaan untuk menanggapi perubahan pada situasi persaingan dan perubahan selera pelanggan. Selain itu menurut Sulistiya (2013:37) dalam usaha memperpanjang siklus hidup produk (*produk life cycle*) maka perusahaan perlu melakukan inovasi dengan memodifikasi produknya, apabila perusahaan tidak melakukan inovasi maka laba, pangsa pasar, volume penjualan perusahaan akan menurun.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk merupakan kunci untuk mempertahankan siklus hidup produk (*produk life cycle*) setelah mencapai tahap pertumbuhan dan kematangan. Apabila produk sudah mencapai tahap pertumbuhan (*growth*) dan tahap kedewasaan (*maturity*) perusahaan tidak segera melakukan inovasi produk maka perusahaan tersebut akan kalah bersaing dengan perusahaan lain dan mengakibatkan laba, pangsa pasar, volume penjualan perusahaan akan menurun.

2.5 Kerangka Berfikir



Gambar 2.2 Kerangka Berfikir

Keterangan :

Berdasarkan kerangka berfikir diatas, dapat diketahui bahwa peneliti ingin mengetahui inovasi produk yang dilakukan perusahaan Amanda Brownies dalam mempertahankan siklus hidup produk (*product life cycle*). Berdasarkan kerangka berfikir diatas dapat dijelaskan bahwa inovasi yang dilakukan perusahaan Amanda Brownies yaitu inovasi berbasis modulasi, inovasi berbasis kemasan, inovasi berbasis desain, dan inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer. Diharapkan dengan adanya inovasi produk yang dilakukan perusahaan Amanda Brownies dapat mempertahankan siklus hidup produknya.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara yang digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi dan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Dalam mencapai suatu tujuan penelitian maka harus ditempuh langkah-langkah yang relevan dengan masalah yang dirumuskan. Metode penelitian digunakan sebagai pemandu dalam menentukan langkah-langkah pelaksanaan penelitian.

3.1 Rancangan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan diawal, maka penelitian ini dirancang sebagai penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yaitu pendekatan yang mendeskripsikan dan memahami pelaksanaan inovasi produk dalam mempertahankan siklus hidup yang diterapkan oleh perusahaan Amanda Brownies. Peneliti mencari informasi mengenai inovasi produk dalam mempertahankan siklus hidup di kantor cabang Amanda Brownies yang ada di Jember. Penentuan lokasi penelitian ini menggunakan metode *purposive area*.

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti antara lain metode wawancara, metode observasi dan metode dokumen. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini memiliki beberapa tahapan antara lain reduksi data, tahap penyajian data, dan tahap penarikan kesimpulan. Kemudian data yang terkumpul selanjutnya dianalisis secara deskriptif kualitatif.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dilaksanakannya penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data-data yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ditetapkan. Dalam penelitian ini, penelitian dilaksanakan di kantor Amanda Brownies cabang Jember yang terletak di Jl. Gajah Mada No. 146 Jember yang ditentukan dengan metode *purposive area*, yang artinya ditentukan secara sengaja.

Pertimbangan peneliti memilih perusahaan Amanda Brownies karena perusahaan Amanda Brownies selalu menciptakan ide-ide baru dalam produknya. Perusahaan Amanda Brownies juga teliti dalam membaca peluang, artinya mereka bisa menciptakan brownies yang sesuai dengan permintaan konsumen. Hal inilah yang menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian di Amanda Brownies cabang Jember tersebut, dan dengan letak lokasi yang strategis membuat peneliti menjadi lebih mudah untuk menjangkau dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

3.3 Subjek dan Informan Penelitian

Penentuan subjek dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive*, dimana subjek penelitian ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Subjek penelitian dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu informan utama dan informan pendukung.

Informan utama merupakan orang yang memberikan sumbangan data utama dalam penelitian. Informan utama dalam penelitian ini adalah manager kantor Amanda Brownies cabang Jember. Sedangkan informan pendukung dalam penelitian ini digunakan untuk mendukung data atau informasi tambahan. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah karyawan bagian pramuniaga Amanda Brownies cabang Jember dan konsumen Amanda Brownies cabang Jember.

3.4 Definisi Operasional Konsep

Definisi operasional konsep digunakan untuk lebih mempertimbangkan aspek-aspek sesuai dengan penelitian yang dilakukan serta untuk menghindari salah pendapat dan pengertian. Adapun istilah yang perlu didefinisikan, antara lain :

1) Inovasi Produk

Inovasi produk dalam penelitian ini merupakan usaha yang dijalankan perusahaan Amanda Brownies dalam upaya mengembangkan produk baru. Inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan Amanda Brownies yaitu: (1) inovasi berbasis modulasi, (2) inovasi berbasis kemasan, (3) inovasi berbasis desain, (4) inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer.

2) Siklus Hidup Produk

Siklus hidup produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tahapan-tahapan yang dilalui oleh perusahaan Amanda Brownies dalam memproduksi dan memasarkan produknya.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data kualitatif, yang umumnya tidak dapat diukur dengan satuan ukur tertentu dan menunjukkan kualitas objek penelitian. Jenis data kualitatif terdiri dari :

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam dengan informan utama yaitu manager Amanda Brownies cabang Jember. Data yang diambil melalui wawancara ini merupakan data yang berkaitan dengan inovasi produk kue dalam mempertahankan siklus hidup pada perusahaan Amanda Brownies.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari laporan-laporan atau dokumen manager Amanda Brownies cabang Jember untuk mendukung data primer. Dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu

profil Amanda Brownies, varian rasa brownies Amanda, wilayah pemasaran dan data jumlah penjualan setiap tahun.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah atau cara yang harus dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan antara lain :

3.6.1 Metode wawancara

Metode wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara mendalam (*in depth interview*). Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai inovasi produk dalam mempertahankan siklus hidup pada perusahaan Amanda Brownies cabang Jember. Wawancara mendalam (*in depth interview*) dilakukan kepada informan utama dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung menggunakan pedoman wawancara (*guided interview*) yang dirancang sebelum menemui informan, yang isinya adalah garis besar atau kunci pertanyaan yang bisa dikembangkan lebih lanjut ketika tanya jawab berlangsung dilapangan.

3.6.2 Metode Observasi

Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh data atau informasi dengan menggunakan pengamatan yang dilakukan secara langsung untuk mengetahui kegiatan yang terjadi di lokasi penelitian. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan. Metode observasi ini dilakukan untuk mengetahui keadaan rill Amanda Brownies. Sekaligus untuk memastikan apakah Amanda Brownies menjalankan semua inovasi tersebut.

3.6.3 Metode Dokumen

Metode dokumen adalah salah satu metode yang digunakan sebagai tambahan dalam memperoleh data penelitian Amanda Brownies cabang Jember. Teknik pengambilan data ini dilakukan peneliti dengan cara mendokumen data-data dari berbagai sumber pada catatan-catatan, arsip-arsip, gambar atau foto yang dilakukan dilokasi penelitian. Data yang diperoleh melalui metode ini meliputi

varian rasa brownies Amanda, kemasan produk, desain produk, wilayah pemasaran dan jumlah penjualan setiap tahun.

3.7 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian dikumpulkan untuk selanjutnya diolah oleh peneliti. Data dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan mendeskripsikan secara menyeluruh data yang didapat selama proses penelitian. Menurut Sugiyono (2012:246) mengungkapkan bahwa dalam mengolah data kualitatif dilakukan melalui tahap reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

3.7.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi berarti merangkum, memilih hal-hal pokok dan penting kemudian dicari tema dan polanya. Pada tahap ini peneliti memilah informasi mana yang relevan dan mana yang tidak relevan dengan penelitian. Setelah direduksi data akan mengerucut, semakin sedikit dan mengarah ke inti permasalahan sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai objek penelitian. Di dalam penelitian ini, reduksi data yang dilakukan yaitu dengan cara memilih data yang sudah terkumpul untuk memperoleh informasi yang benar-benar sesuai dengan fokus penelitian, yaitu tentang inovasi produk kue dalam mempertahankan siklus hidup pada perusahaan Amanda Brownies.

3.7.2 Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah dilakukan reduksi data, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dengan penyajian data, maka diharapkan dapat memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Karena data-data yang diperoleh dalam penelitian ini bersifat kualitatif maka penyajian data yang dilakukan berupa uraian atau rangkaian kata, tidak berbentuk angka dan tidak berbentuk data statistik, penyajian data yang dipaparkan disini adalah inovasi produk kue dalam mempertahankan siklus hidup pada perusahaan Amanda Brownies.

3.7.3 Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Tahap akhir pengolahan data adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan merupakan suatu kegiatan konfigurasi dan tinjauan ulang terhadap temuan di lapangan. Tujuan penarikan kesimpulan ini adalah untuk menguji kesesuaian hasil yang diperoleh peneliti di lokasi penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan mampu mengetahui inovasi produk kue dalam mempertahankan siklus hidup pada perusahaan Amannda Brownies.

3.8 Keabsahan Data

Keabsahan data bertujuan untuk memperoleh tingkat kepercayaan yang berkaitan dengan seberapa jauh kebenaran hasil penelitian, mengungkapkan dan memperjelas data dengan fakta-fakta aktual dilapangan. Untuk menguji suatu kebenaran data yang sudah diperoleh dilapangan, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Data yang ingin diperoleh yaitu tentang inovasi produk dalam mempertahankan siklus hidup pada perusahaan Amanda Browies.

Secara rinci penggunaan triangulasi yang dilakukan yaitu pengecekan data dengan cara :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan data berdasarkan tujuan yang ditetapkan dengan hasil yang akan dicapai yang dapat diketahui melalui observasi dan wawancara.
3. Membandingkan informasi yang didapat sebelum penelitian dan pada waktu berjalannya penelitian.

Peneliti mencoba membandingkan hasil pengamatan langsung dilapangan dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan manager perusahaan mengenai inovasi produk dalam mempertahankan siklus hidup produk. Membandingkan data berdasarkan tujuan yang ditetapkan dengan hasil yang akan dicapai melalui observasi langsung yang dilakukan di kantor Amanda Brownies cabang Jember.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan Amanda Brownies yang pertama yaitu inovasi berbasis modulasi, inovasi ini dilakukan dengan cara menambah berbagai macam varian rasa brownies seperti rasa brownies cheese cream, sarikaya pandan, blueberry, strawberry, tiramisu, banana bizz, banana cheese, choco marble, pink marble, tiramisu marble, strawberry cheese, lemon cheese, bolu pandan, brownies original bakar, brownies kering, green tea mint, cappuccino marble, green marble .

Inovasi kedua yang dilakukan adalah inovasi berbasis kemasan, inovasi ini dilakukan dengan memperbaiki kemasan yang ada menjadi lebih menarik, inovasi kemasan yang dilakukan yaitu pada desain kemasan dengan merubah warna kotak kemasan, tampilan kotak kemasan yang berbeda dari pada sebelumnya dan menambah kemasan yang semula hanya menggunakan kotak kemasan (dus) kini ditambah menggunakan kemasan *snack box*.

Inovasi yang ketiga yaitu inovasi berbasis desain, yang semula hanya menggunakan desain polos kini sudah dibuat dengan tampilan berlapis-lapis. Desain berlapis yang digunakan yaitu desain 2 lapis dan 3 lapis. Brownies dengan desain 2 lapis menggunakan 2 warna yaitu warna brownies original coklat atau polos tanpa campuran buah dan warna lain sesuai dengan rasa brownies yang ada. Sedangkan untuk brownies 3 lapis menggunakan 3 warna yaitu warna brownies original coklat atau polos tanpa campuran apapun dan 2 warna lain sesuai dengan rasa brownies yang ada.

Inovasi keempat yang digunakan adalah inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer dengan menambahkan bahan dasar pada proses produksi untuk menciptakan varian rasa brownies yang beranekaragam dan menambahkan bahan pelengkap pada lapisan atas brownies yang berbeda-beda pada setiap varian rasa brownies, seperti menambahkan keju, kismis dan kacang almond. Dengan

adanya inovasi produk brownies yang dilakukan perusahaan Amanda Brownies mampu mempertahankan siklus hidup produk sehingga perusahaan Amanda Brownies sampai saat ini masih berada pada tahap pertumbuhan (*growth*) ditandai dengan produk Amanda Brownies yang semakin lama semakin diminati oleh konsumen dan penjualan perusahaan Amanda Brownies yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya, meskipun saat ini banyak perusahaan pesaing yang memproduksi produk sejenis dan tetap bertahan sampai saat ini dengan wilayah pemasaran yang semakin luas hampir di seluruh kota di Indonesia seperti Jember, Situbondo dan Lumajang.

5.2. Saran

1. Perusahaan Amanda Brownies perlu mempertahankan kualitas produknya serta terus melakukan inovasi pada produknya secara bertahap dan berkelanjutan supaya tetap bertahan dipasaran, mengingat semakin banyaknya perusahaan pesaing yang memproduksi produk sejenis.
2. Perusahaan Amanda Brownies sebaiknya perlu melakukan inovasi berbasis ukuran dengan menambahkan ukuran produk brownies agar lebih beragam.
3. Perusahaan Amanda Brownies juga harus memperhatikan keinginan serta kebutuhan konsumen supaya konsumen tidak meninggalkan produknya dan tetap setia menjadi pelanggan Amanda Brownies.

DAFTAR PUSTAKA**BUKU**

- David, A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. 2006. *Strategic Management: Concepts and Cases (Manajemen Strategis : Konsep dan Kasus)*. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewanto, W. dkk. 2014. *Inovasi dan Kewirausahaan Sosial. Panduan Dasar Menjadi Agen Perubahan*. Bandung: Alfabeta.
- Fontana, A. 2011. *Innovate We Can! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai*. Jakarta: PT. Cipta Inovasi Sejahtera.
- Indriani. 2006. *Modern & Classic Brownies*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. dan F. T. De Bes. 2004. *Lateral Marketing : Berbagai Teknik Baru Untuk Mendapatkan Ide-ide Terobosan*. Alih Bahasa : Emil Salim. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition. Amerika: Pearson Education Inc.
- Pearce, J. A. dan R. B. Ricard. 2005. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Perreault dan McCarthy. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, C.A. 2017. *Teknik Mengelola Produk dan Merek*. Jakarta: PT Gramedia Utama.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Universitas Jember. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UPT Penerbitan Universitas Jember.

Skripsi

Hurin'in. 2016. Inovasi Produk Suwar Suwir Dalam Upaya Memperluas Pasar Pada UD. Mutiara Rasa Kabupaten Jember. *Skripsi*. Jember: Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jember.

Kusumo, A.R.W. 2006. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Industri Batik Skala Besar dan Sedang di Kota dan Kabupaten Pekalongan). *Tesis*. Semarang: Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.

Saputri, Yulia Rafelia. 2015. Inovasi Produk Pada Roti Ceria Di Jember. *Skripsi*. Jember: Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Jember.

Sari, Ayu Yunita. 2013. Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Pia Warung Glenmore Banyuwangi. *Skripsi*. Jember: Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Jember.

Jurnal

Agustina, F., dan L. Nuzullis. 2012. Perumusan Strategi Pengembangan Produk Kurma Salak Berdasarkan Analisis *Product Life Cycle (PLC)* Dan SWOT Pada Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan* 1(2): 105-112.s

Hendrayanti, E. 2011. Inovasi Efektif: Upaya Mempertahankan Dan Menangkap Pasar Potensial. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Kewirausahaan* 5(1): 91-102.

Indriani, S., dan E. Prasetyo. 2008. Studi Mengenai Inovasi Produk Pada Usaha Kecil Kerajinan Ukiran Di Jepara. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* 7(2): 249-272.

Indriani, I. 2006. Studi Mengenai Orientasi Inovasi, Pengembangan Produk Dan Efektifitas Promosi Sebagai Sebuah Strategi Untuk Meningkatkan Kinerja Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* 3(2): 82.

Purnomo, B., dan P. Bambang. 2017. Pengembangan Produk Dan Inovasi Produk Pada Teh Hijau Cap Pohon Kurma (Studi Pada PT Panguji Luhur Utara). <https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/300/263> [Diakses pada 13 Desember 2018].

Saragih, R. 2017. Membangun Usah Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan* 3(2): 26-30.

Internet

<http://www.amandabrownies.com> [Diakses pada 14 Juni 2019]

<https://www.indotrading.com/companykuedanmakanankering747/> [Diakses pada 6 Maret 2019]



Lampiran 1

Matrik Penelitian

Judul	Permasalahan	Konsep	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
Inovasi Produk Kue Brownies Dalam Upaya Mempertahankan Siklus Hidup Produk Pada Perusahaan Amanda Brownies	1. Bagaimana inovasi produk kue brownies dalam upaya mempertahankan siklus hidup produk pada perusahaan Amanda Brownies ?	Inovasi produk	Inovasi Produk : - Inovasi Berbasis Modulasi - Inovasi Berbasis Kemasan - Inovasi Berbasis Desain - Inovasi Berbasis Pengembangan Bahan Komplementer	a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian b. Data Sekunder, yaitu data yang dapat mendukung penelitian dan mampu menguatkan data primer	a. Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif b. Metode Penentuan Lokasi Penelitian : <i>Purposive Area</i> c. Metode Penentuan Subjek Penelitian: <i>Metode Purposive</i> d. Sumber data : Data Primer dan Data Sekunder e. Metode Pengumpulan Data : Wawancara,

					Observasi, dan Dokumen f. Analisis Data : : Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan.
--	--	--	--	--	---

Lampiran 2

TUNTUNAN PENELITIAN

1. Tuntunan Wawancara

No.	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Inovasi produk apa saja yang dilakukan oleh perusahaan Amanda Brownies	Manager kantor Amanda Brownies Cabang Jember
2.	Siklus hidup produk yang dilalui perusahaan Amanda Brownies	Manager kantor Amanda Brownies Cabang Jember
3.	Data mengenai wilayah pemasaran produk brownies yang dilakukan oleh kantor Amanda Brownies cabang Jember	Manager kantor Amanda Brownies Cabang Jember

2. Tuntunan Observasi

No.	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Keadaan rill di Amanda Brownies cabang Jember	Karyawan kantor Amanda Brownies Cabang Jember

3. Tuntunan Dokumen

No.	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Latar belakang berdirinya Perusahaan Amanda Brownies milik CV. Boga Lestari	Manager kantor Amanda Brownies Cabang Jember
2.	Volume penjualan setiap tahun	Administrasi kantor Amanda Brownies Cabang Jember
3.	Varian rasa Brownies Amanda	Manager kantor Amanda Brownies Cabang Jember

Lampiran 3**PEDOMAN WAWANCARA
(Manager Amanda Brownies Cabang Jember)**

Pedoman wawancara secara mendalam untuk mengetahui inovasi produk yang dilakukan oleh Amanda Brownies dalam upaya mempertahankan siklus hidup produk.

I. Identitas Informan Utama Penelitian

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Alamat :

Jabatan :

II. Inovasi Produk Kue Dalam Mempertahankan Siklus Hidup Pada Perusahaan Amanda Brownies.**Daftar Pertanyaan :****Pertanyaan Umum**

1. Bagaimana sejarah berdirinya Amanda Brownies milik CV. Boga Lestari?
2. Bagaimana visi dan misi dari Amanda Brownies milik CV. Boga Lestari?
3. Apas saja target perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang?
4. Bagaimana struktur organisasi yang ada pada Amanda Brownies cabang Jember?
5. Apa saja tugas dan tanggung jawab tiap jabatan ?
6. Berapa jumlah karyawan yang ada pada Amanda Brownies cabang Jember?

7. Bagaimana hari dan jam kerja yang terdapat di Amanda Brownies cabang Jember?
8. Apakah ada persyaratan khusus dalam menerima karyawan?
9. Apa yang membuat produk Amanda berbeda dengan produk brownies lain?
10. Apa yang menjadi ciri khas/keistimewaan produk Amanda Brownies?
11. Apa yang diutamakan dalam produk Amanda Brownies?
12. Pada saat ini persaingan antar perusahaan yang memproduksi produk sejenis semakin banyak dan ketat, bagaimana cara perusahaan Amanda Brownies menghadapi persaingan dengan perusahaan lain yang memproduksi produk sejenis?
13. Sejak kapan Amanda Brownies melakukan inovasi terhadap brownies yang diproduksi?
14. Untuk memenuhi kebutuhan konsumennya Amanda Brownies membuka cabang, Untuk kantor Amanda Brownies Cabang Jember sendiri oleh kantor pusat diberi wewenang memegang outlet dimana saja ?
15. Apakah inovasi produk yang dilakukan Amanda Brownies memiliki dampak positif, misalnya meningkatnya penjualan?

Pertanyaan yang berkaitan dengan Inovasi Produk

Modulasi

16. Varian rasa apa saja yang diproduksi Amanda Brownies?
17. Apakah selalu ada varian rasa terbaru yang diproduksi Amanda Brownies?
18. Dalam melakukan inovasi varian rasa, pertimbangan apa saja yang menjadi alasan untuk membuat varian rasa terbaru ?

Kemasan

19. Ada berapa macam kemasan yang digunakan untuk mengemas brownies yang diproduksi Amanda Brownies?

20. Inovasi apa yang dilakukan Amanda Brownies pada kemasan produk?
21. Apakah kemasan tersebut bisa menarik konsumen untuk membeli brownies Amanda?
22. Apakah selalu ada pembaharuan pada desain kemasan brownies Amanda?

Desain Produk

23. Inovasi apa saja yang terjadi pada desain dalam memproduksi produk Amanda Brownies?
24. Ada berapa banyak macam desain yang diterapkan Amanda Brownies?
25. Apakah desain pada produk brownies Amanda dapat menarik minat konsumen?

Pengembangan Bahan Komplementer

26. Apa saja inovasi bahan komplementer (bahan-bahan lain) yang digunakan dalam proses pembuatan produk dan inovasi pada produk Amanda Brownies?
27. Pengembangan bahan komplementer untuk setiap varian rasa apa sama?

Siklus Hidup Produk Perusahaan Amanda Brownies

28. Setiap perusahaan pasti mengalami siklus hidup produk, untuk perusahaan Amanda Brownies sendiri bagaimana siklus hidup produk yang dilalui perusahaan Amanda Brownies apakah perusahaan Amanda Brownies melalui semua tahap siklus hidup produk mulai dari tahap pengenalan sampai tahap kemunduran ?
29. Bagaimana siklus hidup produk yang dilalui perusahaan Amanda Brownies?
30. Sampai saat ini perusahaan Amanda Brownies masih berada pada siklus hidup tahap apa ?
31. Apa usaha yang dilakukan perusahaan Amanda Brownies sehingga perusahaan masih tetap berada pada tahap pertumbuhan (*growth*)

sampai saat ini dan tetap bertahan bertahan dipasaran sampai saat ini meskipun saat ini banyak sekali perusahaan pesaing yang memproduksi produk sejenis?



PEDOMAN WAWANCARA
(Karyawan Amanda Brownies Cabang Jember)

Pedoman wawancara secara mendalam untuk mengetahui inovasi produk yang dilakukan oleh Amanda Brownies dalam upaya mempertahankan siklus hidup produk

I. Identitas Informan Tambahan Penelitian

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Alamat :

Jabatan :

II. Inovasi Produk Kue Dalam Mempertahankan Siklus Hidup Pada Perusahaan Amanda Brownies .

1. Apa tugas anda di Amanda Brownies ?
2. Apakah anda pergantian jam kerja ?
3. Varian rasa brownies apa yang paling diminati oleh konsumen ?
4. Bagaimana proses pemasaran brownies Amanda?
5. Kendala-kendala apa saja yang dihadapi saat melakukan proses pemasaran brownies Amanda?
6. Bagaimana cara mengatasi kendala yang ada dalam proses pemasaran brownies Amanda?
7. Apakah pernah ada komplain yang dilakukan konsumen ?
8. Bagaimana tanggapan anda apabila ada konsumen yang komplain?

PEDOMAN WAWANCARA
(Konsumen Brownies Amanda Cabang Jember)

Pedoman wawancara secara mendalam untuk mengetahui inovasi produk yang dilakukan oleh Amanda Brownies dalam upaya mempertahankan siklus hidup produk

I. Identitas Informan Tambahan Penelitian

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Alamat :

Jabatan :

II. Inovasi Produk Kue Dalam Mempertahankan Siklus Hidup Pada Perusahaan Amanda Brownies .

1. Seberapa sering anda membeli produk Amanda Brownies ?
2. Produk brownies varian rasa apa yang sering anda beli ?
3. Mengapa anda lebih memilih membeli brownies produk Amanda Brownies dari pada produk brownies lainnya padahal di Jember sendiri banyak sekali perusahaan yang menjual kue brownies ?
4. Bagaimana menurut anda dengan adanya inovasi varian rasa yang dilakukan oleh perusahaan Amanda Brownies ?

Lampiran 4**Transkrip Wawancara Informan Utama
(Manager kantor Amanda Brownies cabang Jember)****Identitas Informan Utama**

Nama : Theo Adi Santoso
Umur : 29 Tahun
Jenie Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. Raung No. 04, Tegal Boto Kidul, Sumbersari Jember
Jabatan : Manager kantor cabang Jember

P : Peneliti**T : Manager kantor cabang Amanda Brownies bernama Theo**

- P : Bagaimana sejarah berdirinya Amanda Brownies Jember milik CV. Boga Lestari?
- T : *Untuk sejarah berdirinya Amanda Brownies bisa dilihat di web Amanda Brownies di profil Amanda Brownies.*
- P : Bagaimana visi dan misi dari perusahaan Amanda Brownies milik CV. Boga Lestari?
- T : *Untuk visi misi dari perusahaan Amanda Brownies di profil webnya, sudah ada.*
- P : Apa saja target perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang?
- T : *Target perusahaan untuk jangka panjang bisa Go Internasional atau Go Global, sedangkan target perusahaan jangka pendek yang pertama yaitu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, kedua memperluas daerah penjualan dan pemasaran, yang ketiga melakukan pengembangan pabrik yang dapat mendukung proses produksi agar seimbang dengan kebutuhan konsumen.*

P : Bagaimana struktur organisasi yang ada pada Amanda Brownies cabang Jember?

T : *Struktur organisasi yang ada di Brownies Amanda cabang Jember yang pertama yaitu saya sebagai manger Amanda Brownies cabang Jember, dibawah saya ada wakil manager, lalu bagian administrasi, lalu ada karyawan atau pramuniaga, lalu ada driver dan security.*

P : Apa saja tugas dan tanggung jawab tiap jabatan?

T : *Kalok saya sendiri sebagai manager tugasnya banyak dibagian marketing untuk mengatur operasional saya rasa semua manager seperti itu jadi dia mengatur operasional, mengatur outlet yang dipegang harus bagaimana, mencari pasar di luar, mencari peluang, event-event agar bisa masuk kesana.*

Untuk tanggung jawab saya bertanggung jawab atas kelangsungan jalannya outlet yang saya pegang, bertanggung jawab atas jumlah penjualan per-harinya

Untuk wakil kepala cabang tugasnya hampir sama seperti saya 80% memback- up tugas dari saya, 20% nya mengurus administrasi

Untuk bagian adminstrasi sendiri dia mengurus urusan uang, seperti pelaporan harian, mingguan, bulanan umum sih.

Untuk bagian karyawan, driver dan security saya rasa tidak perlu saya jelaskan tugasnya karena tugas mereka umum pasti sudah tahu.

P : Berapa jumlah karyawan yang ada pada Amanda Brownies cabang Jember?

T : *Untuk karyawan yang ada dikantor cabang Amanda Brownies ini ada 5 orang.*

P : Bagaimana hari dan jam kerja yang terdapat di Amanda Brownies Jember?

T : *Outlet Amanda Brownies buka buka terus seminggu full, untuk karyawan liburnya satu minggu sekali, untuk jam kerjanya 8 jam jadi bukanya jam 07.30 – 21.00, karyawan dibagi menjadi 2 shift shift pagi sampai siang dan shift siang sampai malam.*

- P : Apakah ada persyaratan khusus dalam menerima karyawan?
- T : *Pasti setiap perusahaan ada syarat khusus dalam menerima karyawan, kalok saya secara pribadi melihat dari cari dia bersosialisasi dan berkomunikasi, terutama untuk bagian pramuniaga berhadapan langsung dengan konsumen bagaimana cara konsumen datang kesini nyaman, merasa dilayani, merasa dihargai yang penting dia komunikatif secara persoal bagus terus bisa bekerja sama secara team. Persyaratan dari perusahaan Amanda Brownies yang pertama usia maksimal 25 tahun, pendidikan minimal SMA/Sederajat, tidak terikat kerja dengan perusahaan lain, tidak terlibat dalam segala bentuk kegiatan kriminal, pengalaman diutamakan.*
- P : Apa yang membuat produk Amanda Brownies berbeda dengan produk brownies lain?
- T : *Yang membuat produk Amanda Brownies berbeda dengan produk brownies lainnya dari taste (rasa), kalok mbaknya udah pernah nyoba pasti tahu perbedaan taste brownies Amanda dengan brownies lain, bukan karena saya kerja disini saya bilang enak, bisa dibandingkan produk brownies Amanda Brownies dengan produk brownies lain pasti tastenya lebih enak dibandingkan dengan produk sejenis lain.*
- P : Apa yang menjadi ciri khas/keistimewaan produk Amanda Brownies?
- T : *Seperti yang sudah saya bilang tadi ciri khas atau keistimewaan dari produk Amanda Brownies dari tastenya yang membuat produk brownies Amanda lebih unggul dibandingkan dengan produk sejenis dari perusahaan lain.*
- P : Apa yang diutamakan dalam produk Amanda Brownies?
- T : *Yang diutamakan dalam produk Amanda Brownies yaitu kualitas, katakanlah dengan harga brownies Amanda yang tidak begitu mahal dengan rasa yang enak, kita bisa menjamin untuk kualitas Amanda Brownies.*
- P : Pada saat ini persaingan antar perusahaan yang memproduksi produk sejenis semakin banyak dan ketat, bagaimana cara perusahaan Amanda

Brownies menghadapi persaingan dengan perusahaan lain yang memproduksi produk sejenis?

T: *Cara perusahaan menghadapi persaingan dengan perusahaan lain yaitu dengan cara selalu menjaga kualitas. Dengan menjaga kualitas saya yakin konsumen tidak akan berpaling.*

P: Sejak kapan Amanda Brownies melakukan inovasi terhadap brownies yang diproduksi?

T: *Untuk itu saya lupa soalnya Amanda Brownies berdiri sejak 19 tahun, di data ada bisa dilihat sendiri didatanya. Tapi Amanda Brownies setiap tahun selalu melakukan inovasi produk pada varian rasanya, contohnya 5 tahun lalu kita memproduksi varian rasa terbaru yaitu banana cheese revolusi dari produk banana bizz yang kita inovasikan lagi menjadi banana cheese. Varian rasa banana bizz dengan banana cheese sama-sama menggunakan campuran buah pisang, yang membedakan hanya rasa dan tampilan yang berbeda. Amanda tidak hanya memproduksi produk brownies ada produk lain selain brownies, tahun ini insyallah Amanda Brownies meluncurkan produk terbaru yaitu produk ice cream. Di Bandung produk ice cream dari Amanda sudah ada, Untuk di Surabaya tempatnya masih dalam tahap pembangunan.*

P: Untuk memenuhi kebutuhan konsumennya Amanda Brownies membuka cabang, Untuk kantor Amanda Brownies Cabang Jember sendiri oleh kantor pusat diberi wewenang memegang outlet dimana saja ?

T: *Untuk memenuhi kebutuhan konsumen Amanda Brownies, Amanda Brownies membuka cabang hampir diseluruh kota di Indonesia, untuk saya sendiri diberi kewenangan untuk memegang outlet di daerah Jember, Situbondo, Lumajang untuk outlet di Jember sendiri ada 2 yang pertama di Jl. Gaja Mada No. 146 Kaliwates, Rambipuji Jember, yang kedua di Jl Jawa. No. 88, Campus Resto Jember, Sumbersari Jember.*

- P: Apakah inovasi produk yang dilakukan Amanda Brownies memiliki dampak positif, misalnya meningkatnya penjualan?
- T: *Inovasi yang dilakukan Amanda Brownies memiliki dampak positif, hal ini terbukti dari jumlah penjualan Amanda Brownies yang tiap tahunnya meningkat.*
- P: Varian rasa apa saja yang diproduksi Amanda Brownies?
- T: *Varian rasanya ada banyak untuk brownies kalau disebutkan satu-satu saya tidak hafal karena terlalu banyak, nanti di data ada bisa dilihat sendiri.*
- P: Apakah selalu ada varian rasa terbaru yang diproduksi Amanda Brownies?
- T: *Tiap tahun selalu ada varian rasa terbaru yang diproduksi Amanda Brownies. Untuk tahun ini kita bekerja sama dengan produk-produk UKM bisa dilihat dibawah ada beberapa produk-produk kue kering milik UKM, dengan adanya produk UKM di outlet Amanda tidak akan merubah mindset orang untuk membeli kue kering, tetapi tetap mindset orang membeli brownies Amanda.*
- P: Dalam melakukan inovasi varian rasa, pertimbangan apa saja yang menjadi alasan untuk membuat varian rasa terbaru?
- T: *Pertimbangan untuk melakukan inovasi yaitu permintaan pasar, mengikuti pasar karena pasar tambah lama permintaannya makin banyak dan makin bermacam-macam, bukan hanya itu ada pertimbangan khusus selain itu seperti memenuhi keinginan konsumen yang berubah karena kalau rasanya tetap seperti itu tidak ada inovasi konsumen akan bosan dan akan kalah bersaing dengan perusahaan lain yang memproduksi produk sejenis.*
- P: Ada berapa macam kemasan yang digunakan untuk mengemas brownies yang diproduksi Amanda Brownies?
- T: *Ada 2 macam kemasan yang digunakan yang pertama kotak Amanda Brownies yang kedua baru-baru ini Amanda Brownies menyediakan kemasan, kotak kecil ini khusus snack box, untuk acara-acara rapat,*

tasayakuran, contohnya kemarin ada pemesan untuk acara try out BIMBEL. Dalam satu kotak ada beberapa varian rasa dalam bentuk snack box, untuk kotak kecil ini minimal pemesanan 100 box.

P: Inovasi apa yang dilakukan Amanda Brownies pada kemasan produk?

T: *Inovasi untuk kemasannya dibuat desain gambar dan warna yang berbeda-beda untuk setiap rasa, misalkan rasa pandan warna kotak kemasan hijau.*

P: Apakah kemasan tersebut bisa menarik konsumen untuk membeli brownies Amanda

T: *Pasti desain kemasan bisa menarik konsumen untuk membeli brownies Amanda. Karena konsumen melihat dari tampilan kemasannya misalnya kayak orang cari jodoh pasti yang pertama kali dilihat fisiknya.*

P: Apakah selalu ada pembaharuan pada desain kemasan brownies Amanda?

T: *Untuk pembaharuan pada desain kemasan pasti ada, Amanda Brownies sudah melakukan pembaharuan desain kemasan yang ke 3 kali dari awal amanda brownies berdiri.*

P: Inovasi apa saja yang terjadi pada desain dalam memproduksi produk Amanda Brownies?

T: *Inovasi desain yang terjadi pada Amanda Brownies yaitu menggunakan desain berlapis, desain berlapis terdiri dari 2 lapis dan 3 lapis. Untuk brownies rasa original menggunakan desain polos hanya satu lapis.*

P: Ada berapa banyak macam desain yang diterapkan Amanda Brownies?

T: *Desain yang diterapkan Amanda Brownies ada 3 desain yang pertama satu lapis, kedua menggunakan desain 2 lapis, ketiga menggunakan desain 3 lapis, desain tersebut dibuat untuk varian rasa brownies tertentu. Namun untuk desain brownies dengan rasa original menggunakan desain satu lapis.*

P: Apakah desain pada produk brownies Amanda dapat menarik minat

konsumen?

T : *Pastinya desain brownies Amanda bisa menarik minat konsumen untuk membeli.*

P : Apa saja inovasi bahan komplementer (bahan-bahan lain) yang digunakan dalam proses pembuatan produk dan inovasi pada produk Amanda Brownies?

T : *Bahan komplementer yang digunakan dalam proses pembuatan brownies yaitu buah sarikaya, blueberry, strawberry, pisang, ekstra pandan, ekstra melon, ekstra lemon dan coklat tiramisu sedangkan untuk bahan pelengkap nya dengan menambahkan keju dan kacang almond.*

P : Pengembangan bahan komplementer untuk setiap varian rasa apa sama?

T : *Untuk pengembangan bahan komplementer yang digunakan jelas berbeda-beda untuk setiap rasa, karena pengembangan bahan komplementer yang digunakan disesuaikan dengan varian rasa brownies.*

T : Setiap perusahaan pasti mengalami siklus hidup produk, untuk perusahaan Amanda Brownies sendiri bagaimana siklus hidup produk yang dilalui perusahaan Amanda Brownies apakah perusahaan Amanda Brownies melalui semua tahap siklus hidup produk mulai dari tahap pengenalan sampai tahap penurunan ?

P : *Untuk siklus hidup perusahaan Amanda Brownies, perusahaan sampai saat ini masih belum pernah mengalami tahap penurunan sama sekali*

T : Bagaimana tahap siklus hidup produk yang dilalui perusahaan Amanda Brownies?

P *Kalok berbicara tentang tahap siklus hidup produk yang dilalui perusahaan Amanda Brownies, pastinya di awal berdiri perusahaan jelas mengalami tahap pengenalan mbak, tahap pengenalannya pada saat pertama kali produk brownies kukus Amanda Brownies dikenalkan dan dipasarkan ke konsumen. Awal berdiri perusahaan kan di kota*

Bandung jadi tahap pengenalan produk brownies Amanda dikota Bandung sana mbak untuk detailnya bagaimana tahap pengenalan yang dilalui saya tidak bisa menjelaskan secara detail karena saya mulai menjadi manager di kantor cabang Amanda Brownies sejak tahun 2015 mbak.

P : *Sampai saat ini perusahaan Amanda Brownies masih berada pada tahap apa ?*

T : *Sampai saat ini menurut saya perusahaan masih berada pada tahap pertumbuhan, kenapa saya bisa mengatakan sampai saat ini perusahaan Amanda Brownies masih berada pada tahap pertumbuhan, pastinya mbaknya tau lah sampai saat ini produk perusahaan masih diterima dipasaran dan masih bertahan. Bukan hanya diterima saja mbak malah semakin lama konsumen Amanda Brownies semakin meningkat, peningkatan ini bisa mbak liat dari jumlah penjualan Amanda Brownies yang sudah saya kasih ke mbaknya. Setiap tahun penjualannya selalu mengalami peningkatan sesuai dengan target perusahaan, meskipun sekarang ini banyak sekali, perusahaan yang memproduksi produk brownies juga tapi Amanda tetap bertahan karena Amanda selalu menciptakan ide baru dengan cara memperbarui produknya seperti melakukan pembaharuan pada varian rasanya menjadi lebih beragam sehingga konsumen tidak bosan.*

P : *Untuk tahap kedewasaan, apa perusahaan mengalami tahap ini ?*

T : *Untuk tahap kedewasaan, Amanda Brownies tidak mengalami tahap itu mbak, setau saya tahap kedewasaan itu kan tahapan dimana pertumbuhan penjualannya mulai melambat dan mulai mengalami penurunan, perusahaan tidak mengalami itu mbak. Setiap tahun jumlah penjualan meningkat tidak pernah mengalami penurunan sesuai dengan target perusahaan.*

Apalagi tahap penurunan, Amanda brownies sama sekali tidak pernah mengalami tahap itu mbak. Perusahaan Amanda Brownies selalu berusaha untuk melakukan inovasi dan memperluas wilayah

distribusinya agar produknya semakin dikenal dan tetap selalu bertahan menjadi pemimpin pasar.

- T Apa usaha yang dilakukan perusahaan Amanda Brownies sehingga tetap bertahan dipasaran sampai saat ini dengan wilayah pemasaran yang luas hampir diseluruh kota di Indonesia?
- P *Seperti yang saya katakan diawal perusahaan Amanda Brownies selalu melakukan inovasi produk dengan menambah varian rasa brownies menjadi lebih beragam sehingga konsumen tidak bosan dengan varian rasa itu-itu saja selain itu Amanda Brownies tetap mempertahankan tastenya agar konsumen tidak kecewa dan tidak beralih ke produk lain itu yang membuat perusahaan bisa bertahan sampai saat ini bukan hanya bertahan malah semakin berkembang dengan membuka outlet hampir di seluruh kota di Indonesia.*

Transkrip Wawancara Informan Tambahan
(Karyawan Amanda Brownies cabang Jember)

Identitas Informan Utama

Nama : Firda Amalia Hasni
Umur : 21 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Pedadung Wetan Kaliurang, Rambipuji Jember
Jabatan : Karyawan Bagian Pramuniaga Amanda Brownies cabang Jember

P : Peneliti

F : Karyawan Bagian Pramuniaga Amanda Brownies cabang Jember bernama Firda

P : Apa tugas anda di Amanda Brownies cabang Jember ?

F : *Tugas saya disini sebagai Front Office (FO).*

P : Apakah anda pergantian jam kerja ?

F : *Ada, pergantian jamnya 8 jam sekali.*

P : Varian rasa brownies apa yang paling diminati oleh konsumen ?

F : *Varian rasa brownies yang paling diminati konsumen yaitu rasa cheese cream.*

P : Bagaimana proses pemasaran brownies Amanda?

F : *Proses pemasaran Brownies Amanda secara langsung artinya kami menjual langsung dari outlet dan konsumen datang ke outlet, pemasaran kita kadang satu bulan sekali menggunakan MOKO (Mobil Toko) Amanda Brownies di tempat-tempat tertentu, setiap minggu Amanda Brownies juga menjual produk brownies di acara Car Free Day di alun-alun Jember.*

P : Kendala-kendala apa saja yang dihadapi saat melakukan proses pemasaran brownies Amanda?

- F:** *Sejauh ini tidak ada kendala, mungkin karena penjualan kita secara langsung ke konsumen. konsumen langsung datang ke outlet Amanda.*
- P:** *Apakah pernah ada komplain yang dilakukan konsumen ?*
- F:** *Kadang-kadang ada konsumen yang komplain, misalkan karena kemasannya yang lecet sedikit dia tidak mau minta yang benar-benar rapi.*
- P:** *Bagaimana tanggapan anda apabila ada konsumen yang komplain?*
- F:** *Jika ada konsumen yang komplain kita sikapi dengan sabar, kita tanya maunya konsumen apa dan akan kita turuti, misalkan konsumen komplain karena kemasannya sedikit lecet kita langsung mengganti dengan kemasan yang baru yang tidak lecet.*

Transkrip Wawancara Informan Tambahan
(Konsumen Amanda Brownies cabang Jember)

Identitas Informan Utama

Nama : Indah Sari
Umur : 26
Jenie Kelamin : Perempuan
Alamat : Jln. Jawa IV C No. 3 Sumbersari, Jember
Jabatan : Konsumen Amanda Brownies cabang Jember

P : Peneliti

K : Konsumen Amanda Brownies cabang Jember bernama Indah Sari

P : Seberapa sering anda membeli produk Amanda Brownies ?

I : *Kalok saya tidak tentu mbak tapi hampir setiap minggu saya beli brownies Amanda mbak, saya dan keluarga saya merupakan salah satu penggemar brownies Amanda.*

P : Produk brownies varian rasa apa yang sering anda beli ?

I : *Saya sangat suka dengan varian rasa pink marble, dan sering membeli varian rasa pink marble*

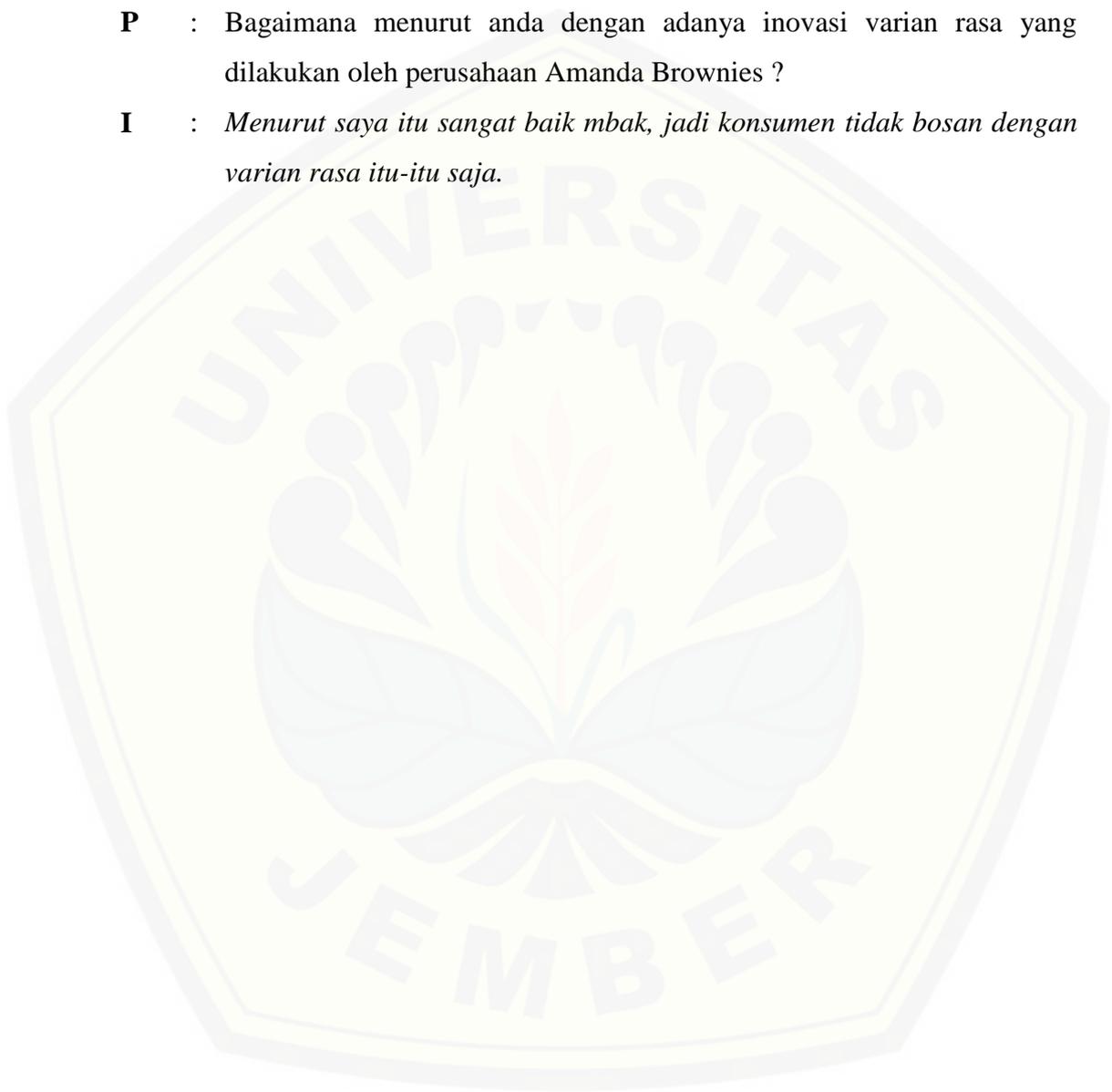
P : Mengapa anda lebih memilih membeli brownies produk Amanda Brownies dari pada produk brownies lainnya padahal di Jember sendiri banyak sekali perusahaan yang menjual kue brownies ?

I : *Saya lebih memilih membeli produk Amanda Brownies dibanding dengan produk yang lain karena kualitas produk Amanda Brownies sudah terjamin mbak, brownies Amanda juga tidak menggunakan bahan pengawet jadi aman untuk dikonsumsi. Rasanya pun berbeda dari pada brownies lain mbak brownies Amanda teksturnya lebih lembut dibanding brownies lain dan varian rasanya yang beragam itu loh mbak yang bikin saya tidak bosan, biasanya brownies Cuma*

rasa coklat saja tapi kalok brownies Amanda varian rasanya banyak sekali mbak jadi saya gag merasa bosan dengan rasa itu-ituu saja. Jadi meskipun harga brownies Amanda lebih mahal dibanding yang lain saya tidak masalah mbak.

P : Bagaimana menurut anda dengan adanya inovasi varian rasa yang dilakukan oleh perusahaan Amanda Brownies ?

I : *Menurut saya itu sangat baik mbak, jadi konsumen tidak bosan dengan varian rasa itu-ituu saja.*



Lampiran 5



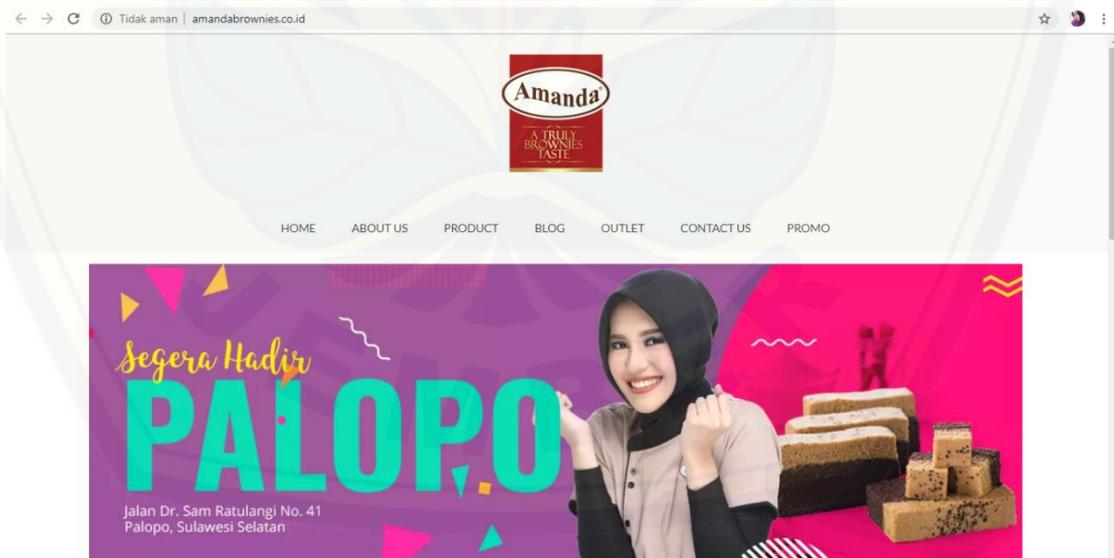
Gambar Kantor Outlet Amanda Brownies Cabang Jember



Outlet Amanda Brownies Jl. Gajah Mada No. 146 Jember



Logo Perusahaan Amanda Brownies



Website Perusahaan Amanda Brownies

Inovasi Berbasis Modulasi



Inovasi Berbasis Kemasan



Kemasan kotak (dus)



Kemasan *Snack Box*

Inovasi Berbasis Desain



Desain Polos



Desain Berlapis

Inovasi Berbasis Pengembangan Bahan Komplementer



Penambahan bahan pelengkap parutan keju



Penambahan bahan pelengkap coklat tiramisu, kismis dan kacang almond

Wawancara dengan manager kantor Amanda Brownies cabang Jember



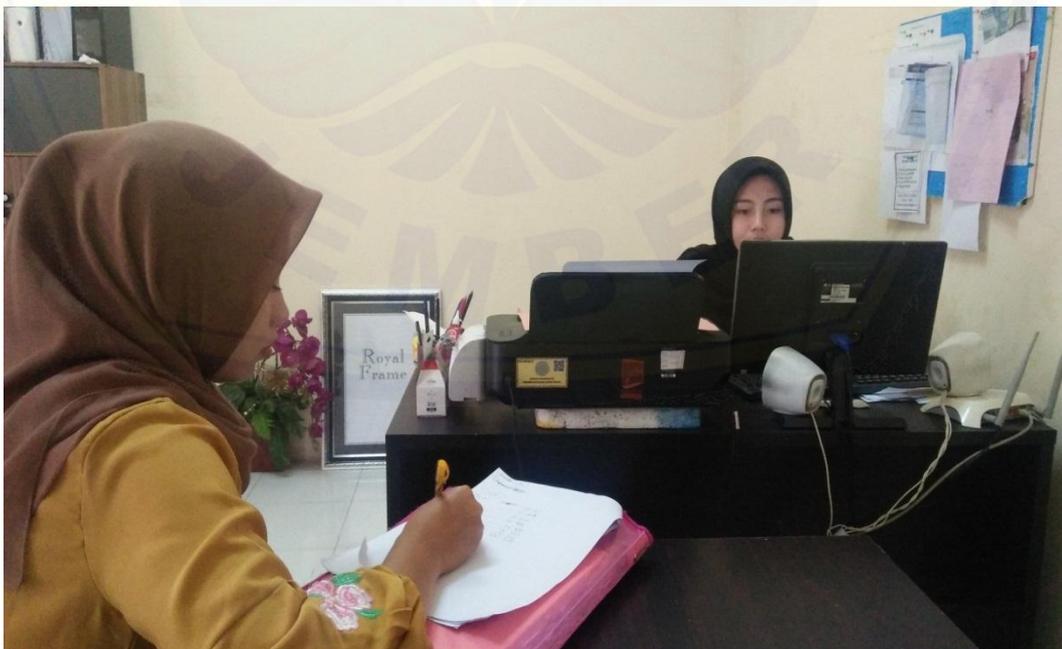
Wawancara dengan karyawan Amanda Brownies cabang Jember



Wawancara dengan konsumen Amanda Brownies cabang Jember



Pengambilan data volume penjualan dan varian rasa di bagian Administrasi



Lampiran 6**Volume Penjualan Amanda Brownies Cabang Jember
Tahun 2016-2018**

Bulan	Volume Penjualan (Qty) / box		
	2016	2017	2018
Januari	13.400	17.600	20.355
Februari	11.100	17.010	17.608
Maret	12.005	15.894	19.900
April	10.434	16.320	17.499
Mei	12.500	15.000	17.899
Juni	10.600	17.500	18.202
Juli	13.800	16.800	19.221
Agustus	10.150	16.000	19.328
September	10.475	17.400	18.331
Oktober	11.500	16.350	19.110
November	11.200	15.450	19.981
Desember	16.750	20.760	19.891
Total	143.914	201.584	226.325

Sumber : Amanda Brownies Cabnag Jember (2018)

Lampiran 7. Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS JEMBER
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl Kalimantan No.37 Kampus Bumi Tegalboto kotak pos 162 Jember 68121
 Telepon: 0331-334988, 330738, Faximile: 0331-332475
 Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor **3895** /UN25.1.5/LT/2018
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

14 MAY 2018

Yth. Store Manager Amanda Jember
 di Kabupaten Jember

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember di bawah ini:

Nama	: Nadya Cahya Umi Mashita
NIM	: 150210301005
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Jurusan	: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Berkeanaan dengan penyelesaian tugas akhir, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di tempat yang Saudara pimpin.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi atau data yang diperlukan.

Demikian atas perkenaan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
 Wakil Dekan I,



Prof. Dr. Suratno, M.Si
 NIP. 19670625 199203 1 003

Lampiran 8. Surat Bukti Penelitian



AMANDA BROWNIES
Jalan Gajah Mada No. 146 Kota Jember

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Theo Adi Santoso
Jabatan : Manager Amanda Brownies cabang Jember
Alamat : Jl: Gajah Mada No. 146 Jember

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Nadya Cahya Umi Mashita
NIM : 150210301005
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Jurusan/prodi : IPS/ Pendidikan Ekonomi
Universitas : Universitas Jember

Telah benar-benar selesai melakukan penelitian di Amanda Brownies Cabang Jember selama 2 (dua) bulan, terhitung mulai tanggal 28 Januari 2019 sampai dengan tanggal 08 Maret 2019 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“INOVASI PRODUK DALAM UPAYA MEMPERLUAS PASAR PADA AMANDA BROWNIES ”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 08 Maret 2019

Manager



GAJAH MADA NO. 146 JEMBER
TELP. 0331-9900277
Theo Adi Santoso

Lampiran 9

Lembar Konsultasi Pembimbing I



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp / Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Nadya Cahya Umi Mashita
 NIM/ Angkatan : 150210301005/ 2015
 Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : INOVASI PRODUK DALAM UPAYA MEMPERLUAS PASAR PADA AMANDA BROWNIES JEMBER (Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Jember)
 Pembimbing I : Drs. Joko Widodo, M.M

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	06 Agustus 2018	ACC Judul	
2.	02 November 2018	Konsultasi Bab I, II, III	
3.	23 November 2018	Revisi Bab I, II, III	
4.	23 November 2018	ACC Seminar	
5.	08 Maret 2019	Konsultasi Bab IV, V	
6.	13 Maret 2019	Revisi Bab IV, V	
7.	18 Maret 2019	Revisi Bab IV, V	
8.	22 Maret 2019	Revisi Bab IV, V	
9.	26 Maret 2019	Revisi Bab IV, V	
10.	29 Maret 2019	Revisi Bab IV, V	
11.	05 April 2019	Revisi Bab IV, V	
12.	11 April 2019	Revisi Ujian	
13.			
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan di isi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Lampiran 10

Lembar Konsultasi Pembimbing II



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Nadya Cahya Umi Mashita
 NIM/ Angkatan : 150210301005/ 2015
 Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : INOVASI PRODUK DALAM UPAYA MEMPERLUAS PASAR PADA AMANDA BROWNIES JEMBER (Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Jember)
 Pembimbing II : Mukhamad Zulianto, S.Pd, M.Pd.

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT Pembimbing I
1.	06 Agustus 2018	ACC Judul	<i>[Signature]</i>
2.	02 November 2018	Konsultasi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
3.	28 November 2018	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
4.	07 Desember 2018	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
5.	17 Desember 2018	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
6.	27 Desember 2018	ACC Seminar	<i>[Signature]</i>
7.	22 Maret 2019	Konsultasi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
8.	01 April 2019	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
9.	05 April 2019	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
10.	09 April 2019	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
11.	15 April 2019	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
12.	23 April 2019	ACC Ujian	<i>[Signature]</i>
13.			
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan di isi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Identitas**

1. Nama : Nadya Cahya Umi Mashita
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 13 Juni 1997
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Nama Orang Tua :
 - a. Ayah : Suwartono
 - b. Ibu : Tiyami
6. Alamat Asli : Jl. Pemandian Patemon Dusun Krajan 01,
RT: 09 RW: 01 Patemon Tanggul Jember

B. Pendidikan

No.	Nama Sekolah	Tempat	Tahun
1.	TK. Kartika Chandra Kirana	Tanggul Jember	2003
2.	SDN Tanggul Kulon 01	Tanggul Jember	2004
3.	SMP Negeri 3 Tanggul	Tanggul Jember	2010
4.	SMA Negeri 2 Tangul	Tanggul Jember	2013