



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 Pandan Wangi

Florist

Skripsi

Oleh

Yunita

2014320081

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 Inovasi Pada Produk Pandan Wangi
*Florist***

Skripsi

Oleh
Yunita
2014320081

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

Bandung

2018



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

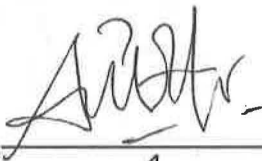


Tanda Pengesahan Skripsi


Nama : Yunita
Nomor Pokok : 2014320081
Judul : Analisis Strategi Inovasi Pada Produk Pandan Wangi *Florist*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 24 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: 

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

: 

Anggota
Dr. 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 : Yunita

NPM : 2014320081

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis/Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik

Judul : Analisis Strategi Inovasi Pada Pandan Wangi *Florist*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya 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, 24 Juli 2018



Yunita

Abstrak

Nama : Yunita
NPM : 2014320081
Judul : Analisis Strategi Inovasi Pada Produk Pandan Wangi *Florist*

Perkembangan florikultura semakin maju di zaman yang modern ini. Seiring berjalannya waktu, kini bunga telah menjadi kebutuhan dalam suatu acara tertentu. Masyarakat pun banyak menggunakan jasa florist untuk memenuhi kebutuhannya. Melihat permintaan bunga cukup tinggi, banyak perusahaan baru yang mulai bermunculan dan persaingan pun menjadi semakin kompetitif dalam menciptakan produk bunga yang inovatif. Oleh karena itu, strategi inovasi butuh diterapkan dalam perusahaan bunga dalam menciptakan nilai lebih terhadap produk. Penelitian ini akan menganalisis strategi inovasi pada sebuah *florist* di kota Jambi yaitu Pandan Wangi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui inovasi apa saja yang telah diterapkan dan menganalisis faktor- faktor internal dan eksternal perusahaan.

Dalam pembahasannya, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi kepada pemilik. Selanjutnya, peneliti menganalisis dengan teknik analisis SWOT, analisis matriks SWOT, Analisis matriks kompetitif, dan analisis *value chain* untuk mengetahui inovasi yang telah diterapkan selama ini.

Berdasarkan hasil dari penelitian, inovasi yang dilakukan oleh perusahaan berada di aspek produk, teknologi, dan pelayanan. Sedangkan inovasi dari aspek keuangan, model bisnis dan keuangan belum banyak dilakukan. Adapun beberapa saran yang peneliti rekomendasikan yaitu mengembangkan kemampuan pegawai, mengganti bahan bunga yang kualitasnya sebanding, memperbanyak desain produk bunga, dan memelihara alat- alat untuk membuat produk.

Kata Kunci: Analisis Strategi, Strategi Inovasi, Analisis SWOT, Matriks SWOT

Abstract

Name : Yunita

NPM : 2014320081

Title : *Strategic Analysis Innovation on Pandan Wangi Florist*

The evolution of floriculture is more advanced nowadays. As time goes by, flower has become a must-have kind of decoration in a lot of events. Many people use a florist to fulfill their needs of flower decoration. Because the demand for flowers are quite high, a lot of new comers in this industry, making the competition become more and more competitive. Therefore, we need innovation strategic in order to create a new innovation of flower product, to give more value to the product. This research is going to analyze that innovation strategic of a florist in Jambi City named Pandan Wangi. The objective of this research is to find out what kind of innovation strategic do they use, what is the internal, and the external factor of it.

In order to answer those question, reasearcher using descriptive-analytical from the qualitative research method. For the data, reasearcher gather it by interview and observation at the related florist. After the data are gathered, researcher using SWOT analytic thechnique, SWOT matrix analytic, competitive matrix analytic, and value chain analytic, to find out what kind of innovation has the florist been used?

The outcome of this research show that the aspect of innovation at Pandan Wangi focus on the product, technology, and service aspect. As for the financial, business modeling, and utility aspect of innovation not so developed. Also, researcher suggest that the florist need to improve the performance of their employees, using alternative with comparable quality, increase flower design variation, and do regular equipment maintenance.

Keyword: Strategic Analyze, Innovation Strategic, SWOT analysis, SWOT matrix

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan bimbinganNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Strategi Inovasi Pada Produk Pandan Wangi *Florist*”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata I jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi apa saja yang telah dilakukan perusahaan, serta mengetahui pengembangan inovasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menjalani bisnisnya di masa depan. Penelitian ini tidak lepas dari adanya hambatan, batasan, kesulitan, rintangan dan waktu, namun berkat berbagai macam motivasi, dukungan, bimbingan, serta kerjasama dari pembimbing dan narasumber.

Dalam penelitian ini, penulis mencoba memberikan yang terbaik walaupun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat hal-hal yang belum sempurna dan luput dari perhatian penulis, segala kekurangan berupa bahasa maupun teknik penyajian yang digunakan. Penulis berharap penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang memerlukan serta penulis juga sangat menerima kritik dan saran yang membangun.

Pada kesempatan ini, saya selaku penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku ketua jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah meluangkan waktu dalam penanda tangan persetujuan skripsi.
2. Ibu. Dr. Theresia Gunawan, S.sos. MM, M.Phil. sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan materi, waktu, nasihat, tenaga dan pikiran serta dengan penuh kesabaran dalam membimbing penyusunan skripsi ini
3. Seluruh dosen dan staff di fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu dan waktu.
4. Bapak Budiman selaku satpam fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang selalu membantu menyesuaikan waktu dalam pertemuan dengan dosen pembimbing.
5. Bapak Hendra Jip selaku pemilik dari Pandan Wangi *florist* yang telah bersedia, mengizinkan, dan meluangkan waktu untuk penulis dalam melakukan penelitian.
6. Riwin Y selaku ibu yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan moral maupun materiil, dari awal perkuliahan sampai akhir proses penulis menyelesaikan skripsi.

7. Alm. Nurhadi selaku ayah yang selama ini telah memberikan motivasi agar penulis dapat menyusun skripsi ini dengan penuh semangat di kala penulis merasa sepi.
8. Fillyta dan Rita Trihadi selaku saudara- saudara saya yang selalu menyayangi, mendukung dan menemani penulis semasa penelitian skripsi.
9. Vincent Hartono Tengadi sebagai *partner* selama proses penelitian dari awal sampai akhir skripsi. Terima kasih selalu menemani dalam kondisi apapun dan segala bentuk dukungan cinta, doa, dan waktu yang telah diluangkan kepada peneliti.
10. Dewi Mardiana, Reina Marcelline dan Handy selaku teman perjuangan skripsi bersama. Terima kasih atas segala ilmu, waktu, dan informasi yang telah diberikan kepada penulis.
11. Sahabat-sahabat dalam Grup Ambis yaitu Reina Marcelline, Selly Christiani, Juliana, Defota Nadia Ayowembun dan Jayanti Sari yang dari awal kuliah sampai akhir saling memberikan ilmu dan waktu serta mendukung satu sama lain dalam proses penulisan skripsi.
12. Margaretta Juliana, Yuliani Quesan, Silfani, Andreana Ayu, Delfina Octaviani, Yunita, Sella Seriyana, dan Oliviana Lidya sebagai sahabat yang saling menyemangati dan memendukung selama penulisan skripsi.
13. Teman- teman seperjuangan kuliah antara lain Selly, Alicia Waty, Yoshi Kartika, Carla, Gifton Binowo, dan Ardian yang mendukung penulis.

Terima kasih atas segala bentuk dukungan selama proses penyusunan skripsi.

14. Teman- teman Ilmu Administrasi Bisnis 2014 yang telah berjuang selama perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

15. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu terima kasih atas segala bentuk dukungan yang telah diberikan kepada penulis.

Bandung,

2018

Penulis,

Yunita

Daftar Isi

Abstrak	i
<i>Abstract</i>	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KERANGKA TEORI.....	11
2.1. Strategi.....	11
2.2. Produk.....	14
2.3. Analisis Lingkungan Eksternal.....	18
2.4. Analisis Lingkungan Internal	24
2.5. Analisis Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>).....	37
2.6. Industri Kreatif	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1. Jenis Penelitian	48
3.2. Metode Penelitian.....	48
3.3. Jenis Data.....	49
3.4. Teknik Pengumpulan Data	49
3.5. Teknik Analisis Data	51
3.6. Operasional Variabel	53
3.7. Objek Penelitian	54

BAB IV OBJEK PENELITIAN.....	56
4.1. Sejarah Perusahaan.....	56
4.2. Produk Pandan Wangi <i>Florist</i>	57
4.3. Visi dan Misi Pandan Wangi <i>Florist</i>	64
4.3.1. Visi	64
4.3.2. Misi	64
4.3.3. Tujuan	65
4.4. Bagan Organisasi.....	65
4.5. Aktivitas Pandan Wangi <i>Florist</i>	67
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
5.1. Strategi inovasi yang telah dijalankan oleh PW Florist.....	71
5.1.1. Pengenalan Suatu Barang Baru.....	71
5.1.2. Pengenalan Metode Produksi.....	74
5.1.3. Pembukaan Pasar Baru.....	77
5.1.4. Penciptaan Bahan Mentah atau Setengah Jadi Baru	79
5.1.5. Penciptaan Suatu Bentuk Organisasi Industri Baru	79
5.2. Tahapan Membangun Inovasi Produk.....	80
5.2.1. Ide.....	80
5.2.2. <i>Prototype</i> (Produk Sementara).....	80
5.2.3. Penetapan Harga.....	81
5.2.4. Peluncuran Produk	82
5.3. Analisis Rantai Nilai.....	82
5.3.1. Aktivitas Primer (<i>Primary Activities</i>)	83
5.3.2. Aktivitas Sekunder (<i>Support Activities</i>).....	90
5.4. Analisis PEST.....	93
5.4.1. Aspek Politik.....	93
5.4.2. Aspek Ekonomi.....	94
5.4.3. Aspek Sosial-Budaya	96

5.4.4.	Aspek Teknologi	98
5.5.	Analisis Five Forces	99
5.5.1.	Persaingan dengan Kompetitor	99
5.5.2.	Potensi Masuknya Pesaing Baru	103
5.5.3.	Potensi pengembangan Produk Pengganti	105
5.5.4.	Daya Tawar Pemasok.....	107
5.5.5.	Daya Tawar Konsumen.....	109
5.6.	Analisis SWOT.....	110
5.6.1.	Analisis Kekuatan	110
5.6.2.	Analisis Kelemahan	116
5.6.3.	Analisis Peluang.....	122
5.6.4.	Analisis Ancaman	125
5.7.	Analisis Matriks SWOT	129
5.7.1.	Strategi SO	130
5.7.2.	Strategi WO.....	131
5.7.3.	Strategi ST.....	133
5.7.4.	Strategi WT	135
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		134
6.1.	Kesimpulan.....	134
6.2.	Saran.....	136
Daftar Pustaka		140

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Permintaan akan bunga hias sudah tidak diragukan lagi. Bunga hias di zaman modern ini telah menjadi kebutuhan bagi umat manusia. Dimana orang-orang sangat memilih dengan hati-hati atas bunga hias yang akan mereka miliki untuk tujuan tertentu. Adapun gaya hidup masyarakat modern yang berubah terutama di perkotaan yang menginginkan segala hal yang fleksibel, cepat, dan dinamis. Dalam hal membuat bunga, masyarakat menggunakan jasa *florist* yang ada. Semakin banyak masyarakat menggunakan jasa *florist*, semakin besar pula peluang yang ada dalam usaha bunga ini.

Hortikultura merupakan salah satu sub sektor dalam sektor pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Indonesia memiliki aneka produk hortikultura, dengan ragam plasma nutfah dan varietas yang memungkinkan bagi upaya pengembangan buah, sayuran dan bunga. Namun hasil tanaman hortikultura mempunyai sifat khusus antara lain (Departemen Pertanian, 2010):

- 1) Mudah atau cepat busuk (*perishable*), tetapi selalu dibutuhkan setiap hari dalam keadaan segar. Sejak panen sampai pasar memerlukan penanganan secara cermat dan efisien karena akan mempengaruhi kualitas dan harga pasar.

- 2) Memiliki nilai estetika, jadi harus memenuhi keinginan masyarakat umum. Keadaan ini sangat sulit karena tergantung pada cuaca, serangan hama dan penyakit, namun dengan biaya tambahan kesulitan itu dapat diatasi.
- 3) Produksi umumnya musiman, beberapa diantaranya tidak tersedia sepanjang tahun.
- 4) Memerlukan volume (ruangan volumenes) yang besar, menyebabkan ongkos angkut menjadi besar pula dan harga pasar menjadi tinggi
- 5) Memiliki daerah penanaman (geografi) yang sangat spesifik atau menuntut agroklimat tertentu.

Hortikultura dapat diartikan sebagai budidaya tanaman kebun. Kata hortikultura berarti digunakan pada jenis tanaman yang di budidayakan. Hortikultura sendiri meliputi pembenihan, pembibitan, kultur jaringan, produksi tanaman, hama dan penyakit, panen, pengemasan, dan distribusi. Hortikultura sendiri merupakan salah satu metode modern dalam budidaya pertanian. Hortikultura adalah cabang dari agronomi yang memfokuskan pada budidaya tanaman buah (pomologi/frutikultur), tanaman bunga (florikultura), tanaman sayuran (olerikultura), tanaman obat-obatan (biofarmaka), dan taman (lansekap). Produk hortikultura memiliki salah satu ciri khas yaitu perisabel atau muda rusak karena sifatnya yang segar. (Departemen Pertanian, 2010)

Hortikultura memiliki komoditas utama yaitu sayuran, buah, dan tanaman hias. Tanaman hias dikelompokkan menjadi empat yaitu: bunga potong, daun potong, tanaman hias pot, dan tanaman hias untuk pertamanan lansekap. Bagian yang

dimanfaatkan dari tanaman hias tidak semata bunga, tetapi kesan keindahan yang dimunculkan oleh tanaman tersebut. Selain bunga (warna dan aroma), daun, bunga, batang bahkan pepagan dapat menjadi komponen yang dapat dimanfaatkan. Beberapa ranting tumbuhan tertentu yang mengeluarkan aroma segar dapat pula diletakkan di ruangan sebagai pengharum ruangan maupun menjadikannya sebagai komponen tanaman hias. Tanaman hias dapat dikelompokkan berdasarkan fungsinya, maka tidak menutup kemungkinan bahwa suatu tanaman sayuran, tanaman obat, atau tanaman buah menjadi tanaman hias, maupun sebaliknya. Adapun beberapa jenis tanaman hias yaitu Anggrek, Lili, Mawar, Anyelir, Krisan, Sedap malam, *Dracaena*, dan tanaman hias tropika.

Di Indonesia, perkembangan florikultura pun telah dimulai pada tahun 1980-an akhir di saat para petani memulai usaha tanaman hias sebagai pemenuhan kebutuhan primernya. Pola usaha tani ini pun diubah menjadi usaha komersial yang prospektif oleh para pengusaha bunga dan tanaman hias. Untuk tanaman hias diminati oleh konsumen dari segi *florist* dan dekorasi. *Florist* untuk papan bunga, tanaman hias yang dirangkai sedangkan dekorasi biasanya pada pernikahan, ulang tahun dan lain sebagainya. Namun, di jaman yang semakin berkembang ini pula, *florist* pun dimanfaatkan ke dalam berbagai hal. Ada pada acara peresmian, ulang tahun, ucapan kasih sayang, ucapan belasungkawa, upacara wisuda, acara selamat, dan lain-lain. Dengan demikian, penggunaan bunga ini sangat meluas. Banyaknya kegiatan yang dapat digunakan dalam pemberian atau penggunaan produk *florist* ini, tidak lepas

juga banyaknya toko-toko *florist* yang bermunculan satu per satu dalam memenuhi kebutuhan konsumen. (Departemen Pertanian, 2010)

Dengan adanya teknologi yang membantu dalam proses pengerjaan *florist* ini, *florist* yang dihasilkan dapat berbagai macam, rupa, dan warna. Seperti bunga yang berwarna-warni, bentuknya yang indah, bunga yang dapat bertahan lama, dan juga harga yang terjangkau. Usaha yang dapat dijalani dalam bidang florikultura ini pun terdapat dua jenis yaitu usaha budidaya dan usaha *florist*. Usaha budidaya merupakan kegiatan terencana pemeliharaan sumber daya hayati yang dilakukan pada suatu area lahan untuk diambil manfaat atau hasil panennya, sedangkan *florist* merupakan kegiatan yang akan memberi nilai tambah terhadap bunga tersebut lalu dijadikan rangkaian bunga atau ditambah dengan hiasan yang lainnya dan kemudian dijual kepada konsumen. Kegiatan usaha budidaya membutuhkan modal yang relatif besar, sedangkan usaha *florist* tidak membutuhkan modal sebesar usaha budidaya. Akan tetapi, usaha *florist* ini membutuhkan pengetahuan mengenai minat konsumen dan *trend* apa yang sedang terjadi di kalangan masyarakat terhadap bunga.

Secara umum, bunga hias digunakan sebagai fungsi yang sama yaitu memberi nilai estetika dan memberikan keindahan pada macam-macam dekorasi atau pun sebagai hiasan di rumah, kantor, kamar, dan sebagainya. Menjalankan sebuah kegiatan usaha bunga hias maupun *florist* memiliki potensi yang cukup baik dan menguntungkan karena arti dari keindahan telah menjadi hal yang sangat diperhitungkan bagi masyarakat dengan seiring berkembangnya pola pikir dan

zaman. Berikut adalah potensi pembelian bunga hias di Indonesia dari tahun 2014-2016

Tabel 1.1 Potensi pembelian bunga di Indonesia pada tahun 2014-2016

No	Nama Bunga	2016	2015	2014
1	Anggrek	19.978.078	21.514.789	19.739.627
2	Anthurium	1.760.610	2.837.074	2.805.548
3	Anyelir	1.814.485	2.185.392	2.934.039
4	Gerbera/Herbras	5.412.790	7.118.774	7.454.459
5	Gladiol	1.008.758	2.552.060	1.884.719
6	Krisan	433.100.145	442.698.194	427.248.059
7	Mawar	181.884.630	188.302.152	173.077.811
8	Sedap malam	117.094.086	116.687.423	104.625.690

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2016

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa perkembangan gaya hidup masyarakat dapat mempengaruhi permintaan dan minat atas nilai keindahan masyarakat pula. Pembelian yang relatif meningkat dari tahun ke tahun memicu munculnya toko-toko dan usaha bunga hias yang sangat berkembang di saat ini.

Salah satu pelaku usaha di bidang bunga di kota Jambi adalah Pandan Wangi *Florist*. Pandan Wangi *Florist* merupakan *florist* yang menyediakan berbagai macam bunga potong hias yang masih segar dan juga menyediakan berbagai macam rangkaian bunga maupun karangan bunga yang di hias dengan indah untuk berbagai kebutuhan konsumen seperti acara-acara tertentu atau sebagai ucapan selamat melalui

rangkaian-rangkaian bunga. Pandan Wangi *Florist* telah memiliki kios yang tergolong sederhana namun memiliki varian bunga potong yang cukup lengkap ataupun konsumen dapat memesan terlebih dahulu bunga potong yang akan dipilih lalu dapat diambil beberapa hari setelahnya. Pandan Wangi *Florist* adalah toko yang terkenal di kota Jambi dengan penjualan bunga potongnya yang segar. Selain menjual bunga potong dan rangkaian bunga, Pandan Wangi *Florist* juga menjual karangan bunga yang dapat disesuaikan oleh masing-masing konsumen yang hendak membeli. Karangan bunga yang disediakan pun juga berbagai macam ukuran dan warna.

Oleh karena itu, inovasi menjadi penting bagi Pandan Wangi *Florist* agar dapat menjadi unggul di dalam industri bunga hias atau bunga potong. Mengingat bisnis *florist* pun sudah banyak ditekuni oleh para masyarakat Indonesia, khususnya Jambi. Maka dari itu, pesaing bagi Pandan Wangi *Florist* pun juga semakin meningkat. Inovasi diperlukan bagi Pandan Wangi *Florist* karena hal ini akan menjadikan bunga atau karangan bunga yang disediakan akan semakin menarik dan Pandan Wangi *Florist* akan terus unggul di dalam usaha *florist* ini. Sehingga konsumen akan terus setia dan memilih Pandan Wangi *Florist* dan menaruh loyalitasnya kepada *florist* ini. Dan juga masyarakat yang belum mengenal dan acuh tak acuh terhadap bunga hias akan mencintai bunga hias jika inovasi telah diterapkan oleh Pandan Wangi *Florist*.

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan banyaknya jumlah penduduk yang semakin bertambah dari tahun ke tahun menjadikan besarnya peluang bisnis di era modern ini dan menjadikan banyaknya permintaan atas bunga hias tetapi dengan hal tersebut tentu menimbulkan persaingan ketat antar kompetitor yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan. Maka, setiap perusahaan berusaha untuk bersaing agar dapat menarik pelanggan sebanyak-banyaknya. Oleh karena itu, agar suatu perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor diperlukan strategi bersaing untuk memenangkan dirinya di antara para pesaing guna untuk peningkatan perusahaan dalam hal pendapatan.

Berdasarkan kasus ini, inovasi produk merupakan strategi yang cocok untuk menghadapi situasi seperti ini. Suatu perusahaan tidak akan dapat terus menerus bertahan jika tidak melakukan inovasi terhadap produk atau jasanya apalagi di saat persaingan yang begitu ketat. Dengan seiringnya perkembangan teknologi pula, berbagai kemudahan dapat kita dapatkan untuk mengembangkan bahkan menciptakan suatu hal yang baru untuk menghadapi ketatnya persaingan antar perusahaan kompetitor sehingga dapat mengembangkan hal yang baru dan berbeda agar terciptanya nilai lebih bagi para konsumen kepada suatu keberhasilan inovasi yang dilakukan perusahaan tersebut.

Pandan Wangi *florist* adalah perusahaan yang bergerak di bidang bunga. Pandan Wangi *florist* memberikan inovasi produk berupa tanaman hias berkualitas serta karangan bunga dengan berbagai keragaman yang dapat dipilih oleh konsumen dalam menjalankan usaha bisnisnya. Seperti tanaman hias yang dirangkai sedemikian rupa untuk memberikan nilai estetika sebagai daya tarik konsumen untuk membeli

dan dari segi keindahannya pula yang diperhatikan agar konsumen merasa puas ketika membeli produk. Selain memberi penawaran berupa produk-produk bunga, Pandan Wangi *florist* juga memberikan suatu pelayanan jasa kepada konsumen berupa sikap ramah, teliti, dan sopan yang diberikan pegawai kepada konsumen ketika menemani konsumen untuk memilih produk. Tentunya hal ini sangat diperlukan sebuah pelatihan bagi pegawai yang baru agar dapat terbiasa dan memberikan pelayanan jasa yang baik terhadap konsumen. Karena itu harus diciptakan sesuatu hal yang berbeda dan unik agar dapat unggul dari pesaing yang ada agar dapat menarik para konsumen.

Oleh karena itu, saya sebagai penulis ingin mengetahui strategi inovasi yang diambil oleh Pandan Wangi *florist* apakah sudah tepat dalam menghadapi persaingan yang bergerak di bidang bunga yang sudah memiliki inovasi untuk ditawarkan kepada masyarakat luas. Berdasarkan uraian tersebut, penulis mendapat tiga pokok permasalahan:

1. Apa inovasi yang sudah dilakukan oleh Pandan Wangi *florist* saat ini?
2. Bagaimana analisis *Value Chain* dari Pandan Wangi *florist*?
3. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal dan lingkungan internal Pandan Wangi *florist* saat ini?
4. Bagaimana rekomendasi strategi dalam hal inovasi produk Pandan Wangi *florist*?

1.3. Tujuan Penelitian

Melihat identifikasi permasalahan diatas maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui inovasi yang sudah dilakukan oleh Pandan Wangi *florist* saat ini
2. Untuk menganalisis *value chain* dari Pandan Wangi *florist*..
3. Untuk mengetahui kondisi lingkungan eksternal dan lingkungan internal Pandan Wangi *florist* saat ini.
4. Untuk menguraikan rekomendasi strategi dalam hal inovasi terhadap produk Pandan Wangi *florist*.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Bagi dunia akademis dan praktisi

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan informasi untuk perusahaan yang diteliti, untuk pemilik perusahaan serta para pengguna jasa perusahaan ini dan dapat memberikan pengetahuan di bidang akademis mengenai inovasi produk di Pandan Wangi *florist* serta dapat dijadikan dasar bagi peneliti-peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian khususnya di area yang sama.

2. Bagi penulis

Penelitian dilakukan oleh penulis agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui bagaimana inovasi yang dilakukan oleh Pandan Wangi *florist*.