

ABSTRAK

Persaingan yang tinggi di berbagai industri tidak terkecuali pada industri mebel membuat pemain baru kesulitan untuk dapat memenangkan persaingan. Hal ini mengharuskan pengusaha untuk melakukan inovasi. Dalam melakukan inovasi perlu adanya strategi inovasi yang akan membantu pengusaha untuk memastikan inovasi yang dilakukan tepat dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi inovasi produk *Smart Space Furniture* yang akan dilakukan oleh perusahaan TACT Interior di kota Bandung. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi Inovasi menggunakan alat analisis AVAC didukung dengan analisis SWOT. Aspek yang akan dikaji dalam analisis AVAC adalah *Activity* (Aktivitas), *Value* (Nilai), *Appropriability* (Kesesuaian), dan *Change* (Perubahan). Metode penelitian yang diterapkan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan *Focus Group Discussion*.

Hasil menunjukkan bahwa strategi inovasi produk *Smart Space Furniture* di perusahaan TACT Interior mampu menciptakan nilai dan meningkatkan daya saing bagi perusahaan. Dari keempat aspek yang dianalisis didapatkan bahwa aktivitas (*Activity*) yang dilakukan sudah tepat untuk membantu perusahaan dalam penciptaan nilai, nilai (*Value*) yang diciptakan oleh perusahaan dapat diterima dengan baik oleh calon konsumen sebagai suatu keunikan, aspek kesesuaian (*Appropriability*) perlu diperhatikan tetapi memiliki potensi untuk memberikan keuntungan bagi perusahaan, selain itu perusahaan juga mampu mengambil keuntungan dari perubahan (*Change*) yang akan dilakukan baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang.

Kata Kunci : Strategi Inovasi, Inovasi, AVAC, *Activity*, *Value*, *Appropriability*, *Change*, SWOT

ABSTRACT

High competition in various industries including the furniture industry created difficulties for new players to win the competition. This required entrepreneurs to innovate. Strategies of innovation were required in creating an innovation. Those strategies would help entrepreneurs to ensure the innovation was appropriate and suitable for the objectives which are sought to be accomplished.

The aim for this study was to determine the strategy of product innovation Smart Space Furniture which would be conducted by the company TACT Interior in the city of Bandung. Theoretical basis used in this research was Innovation Strategy using AVAC analysis and combined with SWOT analysis. The aspects which would be studied in the analysis AVAC were Activity, Value, Appropriability, and Change. The research method applied was descriptive qualitative methods with data collection through interviews and focus group discussion.

The results showed that the strategy of product innovation Smart Space Furniture in the company's TACT Interior was able to create value and increase competitiveness for companies. Of the four aspects analyzed it was found that the activity done was right to help companies in creating the value, value created by the company to be well received by prospective customers as a uniqueness, aspect of appropriability was needed to be considered but it had the potential to be beneficial for the company, moreover the company was able to take advantage of changes which would be carried out both in the present and in the future.

Keywords: Innovation Strategy, Innovation, AVAC, Activity, Value, Appropriability, Change, SWOT

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1 Kewirausahaan.....	9
2.2. Organisasi.....	11
2.3. Strategi	12
2.4. Manajemen Strategi.....	13
2.5. Inovasi.....	15
2.6. Strategi Inovasi & Strategi <i>New Game</i>	16
2.7. AVAC Analisis.....	17
2.7.1. <i>Activity</i> (Aktivitas)	18
2.7.2. <i>Value</i> (Nilai).....	19
2.7.3. <i>Appropriability</i> (Kesesuaian)	20
2.7.4. <i>Change</i> (Perubahan).....	21
2.8. SWOT Analisis.....	22
2.8.1. <i>Strength</i> (Kekuatan)	24
2.8.2. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	24
2.8.3. <i>Opportunity</i> (Peluang)	25
2.8.4. <i>Threat</i> (Ancaman).....	25
2.9. Penelitian Sebelumnya.....	25
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	28
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	28

3.2.	Metode Penelitian	28
3.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.4.	Jenis Data	30
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6.	Cetak Biru / <i>Blueprint</i> Penelitian	33
3.7.	Panduan Wawancara.....	39
3.8.	Teknik Analisis Data	46
3.9.	Uji Validitas Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1.	Profil Perusahaan	50
4.2.	Hasil Penelitian.....	51
4.2.1.	Strategi Inovasi	51
4.2.1.1.	<i>Activity (Aktivitas)</i>	51
4.2.1.2.	<i>Value (Nilai)</i>	63
4.2.1.3.	<i>Appropriability (Kesesuaian)</i>	68
4.2.1.4.	<i>Change (Perubahan)</i>	72
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
4.3.1.	Strategi Inovasi	80
4.3.1.1.	<i>Activity (Aktivitas)</i>	80
4.3.1.2.	<i>Value (Nilai)</i>	88
4.3.1.3.	<i>Appropriability (Kesesuaian)</i>	92
4.3.1.4.	<i>Change (Perubahan)</i>	96
4.4.	SWOT Analisis.....	101
4.4.1.	<i>Strength (Kekuatan)</i>	101
4.4.2.	<i>Weakness (Kelemahan)</i>	102
4.4.3.	<i>Opportunity (Peluang)</i>	103
4.4.4.	<i>Threat (Ancaman)</i>	103
4.5.	Implikasi Manajerial	104
4.5.1.	AVAC.....	104
4.5.1.1.	<i>Activity (Aktivitas)</i>	104
4.5.1.2.	<i>Value (Nilai)</i>	105
4.5.1.3.	<i>Appropriability (Kesesuaian)</i>	105
4.5.1.4.	<i>Change (Perubahan)</i>	106
4.5.2.	SWOT.....	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		112
5.1.	Kesimpulan.....	112
5.2.	Saran.....	113

DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	118



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Unit Usaha & Tenaga Kerja Industri Kecil Menengah di Kota Bandung	2
Tabel 2.1 Matriks SWOT	24
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Cetak Biru / <i>Blueprint</i> Penelitian	34
Tabel 3.2 Pedoman Wawancara Untuk Wirausahawan dan Karyawan	39
Tabel 3.3 Pedoman Diskusi Terfokus Untuk Calon Konsumen	43
Tabel 4.1 Matriks SWOT Penelitian	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen dari Analisis AVAC	18
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Verbatim Notes</i> Responden TTK.....	L1-1
Lampiran 2 <i>Verbatim Notes</i> Responden RAP.....	L2-1
Lampiran 3 Hasil <i>Focus Group Discussion</i>	L3-1
Lampiran 4 Tabel Reduksi Data	L4-1
Lampiran 5 Tabel Matriks Pembahasan & Hasil Penelitian	L5-1
Lampiran 6 Ilustrasi Produk Inovasi <i>Smart Space Furniture</i>	L6-1

