



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Inovasi Produk Pada CV. Inti Prima
Teknik

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Muhammad Iqbal

2012320106

Bandung

2017



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Inovasi Produk Pada CV. Inti Prima
Teknik

Skripsi

Oleh

Muhammad Iqbal

2012320106

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Muhammad Iqbal
Nomor Pokok : 2012320106
Judul : Analisis Strategi Inovasi Produk Pada CV. Inti Prima
Teknik

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 10 Januari 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T

: 

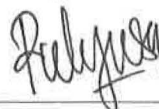
Sekretaris

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

Anggota

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.SE

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Iqbal

NPM : 2012320106

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Inovasi Produk Pada CV. Inti Prima Teknik

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 yang 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 dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 10 Januari 2017



Muhammad Iqbal

Abstrak

Nama : Muhammad Iqbal

NPM : 2012320106

Judul : Analisis Strategi Inovasi Produk Pada CV. Inti Prima Teknik

Industri manufaktur Indonesia pada saat ini menghadapi tingkat persaingan dan tantangan yang besar, khususnya dalam kemampuan untuk menciptakan produk baru sebagai indikator sukses tidaknya dalam menangguk uang kas dan mempengaruhi pikiran konsumen. CV. Inti Prima Teknik adalah perusahaan industri manufaktur yang bergerak dibidang pengadaan suku cadang yang berlokasi di kota Padang. Tujuan Penelitian ini adalah untuk membahas dan mengkaji strategi inovasi produk yang sudah dilakukan oleh CV. Inti Prima Teknik beserta kendala yang dihadapi selama ini kemudian mencari cara mengatasi kendala tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis, dengan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi.

Dengan mengetahui analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal dari CV. Inti Prima Teknik, kemudian bisa dirumuskan faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang. Faktor-faktor ini kemudian diolah menggunakan matriks SWOT dan didapat hasil bawah CV. Inti Prima Teknik lebih dominan dan cocok menggunakan Strategi *Strenght Oportunity* (SO) untuk meningkatkan bisnis ditengah persaingan industri manufaktur yang terus berkembang.

Saran yang diberikan penulis kepada CV. Inti Prima Teknik teruskan melakukan proses produksi sebaik-baiknya. Menciptakan produk berkualitas dengan harga kompetitif adalah salah satu langkah yang selalu dipertahankan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Setiap produk yang diciptakan akan diberikan jaminan kualitas. Proses inovasi ini akan lebih maksimal ketika di dukung dengan penggunaan mesin teknologi modern dengan SDM yang terampil. Ketika mutu, inovasi, dan teknologi dimaksimalkan, maka peluang untuk menjadi market leader akan sangat terbuka.

Kata Kunci : Strategi Inovasi, Inovasi Produk, Industri Manufaktur dan suku cadang.

Abstract

Name : Muhammad Iqbal

NPM : 2012320106

Title : Analysis of Product Innovation Strategy in CV. Inti Prima Teknik

Indonesia's industrial manufacturing nowadays is facing the level of high competitiveness. Having the ability to create new products became an indicator of success or failure in gaining profit and influence consumers. CV. Inti Prima Teknik is an industrial manufacturing company focusing on procurement of spare parts located in Padang. The purpose of this research is to describe and analyze the strategy of product innovation that has been done by CV. Inti Prima Teknik, the obstacles that company's been facing, and how to solve them.

This research uses the descriptive analytical method, with the techniques of collecting data through interviews, observation and documentation's study.

By understanding the internal and external environment of CV. Inti Prima Teknik, strengths, weaknesses, threats and opportunities factors could be formulated. The SWOT matrix is used to examine the factors, concluding that CV. Inti Prima Teknik could be more dominant and successful by using Strength Opportunity (SO) Strategies to improve business in the middle of the manufacturing industry competition.

Advice given to the CV. Inti Prima Teknik, is to keep production process forward. Ensuring the quality of products at competitive prices is a good step that shall be maintained to build and maintain consumers trust. The innovation process will be maximized when supported by the use of modern technology with skilled human resources. When quality, innovation, and technology is maximized, the chance to become the market leader will be opened.

Keywords: Innovation Strategy, Product Innovation, Industrial Manufacturing and spare parts

Kata Pengantar

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkat, karunia, bimbingan serta rahmat yang telah dilimpahkan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Analisis Strategi Inovasi Produk pada CV. Inti Prima Teknik. Adapun skripsi ini – sebagai sebuah karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi persyaratan ujian tugas akhir program S-1 Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti ingin mencoba memberikan yang terbaik namun peneliti juga sangat menyadari akan kekurangan dan keterbatasan diri peneliti dalam melakukan penelitian ini. Oleh karena itu, apa yang disajikan di dalam skripsi ini hanya sesuatu yang sederhana dari segi isi, bahasa, maupun penulisannya. Peneliti sangat berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi mereka yang memerlukan untuk bidang penelitian yang serupa.

Selama persiapan dan penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak sekali bantuan, bimbingan dan dukungan serta doa yang sangat berharga dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan secara moril dan materiil kepada peneliti :

1. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu dan menginspirasi penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas berbagai nasihat yang telah memperluas wawasan dan pengetahuan penulis;
2. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan;
3. Bapak Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D. selaku dosen wali penulis;
4. Kedua orangtua tercinta Ir. M Nur Siin, MM. dan Nedriwati S.Pd.I , serta Kak Amna, Kak Iza, Kak Mimi, Bang Zakky dan seluruh keluarga Saliana yang tak berhenti-hentinya memberikan dukungan dan motivasi baik secara moriil maupun materiil serta kasih sayang kepada penulis dari kecil hingga saat ini;
5. Seluruh dosen di FISIP UNPAR yang selama ini telah membantu dan membekali peneliti dengan berbagai macam ilmu pengetahuan;
6. Pimpinan CV. Inti Prima Teknik yang telah memberikan waktu dan mengizinkan penulis melakukan penelitian disana. Terima kasih juga buat Kak Icha dan Om Suardi yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan data yang diperlukan penulis dalam penelitian ini;
7. Kepada dua wanita paling lucu Pranigita dan Sheila Manik yang berkeinginan menjadi pelawak tapi sayangnya tidak kesampaian. Terima

kasih untuk kacang day-nya, pertemanan-nya, persahabatan-nya dan hari-hari yang sudah dilalui dari awal semester sampe sekarang;

8. Kepada Amelinda Ari Ratnadewi S.IP yang telah mengajarkan bagaimana cara menjadi seorang *ngambis* yang baik dan benar. Terima kasih atas segala bantuan, doa, dorongan, semangat yang diberikan kepada penulis selama proses pembuatan skripsi;
9. Kepada dua wanita unik Anindya Amanda dan Inezka yang selalu memberikan tips unik dan doa unik kepada penulis;
10. Teman-teman Misi Budaya Greece dan Misi Budaya Poland. Terima kasih atas pengalaman dan keceriaan yang telah kita lalui bersama dari awal proses keberlangsungan misi budaya sampai saat ini. Semoga kita semua tetap kompak selalu;
11. Keluarga Lingkung Seni Tradisional UNPAR yang telah memberikan kesempatan mewujudkan impian dan pengalaman berharga kepada penulis;
12. Teman-teman bermain dan belajar - Marco Candino, Agnest Elvianes, Marisa Stella. Sukses buat kita semua di masa depan;
13. Teman-teman seperjuangan di Adm. bisnis – Guntur, Faza, Andreas, Ali, Aradea, Roland, Kemal, Fajar, Juju, Caca, Pier, Rani.
14. Kepada semua Teman-teman Himpunan Mahasiswa Program Studi Ilmu Adminisitrasi Bisnis periode 2013/2014 dan 2014/2015;

15. Teman seperjuangan seminar skripsi Ady Kelvianto dan Marcel Imanuel.
Akhirnya kita lulus juga *bro*. Tanpa bantuan kalian dan kerja keras kita bersama belum tentu skripsi ini bisa selesai tepat waktu..haha :D
16. Teman-teman FISIP UNPAR 2012, teman-teman Kabaret PMKT, dan kepanitiaan lainnya;
17. Serta semua teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak.

Dengan penyusunan skripsi yang dirasakan jauh dari sempurna ini, peneliti hanya berharap Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya.

Bandung, 10 Januari 2017

Muhammad Iqbal

Daftar Isi

Abstrak	i
Abstract	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian	4
BAB 2 KERANGKA TEORI	6
2.1 Definisi Strategi.....	6
2.2 Definisi Inovasi	7
2.3 Inovasi Produk.....	10
2.3.1 Product leadership.....	11
2.3.2 New Product Development.....	13
2.4 Analisis Lingkungan Eksternal	16
2.4.1 Lingkungan Umum	16
2.4.2 Lingkungan Industri.....	17
2.5 Analisis Lingkungan Internal	20
2.6 Analisis SWOT.....	22
2.6.1 Fungsi SWOT	24
2.6.2 Matriks SWOT.....	24
2.7 Strategi Generik Porter	26
2.7.1 Strategi Keunggulan Biaya (Cost Leadership)	26
2.7.2 Strategi Diferensiasi.....	27
2.7.3 Strategi Fokus	29

BAB 3 METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Model Penelitian.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Teknik Analisis Data	34
3.6 Operasionalisasi Variabel	37
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....	39
4.1 Sejarah Perusahaan	39
4.2 Profil Perusahaan.....	39
4.2.1 Visi.....	39
4.2.2 Misi	40
4.2.3 Logo Perusahaan.....	40
4.3 Stuktur Organisasi	41
BAB 5 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	43
5.1 Visi dan Misi Perusahaan	43
5.1.1 Visi.....	43
5.1.2 Misi	43
5.2 Analisis Lingkungan Internal	43
5.2.1 Pemasaran	44
5.2.2 Keuangan dan Akunting	45
5.2.3 Produksi dan Operasi	46
5.2.4 SDM.....	47
5.2.5 Manajemen Mutu	48
5.2.6 Analisis Inovasi Yang Sudah Dicapai	49
5.2.6.1. Deskripsi Produk Inovasi	49
5.2.6.2. Tahapan Inovasi	55
5.2.6.3. Anggaran Untuk Pengembangan Produk Baru	57
5.2.6.4. Divisi Yang Melakukan R&D	58
5.2.6.5. Tantangan	58
5.2.6.6. Insentif.....	59
5.3 Analisis Lingkungan Eksternal	59
5.3.1 Porter 5 Force.....	60
5.3.1.1. Ancaman Kompetitor Baru.....	60
5.3.1.2. Ancaman Produk Pengganti	63
5.3.1.3. Ancaman Pesaing	63

5.3.1.4.	Daya Tawar Pasok.....	64
5.3.1.5.	Daya Tawar Konsumen	65
5.3.2	Analisis PEST	66
5.3.2.1.	Politik	66
5.3.2.2.	Ekonomi	66
5.3.2.3.	Sosial	68
5.3.2.4.	Teknologi.....	69
5.4	Analisis SWOT.....	70
5.5	Diagram Analisis SWOT.....	76
5.6	Competitive Profil Matriks.....	80
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN	86
6.1	Kesimpulan.....	86
6.2	Saran	88
	Daftar Pustaka.....	91
	Daftar Lampiran	93

Daftar Tabel

Tabel 2-1 Matrik SWOT	25
Tabel 3-1 Matriks Analisis SWOT	36
Tabel 3-2 Operational Variabel.....	37
Tabel 4-1 Job desk struktur organisasi.....	41
Tabel 5-1 Laba Perusahaan	45

Daftar Gambar

Gambar 2-1 Model 5 Forces Michael E.Porter	20
Gambar 3-1 Model Analisis	32
Gambar 4-1 Logo perusahaan	40
Gambar 5-1 Padle Dust Conditioner yang Rusak	50
Gambar 5-2 Paddle Dust Conditioner setelah di inovasi	50
Gambar 5-3 <i>Frame Filter Bag Ventury Aluminium</i>	53
Gambar 5-4 Rubber House.....	55
Gambar 5-5 Kurs USD.....	67

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Jenis-jenis Order	93
Lampiran 2 Pertanyaan Wawancara.....	102
Lampiran 3 Progress Report Pekerjaan dan Certificate of Conformity	104

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri manufaktur Indonesia pada saat ini menghadapi tingkat persaingan dan tantangan yang besar, khususnya dalam kemampuan untuk menciptakan produk baru sebagai indikator sukses tidaknya dalam menangguk uang kas dan mempengaruhi pikiran konsumen. Jika tidak hati-hati, maka peluang untuk memenangkan persaingan dapat terlepas. Keunggulan komparatif sebagai indikator keberhasilan sudah tidak lagi menjadi tulang punggung dalam memenangkan pertempuran di dunia bisnis yang memerlukan intensitas dan konsentrasi yang tinggi. Inovasi dalam pengembangan produk dan jasa baru menjadi kunci bagaimana perusahaan besar dapat tetap bertahan dan juga diimbangi dengan prosesnya yang terus menerus meningkatkan kemampuan dan kompetensi di sisi yang lain.

Penelitian mengenai indikator keberhasilan pengembangan produk baru di Indonesia belum banyak dilakukan, khususnya yang meneporong industri manufaktur. Untuk itu, adalah sangat baik dan memberikan dampak yang langsung bagi perusahaan manufaktur untuk lebih banyak lagi belajar apa yang menjadi indikator utama dalam keberhasilan pengembangan produk baru. Penelitian ini dimaksudkan sebagai arena pembelajaran dan untuk memberikan kontribusi dalam hal memperbaiki daya saing Indonesia di kancah global

khususnya di nasional. Fokus penelitian ini bertumpu pada strategi yang diterapkan perusahaan dalam pengembangan produk barunya.

Pengembangan produk baru dianalogikan seperti mendaki puncak tebing yang tinggi dan curam, menantang, menghidupkan, dan memberdayakan pengalaman orang yang terlibat di dalamnya. Untuk dapat berhasil mendaki puncak tebing tersebut, dibutuhkan sekumpulan alat, rencana yang tersusun rapi, dan tim yang saling mendukung yang bekerja sama menggunakan sekumpulan alat tersebut bilamana diperlukan pada waktunya. Pengembangan produk yang berhasil juga membutuhkan proses yang direncanakan dengan baik dan matang (Cagan & Vogel, 2002). Tim yang bervariasi dengan latar belakang disiplin ilmu yang beragam harus bekerja serentak ke arah mana produk akan dibawa dan melalui proses *Fuzzy Front End* untuk menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan, keinginan, dan hasrat konsumen. *Fuzzy Front End* adalah proses yang memperhatikan aspek inovasi pada pengembangan produk yang difokuskan pada pengurangan biaya, namun tetap mempertahankan kualitas produk. Dalam perusahaan, pengembangan produk baru merupakan bagian yang terintegrasi dengan rencana strategi perusahaan. Ansoff dan Stewart membagi empat alternatif strategi pengembangan produk baru (Morse & Babcock, 2007), yaitu *first-to-market, follow-the-leader, me-too, dan application engineering*.

Reinertsen (2005) menyatakan bahwa proses pengembangan produk menjadi lebih terspesialisasi dan dinamik serta perlu berubah ke arah yang lebih baik lagi (Hariandja, 2004). Produk yang dihasilkan oleh perusahaan selalu bergerak ke arah dinamis untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Secara

keseluruhan, pengembangan produk baru merupakan mesin inti pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut piawai mengelolanya (Hariandja, 2004). Sebagaimana pasar berubah dengan cepat sesuai dengan perkembangan dan kondisi persaingan yang tidak lagi begitu mudah seperti masa yang lalu. Maka dari itu perusahaan di Indonesia, khususnya yang bergerak dalam industri manufaktur dituntut juga untuk bergerak lebih cepat guna memuaskan apa yang menjadi keinginan konsumen. Penelitian komprehensif yang dilakukan oleh *Information Resources Inc. (IRI)* di tahun 2000 menunjukkan hasil bahwa dari 21 kategori barang kemasan yang diluncurkan ke pasar, 52% mengalami kegagalan (Schneider, 2004). Hasil itu membuktikan bahwa pengembangan produk baru memerlukan strategi yang tepat bersama-sama dengan aspek pendukungnya, seperti manusia, infrastruktur, budaya, dan inovasi yang berkelanjutan.

Penelitian ini berfokus pada industri manufaktur di Sumatera. Pada jaman sekarang menciptakan suatu barang yang bagus saja tidak lah cukup. Tidak bisa membuat sebuah perusahaan bisa bertahan. Tidak hanya dari segi kualitas, dari harga juga terjadi persaingan yang sangat sengit. Untuk itu sebuah perusahaan harus bisa menerapkan inovasi pada produk tanpa harus mengorbankan kualitas tetapi dengan harga yang bisa bersaing. Pada penelitian ini akan dicari strategi yang akan di gunakan oleh perusahaan CV. Inti Prima Teknik dalam menciptakan produk yang murah, kualitas bagus tetapi dengan waktu pembuatan relatif singkat dari para pesaing. Karena kami meyakini ketiga aspek itulah yang paling mendukung supaya bisa bertahan di industri manufaktur.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diperoleh, berikut ini akan di rumuskan pokok pokok persoalan yang akan di bahas, diselidiki, dan di jawab dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis internal dan analisis eksternal dari perusahaan CV Inti Prima Teknik?
2. Apa strategi inovasi yang diterapkan oleh Perusahaan CV Inti Prima Teknik dalam pengembangan bisnis manufaktur nya di kota Padang?
3. Bagaimana cara mengelola inovasi tersebut serta apa saja hambatan dan kendala yang di dapat selama proses penerapan inovasi tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diadakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis internal dan analisis eksternal Perusahaan CV Inti Prima Teknik.
2. Mendeksripsikan strategi inovasi yang di gunakan CV Inti Prima Teknik dalam pengembangan bisnis manufaktur di kota Padang.
3. Mengimplementasikan cara mengelola inovasi serta mengevaluasi, kemudian mencari identifikasi hambatan-hambatan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Aapapun manfaat dari penelitian yang saya lakukan adalah :

1. Bagi Penulis : Sebagai sarana belajar untuk menambah pengetahuan dan keterampilan dengan cara langsung terlibat di lapangan sehingga dapat

mengetahui praktik-praktik pembelajaran yang di terapkan dalam kegiatan bisnis.

2. Bagi perusahaan : Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan ataupun referensi yang berguna bagi perusahaan untuk menciptakan suatu inovasi perusahaan.
3. Bagi masyarakat : Hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai pembelajaran untuk menambah ilmu pengetahuan dalam bidang inovasi dalam bisnis