



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT No.: 3949/SK/BAN-PT/AKRED/S/X/2019*

**Analisis Strategi Inovasi AR Brew**

Skripsi

Oleh

Kanniya Maghfira Izzani

2017320071

Bandung

2021



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT No.: 3949/SK/BAN-PT/AKRED/S/X/2019*

**Analisis Strategi Inovasi AR Brew**

Skripsi

Oleh

Kanniya Maghfira Izzani

2017320071

Pembimbing

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

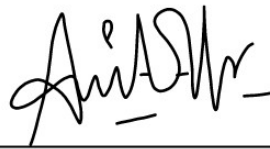
Nama : Kanniya Maghfira Izzani  
Nomor Pokok : 2017320071  
Judul : Analisis Strategi Inovasi AR Brew

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Jumat, 15 Januari 2021  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

:   
\_\_\_\_\_


**Sekretaris**

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Kanniya Maghfira Izzani  
NPM : 2017320071  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Strategi Inovasi AR Brew

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 7 Januari 2021



Kanniya Maghfira Izzani

## ABSTRAK

Nama : Kanniya Maghfira Izzani  
NPM : 2017320071  
Judul : Analisis Strategi Inovasi AR Brew

---

Inovasi merupakan salah satu aktivitas kunci yang harus dilakukan perusahaan untuk tetap bertahan dan berkembang saat ini. Salah satunya adalah industri HPTL (Hasil Pengolahan Tembakau Lainnya) atau rokok elektrik. Penelitian ini menganalisis strategi inovasi yang dilakukan oleh perusahaan AR Brew dan menganalisis strategi pengembangan inovasi di masa mendatang. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Analisis data menggunakan beberapa alat bantu yaitu *Porter's Five Forces*, PESTLE, IFE, EFE, CPM, SFAS, SWOT, SPACE, IE, Grand Strategy, dan QSPM. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa strategi inovasi yang tepat untuk dilakukan oleh perusahaannya adalah pengembangan produk. Hal tersebut sesuai dengan yang dilakukan oleh AR Brew yang berfokus pada inovasi produk, khususnya rasa pada produk tersebut. Strategi yang dilakukan tersebut sudah cukup efektif dan tepat karena sesuai dengan segala kelemahan dan kekuatan yang dimilikinya.

Kata Kunci: strategi inovasi, rokok elektrik, pengembangan produk

## ABSTRACT

Name : Kanniya Maghfira Izzani  
Student ID : 2017320071  
Title : *AR Brew's Innovation Strategy Analysis*

---

*Innovation is one of the key activities that companies must undertake to survive and develop today. One of them is the HPTL (Tobacco Processing Products) industry or e-cigarettes. This study analyzes the innovation strategy carried out by the AR Brew company and analyzes the development of innovation strategy in the future. The method used is qualitative, with interviews, documentation, and observation. Data analyze using several tools, namely Porter's Five Forces, PESTLE, IFE, EFE, CPM, SFAS, SWOT, SPACE, IE, Grand Strategy, and QSPM. The results of this study found that the appropriate innovation strategy for the company to do is product development. This is consistent with what AR Brew has done, which focuses on product innovation, especially the taste of the product. The strategy carried out is quite effective and appropriate because it is in accordance with all its weaknesses and strengths.*

*Keywords: innovation strategy, e-cigarette, product development*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “Analisis Strategi Inovasi AR Brew”. Dalam skripsi ini dibahas mengenai strategi inovasi yang dilakukan oleh AR Brew selaku perusahaan yang bergerak di industri HPTL (Hasil Pengolahan Tembakau Lainnya).

Maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Universitas Katolik Parahyangan. Dalam menyusun skripsi ini, peneliti banyak menemui hambatan dan kesulitan, namun berkat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Mangadar Situmorang, Ph.D. selaku Rektor Universitas Katolik Parahyangan.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
4. Bapak Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA. selaku Dosen Pembimbing.

5. Seluruh staf pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada peneliti selama mengikuti studi.
6. Pimpinan dan seluruh karyawan AR Brew yang telah mengizinkan dan memberi bantuan dalam pengumpulan data dan melakukan observasi.
7. Ayahanda Dany Heryawan dan Ibunda Yani Karyani yang tercinta atas seluruh dukungan, bantuan, dan doa restu yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kakak Muhammad Fauzan Naufal dan Adik Raja Rajendra yang tersayang atas dorongan dan bantuan yang telah diberikan selama proses skripsi ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa/i, teman-teman serta sahabat atas segala bantuan dan kerja samanya.

Dengan dan dari hati yang terdalam peneliti panjatkan doa kepada Allah SWT agar seluruh amal baik semua pihak mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan.

Bandung, 1 Januari 2021

Kanniya Maghfira Izzani



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Sistematika Penelitian .....	5
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1. Strategi .....	7
2.1.1. Tahap Perencanaan Strategis .....	9
2.1.2. Analisis PESTLE .....	29
2.1.3. Diagram Sebab Akibat ( <i>Fishbone</i> ) .....	30
2.1.4. Analisis Lingkungan Internal .....	31
2.2. Inovasi .....	34
2.2.1. Definisi dan Pengertian Inovasi .....	35
2.2.2. Jenis-Jenis Inovasi .....	36
2.3. Hasil Penelitian Terdahulu .....	39
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	42
3.1. Jenis Penelitian .....	42
3.2. Metode Penelitian .....	43
3.3. Model Penelitian .....	43
3.4. Informan Penelitian .....	45
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	45

3.5.1.	Metode Observasi.....	45
3.5.2.	Metode Wawancara ( <i>interview</i> ).....	46
3.5.3.	Metode Dokumentasi .....	46
3.6.	Teknik Analisis Data .....	47
3.7.	Instrumen Penelitian.....	48
BAB 4	OBJEK PENELITIAN.....	53
4.1.	Sejarah Singkat Organisasi.....	53
4.2.	Visi dan Misi Organisasi .....	54
4.3.	Struktur Organisasi.....	54
4.4.	Produk/Jasa dari Organisasi .....	56
4.5.	Alamat Perusahaan, Media Sosial, <i>Market Place</i> .....	56
4.6.	Program yang diunggulkan perusahaan.....	57
4.7.	<i>Standard Operating Procedure</i> (SOP) .....	58
BAB 5	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	70
5.1.	Analisis Lingkungan Internal .....	70
5.1.1.	Pemasaran .....	70
5.1.2.	Produksi .....	79
5.1.3.	Sumber Daya Manusia (SDM).....	82
5.1.4.	Keuangan.....	84
5.2.	Analisis Lingkungan Eksternal .....	84
5.2.1.	Analisis PESTLE .....	85
5.2.2.	Analisis <i>Porter's Five Forces</i> .....	89
5.3.	Analisis SWOT.....	94
5.4.	Diagram <i>Fishbone</i> .....	98
5.5.	Perencanaan Strategis.....	101
5.5.1.	<i>Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix</i> .....	101
5.5.2.	<i>External Factor Evaluation (EFE) Matrix</i> .....	102
5.5.3.	<i>Strategic Factor Analysis Summary (SFAS)</i> .....	104
5.5.4.	<i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM) .....	104
5.5.5.	SWOT Matrix .....	105
5.5.6.	<i>Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix</i> .....	108
5.5.7.	<i>Internal-Eksternal (IE) Matrix</i> .....	110

5.5.8.	<i>Grand Strategy Matrix</i> .....	112
5.5.9.	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i> .....	113
5.6.	Tipe Inovasi .....	114
5.6.1.	Inovasi Produk .....	114
5.6.2.	Inovasi Proses .....	115
5.6.3.	Inovasi Posisi .....	117
5.6.4.	Inovasi Paradigma .....	117
5.7.	Sifat Inovasi .....	118
5.7.1.	Radikal .....	118
5.7.2.	Inkremental .....	118
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN .....	119
6.1.	Kesimpulan .....	119
6.2.	Saran .....	120
6.3.	Keterbatasan Penelitian .....	121
DAFTAR	PUSTAKA .....	122
LAMPIRAN	.....	128

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekapitulasi Penjualan AR Brew Tahun 2020 .....	4
Tabel 2.1 Matriks EFE .....	15
Tabel 2.2 Matriks CPM.....	16
Tabel 2.3 Matriks IFE .....	18
Tabel 2.4 Matriks SWOT .....	20
Tabel 2.5 Matriks QSPM .....	28
Tabel 2.6 Perbedaan Inovasi Inkremental dan Inovasi Radikal.....	38
Tabel 5.1 Matriks IFE AR Brew .....	101
Tabel 5.2 Matriks EFE AR Brew .....	102
Tabel 5.3 Matriks SFAS AR Brew .....	104
Tabel 5.4 Matriks CPM AR Brew .....	105
Tabel 5.5 Matriks SWOT AR Brew.....	106
Tabel 5.6 Matriks SPACE AR Brew .....	108
Tabel 5.7 Matriks QSPM AR Brew .....	113
Tabel 5.8 Timeline inovasi Produk AR Brew .....	115

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Manajemen Strategis.....	9
Gambar 2.2 Model Kerangka Kerja Perumusan Strategi.....	10
Gambar 2.3 Model Lima Kekuatan Porter.....	11
Gambar 2.4 Matriks SPACE.....	23
Gambar 2.5 Matriks IE.....	25
Gambar 2.6 Matriks Grand Strategy.....	27
Gambar 2.7 Inovasi 4P.....	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi AR Brew.....	54
Gambar 4.2 Produk AR Brew (Go Drips).....	56
Gambar 4.3 Produk AR Brew (Romeo's Breath).....	56
Gambar 4.4 Flowchart Proses Inovasi Produk.....	69
Gambar 5.1 Diagram Fishbone.....	98
Gambar 5.2 Matriks SPACE AR Brew.....	109
Gambar 5.3 Matriks Internal Eksternal AR Brew.....	111
Gambar 5.4 Matriks Strategi Besar AR Brew.....	112

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 8.1 Foto Produk Go Drips.....	128
Lampiran 8.2 Foto Produk Romeo's Breath.....	128
Lampiran 8.3 Foto Produk El Pudin .....	129
Lampiran 8.4 Foto Produk XXX.....	129
Lampiran 8.5 Foto Produk Frutta Fresca .....	129
Lampiran 8.6 Foto Produk Almora Signature.....	130
Lampiran 8.7 Foto Produk Cereale .....	130
Lampiran 8.8 Foto Produk Coffee Time .....	130
Lampiran 8.9 Foto Produk Cream Joy .....	131
Lampiran 8.10 Foto Produk Deluxe AR Brew.....	131
Lampiran 8.11 Foto Produk Fans Mochi .....	131
Lampiran 8.12 Foto Produk Hi! You .....	132
Lampiran 8.13 Foto Produk Kill Jam.....	132
Lampiran 8.14 Foto Produk Konello .....	132
Lampiran 8.15 Foto Produk Lazy Donuts SE.....	133
Lampiran 8.16 Foto Produk Lazy Donuts.....	133
Lampiran 8.17 Foto Produk Love Cake .....	133
Lampiran 8.18 Foto Produk Pound Me.....	134
Lampiran 8.19 Foto Produk Temari.....	134
Lampiran 8.20 Foto Produk Emotion.....	134
Lampiran 8.21 Foto Produk Fris .....	135
Lampiran 8.22 Foto Produk Juicy Juice.....	135

Lampiran 8.23 Foto Produk Stella Rossa.....	135
Lampiran 8.24 Gudang Bahan Baku .....	136
Lampiran 8.25 Gudang Bahan Baku .....	136
Lampiran 8.26 Ruang Peresapan.....	137
Lampiran 8.27 Ruang Pembuatan (Brewing Space).....	137
Lampiran 8.28 Ruang Produksi .....	138
Lampiran 8.29 Gudang Perlengkapan.....	138
Lampiran 8.30 Mesin .....	139
Lampiran 8.31 Gudang Produk .....	139
Lampiran 8.32 Ruang Riset & Pengembangan .....	140
Lampiran 8.33 Ruang kantor karyawan .....	140
Lampiran 8.34 Ruang kreatif .....	141
Lampiran 8.35 Foto Peneliti Dengan Wakil Direktur AR Brew.....	141
Lampiran 8.36 Surat Izin Usaha.....	142
Lampiran 8.37 Nomor Pokok Pengusaha Barang Kena Cukai .....	143
Lampiran 8.38 Piagam Penghargaan.....	144
Lampiran 8.39 Sertifikat Keanggotaan APVI.....	144
Lampiran 8.40 Wawancara .....	166
Lampiran 8.41 Hasil Kuesioner Pra Penelitian Pengguna Rokok Elektrik.....	168
Lampiran 8.42 Hasil Kuesioner Pra Penelitian Pengguna Rokok Elektrik.....	168
Lampiran 8.43 Hasil Kuesioner Pra Penelitian Pengguna Rokok Elektrik.....	169
Lampiran 8.44 Hasil Kuesioner Pra Penelitian Pengguna Rokok Elektrik.....	169

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi memberikan beragam perubahan dalam kehidupan manusia. Kondisi ini membuat bisnis harus beradaptasi dengan perubahan yang ada. Berdasarkan kutipan dari Darwin (1859), bahwa makhluk yang tidak dapat beradaptasi dengan lingkungannya maka lama kelamaan akan punah. Yang tersisa hanyalah mereka yang mampu beradaptasi dengan lingkungannya dan makhluk hidup akan terus bersaing demi mempertahankan hidupnya. Maka dari itu, bisnis harus senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman agar dapat terus bertahan hidup.

Perubahan pun terjadi pada kebiasaan masyarakat dalam merokok. Jika dahulu orang-orang mengkonsumsinya dengan cara biasa yaitu dilinting dan dibakar, kini perokok dapat menikmatinya melalui rokok elektrik yang memakai baterai. Hal tersebut termasuk salah satu kecanggihan teknologi masa kini yang membuat praktis para penggunanya. Bahkan rokok elektrik pun ditampilkan dengan ragam varian rasa yang kekinian, seperti boba, mie goreng, kopi susu, *salted egg*, oat (gandum), es krim, dan masih banyak lagi. Berdasarkan data yang dikutip dari Rizqi (2020) bahwa pengguna rokok elektrik di Indonesia saat ini mencapai 1,2 sampai 1,5 juta orang dan dengan kenaikan 375% pengguna rokok elektrik (*vape*) di tahun 2019. Hal tersebut merupakan peluang besar bagi perusahaan, karena



kemungkinan penggunaannya akan meningkat lagi ditambah dengan isu naiknya tarif cukai rokok yang memungkinkan penggunaannya beralih menggunakan rokok elektrik.

Peluang yang besar mendorong pelaku bisnis berlomba-lomba meraup kesempatan yang ada dengan berpikir kreatif dan inovatif agar dapat unggul di pasarnya. Kreatif menurut Munandar (2009) adalah hasil interaksi antara insan manusia dengan lingkungannya yang mana mampu membuat kombinasi baru atau variatif berdasarkan data, informasi, dan unsur lainnya yang sudah ada. Sedangkan inovatif menurut Fontana (2011) adalah proses pengembangan dan pengenalan produk/sistem baru yang membawa kesuksesan pada perusahaan. Namun nyatanya, tidak semua bisnis dapat melakukan hal tersebut. Masih terdapat bisnis yang terjebak pada "*success trap*", yakni merasa puas dan berupaya untuk tetap melakukan apa yang sukses atau berhasil dimasa lalu daripada berkembang mengikuti perubahan zaman ataupun keinginan konsumen (Arussy, 2015).

Seperti yang dilansir pada Permana (2019), inovasi bisnis adalah suatu perubahan dalam perusahaan dengan maksud mengembangkan perusahaan tersebut ke arah yang lebih baik. Inovasi bisnis merupakan hal mutlak dan wajib dilakukan oleh bisnis untuk kelangsungan hidupnya secara berkesinambungan. Aspek-aspek yang mungkin dilakukan inovasi antara lain adalah produk, pemasaran, pengelolaan konsumen, dan pelayanan. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan mampu bertahan di dalam persaingan yang semakin ketat ini. Karena perusahaan yang maju dan berkembang adalah yang mampu terus berinovasi dalam bisnisnya.

*Liquid vape* termasuk pada industri HPTL (Hasil Pengolahan Tembakau Lainnya) berbeda dengan rokok konvensional yaitu IHT (Industri Hasil Tembakau). Pada *liquid vape*, rasa yang dihadirkan lebih beragam daripada rokok konvensional. Rasa menjadi kunci keberhasilan bagi pelaku bisnis di industri ini. Hal ini dibuktikan dengan survei berupa kuesioner oleh peneliti pada pengguna rokok elektrik yang menempatkan rasa menjadi faktor terpenting dalam menikmati rokok elektrik. Perusahaan berlomba-lomba menciptakan rasa yang sesuai dengan selera mayoritas orang serta mengikuti tren yang sedang hadir disaat itu. Oleh sebab itu, jelas bahwa industri ini membutuhkan inovasi produk yang tinggi guna menarik minat target pasarnya yaitu pengguna rokok elektrik. Persaingan yang ketat membuat perusahaan harus mampu berpikir cepat dan tepat dalam inovasi produknya tersebut. Beberapa perusahaan *liquid vape* yang sudah cukup terkenal antara lain adalah PT. Indo Rasa Karunia, PT. Asia Vaporido Berjaya, CV. Limousine, CV. Khalifah of Brothers, CV. Beladera Liquindo, dan lain-lain.

Pada kesempatan kali ini, peneliti mengambil subjek penelitiannya yaitu AR Brew. AR Brew adalah perusahaan yang memproduksi berbagai macam *liquid/cairan* untuk rokok elektrik yang berdiri di Bandung sejak bulan Desember 2018. Dilihat dari persaingan di industri ini yang ketat dan kebutuhan inovasi yang tinggi, maka peneliti tertarik untuk mengetahui apa strategi yang telah dilakukan oleh AR Brew hingga dapat terus bertahan sampai saat ini. Ditambah lagi dengan adanya pandemi COVID-19 ini yang berdampak sangat hebat kepada AR Brew, sehingga mengharuskan perusahaan berinovasi. Seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Rekapitulasi Penjualan AR Brew Tahun 2020

Bulan	Penjualan
Januari	Rp 416,397,500
Februari	Rp 1,458,908,400
Maret	Rp 1,155,430,000
April	Rp 453,275,000
Mei	Rp 240,225,000
Juni	Rp 801,139,000
Juli	Rp 374,555,000
Agustus	Rp 181,110,000
September	Rp 208,975,000
Oktober	Rp 236,325,000

Dari tabel di atas dapat terlihat secara signifikan perubahannya sejak pandemi COVID-19 melanda Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kepada strategi inovasi yang diambil oleh AR Brew dan hasil dari penerapan strategi tersebut. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Inovasi AR Brew”.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dihasilkan identifikasi masalah sebagai berikut:

- Bagaimana strategi inovasi yang dilakukan oleh AR Brew saat ini?
- Bagaimana analisis strategi pengembangan inovasi AR Brew di masa mendatang?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ada diidentifikasi masalah, maka berikut tujuan penelitian yang ingin peneliti peroleh:

- Menganalisis strategi inovasi yang dilakukan oleh AR Brew.
- Menganalisis strategi pengembangan inovasi yang dapat dilakukan AR Brew.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penulisan dari pembuatan skripsi ini adalah sebagai berikut:

- Bagi penulis: Sebagai sarana belajar untuk menambah wawasan, pengetahuan, serta keterampilan terkait penelitian di bidang proses inovasi pengembangan suatu produk HPTL (Hasil Pengelolaan Tembakau Lainnya) yaitu *liquid* rokok elektrik.
- Bagi pelaku bisnis: Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi informasi tambahan untuk dapat menjadi masukan ataupun inspirasi dalam menginovasi produk perusahaannya lebih baik lagi.
- Bagi masyarakat: Menambah pengetahuan dan wawasan lebih dalam tentang inovasi, khususnya dalam industri HPTL (Hasil Pengolahan Tembakau Lainnya).

#### **1.5. Sistematika Penelitian**

Bab 1 : Menjelaskan tentang latar belakang masalah pada penelitian ini yaitu keharusan inovasi pada setiap bisnis untuk bertahan hidup, khususnya pada objek penelitian ini yaitu AR Brew dimana tuntutan tinggi untuk terus berinovasi untuk dapat bertahan dan bersaing pada pasarnya.

Bab 2 : Menjelaskan tentang variabel yang terdapat pada penelitian ini.

Bab 3 : Menjelaskan tentang metode penelitian yang diterapkan pada proses penelitian ini.

Bab 4 : Menjelaskan tentang identitas, sejarah, visi dan misi perusahaan yang menjadi objek penelitian pada skripsi ini.

Bab 5 : Menjelaskan tentang hasil dari pengolahan data penelitian serta pembahasan mengenai hasilnya.

Bab 6 : Berisi kesimpulan dan saran dari penelitian ini.