



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/XI/2014

**Analisis Strategi Inovasi pada produk Elhaus (Studi
Deskriptif Mengenai Inovasi *Outerwear* Denim
dengan Penggabungan Konsep Budaya Tradisional
Barat dan Timur)**

Skripsi

Oleh

Fajar Hadiyusuf

2012320146

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/XI/2014

**Analisis Strategi Inovasi pada produk Elhaus (Studi
Deskriptif Mengenai Inovasi *Outerwear* Denim
dengan Penggabungan Konsep Budaya Tradisional
Barat dan Timur)**

Skripsi

Oleh
Fajar Hadiyusuf
2012320146

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 : Fajar Hadiyusuf
Nomor Pokok : 2012320146
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada produk Elhaus (Studi Deskriptif Mengenai Inovasi *Outerwear* Denim dengan Penggabungan Konsep Budaya Tradisional Barat dan Timur)



Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 24 juli 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

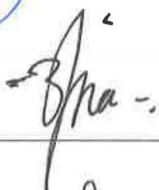
Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si

: 

Sekretaris

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

: 

Anggota

Ghandi Pawitan, Ph.D.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fajar Hadiyusuf

NPM : 2012320146

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Inovasi pada produk Elhaus (Studi Deskriptif Mengenai Inovasi *Outerwear* Denim dengan Penggabungan Konsep Budaya Tradisional Barat dan Timur)

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 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



Fajar Hadiyusuf

ABSTRAK

Nama : Fajar Hadiyusuf

NPM : 2012320146

Judul : Analisis Strategi Inovasi pada produk Elhaus (Studi Deskriptif Mengenai Inovasi *Outerwear* Denim dengan Penggabungan Konsep Budaya Tradisional Barat dan Timur)

Dengan berkembangnya industri pakaian kreatif di Indonesia, mengharuskan para perusahaan industri kreatif bersaing secara ketat untuk mengupayakan kelangsungan hidup dari perusahaannya, dengan memunculkan ide terhadap produk-produk baru yang inovatif khususnya dalam bidang pakaian jadi yang sifatnya sangat dinamis. Permintaan konsumen untuk munculnya produk baru terhadap bisnis pakaian di Indonesia menjadi titik peluang untuk melakukan sebuah ide inovasi bagi Elhaus, merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pakaian di Indonesia. Salah satu inovasi yang dipergunakan Elhaus adalah penggabungan konsep budaya tradisional barat dan timur yang di aplikasikan kedalam busana fesyen moderen.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas dan menganalisa langkah apa saja dari strategi inovasi dalam pengembangan produk yang sudah dilakukan oleh Elhaus selama ini, dengan menggunakan jenis penelitian berupa 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 analisis yang dilakukan terhadap perusahaan Elhaus, dapat ditarik kesimpulan bahwa Elhaus mengambil langkah langkah strategis dengan melakukan serangkaian tahapan dalam mengembangkan produk barunya sebagai bentuk inovasi. Elhaus melakukan serangkaian inovasi produk, dan inovasi pasar.

Berdasarkan hasil data dan analisis yang dilakukan, penulis memberikan saran untuk Elhaus, saran ini beruntukan agar Elhaus dapat memperkuat konsep dan bisa mempercabang ide ide baru mereka pada konsep dan inovasi produknya.

Kata kunci: Strategi, Inovasi, Pengembangan Produk, budaya barat, budaya timur

ABSTRACT

Name : Fajar Hadiyusuf

NPM : 2012320146

Title : *Analysis of Innovation Strategy and product development of elhaus product (descriptive study of innovation of outerwear denim with mergin of western and eastern traditional culture)*

The growth of creative apparel industry in Indonesia creates competition among creative entrepreneurs to keep its longevity in related industry by inventing new and innovative products. Consumer demand of innovative apparel in Indonesia encourages Elhaus, a company in creative apparel industry, to fulfill the demand. Innovation is one of the strategies in order to compete in any industry. One of the innovation which used in Elhaus is the combination between traditional culture of West and East that apply in modern fashion

This research aims to elaborate and analyze the efforts of Elhaus in developing its products. This research is using qualitative descriptive method. Data collection technique was done through interview with related sources and further study to answer the research question.

By completing this research, researcher has found that Elhaus takes strategic actions by creating several innovative steps in developing their new products. Elhaus does compilation of product innovation and market innovation as well. According to collected data and research, researcher suggests Elhaus to uphold the concept and invent another creative ideas for their upcoming products.

Keywords: Strategy,innovation, product development, west culture, east culture

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur diberikan kehadirat Allah SWT yang maha kuasa atas karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dengan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Inovasi pada produk Elhaus (Studi Deskriptif Mengenai Inovasi *Outerwear* Denim dengan Penggabungan Konsep Budaya Tradisional Barat dan Timur)”. Skripsi ini diajukan sebagai sebuah karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi syarat ujian tugas akhir program S-1 Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penulis memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh dosen-dosen Ilmu Administrasi Bisnis UNPAR yang telah memberikan semua ilmunya, terutama kepada Ibu Theresia Gunawan selaku dosen pembimbing. Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada orang tua dan teman-teman yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis.

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan segala info bagi peneliti selanjutnya ataupun bagi orang-orang yang memerlukan. Penulis mencoba memberikan yang terbaik di dalam penelitian ini, namun peneliti menyadari akan kekurangan dan keterbatasan diri dalam penyelesaian skripsi ini. Maka dari itu penulis mengharapkan kritikan dan saran yang bermanfaat bagi penelitian ini.

Bandung,

Fajar Hadiyusuf

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah SWT. atas karunia, bimbingan, pertolongan-Nya yang tak terbatas, serta telah memberi kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Katolik Parahyangan. Pada akhirnya, penulis dapat menyelesaikan penelitian guna memenuhi salah satu syarat akademis mencapai gelar Sarjana Ilmu Politik di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Banyak suka dan duka selama penulis mengenyam pendidikan di UNPAR, mulai dari adaptasi untuk mendapatkan teman baru hingga perjuangan untuk menyelesaikan skripsi ini. Pembelajaran melalui kegiatan kampus seperti kepanitiaan, interaksi dengan banyak orang, hingga magang di dunia kerja membuat penulis dapat mengembangkan ilmu yang telah didapat, lebih mengenal siapa diri penulis, dan bagaimana penulis dapat bersosialisasi dengan orang-orang yang hingga akhirnya menjadi sahabat penulis hingga saat ini.

Semoga pembelajaran di kampus ini dapat kembali penulis amalkan ke orang-orang sekitar penulis agar lebih bermanfaat dan berguna. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada orang – orang yang sudah membantu dan mendukung penulis baik dalam menyelesaikan studi di UNPAR maupun dalam penyelesaian penelitian ini. Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada Yth:

1. kepada kedua orang tua tercinta, bapa Eddy Kusmayadi, dan ibu Lin Marlina yang telah mengorbankan seluruh waktunya hanya untuk membahagiakan anakmu si bungsu satu ini, terimakasih telah menjadi orang-orang yang luar biasa.
2. Untuk kaka yang sangat menyebalkan namun tetap dicinta, Fitri Septiani terimakasih juga sudah mengingatkan penulis akan skripsinya cepat dibereskan.
3. Zagita Novia, orang yang sudah ada dalam hidup penulis dari kelas tiga SMA, orang terdekat yang benar-benar selalu mensupport tiada akhir, insya allah da git pertemuan dua keluarga segera dipertemukan haha.
4. Untuk dosen pembimbing tak juga lupa, ibu Theresia Gunawan dan para penguji Pa Yoke dan pa Ghandi yang telah menguji begitu baiiiiiiiik. Untuk bu theresia yang telah sabar telah membimbing anak bimbingnya yang memang pemalas ini.
5. Untuk sahabat oxford Fisip nih, Dara Jasmine dan Dheavita janji aing ditepati semester ini lulus uhuuuy, sahabat pertama gue dari awal semesteran yah akhirnya bisa lulus semua uhu uhu kecuali ardiya belooooom.
6. Untuk sisa crew oxford Fisip, Ardiya bima, Kharisma judior, dan Tyara indiani. Ga ada hentinya penulis mengucapkan terimakasih kepada kalian para cucunguk kering, soalnya penulis udah gabisa ngetik apa-apa lagi buat kalian, karena kalian rekeh yang terbaik.
7. Untuk sahabat seperjuangan skripsi diluar kampus, Aldy rohman alias akew, berkah anda si sang penulis ini ter trigger akan skripsinya, terimakasih telah mementoring arti hidup di masa yang fana ini.
8. Para sahabat Kresna Adiguna, Fadhilah Akip, Aria Bintang, Raden Taofiq, Aldi Mardiansyah, Alvia Fathoni, Lendi Ramdhani, Muhammad Aliyana, Novaldy Andaru, Randhika Nurdiana, Salman Hafizh, Yakub Wijayatama. Haduh penulis sebenarnya males mengucapkan terimakasih kepada kalian, namun apaboleh buat, terimakasihiiiiiih sebanyak banyak nya atas support yang tak da artinya buat penulis atas skripsinya yah.

9. Sahabat wanita wanita tidak betul, Dhena, Devina Maharani, Yolanda novianti, Regia Femeila (cucu cahyati), Bunga Athifah, terimakasih telah menjadi dayang dayang sumbi dalam hidup penulis, persahabatan ini tiada arti tanpa kebaPERAN.
10. Teruntuk Faishal Dwi, berikut Teman dari awal masuk, berikut memiliki mantan yang sama, berikut perjuangan untuk sampai disaat ini yang telah kita lalui banyak cerita yah sal buat jadi sarjana, suka saying TOEFL yah sal ,terima kasih teman seperjuangan Skripsi.
11. Untuk team SWAG luar biasa, Aradea abiding, Alimilando, Andreas Simanjutak, Marco Candino, Roland Octaviano, dan Piere Senna, terimakasih telah mengajarkan arti nya lebih penting gaya ketimbang pelajaran dan skripsi hahahaha.
12. Terucap untuk team kentang kering sekaligus saksi hidup dan mati perjuangan penulis mengerjakan Skripsi, Allizia Zulfa dan Sagita Yeska!!!! Sudah tidak berkata apa-apa lagi kekonyolan hidup penulis akan mengerjakan skripsi ada di kalian berdua semua, terimakasih udah mau membantu penulis akan skripsinya yah , ketika kesabaran habis buat ngerjain skripsi kalian semangatn lagi buat penulis hahah semangat untuk lembaran barunya yah.
13. Terimakasih untuk abang Raven Navaro selaku Founder Elhaus, yang telah memberikan diskusi yang luar biasa untuk penulis lebih memantapkan hasil Skripsinya. Semoga Elhaus tetap menajadi Brand yang solid.

14. DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
STRUKTUR	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.2.1 Deskripsi Masalah	5
1.3 Tujuan penelitian	7
1.4 Kegunaan penelitian	8
KERANGKA TEORI	9
2.1 Teori pendukung	9
2.1.1 Manajemen strategis.....	9
2.2 Teori Inovasi	11
2.2.1 Bentuk Inovasi dalam Bisnis.....	13
2.3 Teori pengembangan produk	15
2.4 Lingkungan Eksternal	24
2.4.1 Lingkungan Operasional	25
2.4.2 Lingkungan Industri	25
2.4.3 Lingkungan Jauh	31
2.5 Lingkungan Internal	32
2.6 Analisis SWOT	34

2.6.1 Matriks SWOT	36
BAB III.....	38
Metodelogi Penelitian.....	38
3.1 Jenis penelitian	38
3.2 Teknik pengumpulan data	39
3.3 Jenis Sumber Data	41
3.4 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV	44
OBJEK PENELITIAN	44
4.1 Sejarah Perusahaan	44
4.2 Profil Perusahaan.....	45
4.2.1 Visi	45
4.2.2 Misi	45
4.2.3 Logo perusahaan	46
4.3 Jenis produk Elhaus.....	46
4.4 Struktur Organisasi Elhaus	48
BAB V.....	51
PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	51
5.1 Analisis Pengembangan Produk.....	51
5.1.1 Jenis-jenis Produk yang Dihasilkan	53
5.1.12 Penyaringan Ide (<i>idea screening</i>).....	59
5.1.3 Pengembangan dan Pengujian Konsep (<i>concept development and testing</i>).....	62
5.1.4 Pengembangan Strategi Pemasaran (<i>marketing Strategy Development</i>)	64
5.1.5 Analisis bisnis (<i>Business Analysis</i>)	68
5.1.6 Pengembangan Produk (<i>product development</i>)	73
5.1.7 Uji Coba Pemasaran (<i>Markets Testing</i>)	74
5.1.8 Komersialisasi (<i>commercialization</i>).....	75

5.2 Inovasi	77
5.2.1 Bentuk Inovasi Dalam Bisnis.....	79
5.3 Analisis Lingkungan Eksternal.....	86
5.3.1 Lingkungan Jauh	86
5.3.2 Lingkungan Industri.....	89
5.3.3 Lingkungan Operasional	92
5.4 Analisis Lingkungan Internal	97
5.5 Analisis SWOT	104
KESIMPULAN DAN SARAN	109
6.1 Kesimpulan	109
6.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lingkungan Eksternal Perusahaa.....	28
Gambar 2.2 Kekuatan Persaingan.....	29
Gambar 4.1 Logo Elhaus	49
Gambar 5.1 perbedaan jaket umum dengan jaket pengembangan produk Elhaus.....	59
Gambar 5.2 Produk <i>outerwear</i> Elhaus	60
Gambar 5.3 Produk <i>outerwear</i> Elhaus.....	60
Gambar 5.4 produk potala/kimono Elhaus	62
Gambar 5.5 Alur Penciptaan Gagasan Ide.....	63
Gambar 5.6 untuk alur penyaringan ide dari perusahaan Elhaus	64
Gambar 5.7 Salah Satu Ide konsep bagus namun tidak dapat di aplikasikan	65
Gambar 5.8 Transformasi Penyaringan Ide produk Elhaus.....	66
Gambar 5.9 Alur Tahap Pengembangan dan Pengujian Konsep Produk Elhaus	68
Gambar 5.10 Inovasi Produk Elhaus.....	85
Gambar 5.11 Tampak Depan Inovasi Produk Elhaus	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT	39
Tabel 2.2 Peneliti Terdahulu	40
Tabel 4.1 Daftar Jenis Produk.....	50
Tabel 5.1 Estimasi Produk dan Penjualan Elhaus.....	74
Tabel 5.2 Harga Pokok Penjualan Elhaus	78
Tabel 5.3 <i>Timeline</i> Perkembangan Elhaus	87
Tabel 5.4 Matriks SWOT	110

STRUKTUR

4.1 Struktur Organisasi Elhaus.....	53
5.1 Struktur Alur Produksi Elhaus	104

BAB 1

PENDAHULUAN

a. Latar Belakang Masalah

Melonjaknya jumlah pelaku usaha belakangan ini tentunya mengakibatkan persaingan pasar menjadi semakin ketat. Bahkan sekarang ini persaingan antara pengusaha yang satu dengan pelaku usaha lainnya sudah dalam kondisi yang semakin kompleks, sehingga masing-masing perusahaan kini berlomba menciptakan inovasi-inovasi baru untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya.

Menggunakan inovasi baru untuk menghadapi persaingan pasar ternyata cukup efektif untuk memenangkan pasar yang ada. Tanpa adanya inovasi dari para pelaku usaha, bisa dipastikan konsumen akan cepat bosan dan bisnisnya pun akan tenggelam ditengah persaingan ramainya persaingan. Karena itulah, para pelaku usaha kecil maupun besar dituntut untuk selalu berinovasi baik dalam urusan internal perusahaan, maupun untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

Dengan aktivitas dan gaya hidup manusia ditingkat jaman sekarang yang terus meningkat di Indonesia, membuat konsumen menjadi sangat selektif dalam memilah-milah produk pakaian atau busana yang akan mereka pakai disaat aktivitas sehari-hari maupun kerja, baik itu dalam berpakaian sehari-hari maupun kasual. Namun kita harus meninjau kembali dasar berpakaian itu sendiri apa, yaitu untuk melindungi kita dan menutupi tubuh kita sebagai manusia dan memang

sudah menjadi kebutuhan. Sehubungan dengan berkembangnya zaman juga semakin maju, pakaian pun menjadi suatu hal yang benar-benar dikembangkan didunia fesyen. Fesyen adalah istilah umum untuk gaya populer atau praktik, khususnya di pakaian, sepatu, atau aksesoris.

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 saat ini, sehingga mampu untuk merespon konsumen dengan membuat produk yang tepat sesuai dengan permintaan konsumen.

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

Jenis fesyen yang sedang digandrungi sekarang adalah jenis *outerwear*. *Outerwear* salah satu bentuk jenis pakaian yang mungkin tidak akan pernah ketinggalan oleh jaman dan juga modenya, dengan beragam inovasi yang di keluarkan oleh para pengusaha-pengusaha pada industri *apparel* yang di jaman sekarang yang memiliki kualitas dan kuantitas dari sumber daya manusia yang kreatifitas dalam, hal ide untuk menciptakan ragam jenis mode baru dari *outerwear* itu sendiri. *Outerwear* adalah pakaian yang dirancang untuk dikenakan

diluar pakaian lainnya. Bahan *outerwear* yang biasanya terbuat dari kanvas, kini dapat di inovasikan dengan bahan *denim*. *Denim* sendiri adalah sebuah bahan yang berasal dari sebuah kota di Perancis, bernama Nimes. Awal dari bahan ini disebut Serge de Nimes, kemudian di persingkat menjadi *denim (de nims)*.

Denim merupakan material kain yang kokoh terbuat dari katun *twill*. *Denim* sebenarnya merupakan paduan dari *wool*, katun dan sutra tetapi setelah abad ke-19, hanya memakai katun saja. Bahan *denim* sendiri biasanya dipakai untuk busana celana jeans dan warna identik jeans pada jaman dahulu adalah biru. Warna biru dari jeans atau *denim* sendiri merupakan hasil *dye* dari tanaman yang bernama *indigo* yang telah di pergunakan sejak 2500 tahun sebelum Masehi. Pabrik-pabrik jeans pun sampai mengimport bahan alami *indigo* tersebut hingga ke negara India karena permintaan produk yang sangat tinggi.

Sintetik Indigo sendiri ditemukan oleh Adolf Von Baeyer pada tahun 1878. Sebuah sumber mengatakan bahwa Indonesia dulu merupakan salah satu penyuplai *Indigofera (emas biru)*. Ambarawa dan sekitarnya merupakan ladang terbesar tanaman indigo. Indigo yang harganya terbilang sangat mahal tetapi masih bisa ditemui pada jeans-jeans sekarang. Teksturnya mirip karpet namun lebih tipis dan halus. Pertama kali diciptakan, *denim* atau jeans hanya memiliki satu warna yaitu warna indigo atau warna biru.

Tapi dengan seiring berkembangnya jaman, dibuatkanlah warna-warna lain seperti hitam, abu-abu, putih, dan warna terang di antaranya pink, hijau, dan biru terang. *Denim* atau jeans pun memiliki beberapa jenis kain yaitu *dry denim* (raw denim), *prewash denim* (kain jeans prewash), *black coated denim*, dan

selvedge denim. Sedangkan untuk perwarna kain *denim* terdiri dari dua macam yaitu dengan cara tradisional (indigo) yang umumnya bertujuan untuk memberi warna-warna biru pada kain *denim* atau jeans. Cara yang kedua adalah dengan pewarna *Sulphur* untuk menciptakan warna selain biru.

Seiring berjalanya waktu, busana atau produk yang lain juga menggunakan bahan *denim* dengan beragam bentuk model yang inovatif, seperti rok dengan *denim*, gaun yang terbuat dari bahan *denim*, sepatu *denim*, dan juga *outerwear* atau jaket yang di aplikasikan dengan bahan *denim*.

Perpaduan kain *denim* dan jenis busana *outerwear* ini dilakukan oleh perusahaan lokal pakaian dan jeans asal Jakarta yaitu *Elhaus*. Perusahaan ini menciptakan sebuah inovasi dimana sebuah bahan jeans atau *denim* bisa menjadi sebuah gaya baru dalam berpakaian.

Keunikan *Elhaus* untuk menciptakan sebuah pakaian yang inovasi pun ditambahkan dengan unsur-unsur budaya tradisional dari berbagai negara yang memang memiliki sejarah fesyen yang kental, contoh adalah negara Jepang dari busana *kimono*, Amerika dengan busana saat perang dunia ke II, dan India diambil dengan sentuhan coraknya.

Hal inovasi ini membuat ciri khas *Elhaus* sangat kental di kenal oleh para konsumennya. *Elhaus* mengembangkan produk pakaian jadi yang berbasis perpaduan budaya tradisional dengan busana modern. Penyatuan budaya kedalam sebuah produk yang dibuat terutama pada produk pakaian jadi, akan memberikan nilai atau *value* yang lebih.

Nilai-nilai dengan konsep ciri khas 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 kreatifitasnya dalam mengemas produk dengan menambahkan sentuhan inovatifnya dan unggul dalam nilai yang diberikan kepada konsumen dibandingkan dengan kompetitornya.

Maka dari itu judul topik dari penelitian yang ditulis oleh penulis yaitu “Analisis Strategi Inovasi Pada Produk Elhaus (Studi deskriptif mengenai *outerwear denim* dengan perpaduan budaya tradisional barat dan timur).

1.2 Identifikasi Masalah

1.2.1 Deskripsi Masalah

Indonesia memang dari awal tahun 2000-an adalah sebagai negara yang meningkat dalam hal bidang fesyen, sehingga banyak sekali unsur budaya fesyen dari barat maupun negara timur yang masuk kedalam Budaya Indonesia untuk menambahkan esensi dari nilai fesyen Negara Indonesia, yang pada akhirnya banyak sekali perusahaan produsen pakaian luar yang masuk ke Indonesia. Inilah yang menjadi faktor perusahaan lokal lebih banyak menganut paham budaya luar untuk dijadikan sebuah strategi inovasi dalam kelangsungan hidup perusahaan lokal untuk bersaing di pasar.

Perusahaan lokal bernama Elhaus adalah perusahaan lokal produsen pakaian dan *jeans* jadi. Elhaus sendiri awal terbentuk adalah sebuah perusahaan produsen pakaian yang berfokus pada celana jeans *denim* saja, dengan berbagai

faktor persaingan yang semakin tinggi diberikan oleh kompetitornya, mereka memproduksi juga kaos dan *outerwear* (jaket atau cardigan).

Tidak sampai disitu Elhaus memiliki sesuatu inovasi untuk meningkatkan penjualan perusahaanya dan juga meningkatkan nilai lebih untuk para konsumennya. Dengan membuat sebuah *outerwear denim* yang berpadukan corak budaya penjahitan ala Jepang yaitu *shasiko* dan juga corak *paisley*. *Sashiko* secara harfiah adalah menusuk kecil, sebuah tradisi Jepang yang berkembang dari waktu ke waktu. Ini adalah sebuah teknik sederhana untuk menegakkan kembali kain yang dibuat untuk alat berat di desa-desa nelayan. Sebuah tradisi jahitan dekoratif tanpa tumpang tindih dari dua jahitan corak *paisley* sendiri merupakan motif sayur berbentuk titisan yang berasal dari India dan Parsi. Ada juga orang menyebutnya sebagai “*Persian pickles*” ataupun jeruk Parsi bagi tradisional Amerika terutamanya pembuat selimut ataupun “*welsh pears*” dalam industri tekstil di Wales sekitar 1888. Inovasi ini yang membuat sebuah terobosan pertama bagi Elhaus terhadap persaingan pasar lokal *brand*.

Pola *shasiko* dan corak *paisley* dari Elhaus ini sangat unik dan beragam, membuat mata konsumen dapat langsung mengetahui bahwa pola dan bentuk keseluruhan produk tersebut berasal dari Elhaus menjadikan sebuah nilai produk yang sulit ditiru oleh para kompetitor.

Dengan kita sudah mengetahui pentingnya dari sebuah perusahaan untuk mengembangkan produknya ke level yang lebih tinggi dengan memberikan *value* tersendiri kepada konsumen, Elhaus memiliki inovasi untuk bersaing dan memimpin pasar pada produk sejenisnya. Elhaus mengembangkan produknya

yang awal berbasis jeans *denim* saja, kini Elhaus mengembangkan produk dan pasarnya melalui produksi *outerware denim* yang dilakukan dengan cara jahitan budaya Jepang. Dari uraian cerita singkat yang telah di uraikan oleh penulis, maka penulis akan menganalisis dan identifikasi mengenai pemaparan pengembangan produk dan strategi inovasi yang di lakukan oleh Elhaus terhadap produknya.

Dari serangkaian penjelasan yang diberikan oleh penulis dari latar belakang masalah hingga deskripsi masalah diatas, bahwa perusahaan Elhaus untuk meningkatkan daya saing jual di pasarnya maka mereka melakukan sebuah inovasi, yang dimana inovasi Elhaus membawa pengaruh positif dan nilai detail yang berbeda dibandingkan kompetitornya dengan keunikan dari *outerware denim* dengan pola dan corak berdasarkan budaya tradisional Jepang dan India. Strategi yang di usung oleh Elhaus merupakan strategi inovasi dalam pengembangan produknya untuk menjadi sesuatu yang lebih *fresh* di mata konsumen. Hal-hal tersebut memunculkan suatu pertanyaan mengenai pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Inovasi apa yang dilakukan oleh Elhaus selama ini melalui konsep budaya tradisional Barat dan Timur?
2. Kendala apa saja yang dialami Elhaus dalam melakukan inovasi pada produk?
3. Analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal Ehaus?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelittian melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui inovasi apa yang dilakukan oleh Elhaus selama ini.

2. Untuk mengetahui adakah kendala yang di alami Elhaus dalam melakukan inovasi pada produknya.
3. Untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal Elhaus.

1.4 Kegunaan penelitian

1. Bagi penulis:
 - Mendapatkan pengetahuan yang luas dalam melakukan proses pengembangan produk.
 - Menambah wawasan dengan melalui kebijakan yang di pergunakan Elhaus dalam proses pengembangan produk.
 - Memiliki kemampuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi strategi dari Elhaus dalam meningkatkan nilai produk Elhaus dibanding pesaingnya.
2. Bagi pelaku bisnis:
 - Dapat menjadi sebuah motivator para pelaku bisnis lainnya dalam melakukan strategi inovasi pengembangan produk.
 - Bisa menjadi pengetahuan baru bagi pelaku bisnis, bahwa budaya tradisional (macam negara) dapat disatupadukan dengan budaya fesyen modern.
3. Bagi masyarakat:
 - Menjadikan sebuah wawasan baru masyarakat mengenai proses produksi atau cara pembuatan sebuah pakaian dengan cara dan pola ataupun corak dari beragam budaya tradisional manca negara.