



**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 Pakaian Batik (Studi  
Kasus pada Perusahaan: Bluesville)**

Skripsi

Oleh

Ali Milando

2012320184

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 Pakaian Batik (Studi  
Kasus pada Perusahaan: Bluesville)**

Skripsi

Oleh

Ali Milando

2012320184

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Ali Milando  
Nomor Pokok : 2012320184  
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada Produk Pakaian Batik (Studi Kasus pada Perusahaan: Bluesville)

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 16 Januari 2017  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**  
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

**Sekretaris**

Sanerya Hendrawan, Ph.D.

**Anggota**

Marihot Tua Effendi., Drs., M.Si.

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ali Milano  
NPM : 2012320184  
Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada Produk  
Pakaian Batik (Studi Kasus pada  
Perusahaan: Bluesville)

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, 26 Januari 2017



Ali Milano

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur diberikan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan berkah-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik dan tepat waktu dengan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Inovasi pada Produk Pakaian Batik (Studi Kasus pada Perusahaan: Bluesville)”. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, bantuan, saran dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Kedua orang tua tersayang, Alm. Deded Wardjono dan Enung Nurmawanti yang telah memberikan doa, semangat, dukungan secara moral dan materiil selama proses penyusunan skripsi. Untuk kedua kakak saya tersayang, Arno Rudyanto dan Arie Prabowo yang selalu memberikan doa dan segala bentuk bantuannya kepada penulis agar menyelesaikan penulisan skripsi.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
4. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, bantuan, dan saran selama penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Respati Hafidz Budi (Direz) selaku *Creative Director* dan Pendiri dari perusahaan Bluesville sebagai narasumber kunci yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk melaksanakan wawancara dengan penulis.
6. Seluruh jajaran dosen dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan khususnya Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran kepada penulis dan mahasiswa/i lainnya.
7. Keluarga besar tercinta, nenek Pioh, nenek Nonoh, Bi Mamay, Bi Ade, Mang Agus dan keluarga besar lainnya yang tidak dapat disebutkan yang selalu memberikan dukungan dan doanya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Kepada Dian Anggraeni Mardianti, yang telah banyak meluangkan waktunya, yang selalu direpotkan, yang menemani dari mulai keperluan wawancara hingga mengurus segala persyaratan dan memberikan penulis dukungan beserta doanya untuk menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih atas dukungan, perhatian dan kebaikannya. Semoga lancar dalam menjalani kuliah pascasarjanya di UI ya, Dian.
9. Kepada sahabat tersayang, keluarga kedua penulis sedari SMP hingga kini, Fadhliah Hadian, Fani Isti, Randy Muharam, Ananda Anggia, Lucky Wisnu, Zulfa, Claudya, dan Ras Puteh Jihan yang selalu memberikan hiburan dan perhatiannya.
10. Kepada sahabat Kaum Cendekiawan, Andreas, Faza, Guntur, Aradea, Axel, Julia, Ovi, Perin, Pierre, Retha, Risca dan Roland yang memberikan dukungan, hiburan, ejekan, perhatian dan bantuannya selama kurang lebih empat setengah tahun ini.

11. Kepada sahabat seperjuangan perkuliahan, Fajar Hadi, Ele, Denise, Yohanes, Yosua, Khaisan, Kemal Arrigi, Yudha Satrio, Raditia Rahmat Aulia, Tubagus Axell, Riga Ramadhan, Afi Kamilia, Riry, Kiki dan Iqbal Giovanni yang telah memberikan kesan, pengalaman dan canda tawa nya.
12. Kepada Kepengurusan HMPSIAB 2013/2014, untuk Marco Candino, Agnest, Bepy, Claris, Diphtha dan pengurus lainnya, terima kasih atas semua ilmu dan pengalamannya selama periode kepengurusan himpunan.
13. Kepada sahabat Panatacalagara, Fariz Syahir, Rani Rabbani, Jovanscha, Cadit, Qonita, Icha Stella, Adriel, Dewi, Aggy, Putri, Nabela, Ethman, Daniel, Branco, Isabelle, terima kasih atas segala pengalaman berharga, menemani, menghibur dan memberikan kesan di akhir masa perkuliahan penulis.
14. Kepada seluruh teman-teman semasa kuliah, FISIP 2012 dan BISNIS 2012, terima kasih atas seluruh kerjasamanya dan pengalaman yang berkesan dengan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
15. Kepada pihak lainnya yang tidak disebutkan, terima kasih atas segala bantuan dan dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih kurang sempurna, penulis menerima saran, masukan dan kritik yang membangun. Semoga penelitian skripsi yang disusun ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Bandung, 25 Januari 2017

Penulis

## **ABSTRAK**

Nama : Ali Milando

NPM : 2012320184

Judul : Analisis Strategi Inovasi pada Produk Pakaian Batik

(Studi Kasus pada Perusahaan: Bluesville)

---

Dengan berkembangnya industri pakaian kreatif di Indonesia, mengharuskan para perusahaan industri kreatif bersaing secara ketat dalam memunculkan ide terhadap produk-produk baru yang inovatif khususnya dalam bidang tren pakaian yang bersifat dinamis. Permintaan konsumen untuk munculnya produk baru terhadap bisnis pakaian di Indonesia menjadi sebuah peluang untuk melakukan sebuah inovasi bagi Bluesville, merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pakaian di Indonesia. Inovasi merupakan strategi untuk memenangkan persaingan bisnis. Berdasarkan hal tersebut, dalam penelitian ini akan membahas dan menganalisa mengenai langkah strategi inovasi yang dilakukan oleh Bluesville dalam mengembangkan produknya.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas dan menganalisa langkah strategi inovasi dalam pengembangan produk yang dilakukan Bluesville, dengan menggunakan jenis penelitian secara kualitatif deskriptif. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah dengan melakukan wawancara dan pengamatan untuk mengetahui informasi yang diperlukan untuk dibahas. Teknik analisis data yang digunakan adalah melakukan perbandingan teori dengan data yang dikumpulkan untuk menjawab masalah penelitian yang sudah dirumuskan.

Dengan hasil analisa yang dilakukan terhadap perusahaan Bluesville, dapat ditarik kesimpulan bahwa Bluesville mengambil langkah strategis dengan melakukan serangkaian tahapan dalam mengembangkan produk barunya sebagai bentuk inovasi. Bluesville melakukan inovasi produk, inovasi pasar dan inovasi bisnis.

Berdasarkan data dan analisis yang dilakukan, penulis memberikan saran untuk Bluesville agar lebih memperkuat konsep pada inovasi produknya dengan menghasilkan ide-ide baru untuk memenangkan persaingan dengan munculnya produk sejenis yang diciptakan pesaing baru.

**Kata Kunci : Strategi, Inovasi, Pengembangan Produk, Batik**

## **ABSTRACT**

*Name* : Ali Milando

*NPM* : 2012320184

*Title* : *Analysis of Innovation Strategy and Product Development of Batik Products (Case Study of Bluesville)*

---

*Along with the development of creative apparel industry in Indonesia which requires the creative industry companies to compete closely in generating ideas for new products to be more innovative, especially in the field of dynamic clothing trends. Consumer demand towards the emergence of that, become an opportunity for Bluesville to make an innovation. Bluesville is a company that run in the field of apparel industry in Indonesia. Innovation is a business strategy to win the competition. Accordingly, in this research will discuss and analyze the strategic steps undertaken by Bluesville innovation in developing products.*

*This resarch aims to discuss and analyze the pace of innovation in product development strategies that Bluesville do, by using qualitative descriptive research methods. Data collection was conducted through interviews and observation, which aime to understand the information that the author has to write about. Data analysis was made by comparing the known theory with the data gathered through the interview and observation, thus solving the defined research problem.*

*The results based on the research from Bluesville, it may be concluded that Bluesville Bluesville use strategic phases to implement the stages of product development as a form of a innovation. Bluesville implement the product innovation, market innovation and business innovation.*

*From the analysis result, the author gives suggestions for Bluesville to strengthen the concept of product innovation. It could generate new ideas for winning the competition with the emergence of similar products created by new competitors.*

***Keywords: Strategy, Innovation, Product Development, Batik***

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN .....	xi

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian .....	8
1.5 Objek Penelitian .....	9

### **BAB 2 KERANGKA TEORI**

2.1 Teori Pendukung .....	12
2.1.1 Manajemen Strategis.....	12
2.1.2 Teori Pengembangan Produk .....	14
2.1.3 Strategi Generik Porter.....	23
2.1.4 Teori Inovasi .....	28
2.1.4.1 Bentuk Inovasi dalam Bisnis .....	29
2.1.5 Analisis Lingkungan Eksternal .....	32
2.1.5.1 Lingkungan Umum.....	32
2.1.5.2 Lingkungan Industri .....	33
2.1.5.3 Lingkungan Operasional.....	35
2.1.6 Analisis Lingkungan Internal .....	36
2.1.7 Analisis SWOT .....	39

2.1.7 Peneliti Terdahulu .....	43
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	44
3.2 Metode Penelitian .....	44
3.3 Tahap Penelitian .....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.5 Teknik Analisis Data .....	47
<b>BAB 4 OBJEK PENELITIAN</b>	
4.1 Profil Perusahaan Bluesville .....	48
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Bluesville .....	48
4.1.2 Inovasi Produk Bluesville .....	49
4.1.3 Saluran Distribusi Produk Bluesville .....	50
4.2 Aktivitas Umum Perusahaan .....	51
4.2.1 Pelanggan .....	51
4.2.2 Perencanaan .....	52
4.2.3 Pembelian .....	52
4.2.4 Persediaan .....	53
4.2.5 Produksi .....	53
4.2.6 Transportasi .....	53
4.2.7 Pemasaran .....	54
4.2.8 Jenis Produk Bluesville .....	55
4.3 Struktur Organisasi Bluesville .....	60
<b>BAB 5 PEMBAHASAN</b>	
5.1 Pengembangan Produk .....	66
5.2 Strategi Generik Porter .....	88
5.3 Inovasi .....	98
5.3.1 Bentuk Inovasi Dalam Bisnis .....	100
5.4 Analisis Lingkungan Eksternal .....	106

5.4.1 Lingkungan Umum .....	106
5.4.2 Lingkungan Industri .....	109
5.4.3 Lingkungan Operasional .....	115
5.5 Analisis Lingkungan Internal .....	120
5.6 Analisis SWOT.....	128
<b>BAB 6 KESIMPULAN</b>	
6.1 Kesimpulan.....	132
6.1.1 Posisi Strategis Inovasi Produk Bluesville .....	132
6.1.2 Langkah Strategik Untuk Mengambil Inovasi Produk Bluesville .....	135
6.1.3 Bentuk Inovasi yang Dilakukan oleh Bluesville.....	137
6.1.4 Inovasi Produk yang Dilakukan Bluesville dalam Mengembangkan Produk.....	138
6.2 Saran .....	139
DAFTAR PUSTAKA .....	140
LAMPIRAN .....	143
Interview Guideline .....	142
Foto/Dokumentasi .....	144

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Bluesville .....	11
Gambar 4.1 Logo Bluesville .....	48
Gambar 4.2 Proses Pemesanan Produk Bluesville Tahap 1.....	57
Gambar 4.3 Proses Pemesanan Produk Bluesville Tahap 2.....	57
Gambar 4.4 Proses Pemesanan Produk Bluesville Tahap 3.....	58
Gambar 5.1 Perbedaan Kemeja Oxford Secara Umum dengan Produk Kemeja Oxford Hand Dyed Bluesville.....	92
Gambar 5.2 Produk Kemeja Oxford Hand Dyed Bluesville.....	93
Gambar 5.3 Perbedaan Perbedaan Baju Sakera dengan Produk Sakara Bluesville .....	94
Gambar 5.4 Produk Sakara Bluesville.....	95

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Tabel Manajemen Strategik.....	14
Tabel 2.2 Tabel Identifikasi Kegiatan Umum dan Kegiatan Penunjang .....	38
Tabel 2.3 Tabel Matriks SWOT .....	41
Tabel 2.4 Tabel Peneliti Terdahulu .....	43
Tabel 4.1 Tabel Daftar Jenis Produk Bluesville .....	55
Tabel 5.1 Tabel Estimasi Produksi dan Penjualan Bluesville.....	79
Tabel 5.2 Tabel Matriks SWOT Bluesville .....	130

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Model 5 Forces Michael E. Porter.....	34
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Bluesville.....	60
Bagan 5.1 Analisa Model 5 Forces Michael E. Porter untuk Bluesville.....	114
Bagan 5.2 Alur Sistem Produksi Bluesville .....	124

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

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

Semakin banyaknya perusahaan kecil hingga menengah keatas di Indonesia membuat konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang diinginkannya, terutama dalam jenis bisnis pakaian yang memiliki tingkat persaingan yang ketat antar perusahaan yang sejenis. Perusahaan pakaian lokal Indonesia dituntut untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasinya dalam membuat sebuah produk yang akan dipasarkan di Indonesia maupun hingga ke luar Indonesia. Selain dituntut untuk mengembangkan inovasi produknya, para produsen pakaian lokal Indonesia juga dituntut untuk memberikan nilai yang lebih dalam mengembangkan produk inovasinya agar selalu menjadi yang terbaik diantara pesaing lainnya.

Dalam usaha perusahaan dalam mengembangkan produk dan menguasai pasar yang sekarang, perusahaan perlu melakukan inovasi. Inovasi akan menciptakan nilai dari produk baru yang diciptakan, dengan menciptakan inovasi pada produk dengan menambahkan sesuatu yang baru akan membantu konsumen dalam memecahkan masalahnya. Dengan melakukan inovasi produk, berarti mampu membuat sesuatu yang baru dan berbeda yang dapat dilihat dan diketahui oleh konsumen sehingga memunculkan ketertarikan konsumen untuk membeli produk yang berbeda diantara pesaing lainnya.

Salah satu unsur terpenting perusahaan dalam melakukan inovasi adalah memiliki sumber daya manusia yang memiliki konsep kreatifitas yang berguna untuk menggerakkan perusahaan menuju arah yang lebih maju. Sumber daya manusia yang dibutuhkan didalam perusahaan adalah yang mampu untuk berpikir kritis yang mampu melihat kebutuhan, selera, permintaan dan tren konsumen sekarang, sehingga mampu untuk merespons konsumen dengan membuat produk yang tepat sesuai dengan permintaan dari konsumen itu sendiri.

Perubahan lingkungan pasar serta persaingan perusahaan bisnis pakaian di Indonesia memicu perusahaan untuk lebih beradaptasi dengan melakukan inovasi serta mengembangkan produknya. Dengan melakukan penciptaan produk baru atau mengembangkan produk serta menambahkan nilai yang lebih diantara para pesaingnya akan meningkatkan kemajuan perusahaan diantara kompetitor lainnya.

Perusahaan perlu mengetahui faktor yang dapat menciptakan inovasi produk, karena kesuksesan dalam melakukan inovasi adalah strategi yang dapat memenangkan persaingan dengan kompetitor. Faktor tersebut dapat berupa faktor internal dan eksternal dari perusahaan untuk menciptakan inovasi produk. Menurut Fandy Tjiptono, terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan perlunya penambahan produk baru, yaitu:

1. Harus ada permintaan pasar yang benar
2. Produk harus sesuai dengan standar sosial dan lingkungannya
3. Produk harus sesuai dengan struktur pemasaran perusahaan yang sedang berjalan

4. Gagasan produk hendaknya cocok dengan fasilitas produksi, tenaga kerja dan kemampuan manajemen
5. Produk harus layak secara finansial yang berarti dapat memberikan laba yang memenuhi
6. Tidak memiliki permasalahan hukum
7. Manajemen perusahaan harus memiliki waktu dan kemampuan dalam mengelola produk
8. Produk harus sesuai dengan cita-cita dan tujuan perusahaan (1999:119).

Saat ini Indonesia dengan gencarnya melakukan promosi untuk memperkenalkan budaya Indonesia di mata dunia. Promosi ini didukung sebagian besar perusahaan industri pakaian lokal Indonesia dengan melakukan penggabungan budaya Indonesia dengan produknya dan menciptakan sesuatu yang baru. Dengan menambahkan budaya Indonesia pada produknya, perusahaan secara langsung memberikan nilai lebih dengan menambahkan nilai-nilai budaya Indonesia dengan kemasan yang lebih menarik untuk dikonsumsi.

Penyatuan budaya Indonesia kedalam sebuah produk yang dibuat terutama pada produk pakaian jadi, akan memberikan nilai atau *value* yang lebih. Nilai-nilai dan konsep ciri khas dari budaya itu sendiri merupakan sebuah keunikan yang tidak akan sama dengan budaya lainnya. Ketatnya persaingan dalam bisnis pakaian jadi, membuat para produsen pakaian jadi lokal Indonesia harus meningkatkan kreatifitas dalam mengemas produknya dengan menambahkan unsur-unsur budaya Indonesia pada produknya agar dibuat menjadi semenarik mungkin bagi konsumen dan unggul dalam nilai yang diberikan kepada konsumen dibandingkan dengan kompetitornya.

Salah satu budaya Indonesia yang sedang naik saat ini adalah seni batik. Menurut Hamzuri (1985) dalam Buku Batik Klasik dikemukakan bahwa batik merupakan suatu cara untuk memberikan hiasan pada kain dengan cara menutupi bagian-bagian dengan menggunakan perintang. Zat perintang ini sering menggunakan bahan lilin. Kain yang sudah digambar menggunakan perintang kemudian diwarnai dengan cara mencelupkan kain pada warna yang diinginkan. Lalu, sisa-sisa zat perintang pada kain dihilangkan dengan cara merebus kain tersebut, pada akhirnya akan menciptakan sehelai kain yang disebut batik dengan berbagai macam motif yang mempunyai sifat-sifat khusus yang unik.

Tren batik pada produk pakaian jadi semakin meningkat. Produsen pakaian jadi di Indonesia membuat sedemikian keunikan dengan melakukan inovasi produk batiknya dengan menciptakan model, jenis, bahan dan perbedaan lainnya untuk menguasai pasar. Strategi lain yang digunakan oleh perusahaan produsen batik di Indonesia adalah dengan memberikan cerita atau *storyline* dibalik produk yang dijualnya ini, mereka membuat suatu cerita dibalik pembuatan, bentuk motif batik serta jenis produk yang dibuatnya menjadikan produk yang mereka jual memiliki nilai lebih dari cerita-cerita yang telah ditambahkan pada produknya membuat konsumen tertarik untuk memiliki produk beserta cerita dibalik produk tersebut.

Muncul inovasi-inovasi lain yang dibuat sedemikian rupa oleh perusahaan pakaian jadi di Indonesia dengan menggabungkan unsur budaya, tren fashion masa kini, memberikan cerita pada produknya dan membuat suatu inovasi pada

produk pakaiannya dengan menggunakan bahan atau komposisi yang ramah lingkungan dan membantu mengurangi pemanasan global.

Salah satu bentuk upaya dari ramah lingkungan ini adalah mengurangi limbah dari hasil industri dengan menggunakan mesin yang berskala besar yang menciptakan asap polusi serta sampah yang dapat merusak lingkungan dan merusak kesehatan di lingkungan sekitarnya. Sehingga, muncul berbagai ide kreatif dengan proses produksi non-mesin sehingga tidak mencemarkan lingkungan dan aman. Salah satu bentuk pemanfaatan ini adalah dengan memanfaatkan kekayaan alam Indonesia sebagai tanah yang subur dan memiliki banyak jenis tanaman yang bermanfaat, seperti tanaman obat, tanaman yang dapat diolah menjadi makanan, hingga tanaman yang dapat diekstrak dan digunakan sebagai pewarna tekstil alami.

Hal ini dapat digunakan sebagai strategi inovasi perusahaan dalam menciptakan inovasi dengan menggunakan tanaman sebagai inovasi dalam pewarnaan tekstil untuk produk pakaian jadi yang dijualnya dengan menggunakan konsep *natural*. Dengan melakukan ini, seharusnya produk yang diciptakan dengan bahan dasar dari tanaman tidak melupakan kualitas yang sangat baik agar konsumen dapat tertarik untuk membelinya. Selain itu, perusahaan perlu untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumennya dengan cara mendengarkan saran dan keluhan serta mempertahankan nilai yang dimiliki agar konsumen tidak beralih ke produk dari pesaing.

Selain dengan melaksanakan peningkatan mutu dan kualitas produk serta hubungan baik dengan pelanggan, dalam melakukan inovasi produknya dengan melakukan pengembangan produk dengan cara perbaikan produk, menyempurnakan produk serta membuat sesuatu yang berbeda diantara produk sejenis lainnya. Dengan melakukan pengembangan produk harus dilakukan sebaik dan semaksimal mungkin dengan memperhatikan tren, selera konsumen, lingkungan, sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen dengan produk yang dihasilkan.

Bluesville merupakan sebuah perusahaan lokal produsen pakaian jadi yang berasal dari Jakarta. Perusahaan ini menciptakan produk pakaian jadi seperti kaos, kemeja, celana, jaket serta aksesoris lainnya. Nilai khas yang dimiliki oleh perusahaan ini yaitu dengan memiliki konsep budaya tradisional Indonesia, pemanfaatan tanaman sebagai pewarna alami dalam produk pakaian Bluesville, serta memiliki konsep modern yang tidak melupakan tren pakaian yang semakin berkembang dengan berjalannya waktu. Bluesville memproduksi pakaian jadi dengan sebagian besar bahan dasarnya menggunakan pewarna alami yang berasal dari tanaman bernama *Indigofera Tinctoria (Indigo)*. Tanaman ini merupakan satu-satunya tanaman yang dapat menghasilkan warna biru, yang telah digunakan selama berabad-abad yang lalu terutama digunakan sebagian besar oleh masyarakat di benua Asia. Keunikan dari pewarna alami ini adalah memiliki perbedaan dengan pewarna tekstil atau pewarna sintetis lainnya yang sulit ditiru.

Dengan mengetahui bahwa pentingnya sebuah perusahaan untuk melakukan pengembangan produknya dengan memberikan *value* tersendiri kepada konsumen, Bluesville memiliki strategi inovasi untuk memimpin persaingan pada produk sejenisnya. Bluesville mengembangkan produk pakaian jadi yang berbasis pewarna alami yang berasal dari tanaman serta menambahkan nilai kebudayaan Indonesia yaitu batik tulis dengan tetap mementingkan tren pakaian modern. Dari latar belakang yang telah diuraikan penulis, akan melakukan penelitian mengenai strategi inovasi pengembangan produk pada perusahaan Bluesville dan akan mengidentifikasi mengenai penerapannya pada produk perusahaan Bluesville, maka dari itu judul topik dari penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu “Analisis Strategi Inovasi Pada Produk Batik (Studi Kasus Pada Perusahaan Bluesville).”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah diatas, perusahaan Bluesville memiliki keunikan tersendiri pada produk yang dijualnya, produk tersebut telah melalui serangkaian tahapan pengembangan produk atau sebuah inovasi yang membuat produk tersebut memiliki nilai tambah di mata konsumen dengan keunikan pada pewarnaan bahan tekstil alami yang digunakan, menggabungkan unsur budaya batik Indonesia pada produknya serta tetap mengutamakan unsur tren *fashion* modern yang berkembang di Indonesia. Strategi yang diusung oleh Bluesville merupakan strategi inovasi dalam mengembangkan produknya untuk menjadi sesuatu yang baru. Maka dapat diidentifikasi dengan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana posisi strategis inovasi produk Bluesville?
2. Bagaimana langkah strategik untuk mengambil inovasi produk Bluesville?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui posisi dalam strategi yang diterapkan dalam inovasi produk Bluesville.
2. Untuk mengetahui langkah-langkah strategik yang diambil perusahaan Bluesville dalam melaksanakan inovasi dalam mengembangkan produknya.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Penulis:
  - Memperluas pengetahuan penulis dalam melakukan proses pengembangan produk dengan menciptakan suatu produk yang baru (inovasi).
  - Menambah wawasan mengenai kebijakan-kebijakan yang dimiliki perusahaan Bluesville dalam melaksanakan pengembangan produk.
  - Dapat meningkatkan kemampuan mengidentifikasi strategi apa yang diterapkan Bluesville untuk meningkatkan *value* produk dibandingkan dengan pesaing sejenisnya.

## 2. Bagi Pelaku Bisnis:

- Menjadi inspirasi dan referensi masukan para pelaku bisnis dalam mengembangkan produk yang dijualnya serta perusahaannya untuk meningkatkan *value* produk yang diberikan kepada konsumen.
- Dapat menambah pengetahuan para pelaku bisnis untuk memberikan dan menyebarkan unsur-unsur budaya Indonesia yang dapat dipadukan dengan unsur alamiah dalam mengembangkan produknya, dan menggunakan bahan-bahan alami dalam proses produksi untuk menciptakan lingkungan yang sehat.

## 3. Bagi Masyarakat:

- Menambah wawasan masyarakat mengenai kegunaan tanaman yang dapat dibudidayakan menjadi sebuah strategi ide bisnis yang berkembang dengan menambah konsep kebudayaan Indonesia.

### **1.5 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini ditujukan pada perusahaan produsen pakaian jadi bernama Bluesville yang berlokasi di DKI Jakarta. Perusahaan ini mulai bergerak di industri *fashion* Indonesia mulai tahun 2011 dengan memiliki konsep “*Natural Dyed Goods*” yang berarti Bluesville sebagai pelopor produsen pakaian jadi yang menggunakan tanaman *Indigofera Tinctoria* serta bahan lainnya yang berasal dari tanaman dan buah-buahan sebagai bahan utama dalam mewarnai pakaian yang dijualnya. Jenis pakaian yang dijual oleh Bluesville seperti kaos, kemeja, jaket, celana panjang dan celana pendek, aksesoris, dan barang lainnya. Selain dengan

memiliki konsep menggunakan pewarna alami sebagai strategi utama Bluesville dalam memasuki persaingan bisnis pakaian di Indonesia, perusahaan ini menambahkan konsep budaya Batik dengan dipadukan pada pakaian yang berwarna dasar dari pewarna alami ini, yang membuat konsep yang dimiliki oleh Bluesville ini berbeda dari pesaingnya. Kemudian menggunakan konsep budaya lain seperti tenun dalam proses pembuatan produknya. Pada mulanya, bentuk promosi yang dilakukan oleh Bluesville melalui forum komunitas jeans terbesar di Indonesia yaitu Darahkubiru, serta melalui media sosial online lainnya. Bentuk penjualan yang dilakukan oleh Bluesville pada mulanya dilakukan secara online melalui media sosial dan website Bluesville itu sendiri, apabila pada bentuk penjualannya secara langsung bisa saat mengikuti event-event *fashion market*.

Seiring dengan berkembangnya tren teknologi dan *fashion* di Indonesia, Bluesville mendapatkan respon yang baik di masyarakat Indonesia, semakin berkembang dengan konsep alaminya, Bluesville mengembangkan beberapa lini produknya pada beberapa kategori seperti *Easy Style*, *Made To Order* dan kategori lainnya dengan mengembangkan tren modern pakaian dengan budaya-budaya Indonesia. Hal ini menciptakan nilai tambah di mata konsumen Bluesville karena produk yang dijual bisa terbilang eksklusif dan memiliki keunikannya sendiri. Kemudian hingga saat ini dengan keunggulan strategi inovasi yang diusung Bluesville semakin berkembang dan mulai mendirikan kantor utamanya yang berada di Jakarta, tepatnya di Jalan Kasuari 17, Bintaro Sektor 9, Tangerang Selatan. Selain itu, Bluesville telah memiliki gerai penjualan produknya yang

tergabung dalam beberapa brand lainnya yang dinamakan STOW Store yang berlokasi di Jalan Cipete IX no. 1, Jakarta.

Selain dengan memiliki kantor pusat dan gerai penjualannya itu sendiri, produk Bluesville telah didistribusikan pada salah satu toko retail besar *fashion* Jakarta yaitu The Goods Dept. yang memiliki cabang gerainya di beberapa mall Jakarta. Dengan. Berikut dibawah ini logo dari Bluesville:



Gambar 1.1 Gambar Logo Bluesville (sumber: Bluesville)