

ABSTRAK

FFWD (FastForward) Records adalah salah satu perusahaan label rekaman independen di Indonesia yang berlokasi di Jl. Setiabudhi no.56 Bandung, berdiri pada tahun 1999. *FFWD Records* mengalami penurunan rata-rata penjualan CD sebesar 20,87% sejak tahun 2007 hingga saat ini. Untuk meningkatkan kembali jumlah penjualan album, pihak *FFWD Records* berusaha untuk meningkatkan kualitas inovasi organisasi perusahaan dalam mendukung penjualan album. Pihak *FFWD Records* perlu mengetahui faktor-faktor inovasi organisasi yang dapat mendukung penjualan album, sehingga dapat diketahui upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan tindakan inovasi organisasi perusahaan dalam mendukung penjualan album.

Variabel penelitian menggunakan 7 komponen manajemen inovasi organisasi (*shared vision leadership and the will to innovate, appropriate structure, key individuals, effective team working, high-involvement innovation, creative climate, external focus/boundary spinning*). Teknik sampling yang digunakan dalam penyebaran kuesioner adalah sampling jenuh. Setelah penentuan teknik sampling maka pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner ditujukan pada seluruh pegawai perusahaan, yaitu *marketing promotion division, marketing event division, production and distribution division, art division, dan finance division*. Teknik pengolahan data dengan menggunakan uji Kruskal Wallis dan regresi linier. Uji Kruskal Wallis digunakan untuk mengetahui adanya perbedaan rata-rata ketujuh variabel inovasi organisasi. Regresi linier digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap pernyataan variabel inovasi organisasi terhadap inovasi album.

Dari hasil pengumpulan data kuesioner dapat diketahui mengenai karakteristik responden dari jenis kelamin sebesar 70% pria dan 30% wanita, bagian pekerjaan sebesar 80% pekerja off air dan 20 % pekerja on air, dan setiap divisi sebesar 12,5% pegawai *marketing promotion division*, 2,5% pegawai *marketing event division*, 50% pegawai *production and distribution division*, 7,5% pegawai *art division*, dan 5% pegawai *finance division*. Hasil dari uji Kruskal Wallis menyatakan bahwa ketujuh variabel inovasi organisasi dapat memberi perlakuan yang sama pada seluruh responden. Dan hasil dari pengolahan regresi terdapat 2 variabel inovasi organisasi yang mendukung penjualan album pada perusahaan *FFWD Records*, yaitu variabel 7 (perusahaan memiliki struktur organisasi yang sederhana sehingga mudah dalam melakukan komunikasi) dan variabel 10 (perusahaan memiliki fasilitas yang fleksibel dan dapat dimodifikasi untuk memudahkan kegiatan inovasi dalam produksi album). Dari kedua variabel inovasi organisasi yang memiliki pengaruh tersebut maka dapat dibuat prioritas usulan inovasi yaitu membuat divisi khusus *screening/recruitment* artis, membebaskan artis memiliki manajemen sendiri, dan memodifikasi studio rekaman dengan harga yang terjangkau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah	1-4
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Inovasi dan Organisasi.....	2-1
2.1.1 Komponen organisasi Inovatif.....	2-6
2.1.2 <i>Process view innovation</i>	2-26
2.2 Pengertian Uji Kruskal Wallis	2-30
2.3 Pengertian Regresi Linier	2-31
2.3.1 Regresi Linier Sederhana	2-32
2.3.2 <i>Metode Least Square</i>	2-32
2.3.3 Hipotesis Koefisien Regresi	2-35

2.3.4 Uji Kelinearan Regresi	2-36
2.3.5 Korelasi Linear Berganda	2-40
2.4 Metode Pengumpulan Data.....	2-41
2.4.1 Wawancara	2-41
2.4.1 Kuesioner	2-42
2.4.1 Observasi	2-42
2.5 Populasi dan Sampel.....	2-42
2.5.1 Populasi	2-42
2.5.2 Sampel.....	2-43
2.5.1.1 Teknik Sampling.....	2-43
2.5.1.2 Ukuran Sampel.....	2-43
2.6 Skala Pengukuran.....	2-45
2.6.1 Macam-macam Skala Pengukuran	2-45
2.6.2 Tipe Skala Pengukuran.....	2-46
2.7 Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	2-48
2.7.1 Pengujian Validitas.....	2-48
2.7.2 Pengujian Reliabilitas.....	2-49

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan... ..	3-1
3.2 Identifikasi Masalah	3-1
3.3 Pembatasan Masalah	3-5
3.4 Perumusan Masalah	3-5
3.5 Tujuan Penelitian.....	3-5
3.6 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-6

3.7 Teknik pengambilan Sampel.....	3-6
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	3-7
3.9 Pedoman Wawancara.....	3-7
3.10 Penyusunan Kuesioner.....	3-10
3.11 Validasi Konstruk.....	3-17
3.11 Penyebaran Kuesioner	3-17
3.13 Uji Validitas dan Reliabilitas	3-17
3.14 Pengolahan Data.....	3-19
3.14.1 Uji Kruskal Wallis.....	3-19
3.14.2 Regresi Linier.....	3-20
3.14.3 Korelasi Linier.....	3-20
3.15 Analisis Hasil Pengolahan Data.....	3-21
3.16 Usulan	3-24
3.17 Kesimpulan dan Saran.....	3-24

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat perusahaan	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi	4-3
4.1.2 Deskripsi Pekerjaan	4-4
4.2 Data Penjualan.....	4-9
4.3 Proses Kerja.....	4-12
4.4 Daftar Perusahaan Distribusi dan media partner.....	4-22
4.5 Pengumpulan Data Wawancara.....	4-21
4.6 Pengumpulan Data Kuesioner.....	4-29

4.6.1 Kuesioner Variabel Inovasi	4-29
4.6.2 Kuesioner keterlibatan responden.....	4-31
4.6.3 Daftar Keterlibatan Responden	4-32
4.6.4 Kuesioner Tanggapan terhadap Inovasi album	4-33
4.6.5 Data Variabel X dan Variabel Y.....	4-34

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengolahan Data	5-1
5.1.1 Uji Validitas	5-1
5.1.2 Uji Reliabilitas.....	5-6
5.1.3 Karakteristik responden.....	5-7
5.1.4 Tanggapan Responden.....	5-14
5.1.5 Keterlibatan responden.....	5-34
5.1.6 Grafik Penjualan Album.....	5-35
5.1.7 Pengolahan uji Kruskal Wallis.....	5-35
5.1.8 Pengolahan Regresi.....	5-39
5.1.8.1 Regresi Linier.....	5-39
5.1.8.1 Korelasi.....	5-42
5.1.8.1 Uji Anova.....	5-43
5.2 Analisis Hasil Pengolahan Data	5-45
5.2.1 Analisis Uji kruskal Wallis	5-45
5.2.2 Analisis Pengolahan Regresi.....	5-45
5.2.3 Analisis pengaruh Inovasi organisasi dalam Mendukung penjualan Berdasarkan Pengolahan Data dan Wawancara.....	5-47
5.2.4 Analisis Pengolahan Hasil Wawancara (<i>Process View Innovation</i>).....	5-50

5.3 Usulan	5-54
5.3.1 Usulan inovasi dipetakan pada kerangka 4P model.....	5-56
5.3.1 Prioritas Usulan.....	5-58
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-2
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Gambar 4P model Inovasi	2-27
3.1	Metodologi penelitian	3-2
3.2	Contoh Wilayah kritis Uji Kruskal Wallis	3-21
3.3	<i>Proses Inovasi sebagai Proses Bisnis</i>	3-22
3.4	Kerangka 4P model Inovasi	3-23
4.1	Struktur Organisasi FFWD Records	4-3
4.2	Proses Kerja FFWD Records	4-12
5.1	Grafik Penjualan Album	5-35
5.2	Wilayah Kritis Uji kruskal Wallis	5-38
5.3	Wilayah Kritis Uji F	5-44
5.4	Proses Inovasi Perusahaan sebagai Proses Bisnis	5-54
5.5	Usulan Inovasi Perusahaan dipetakan pada Kerangka 4P	5-57

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Album Berupa CD dan Kaset FFWD Records	1-3
3.1	Kisi-kisi Kuesioner Penelitian	3-12
3.2	Kuesioner Penelitian	3-14
3.3	Tabel 4P Model	3-32
4.1	Data Penjualan Album Tahun 1999-2006	4-10
4.2	Data Penjualan Album Tahun 2007-2010	4-11
4.3	Contoh Simulasi Budgeting	4-20
4.4	Pengumpulan Data kuesioner Variabel Inovasi	4-29
4.5	Pengumpulan Data kuesioner Keterlibatan Responden	4-31
4.6	Jumlah Keterlibatan Responden	4-32
4.7	Pengumpulan Data kuesioner Tanggapan Inovasi Album	4-33
4.8	Data Variabel X dan Variabel Y	4-34
5.1	Hasil Uji Validitas	5-2
5.2	Perbandingan Nilai <i>Corrected Item-Total Corellation</i> dengan Nilai r Tabel Untuk Variabel Inovasi	5-4
5.3	Hasil Uji Reliabilitas	5-6
5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	5-7
5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan pembagian Pegawai	5-7
5.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Divisi Pekerjaan	5-8
5.7	Tabel Rincian Tanggapan Responden <i>Production and Distribution Division</i>	5-9
5.8	Tabel Rincian Tanggapan Responden <i>Marketing Promotion Division</i>	5-10
5.9	Tabel Rincian Tanggapan Responden <i>Marketing Event Divison</i>	5-11
5.10	Tabel Rincian Tanggapan Responden <i>Art Division</i>	5-12
5.11	Tabel Rincian Tanggapan Responden <i>Finance Division</i>	5-13

5.12	Ukuran Skala Likert	5-14
5.13	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 1	5-14
5.14	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 2	5-15
5.15	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 3	5-16
5.16	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 4	5-16
5.17	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 5	5-17
5.18	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 6	5-18
5.19	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 7	5-18
5.20	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 8	5-19
5.21	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 9	5-20
5.22	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 10	5-20
5.23	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 11	5-21
5.24	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 12	5-22
5.25	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 13	5-22
5.26	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 14	5-23
5.27	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 15	5-24
5.28	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 16	5-24
5.29	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 17	5-25
5.30	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 18	5-26
5.31	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 19	5-26
5.32	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 20	5-27
5.33	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 21	5-28
5.34	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 22	5-28
5.35	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 23	5-29
5.36	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 24	5-30
5.37	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 25	5-30
5.38	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 26	5-31
5.39	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 27	5-32
5.40	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 28	5-32
5.41	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 29	5-33
5.42	Data Keterlibatan Responden Dalam produksi Album	5-34

5.43	Tabel rata-rata tanggapan setiap variabel laten	5-36
5.44	Tabel Rank Uji Kruskal Wallis	5-37
5.45	Tabel Coefficients(1)	5-39
5.46	Tabel Variabel Berpengaruh(1)	5-40
5.47	Tabel Coefficients(2)	5-41
5.48	Tabel Variabel Berpengaruh(2)	5-41
5.49	Tabel Korelasi	5-42
5.50	Tabel Anova	5-43
5.51	Inovasi Perusahaan dipetakan pada 4P Model	5-52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
L.1	Kuesioner Penelitian	L-1
L.2	Data mentah rata-rata pernyataan	L-6
L.3	Nama Album, Gambar Album,dan Gambar Merchandise	L-13
L.4	Tabel Nilai-Nilai r Product Moment	L-25
L.4	Tabel Khi-kuadrat	L-26
L.4	Tabel Uji T	L-27
L.4	Tabel Uji F	L-28