



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 Pada Produk Respiro di
Bandung**

Skripsi

Oleh

Ady Kelvianto

2012320113

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 Pada Produk Respiro di
Bandung**

Skripsi

Oleh

Ady Kelvianto

2012320123

Pembimbing

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

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Ady Kelvianto
Nomor Pokok : 2012320113
Judul : Analisis Strategi Inovasi Pada Produk Respiro di Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 11 Januari 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
James Situmorang, Drs., M.M.

: 

Sekretaris

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

: 

Anggota

Dr. M. Banowati Talim, M.Si.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan



Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ady Kelvianto

NPM : 2012320113

Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Inovasi Pada Produk Respiro di
Bandung

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, 11 Januari 2017



Ady Kelvianto

Abstrak

Nama : Ady Kelvianto

NPM : 2012320113

Judul : Analisis Strategi Inovasi Pada Produk Respiro di Bandung.

Melihat perkembangan kendaraan khususnya roda dua yang terus meningkat setiap tahunnya di Indonesia pada era modern saat ini menyebabkan meningkat pula permintaan akan kebutuhan produk-produk kendaraan bermotor. Hal ini menimbulkan persaingan antar perusahaan menjadi semakin kompetitif dalam menciptakan produk inovatif. Oleh sebab itu dibutuhkan nilai lebih pada produk melalui sebuah strategi inovasi yang dikembangkan dan diterapkan oleh suatu perusahaan. Selain itu perusahaan beradaptasi dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan agar strategi yang diciptakan dapat efektif dan efisien sehingga sesuai dengan tujuan utama suatu perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk : (1) menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal Respiro dalam memperoleh SWOT Respiro; (2) Mengetahui Posisi Inovasi Produk sebagai sebuah strategi bagi Respiro untuk mengungguli kompetitorinya.

Dalam pembahasannya peneliti menggunakan teknik Penelitian Deskriptif melalui pendekatan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara dan bantuan studi dokumentasi. Peneliti juga dalam melakukan teknik analisis data dengan bantuan Analisis Matriks SWOT dan Analisis Competitive Profil Matriks.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti memperoleh strategi yang digunakan Respiro adalah Strategi SO (strengths-opportunities) dimana kekuatan Respiro yaitu memiliki produk diferensiasi terutama pada inovasi produk. Berdasarkan hasil penelitian melalui CPM nilai terbobot pada inovasi produk Respiro berada di angka 3,3 dimana dari nilai tersebut mengindikasikan inovasi produk Respiro berada di posisi puncak atau mendominasi pasar.

Kata Kunci : Analisis Strategi, Strategi Inovasi dan Strategi Pengembangan Bisnis Manufaktur.

Abstract

Name : Ady Kelvianto

NPM : 2012320113

Title : Strategic Analysis Innovation on Respiro Product in Bandung

Viewing from transportation, especially motorcycles which always grow annually in Indonesia at the modern age, results in the increasing of demand of motorcycle related products. In which, it causes a more competitive competition among companies in producing creative products. Therefore, it is needed an extra values of product through an innovative strategy that is developed and applied by a company. Besides, the company adapt to external and internal company's environment so that the created strategy may becomes more effective and efficient and it will be accordance with the main goal of the company.

According to background study, this research is intended to: (1) analyze internal and external environmental factor of respiro product in obtaining SWOT respiro; (2) to know that the product innovation position as a strategy for respiro to outmatch its competitor.

In the discussion, the researcher is using descriptive research method with a quantitative method approach. The data collection method is done by interview and documentation study. The researcher also do an technical analysis using SWOT matrix analysis and profile matrix competitive analysis.

The conclusion of the research that is done by the researcher results in the strategy used by respiro which is SO strategy (strength - opportunities), in which, the strength of respiro is the product differentiation, especially for product innovation. The result of CPM is that the weighted value for respiro's product innovation is at 3,3 which from that score, it indicates the respiro's product innovation is at a peak or dominates the market

Keyword: strategic analyze, innovation strategy, and business manufacture development strategy

Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan bimbinganNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Strategi Pada Produk Respiro di Bandung”. Adapun penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam penyusunan penelitian skripsi ini, penulis mencoba memberikan yang terbaik walaupun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat hal-hal yang belum sempurna dan luput dari perhatian penulis, baik kekurangan atas bahasa yang digunakan maupun teknik penyajian yang digunakan. Penulis berharap kiranya apa yang disajikan dalam bentuk skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi mereka yang memerlukannya. Penulis juga sangat terbuka atas kritik dan/atau saran dari semua pihak dengan harapan dapat membantu penulis dalam memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, saya selaku penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta dengan penuh kesabaran membimbing dengan memberikan

petunjuk-petunjuk dan nasehat-nasehat baik nasehat edukasi maupun nasehat moral dalam menyusun skripsi ini.

2. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah meluangkan waktu dalam penanda tangan dalam memberikan persetujuan skripsi.
3. Seluruh Dosen dan Staff di Universitas Katolik Parahyangan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terutama Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
4. Bapak Frankie Jonathan sebagai Head Office Respiro yang telah bersedia dan mengizinkan penulis dalam melakukan penelitian dan bersedia meluangkan waktunya untuk wawancara.
5. Anton Kelvianto selaku ayah dan Nancy Tohir selaku ibu yang selalu memberikan semangat, dukungan moral dan doa selama penulis melakukan penyusunan skripsi.
6. Teman-teman seperjuangan seminar dan skripsi Marcel Imanuel dan Muhamad Iqbal yang selalu bersama-sama berjuang saling membantu dan mengingatkan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat penulis antara lain Ardito, Evan, Reinaldo, David, Ricky, Willy, Tessa, Anthony, Yunidan sahabat lainnya yang mendukung penulis dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan FISIP 2012 yang telah berjuang bersama-sama dalam perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.
9. Pihak-pihak lainnya yang terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dengan penyusunan skripsi yang dirasakan jauh dari sempurna ini, peneliti hanya berharap Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Semoga Tuhan selalu menyertai pihak-pihak yang telah berpartisipasi membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, atas penyusunan skripsi yang jauh dari sempurna ini, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Bandung, 11 Januari 2017

Penulis,

Ady Kelvianto

Daftar Isi

Abstrak	i
Abstract	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Bagan	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II KERANGKA TEORI	12
2.1 Teori Pendukung	12
2.1.1 Inovasi	12
2.1.1.1 Definisi Inovasi	12
2.1.1.2 Tipe-Tipe Inovasi	13
2.1.2 Produk	14
2.1.2.1 Definisi Produk	14
2.1.2.2 Klasifikasi Produk	15
2.1.3 Inovasi Produk	16
2.1.3.1 Pengertian Inovasi Produk	16
2.1.4 Analisis SWOT	17
2.1.4.1 Manfaat SWOT	18
2.1.4.2 Matriks SWOT	20
2.1.5 Analisis Lingkungan	21
2.1.5.1 Analisis Lingkungan Eksternal	22
2.1.5.2 Analisis Lingkungan Internal	28
2.1.6 Competitive Profil Matrix (CPM).....	29
2.1.7 Generik Competitve Strategies	32

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Model Penelitian	41
3.4 Operasional Variabel.....	42
3.5 Jenis Data	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV OBJEK PENELITIAN	50
4.1 Sejarah Perusahaan Respiro	50
4.2 Pengembangan Produk Respiro	50
4.3 Produk Respiro.....	51
4.3.1 Fitur Jaket Produk Respiro.....	52
4.3.2 Variasi Produk Respiro	53
4.4 Visi dan Misi Respiro	56
4.5 Struktur Organisasi	57
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	60
5.1 Analisis Lingkungan Eksternal	60
5.1.1 Analisis PEST	60
5.1.1.1 Aspek Politik.....	61
5.1.1.2 Aspek Ekonomi.....	62
5.1.1.3 Aspek Sosial – Budaya	64
5.1.1.4 Aspek Teknologi	65
5.1.2 Analisis Five Forces	68
5.1.2.1 Ancaman Produk Pengganti.....	68
5.1.2.2 Ancaman Pesaing	70
5.1.2.3 Ancaman Pendatang Baru (New Entrants)	71
5.1.2.4 Ancaman Pemasok	73
5.1.2.5 Ancaman Pembeli (Buyer).....	74
5.2 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan.....	75
5.2.1 Resource Based Value (RBV).....	75
5.2.1.1 Sumber Daya Fisik (Physical Resources)	75
5.2.1.2 Human Resources / SDM.....	87
5.2.1.3 Sumber Daya Organisasi (Organizational Resources).....	89

5.3 Analisis SWOT	90
5.3.1 Analisis Kekuatan	91
5.3.2 Analisis Kelemahan	96
5.3.3 Analisis Peluang.....	99
5.3.4 Analisis Ancaman	102
5.4 Analisis Matriks SWOT.....	106
5.4.1 Strategi SO	109
5.4.2 Strategi ST.....	110
5.4.3 Strategi WO.....	111
5.4.4 Strategi WT	112
5.5 Analisis Strategi Inovasi Respiro	113
5.5.1 Inovasi Produk yang dilakukan Respiro	113
5.5.2 Tahapan Membangun Inovasi Produk	116
5.5.3 Anggota Divisi R and D Respiro	119
5.5.4 Anggaran Pengembangan Divisi R and D Respiro	120
5.5.5 Tantangan yang dihadapi Respiro.....	121
5.5.6 Insentif dan Peluang Inovasi	122
5.5.7 Strategi Inovasi Respiro	123
5.6 Competitive Profil Matrix	125
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	129
6.1 Kesimpulan	129
6.2 Saran.....	132
Daftar Pustaka.....	135

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Pertumbuhan kendaraan menurut jenis dari tahun 2009 -2013.....	2
Tabel 1.2 Jumlah kendaraan di tahun 2014.....	3
Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	21
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Tabel operasional Variabel	42
Tabel 3.2 Strategi Matriks SWOT	47
Tabel 3.3 Competitive Profil Matrix	49
Tabel 5.1 Nilai Tukar Rupiah.....	63
Tabel 5.2 Repiro Ownstore	76
Tabel 5.3 Authorize Store	77
Tabel 5.4 Aset Kendaraan Respiro.....	81
Tabel 5.5 Aset Inventaris Kantor Respiro.....	82
Tabel 5.6 Competitive Profil Matriks	126

Daftar Gambar

Gambar 4.1 Fitur Jaket Respiro	52
Gambar 4.2 Variasi Produk(Special Edition Ring of Fire)	54
Gambar 4.3 Produk lain dari Respiro (balaclava,masker dan topi)	55
Gambar 4.4 Tas Respiro.....	55
Gambar 4.5 Produk Respiro (Sarung Tangan).....	56
Gambar 5.1 Teknologi Bahan Respiro.....	66
Gambar 5.2 Toko Online Respiro	67
Gambar 5.3 Perubahan Kebutuhan Konsumen	69
Gambar 5.4 Local Brand dan international Brand	71
Gambar 5.5 ownstore Respiro (JL Jendral Sudirman 520 B)	79
Gambar 5.6 Toko Respiro (JL Merdeka No.56 Lt. 2 # 62A- Bandung)	80
Gambar 5.7 Toko Respiro (JL. Lengkong Besar no.89 – Bandung).....	80
Gambar 5.8 Mobil Operasional.....	81
Gambar 5.9 Mesin Jahit	86
Gambar 5.10 Mesin Baxter	86
Gambar 5.11 Kemampuan Karyawan	87
Gambar 5.12 Strategi Bersaing Generik	89
Gambar 5.13 Perpaduan 3 layer (DBG backer mesh-grey)	113

Daftar Bagan

Bagan 2.1 Model Lima Kekuatan Porter.	24
Bagan 2.2 Generic Competitive Strategies	33
Bagan 3.1 Model Penelitian	41
Bagan 4.1 Struktur Organisasi	58
Bagan 5.1 Inovasi sebagai cara Respiro.....	124

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi perekonomian saat ini, melihat negara Indonesia yang begitu banyak persaingan bisnis tentu saja hal ini menimbulkan daya tarik para pengusaha dalam menciptakan, merubah, dan menganalisa bagaimana dapat bersaing dengan sesama kompetitor. Suatu perusahaan harus mampu melihat peluang dan tantangan baru yang dapat dijadikan strategi agar perusahaannya tersebut dapat berkembang sepanjang waktu, sebagaimana perusahaan-perusahaan yang baru memulai ke dalam bisnis yang ingin mengembangkan pasar dan menggunakan strategi untuk bersaing dengan para kompetitornya.

Suatu perusahaan tidak akan terlepas dari peranan pemasok dan konsumen dalam upaya meningkatkan pengembangan bisnis dan tentunya perbaikan di bidang aspek, seperti apakah barang atau jasa yang dihasilkan berbeda dari sebelumnya dan dapat diterima oleh masyarakat. Setiap perusahaan bertujuan untuk mendapatkan konsumen sebanyak mungkin diikuti dengan loyalitas tinggi sehingga dapat menghasilkan profit yang tinggi dan mampu bertahan dari para pesaing yang kompetitif. Hal ini menyebabkan persaingan yang kompetitif yang berguna mengetahui sejauh mana posisi kita dalam mempertahankan dan menjaga konsistensi masing-masing perusahaan. Oleh sebab

itu sangat diperlukan kemampuan untuk bersaing dengan memunculkan strategi yang kreatif serta inovatif dalam menjalankan suatu bisnis.

Melihat fenomena yang saat ini sedang terjadi, berdasarkan data dari tribun otomotif jumlah kendaraan semakin meningkat setiap tahunnya terutama jumlah kendaraan bermotor roda dua. Faktanya Kota Bandung masuk ke dalam daftar enam kota besar di Indonesia yang kemacetannya sangat parah. Kota Bandung menempati posisi kedua setelah DKI Jakarta.

Tabel 1.1 Pertumbuhan kendaraan menurut jenis dari tahun 2009 -2013.

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Truk	Sepeda Motor	Jumlah
2009	7.910.407	2.160.973	4.498.171	52.767.093	67.336.644
2010	8.891.041	2.250.109	4.687.789	61.078.188	76.907.127
2011	9.548.866	2.254.406	4.958.738	68.839.341	85.601.351
2012	10.432.259	2.273.821	5.286.061	76.381.183	94.373.324
2013	11.484.514	2.286.309	5.615.494	84.732.652	104.118.969

Sumber : Kantor Kepolisian Republik Indonesia(2014)

Berdasarkan tabel diatas dari tahun 2009 sampai 2013 setiap jenis kendaraan mengalami peningkatan dan peningkatan kendaraan paling mendominasi adalah kendaraan roda dua atau sepeda motor dibandingkan jenis kendaraan lain, karena kendaraan roda dua merupakan kendaraan yang memiliki

harga yang cukup terjangkau bagi masyarakat dan merupakan salah satu pilihan tepat sebagai kendaraan yang praktis untuk digunakan oleh masyarakat.

Tabel 1.2 Jumlah kendaraan di tahun 2014.

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Mobil Barang	Sepeda Motor	Jumlah
2014	12 599 138	2 398 846	6 235 136	92 976 240	114 209 360

Sumber : Korps Lalu Lintas Kepolisian Republik Indonesia (Korlantas Polri)

Berdasarkan data pertumbuhan kendaraan 2014 diatas menjelaskan bahwa sampai tahun 2014 permintaan akan kendaraan roda dua masih mendominasi, faktor lainnya yang membuat peningkatan kendaraan roda dua selain mengenai harga dan praktis adalah karena peran pemerintah yang masih belum membenahi sarana transportasi umum dengan baik untuk masyarakat begitu pun dengan pelayanan yang diberikan kurang maksimal, hal ini mengharuskan masyarakat memiliki kendaraan pribadi untuk menjalani segala aktivitasnya.

Menanggapi kedua berita diatas terdapat data-data yang menggambarkan bahwa semakin meningkatnya jumlah kendaraan pribadi khususnya kendaraan roda dua. Hal ini dapat memberikan peluang bagi para pengusaha untuk membuka bisnis yang berkaitan dengan kendaraan roda dua, khususnya peralatan dan perlengkapan pengendara motor dimana dari data-data yang sudah didapatkan kapasitas pengguna kendaraan bermotor yang selalu meningkat pesat setiap tahunnya yang memungkinkan permintaan pasar semakin besar pula.

Dengan demikian, setelah melihat fenomena yang terjadi mengenai jumlah kendaraan khususnya roda dua yang semakin meningkat dan merupakan masalah tidak asing lagi di Indonesia khususnya kota-kota besar, maka dari itu saya ingin mencari tahu bagaimana para pengusaha atau pembisnis dapat menyikapi langsung fenomena yang saat ini terjadi dan apakah fenomena ini dijadikan sebagai senjata kita sebagai pembisnis yang menghasilkan sebuah ide bisnis dan meraih profit tentunya. yang bertujuan kiranya akan bermanfaat untuk menjadikan sesuatu hal yg baik atau positif terhadap masalah negatif yang sudah lama terjadi yang sampai sekarang pun belum ada solusi untuk fenomena peningkatan jumlah kendaraan tersebut.

Sebuah perusahaan harus mampu menciptakan, mengeksploitasi, dan mencapai keunggulan kompetitif dengan cara menciptakan nilai-nilai daya saing perusahaan yang lebih baik dibandingkan para pesaing. Untuk mencapainya perusahaan harus mampu menerapkan strategi dan nilai-nilai yang berbeda dan sulit untuk ditiru oleh para pesaingnya. Salah satu strategi tersebut adalah melalui inovasi. Inovasi mencakup kreatifitas dalam menciptakan produk atau jasa baru, ide baru, dan proses yang baru. Pada dasarnya terdapat dua tipe inovasi yaitu inovasi proses dan inovasi produk, tetapi saya akan menfokuskan untuk meneliti Perusahaan Respiro dengan membahas mengenai inovasi produk.

Inovasi produk menitik beratkan pada pengenalan sebuah produk secara radikal dan modifikasi produk yang ada. Melalui inovasi produk, para pengambil keputusan dapat memberikan keputusan untuk mengatasi permasalahann bisnis dan

tantangan bisnis yang muncul dan memberikan dasar yang kuat untuk menjaga kelangsungan hidup dan mencapai kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu saya sebagai penulis akan meneliti sebuah perusahaan yang berkaitan erat dengan fenomena yang telah dibahas sebelumnya yaitu Perusahaan Respiro untuk pembuatan skripsi. Karena Respiro mengembangkan bisnisnya dengan memproduksi berbagai perlengkapan bermotor. Respiro sendiri berdiri sejak tahun 2008 yang berlokasi di Bandung dan sampai saat ini jumlah outlet Respiro RiddingWare berkisar 10 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia, dan itu belum termasuk reseller online yang ada di dalam negeri maupun di luar negeri.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan terjadinya fenomena jumlah kendaraan yang meningkat tinggi dari setiap tahunnya menjadikan adanya suatu peluang usaha bisnis yang menjanjikan tetapi sebaliknya timbul juga persaingan yang sangat ketat antara perusahaan yang tidak dapat dihindari. Tentu saja masing-masing perusahaan berupaya untuk dapat bersaing dengan kompetitornya agar dapat mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin. Maka dari itu dalam menghadapi ketatnya persaingan antara masing-masing perusahaan, perlu menetapkan strategi bersaing agar dapat bertahan bahkan dapat mengungguli para pesaingnya sehingga meningkatkan pendapatan perusahaan tersebut.

Dalam kasus ini inovasi produk yang paling condong untuk dijadikan sebagai strategi dalam menghadapi persaingan, bila suatu perusahaan tidak memiliki inovasi dalam memproduksi barang atau jasanya maka perusahaan

tersebut tidak akan bertahan lama dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat. Setiap perusahaan yang bersaing pada saat ini dimana teknologi sudah sangat mudah untuk diakses dapat mempermudah kita dalam menciptakan atau mengembangkan sebuah sesuatu yang baru yang berbeda dengan para pesaingnya dan akhirnya menimbulkan nilai lebih di mata para konsumen terhadap suatu perusahaan yang berhasil menerapkan inovasi.

Respiro adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi perlengkapan serta peralatan bermotor. Respiro dalam menjalankan usahanya dengan menciptakan sebuah inovasi produk tentang perlengkapan khusus pengendara kendaraan roda dua yang berkualitas ,seperti jaket motor yang dari segi desainnya terlihat modern(mengikuti perkembangan gaya saat ini) dan dari segi kenyamanan pun sangat diperhatikan agar konsumen ketika membelinya merasa puas. Selain menawarkan produk yang unik Respiro juga menawarkan jasa juga, tentu setiap perusahaan yang menjual produknya disertai dengan adanya pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen juga, seperti sikap yang sopan dan ramah dari para pegawainya dalam menjamu konsumen, siap melayani permintaan konsumen. Hal ini tentu saja diperlukan pelatihan kepada pegawai khususnya pegawai yang baru, tetapi pelayanan jasa merupakan strategi yang setiap perusahaan mempunyai itu. Maka dari itu harus diciptakan sesuatu yang menjadi pembeda dari para pesaing yang ada, yaitu dengan menciptakan dan mengembangkan produk secara unik dimata konsumen.

Oleh karena itu, saya sebagai penulis ingin mengetahui apakah proses inovasi produk yang dilakukan oleh Perusahaan Respiro sudah tepat untuk

menghadapi persaingan dengan perusahaan yang bergerak di bidang produksi kendaraan bermotor roda dua yang pastinya memiliki inovasi produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Penulis juga ingin mengetahui mengapa konsumen memilih untuk membeli produk Respiro, padahal masih banyak perusahaan lain yang menawarkan produk perlengkapan motor. Dan saya juga ingin mengetahui apakah inovasi produk yang digunakan sudah memenuhi ekspektasi atau harapan dari perusahaan.

Dari uraian identifikasi masalah diatas, didapatkan dua pokok permasalahan yang akan penulis teliti dalam penelitian ini :

1. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal dan lingkungan internal Perusahaan Respiro selama ini ?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan dalam hal inovasi produk Respiro dan membandingkan posisi bersaing perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing.

1.3 Tujuan Penelitian

Melihat identifikasi permasalahan diatas maka tujuan penelitian dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan Respiro.
2. Untuk mengetahui strategi inovasi yang diterapkan Respiro dan posisi bersaing Respiro dibandingkan dengan para pesaingnya (kompetitor).

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, dapat memberikan manfaat untuk dunia akademis dan praktisi, bagi penulis, dan untuk perusahaan yang diteliti.

1. Bagi dunia akademis dan praktisi

Melalui penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menambah pengetahuan yang dibutuhkan bagi akademisi dan praktisi mengenai inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak di bidang yang menawarkan sebuah produk pengendara bermotor roda dua, sehingga dapat menambah wawasan, informasi, serta pengetahuan bagi seluruh masyarakat dalam menciptakan dan mengembangkan inovasi produk.

2. Bagi penulis

Melalui penelitian ini, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan mengetahui bagaimana inovasi produk yang dilakukan oleh Respiro untuk dapat tetap bertahan di tengah persaingan dengan perusahaan lain yang semakin ketat. Penulis juga dapat mengetahui hal-hal apa saja mengapa konsumen menjadikan produk Respiro sebagai produk pilihannya secara tepat dimana maraknya perusahaan-perusahaan lain yang menawarkan produk pengendara bermotor.

3. Bagi Perusahaan Respiro

Melalui penelitian yang dilakukan, perusahaan dapat mengetahui sampai sejauh mana inovasi produk yang dilakukan sudah tepat untuk digunakan. Perusahaan juga dapat mengetahui sejauh mana inovasi produk yang digunakan sudah memenuhi harapan atau tujuan perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan dalam skripsi ini, maka akan disajikan sistematika penelitian yang merupakan pokok-pokok dan garis besar bahasan skripsi ini. Adapun sistematika penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai segala teori yang dibutuhkan yang untuk membantu dalam melakukan pembahasan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan metode penelitian, model penelitian, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV: OBJEK PENELITIAN

Bab menceritakan profil objek penelitian yang meliputi sejarah, visi misi maupun struktur organisasinya.

BAB V: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas dan meneliti hasil analisis data untuk pembahasan hasil dan jawaban atas penelitian ini.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab menceritakan kesimpulan dan saran-saran oleh penulisan setelah mengambil kesimpulan yang ditujukan untuk perusahaan maupun aspek lainnya.