



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 dan Manajemen Inovasi Batik Fractal

Skripsi

Oleh

Bellamaya

2014320058

Bandung

2018



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 dan Manajemen Inovasi Batik Fractal

Skripsi

Oleh

Bellamaya

2014320058

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2018



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Bellamaya
Nomor Pokok : 2014320058
Judul : Analisis Strategi dan Manajemen Inovasi Batik Fractal

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 28 Maret 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Marihot Tua Effendi, Drs., M. Si



Sekretaris

Sanerya Hendrawan, Ph.D



Anggota

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



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Bellamaya
NPM : 2014320058
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi dan Manajemen Inovasi Batik Fractal

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, 09 Maret 2018



Bellamaya

ABSTRAK

Nama : Bellamaya
NPM : 2014320058
Judul : Analisis Strategi dan Manajemen Inovasi Batik Fractal

Industri *Fashion* semakin meningkat seiring dengan meningkatnya penduduk di Indonesia, sehingga banyak pesaing di industri yang sama dapat menawarkan produk kepada konsumen dan memberikan keinginan serta kepuasan untuk konsumen. Strategi merupakan pendekatan yang dilakukan Batik Fractal untuk menentukan langkah yang akan digunakan untuk mempertahankan perusahaan dan mendapatkan laba. Manajemen inovasi mencakup seperangkat alat yang memungkinkan semua orang dalam organisasi untuk bekerja sama dengan pemahaman yang sama tentang proses dan sasaran strategi organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan proses dan sasaran melalui manajemen inovasi dan dapat dicapai melalui pemasaran, yaitu menerapkan strategi pemasaran dengan menganalisa efektivitas dan faktor internal maupun eksternal berdasarkan analisis SWOT. Penelitian dilakukan menggunakan metode studi kasus dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati dengan menggunakan riset dan menekankan subjektivitas bagi individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Batik Fractal menggunakan strategi fokus diferensiasi dan biaya terbaik dengan menggunakan software Jbatik. Batik Fractal mampu mempertahankan posisi perusahaan peringkat 24.397.270 di dunia, 1.048.817 di Indonesia, dan 127.373 pada kategori pakaian pada bulan Desember 2017.

Kata kunci: strategi pemasaran, manajemen inovasi, analisis SWOT, deskriptif kualitatif

ABSTRACT

Name : Bellamaya
NPM : 2014320058
Title : Strategy Analysis and Innovation Management of Batik Fractal

Fashion industry is increasing along with the increasing population in Indonesia, so many competitors in the same industry can offer products to consumers and provide the desire and satisfaction for consumers. Strategy is an approach which Batik Fractal do to determine the steps that will be used to maintain the company and earn profit. Innovation management includes a set of tools that enable everyone in the organization to work together with a common understanding of the organizational strategy's processes and objectives. This study aims to get the process and target through innovation management and can be achieved through marketing, which is implementing marketing strategy by analyzing the effectiveness and internal and external factors based on SWOT analysis. The study was conducted using case study method with descriptive qualitative research type. The study that produces descriptive data in the form of written or oral words of the person and behavior observed by using research and emphasizing subjectivity for the individual. The results show that Batik Fractal uses the best focus of differentiation and cost strategy using Jbatik software. Batik Fractal is able to maintain the position of the company as ranked 24,397,270 in the world , 1,048,817 in Indonesia and 127.373 in clothing category in December 2017.

Keywords: marketing strategy, innovation management, SWOT analysis, and qualitative descriptive.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi dan Manajemen Inovasi Batik Fractal”. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal seminar ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetya, M. Si., selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M. Si., selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis dan dosen wali
3. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, bantuan, dan dukungan selama penyusunan seminar dan skripsi
4. Bapak Lukman yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk di wawancara

5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya program studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan banyak ilmu dan pembelajaran kepada penulis selama ini
6. Kedua Orang Tua yaitu Ngadiman dan Yanny yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan secara moral dan materil selama penyusunan skripsi
7. Keluarga tercinta yaitu Christine Gumulya dan Elizabeth Deandra yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi
8. Kepada Adithia Theo Buditama yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, canda, tawa, dan menemani penulis dalam pengerjaan skripsi
9. Kepada sahabat yang bernama Cynthia Erika yang selalu memberikan semangat, dukungan, canda, dan tawa
10. Kepada sahabat yang bernama Salsabila, Kika, Arisa, dan Rosa yang memberikan doa, dukungan, canda, dan tawa selama kurang lebih 3 tahun
11. Kepada sahabat yang bernama Monica, Renata, dan Vanessa yang memberikan perhatian, semangat, doa, dukungan, canda, dan tawa kepada penulis
12. Kepada teman yang bernama Cindy, David, Devina, Fransiskus, Niken, Ronald, Riska, dan Samuel yang memberikan semangat dan dukungan selama penulis kuliah di Universitas Katolik Parahyangan Bandung
13. Kepada teman satu kostan yang bernama Nadia yang memberikan perhatian, semangat, dan dukungan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi

14. Kepada seluruh teman kuliah, teman FISIP 2014, teman Bisnis 2014
terimakasih atas seluruh kerja keras dan kerjasama

15. Kepada pihak yang tidak disebutkan diatas yang juga sangat membantu dalam
menyelesaikan penulisan skripsi ini

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis
mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga
akhirnya laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan
penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Bandung,

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR GRAFIK.....	x
DAFTAR BAGAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB 2 KERANGKA TEORI	4
2.1 Manajemen Inovasi	4
2.1.1 Inovasi.....	6
2.1.2 Inovasi Produk	12
2.2 Efektivitas.....	13
2.2.1 Pengertian Efektivitas	13

2.2.2 Indikator Efektivitas	14
2.3 Strategi Pemasaran	16
2.3.1 Analisis SWOT	17
2.3.2 Strategi Generik	17
2.3.3 Strategi Pemasaran.....	23
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Lokasi Penelitian	37
3.4 Jenis dan Sumber Data	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....	41
4.1 Profil Perusahaan.....	41
4.2 Sejarah Perusahaan.....	41
4.3 Visi Misi	43
4.4 Struktur Organisasi.....	44
4.5 Proses Pembuatan.....	45
4.6 Perkembangan Usaha	51

BAB 5 PEMBAHASAN.....	54
5.1 Manajemen Inovasi	55
5.1.1 Stimulator Inovasi.....	70
5.1.2 Rantai Nilai Inovasi	71
5.1.3 Radar Inovasi	74
5.1.4 Pendekatan Inovasi	75
5.1.5 Inovasi Produk	76
5.2 Efektivitas.....	78
5.3 Strategi Pemasaran	87
5.3.1 Analisis SWOT.....	87
5.3.2 Strategi Generik	88
5.3.3 Strategi Pemasaran.....	90
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	104
6.1 Kesimpulan.....	104
6.2 Saran	107
LAMPIRAN	108
DAFTAR PUSTAKA	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: The Five Generic Competitive Strategies	18
Gambar 2.2: Five Product Levels.....	28
Gambar 4.1: Perkembangan Usaha Batik Fractal	51
Gambar 5.1: Batik Tradisional Kawung	57
Gambar 5.2: Lokasi Batik Fractal	97

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1: Pengunjung Website Batik Fractal per Hari	52
Grafik 4.2: Waktu yang Dhabiskan Oleh Pengunjung Saat Berada di Website Batik Fractal per Hari.....	52
Grafik 4.3: Halaman per Kunjungan Website Batik Fractal per Hari.....	52
Grafik 4.4: Angka Persentase antara Tingkat Kunjungan dengan Tampilan Halaman Website Batik Fractal per Hari.....	53
Grafik 5.1: Strategy Canvas Batik Fractal dan Batik Keris	67

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.2: The Four Action Framework	5
Bagan 2.1: Radar Inovasi	10
Bagan 5.1: The Four Action Framework Batik Fractal.....	68

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang mempunyai banyak kekayaan, baik dari sumber daya alam, adat, warisan budaya maupun peninggalan sejarahnya. Salah satu warisan budaya Indonesia yang terkenal baik dalam negeri maupun luar negeri adalah batik.

Batik merupakan salah satu cara pembuatan bahan pakaian dan kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia. Tiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas motif batik tertentu yang memiliki perbedaan mendasar. Sebagai contoh batik asal Solo dan Yogyakarta memiliki ciri khas keteraturan dan biasanya berwarna coklat. Cara pembuatan batik sendiri saat ini ada dua cara tradisional yaitu batik tulis dan batik cap yang kemudian berkembang dengan cara modern yaitu batik print. Batik print memiliki motif yang dicetak dengan menggunakan mesin. Pola motif batik berulang-ulang dan membentuk sebuah gambar yang saling berkesinambungan. Konsep pola pada batik ini sesuai dengan pola konsep fractal.

Batik Fractal adalah batik yang sentuhan desain dibuat dengan rumus matematika atau fisika yang dikerjakan dengan teknologi komputer sehingga menghasilkan desain pola baru yang sangat beragam. Keragaman desain dapat dilihat dari grafis, warna, ukuran, sudut, dan pengulangan. Batik Fractal menunjukkan bahwa batik merupakan

suatu sistem kompleks dari hasil interaksi antara manusia dengan lingkungan yang memiliki empat elemen yaitu seni, budaya, sains, dan teknologi.

Seiring dengan perkembangan, kota Bandung berkembang menjadi kota yang memfokuskan pada barang dan jasa. Barang dan jasa di kota Bandung terletak menyebar dan pada umumnya berada di sepanjang jalan utama. Laju pertumbuhan perekonomian kota Bandung berkembang pesat mencapai 6,8 persen bahkan lebih besar dari laju pertumbuhan perekonomian di Jawa Barat yang mencapai 5,3 persen dan nasional mencapai 5,0 persen.¹

Batik Fractal melakukan inovasi minimal tiga bulan sekali melakukan inovasi pada produknya, seperti baju, celana, tas, kain, sepatu, sandal, aksesoris dan lain-lain. Batik Fractal memberikan harga untuk produk kurang lebih Rp100.000,00 sampai Rp1.000.000,00. Sebagai sebuah bisnis, Batik Fractal membutuhkan cara memasarkan produk di lingkungan mahasiswa maupun lingkungan sekitarnya. Salah satu pendorong utama adalah manajer pemasaran.

Masalah Batik Fractal yang dihadapi adalah memiliki masalah dalam manajemen untuk melakukan persaingan dengan perusahaan lain. Masalah kedua adalah menentukan pemasaran perusahaan berdasarkan analisis SWOT. Selain itu, tingginya bisnis start-up di kota Bandung yang berdampak pada persaingan satu sama lain. Maka studi ini dilakukan untuk memformulasikan sebuah model strategi pemasaran dan manajemen inovasi Batik Fractal sehingga tercipta manajemen yang baik.

¹ <http://fokusjabar.com/2017/03/27/laju-pertumbuhan-ekonomi-di-kota-bandung-belum-mampu-turunkan-angka-kemiskinan/>

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pola manajemen inovasi dalam mengatasi daya bersaing dengan perusahaan lain?
2. Bagaimana efektivitas strategi Batik Fractal selama ini?
3. Bagaimana langkah strategi pemasaran Batik Fractal untuk ke depannya yang lebih tinggi berdasarkan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pola manajemen inovasi dalam mengatasi daya bersaing dengan perusahaan lain.
2. Mengetahui efektivitas strategi Batik Fractal selama ini.
3. Mengetahui langkah strategi pemasaran Batik Fractal untuk ke depannya yang lebih tinggi berdasarkan analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat akademis

- Dapat membantu penulis memperdalam materi yang telah di ajarkan selama masa perkuliahan, serta menerapkan teori yang ada ke dalam dunia nyata.

B. Manfaat praktis

- Dari penulisan ilmiah ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui seberapa besar peningkatan hasil penjualan pada Batik Fractal.