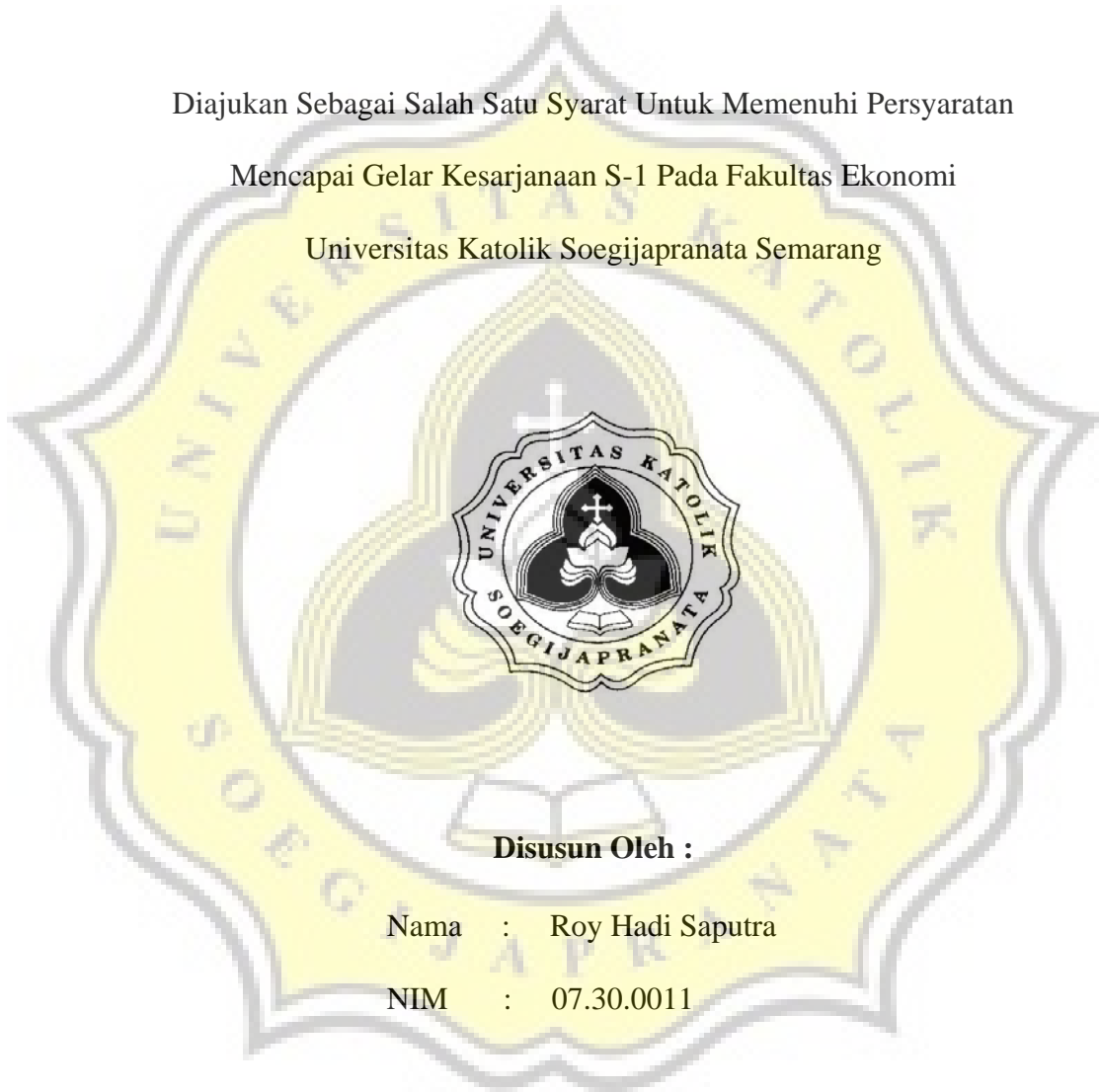


**PROSES INOVASI ARAK GOSOK CHING LUNG
(STUDY PADA PERUSAHAAN JAMU CHING LUNG)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Kesarjanaan S-1 Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun Oleh :

Nama : Roy Hadi Saputra

NIM : 07.30.0011

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2011

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Proses Inovasi Arak Gosok Ching Lung

Disusun Oleh :

Nama : Roy Hadi Saputra

NIM : 07.30.0011

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik
Soegijapranata Semarang

Telah dipertahankan dihadapan Penguji pada tanggal 31 Maret 2011

Tim Penguji

Koordinator

Anggota

Anggota

(Dr. Rustina Untari) (Eny Trimeiningrum, SE., M.Si) (Meniek Sringing Prapti, SE., M.Si)

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

(Prof. Dr. Andreas Lako)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Roy Hadi Saputra

NIM : 07.30.0011

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata

Judul Skripsi : PROSES INOVASI ARAK GOSOK CHING LUNG

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau pemalsuan data maupun kecurangan lainnya. Saya bersedia untuk menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 31 Maret 2011

Roy Hadi Saputra

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Proses Inovasi Arak Gosok Ching Lung

Disusun Oleh :

Nama : Roy Hadi Saputra

NIM : 07.30.0011

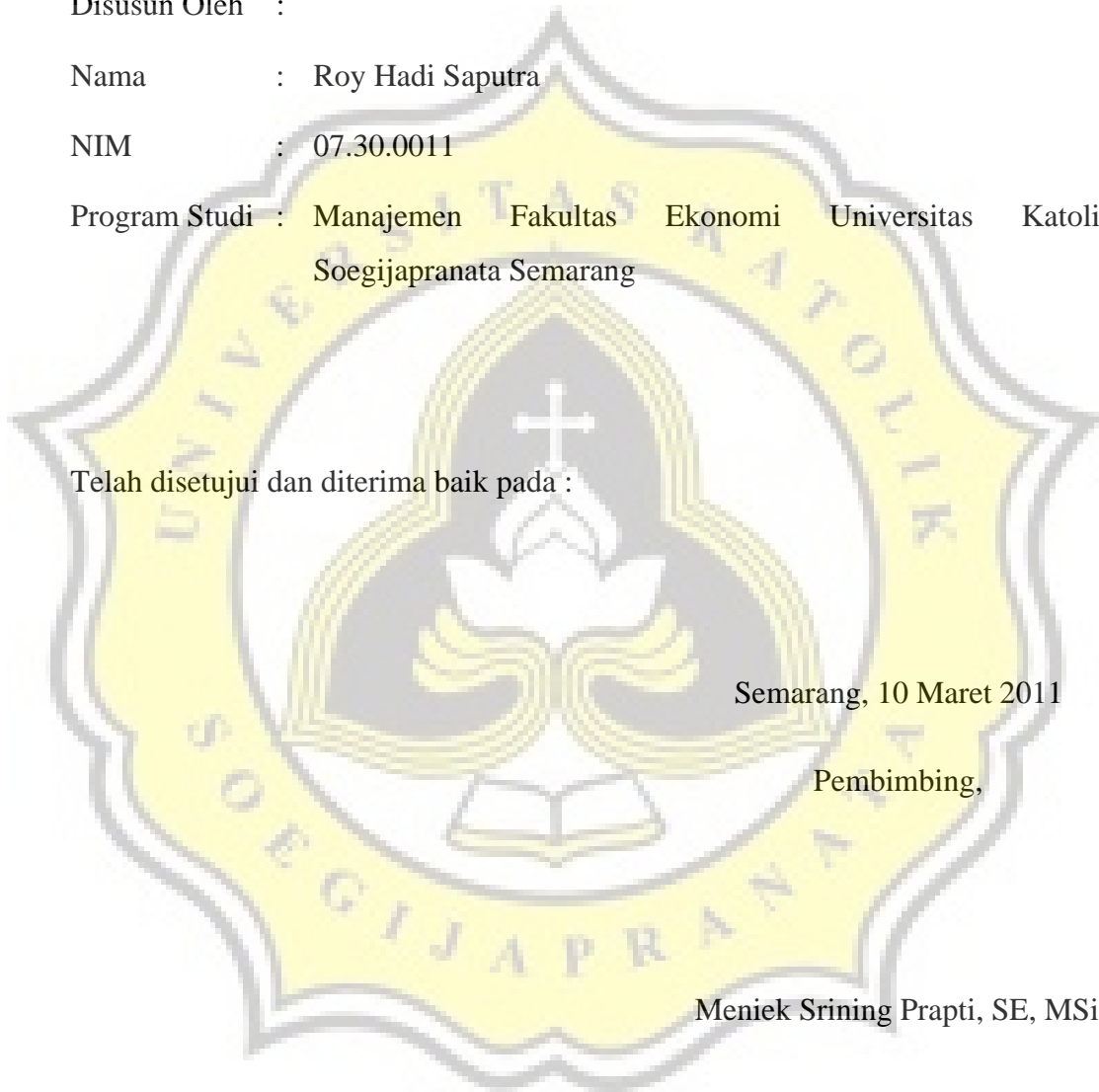
Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik
Soegijapranata Semarang

Telah disetujui dan diterima baik pada :

Semarang, 10 Maret 2011

Pembimbing,

Meniek Srining Prapti, SE, MSi



HALAMAN MOTTO dan PERSEMBAHAN

℞ Janganlah menyesali yang sudah berlalu, tataplah hari esok dan lakukan yang terbaik untuk mencapai cita-cita kita

℞ Setiap pengorbanan yang kita lakukan, akan menghasilkan buah – buah yang segar dan manis di kemudian hari

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ♥ orang tua tercinta
- ♥ semua teman-temanku yang selalu mensupport saya
- ♥ para dosen yang selalu membantu kelancaran kuliah saya
- ♥ para akademisi khususnya Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata Semarang

ABSTRAK

Diangkatnya wacana inovasi pada skripsi ini dilatarbelakangi adanya kondisi ekonomi yang semakin turbulent dan penuh persaingan di setiap bidang usaha. Perusahaan Jamu Ching Lung sebagai penghasil jamu herbal dan arak gosok Ching Lung mencoba memberi sentuhan inovasi terhadap produk arak gosoknya yang semula berupa cair menjadi dalam bentuk cream.

Tujuan dari skripsi ini untuk memberi referensi dan masukan kepada Perusahaan Jamu Ching Lung untuk melakukan inovasi produk yang dimiliki perusahaan tersebut yaitu arak gosok Ching Lung. Dengan kerangka pikir dan definisi operasional yang jelas maka keseluruhan proses analisis tahap inovasi dapat berjalan dengan lancar dan tersusun secara sistematis.

Proses inovasi yang terjadi di sini ada 5 tahap yaitu dimulai dari tahap pencarian ide (*idea generation*), analisa peluang dan kapabilitas intern perusahaan (*opportunity recognition*), evaluasi dan analisa dari setiap ide yang muncul sehingga dapat diciptakan sampel / prototype (*idea evaluation*), perbaikan dan pengembangan satu ide terseleksi yang berujung pada satu design final produk baru hasil inovasi (*development*) hingga proses pemasaran atau pengenalan produk baru kepada masyarakat luas (*commercialitation*).

Dari keseluruhan tahapan proses inovasi, Perusahaan Jamu Ching Lung selalu melibatkan konsumen langganannya yang sudah lama mengkonsumsi dan mengenal dengan baik arak gosok Ching Lung cair. Harapannya, hasil inovasi yang tercipta sesuai dan dapat diterima oleh konsumen serta mampu terjual dengan baik di pasaran.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu produk inovasi Perusahaan Jamu Ching Lung (arak gosok cream) dapat diterima oleh konsumen. Hasil dari skripsi ini nantinya secara konkrit dapat dipraktikkan oleh Perusahaan Jamu Ching Lung dalam rangka memperbesar dan mengembangkan usaha serta menjadi perusahaan yang lebih berkompeten dan unggul.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat anugrah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "PROSES INOVASI ARAK GOSOK CHING LUNG". Penyusunan skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan mencapai gelas sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Skripsi ini berisi tentang proses inovasi arak gosok Ching Lung.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis melirik bidang inovasi karena dalam menghadapi perekonomian yang semakin kompetitif, sebuah perusahaan dituntut untuk selalu mampu menghasilkan produk-produk yang *up to date* dan mengikuti perkembangan yang ada. Salah satu cara untuk memenangi persaingan yang ada dengan usaha sejenisnya adalah dengan melakukan inovasi.

Inovasi sangat penting terutama dalam situasi yang semakin *turbulent*. Dari inovasi yang dilakukan, harus dapat tercipta diferensiasi produk yaitu berupa produk yang lebih eksis dan mampu bertahan di pasaran. Dalam skripsi ini penulis membahas dan menganalisis adanya inovasi pada produk Perusahaan Jamu Ching Lung yaitu arak gosok Ching Lung. Di mana arak gosok yang berupa produk dalam bentuk cair di inovasi menjadi produk dalam bentuk cream.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa adanya doa, dukungan, masukan dan nasihat dari berbagai pihak, penelitian ini tidak akan dapat berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis juga

mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu pembuatan skripsi ini antara lain :

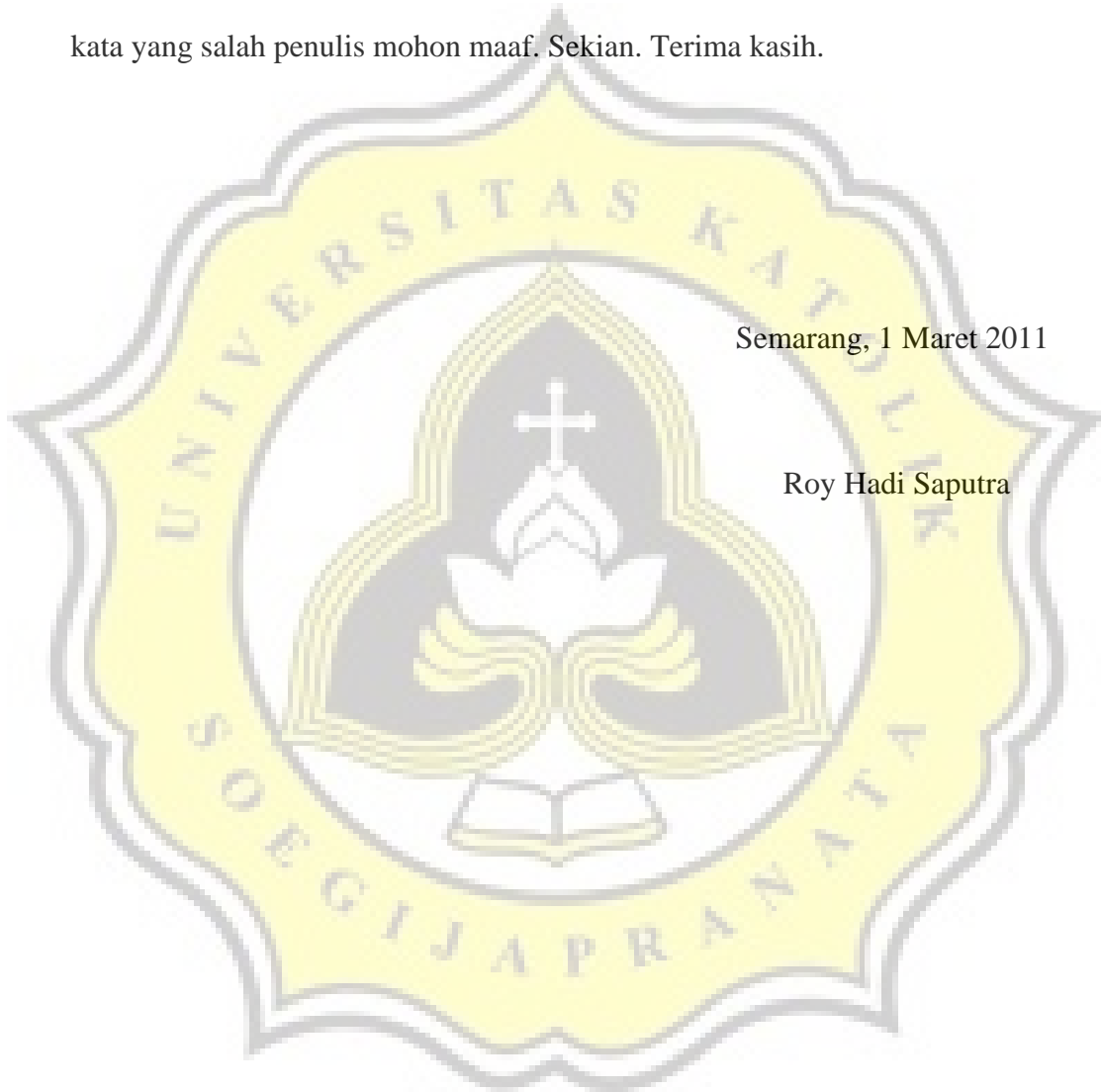
1. Prof. Dr. Andreas Lako selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Eny Trimeiningrum, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang serta selaku dosen penguji atau reviewer II.
3. Meniek Sringing Prapti, SE., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi dan penguji skripsi atau reviewer III yang telah banyak memberi masukan dalam pembuatan skripsi ini.
4. Dr. Rustina Untari selaku dosen penguji atau reviewer I.
5. Drs. Sentot Suciarto MP., Ph.D selaku dosen pengampu mata kuliah Metodologi Penelitian.
6. Teman-teman karib yang selalu membantu baik pikiran maupun tenaga untuk keberhasilan penulisan skripsi ini.
7. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu baik pikiran, tenaga, saran dan masukan demi keberhasilan skripsi ini.

Semoga skripsi ini berguna bagi saya dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar kesarjanaan S-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Selain itu berguna bagi para pembaca lainnya untuk mengetahui bahwa inovasi kini sangat penting dan menjadi salah satu kunci keberhasilan bagi sebuah perusahaan.

”Tiada Gading yang Tak Retak,” penulis sadar bahwa tugas penyusunan proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran, kritik dan masukan dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini akan penulis terima dengan senang hati. Apabila ada kata-kata yang kurang berkenan atau kata-kata yang salah penulis mohon maaf. Sekian. Terima kasih.

Semarang, 1 Maret 2011

Roy Hadi Saputra



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN MOTTO dan PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I . PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2. PERUMUSAN MASALAH	7
1.3. TUJUAN PENELITIAN	7
1.4. MANFAAT PENELITIAN	7
1.5. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI	7
BAB II . LANDASAN TEORI	10
2.1. PENGERTIAN INOVASI	10
2.2. PROSES INOVASI	11
2.3. KERANGKA PIKIR	15
2.4. DEFINISI OPERASIONAL	16
BAB III . METODE PENELITIAN	18
3.1. OBYEK DAN LOKASI PENELITIAN	18

3.2. POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING	18
3.3. PENGUMPULAN DATA	19
3.3.1. Jenis dan Sumber Data	19
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	19
3.4. ANALISIS DATA	21
BAB IV . HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	23
4.2. PROSES PRODUKSI ARAK GOSOK CHING LUNG	24
4.3. ANALISIS PROSES INOVASI ARAK GOSOK CHING LUNG	26
4.3.1. Idea Generation	26
4.3.2. Opportunity Recognition	49
4.3.3. Idea Evaluation	53
4.3.4. Development	62
4.3.5. Commercialitation	70
BAB V . PENUTUP	72
5.1. KESIMPULAN	72
5.2. SARAN	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Rekapitulasi <i>Idea Generation</i>	27
Tabel 4.2. Data Pilihan Terbanyak Konsumen / Keinginan Konsumen yang Paling Potensial	29
Tabel 4.3. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Bentuk Produk dengan Kepekatan Produk	30
Tabel 4.4. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Bentuk Produk dengan Warna Produk	30
Tabel 4.5. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Bentuk Produk dengan Bahan Kemasan	31
Tabel 4.6. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Bentuk Produk dengan Warna Kemasan	31
Tabel 4.7. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Bentuk Produk dengan Ukuran Kemasan	32
Tabel 4.8. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Bentuk Produk dengan Aroma Produk	32
Tabel 4.9. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Bentuk Produk dengan Rasa Saat Pemakaian	32
Tabel 4.10. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Kepekatan Produk dengan Warna Produk	33
Tabel 4.11. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Kepekatan Produk dengan Bahan Kemasan Produk	33
Tabel 4.12. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Kepekatan Produk dengan Warna Kemasan Produk	34
Tabel 4.13. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Kepekatan Produk dengan Ukuran Kemasan	34
Tabel 4.14. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Kepekatan Produk dengan Aroma Produk	35
Tabel 4.15. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Kepekatan Produk dengan Rasa Pada Saat Pemakaian Produk	35

Tabel 4.16. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Warna Produk dengan Bahan Kemasan Produk	36
Tabel 4.17. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Warna Produk dengan Warna Kemasan Produk	36
Tabel 4.18. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Warna Produk dengan Ukuran Kemasan Produk	37
Tabel 4.19. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Warna Produk dengan Aroma Produk	37
Tabel 4.20. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Warna Produk dengan Rasa Pada Saat Pemakaian Produk	38
Tabel 4.21. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Bahan Kemasan Produk dengan Warna Kemasan Produk	38
Tabel 4.22. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Bahan Kemasan Produk dengan Ukuran Kemasan Produk	39
Tabel 4.23. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Bahan Kemasan Produk dengan Aroma Produk	40
Tabel 4.24. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Bahan Kemasan Produk dengan Rasa Pada Saat Pemakaian Produk	41
Tabel 4.25. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Warna Kemasan Produk dengan Ukuran Kemasan Produk	42
Tabel 4.26. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Warna Kemasan Produk dengan Aroma Produk	43
Tabel 4.27. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Warna Kemasan Produk dengan Rasa Pada Saat Pemakaian Produk	44
Tabel 4.28. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Ukuran Kemasan Produk dengan Aroma Produk	45
Tabel 4.29. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Ukuran Kemasan Produk dengan Rasa Pada Saat Pemakaian Produk	46
Tabel 4.30. Hasil <i>Crosstabs</i> antara Aroma Produk dengan Rasa Pada Saat Pemakaian Produk	47

Tabel 4.31. Hasil Identifikasi Kapabilitas / Kemampuan Perusahaan Jamu Ching Lung Dalam Memproduksi Arak Gosok Cream	53
Tabel 4.32. Ide – Ide Terseleksi	54
Tabel 4.33. Perbandingan Hasil Kuesioner Pilihan Terbanyak Konsumen Dengan Hasil Identifikasi Kapabilitas / Kemampuan Perusahaan	54
Tabel 4.34. Hasil Pengisian Kuesioner Kedua Oleh Para Responden Arak Gosok Ching Lung	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Inovasi	14
Gambar 2.2. Kerangka Pikir Proses Inovasi Pada Perusahaan Jamu Ching Lung	15
Gambar 4.1. Arak Gosok Ching Lung Dalam Bentuk Cair	52
Gambar 4.2. Bentuk atau Rupa Dari Produk Arak Gosok Cream	58
Gambar 4.3. Prototype / Sampel Produk Arak Gosok Cream	58
Gambar 4.4. <i>Design</i> Produk Arak Gosok Cream Pilihan Konsumen	59
Gambar 4.5. <i>Design</i> Produk Arak Gosok Cream Pilihan Konsumen	59
Gambar 4.6. <i>Design</i> Produk Akhir (<i>Design Final</i>) Arak Gosok Cream Perusahaan Jamu Ching Lung Siap Dijual dan Dipasarkan	67