

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji inovasi produk berdasarkan komponen keunggulan relatif (*relatif advantage*), keserasian/kesesuaian (*compatibility*), kekomplekan (*complexity*), ketercobaan (*trialability*), dan keterlihatan (*observability*) pada produk Brownies Rendah Kalori Pada NC Cookies. Inovasi yang sering menjadi dasar dalam sebuah *creations*, merupakan faktor penting bagi sebuah perusahaan baik perusahaan besar maupun kecil untuk bisa berkompetisi secara efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Data yang berhasil dikumpulkan berdasarkan wawancara dengan narasumber yaitu pemilik, manager dan karyawan. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa inovasi produk brownies ini dinilai mampu bersaing dengan produk sejenisnya karena memiliki rasa dan tampilan yang berbeda dengan brownis pada umumnya dengan bahan yang rendah kalori.

Kata kunci: inovasi produk, brownies rendah kalori, NC Cookies



ABSTRACT

The aim of this research is to find out and study product innovation based on components of relative advantages, compatibility, complexity, trialability, and observability of the Low Calorie Brownies product in NC Cookies. Innovation, which is often the basis of creations, is an important factor for a company both large and small companies to be able to compete effectively. The research method used is descriptive qualitative method. Data that was collected was based on interviews with sources, namely owners, managers and employees. This study found that the innovation of this brownie product was considered to be able to compete with similar products because it had a different taste and appearance to brownis in general with low-calorie ingredients.

Keywords: product innovation, low calorie brownies, NC Cookies



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan dan Manfaat	12
1.4 Batasan Masalah	13
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	15
2.1 <i>Entrepreneurship</i>	15
2.1.1 Pengertian <i>Entrepreneurship</i>	15
2.1.2 Fungsi dan Peran <i>Entrepreneurship</i>	16
2.1.3 Manfaat dan Tujuan <i>Entrepreneurship</i>	17
2.1.4 Karakteristik <i>Entrepreneurship</i>	20
2.1.5 Sasaran dan Asas <i>Entrepreneurship</i>	20
2.2 Produk	21
2.2.1 Tingkatan Produk	22
2.2.2 Karakteristik Produk	23

2.2.3	Klasifikasi Produk	24
2.3	Inovasi Produk.....	25
2.3.1	Pengertian Dasar Inovasi Produk.....	26
2.3.2	Komponen Inovasi Produk	28
2.3.2.1	Keunggulan relatif (<i>relatif advantage</i>)	28
2.3.2.2	Keserasian/kesesuaian (<i>compatibility</i>)	29
2.3.2.3	Kekomplekan (<i>complexity</i>)	29
2.3.2.4	Ketercobaan (<i>trialability</i>)	30
2.3.2.5	Keterlihatan (<i>observability</i>).....	30
2.3.3	Jenis – Jenis Inovasi Produk.....	31
2.4	<i>Competitive Advantage</i>	32
2.5	Produk Desain	36
2.5.1	Produk Fungsi	37
2.5.2	Produk Spesifikasi.....	38
2.5.3	Produk Standar	38
2.5.4	Produk Liability	38
2.5.5	Produk Price dan Value.....	39
2.6	Penelitian Sebelumnya	40
2.7	Variabel yang akan di teliti	41
BAB III KERANGKA PEMIKIRAN DAN MODEL PENELITIAN.....		42
3.1	Kerangka Pemikiran.....	42
3.2	Model Penelitian	43
BAB IV METODE PENELITIAN		44
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	44
4.2	Metode Penelitian.....	44
4.3	Jenis Data	45
4.4	Teknik Pengambilan Data	45
4.5	Cetak Biru (<i>Blue Print</i>) Penelitian	46
4.6	Daftar Pertanyaan	48
4.7	Analisis Data	50

4.8 Uji Keabsahan Data.....	51
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
5.1 Gambaran Umum Perusahaan dan Produk.....	53
5.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	53
5.1.2 Gambaran Inovasi Produk.....	58
5.2 Inovasi Produk.....	60
5.2.1 Keunggulan Relative (<i>relatif advantage</i>).....	60
5.2.2 Keserasian/kesesuaian (<i>compatibility</i>).....	69
5.2.3 Kekompleksan (<i>complexity</i>).....	77
5.2.4 Ketercobaan (<i>trialability</i>).....	81
5.2.5 Keterlihatan (<i>observability</i>).....	84
5.2.6 <i>Competitive Advantage</i>	91
5.3 Analisis dan Pembahasan.....	100
5.4 Implikasi Manajerial.....	105
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
6.1 Kesimpulan.....	109
6.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung	3
Tabel 1.2	Brownies Populer Di Kota Bandung	6
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	39
Tabel 4.1	<i>Blue Print</i> Penelitian	46
Tabel 4.2	Daftar Pertanyaan	49
Tabel 5.1	Sumber Daya Manusia	53
Tabel 5.2	Biaya dan Perlengkapan	54
Tabel 5.3	Biaya dan Bahan Baku	55
Tabel 5.4	Bahan Varian Rasa	55
Tabel 5.5	Biaya Pendukung	56
Tabel 5.6	Biaya Lain-lain	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Kerangka Pemikiran	42
Gambar 3.2	Model Penelitian Kualitatif	43
Gambar 5.1	Kemasan dan Produk	59

