

**ANALISIS INOVASI PRODUK DALAM PENCAPAIAN KEUNGGULAN
BERSAING USAHA JAHIT YULI DI DESA TEMUREJO,
KECAMATAN BANGOREJO, KABUPATEN
BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:
Siti Nur Imamah
NIM : E20192017

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
SEPTEMBER 2023**

**ANALISIS INOVASI PRODUK DALAM PENCAPAIAN KEUNGGULAN
BERSAING USAHA JAHIT YULI DI DESA TEMUREJO,
KECAMATAN BANGOREJO, KABUPATEN
BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Siti Nur Imamah
NIM : E20192017

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Disetujui Pembimbing:

Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E, M.M.
NIP. 196905231998032001

**ANALISIS INOVASI PRODUK DALAM PENCAPAIAN KEUNGGULAN
BERSAING USAHA JAHIT YULI DI DESA TEMUREJO,
KECAMATAN BANGOREJO, KABUPATEN
BANYUWANGI**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Jumat
Tanggal : 01 September 2023

Tim Penguji

Ketua



Sekretaris



Dr. Retna Anggitaningsih, S.E., M.M
NIP. 197404201998032001

Suprianik, SE., M.Si
NIP. 198404162019032008

Anggota :

1. Dr. Nur Ika Mauliyah, SE., M.Ak ()
2. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M ()

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



MOTTO

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَنْ تُؤْمِنَ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ ۗ وَيَجْعَلُ الرِّجْسَ عَلَى الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ

Artinya: “Dan tidak ada seorangpun akan beriman kecuali dengan izin Allah, dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalnyanya.”¹ (QS. Yunus ayat 100)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah (Bandung : PT Al-Qosbah Karya Indonesia 2021)

PERSEMBAHAN

Dengan Menyebut nama Allah SWT yang Maha pengasih dan penyayang dan bagi Rasul Nabi Muhammad SAW, semoga skripsi ini dapat ridhlo di sisinya dan sebagai tanda terimakasih, saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Orang tua saya, Bapak Ahmad Zaini dan Ibu Siti Arofah yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberi semangat, memotivasi saya mulai dari awal kuliah hingga saat ini.
2. Kepada seluruh keluarga yang saya cintai, terimakasih atas doa dan dukungan yang diberikan baik dukungan moral, materil dan finansial kepada saya, sehingga dapat menempuh kuliah dengan lancar.
3. Almamater kebanggaan UIN KHAS Jember, terimakasih telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini.
4. Seluruh Guru-Guru sekolah mulai dari TK-SMA, Ustadz-Ustadzah, Pengasuh Pondok Pesantren Darussyafaah KH. Ahmad Zakaria Al-Hafidz dan Ny. Hj. Kiptiyatun Nurul Aini yang telah memberikan ilmu bermanfaat.
5. Untuk sahabat-sahabat saya, terimakasih telah memberi semangat dan doa sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman Ekonomi Syariah 1 angkatan 2019 tercinta dan kebanggaan saya yang saling memberikan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.
7. M.Fikri Syuhadak, yang selalu menginspirasi untuk terus melangkah maju kedepan, menjadi support system, tempat berkeluh kesah saya dalam menyelesaikan tugas akhir.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala Puji bagi Allah SWT. Semoga sholawat serta sama tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sungguh atas nikmat dan anugerahnya sehingga dapat terselesaikannya skripsi dengan judul “*Analisis Inovasi Produk Dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Pada Usaha Jahit Yuli di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi*”.

Terselesaikannya skripsi ini karena adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak terkait. Oleh karenanya, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., M.M selaku Rektor UIN KHAS Jember
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M.,Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E,I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember
4. Bapak Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah UIN KHAS Jember
5. Bapak Isnadi, S.S., M.Pd selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.

6. Ibu Dr. Hj. Nurul Setianingtum, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, serta memberi arahan dalam menyusun skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberi ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya dan mendapat pengetahuan yang luas.
8. Semua informan khususnya pemilik usaha jahit, pelanggan yang berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis tulis satu persatu yang telah membantu, sehingga skripsi ini dapat selesai.

Semoga segala amal baik semua pihak tercatat sebagai amal yang banyak memberikan manfaat. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan terutama saya sendiri.

Akhir kata Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi Penulis maupun para pembaca.

Jember, 4 September 2023

Siti Nur Imamah
Nim E20192017

ABSTRAK

Siti Nur Imamah, Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E, M.M, 2023: *Analisis Inovasi Produk Dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Usaha Jahit Yuli Di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi*

Kata Kunci: Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Usaha Jahit

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha bisnis saat ini. Dengan banyaknya persaingan suatu perusahaan mempertahankan keberlangsungan hidup usaha untuk produk yang dihasilkan dapat mengalami perubahan sesuai selera konsumen. Maka produk yang ditawarkan haruslah bervariasi dan memiliki keunikan. Inovasi produk merupakan kunci dari sebuah kesuksesan usaha yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing. Dengan keunggulan bersaing dari berbagai aktivitas sebuah usaha dimaksudkan dapat mendukung penciptaan kinerja perusahaan yang memiliki biaya rendah serta perbedaan dengan pesaingnya.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1. Bagaimana inovasi produk usaha jahit Yuli di desa Temurejo ? 2. Bagaimana strategi keunggulan bersaing usaha jahit Yuli di desa Temurejo ? Tujuan dari penelitian ini adalah: 1. Untuk mendeskripsikan inovasi produk yang digunakan usaha jahit Yuli di desa Temurejo 2. Untuk mendeskripsikan strategi keunggulan bersaing usaha jahit Yuli di desa Temurejo.

Untuk mengidentifikasi masalah tersebut, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Informan dalam penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, diantaranya penjahit Yuli dan pelanggan usaha jahit di desa Temurejo. Analisis data yang digunakan yakni menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun untuk keabsahan data yang digunakan yakni menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian dalam skripsi ini yakni: 1. Inovasi produk pada usaha jahit Yuli ada pada kualitas produk dengan jahitan rapi, varian produk yang bermacam-macam, desain produk yang ditawarkan. 2. Keunggulan bersaing pada usaha jahit Yuli yakni dengan menggunakan 2 keunggulan, pada keunggulan biaya dengan relatif rendah dan diferensiasi dengan lebih banyak variasi.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah	8
F. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teori.....	20
1. Strategi Bisnis	21
2. Inovasi Produk	24

3. Keunggulan Bersaing	27
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian	41
C. Subyek Penelitian	40
D. Teknik Pengumpulan Data	42
E. Analisis Data	44
F. Keabsahan Data	47
G. Tahap-Tahap Penelitian	48
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	50
A. Gambaran Obyek Penelitian	50
B. Penyajian Data dan Analisis	51
C. Pembahasan Temuan	65
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran-Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Matrik Penelitian

Lampiran 2: Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 3: Surat Izin Penelitian

Lampiran 4: Surat Keterangan Selesai Penelitian

Lampiran 5: Pedoman Wawancara

Lampiran 6: Jurnal Kegiatan Penelitian

Lampiran 7: Dokumentasi Penelitian

Lampiran 8: Biodata Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

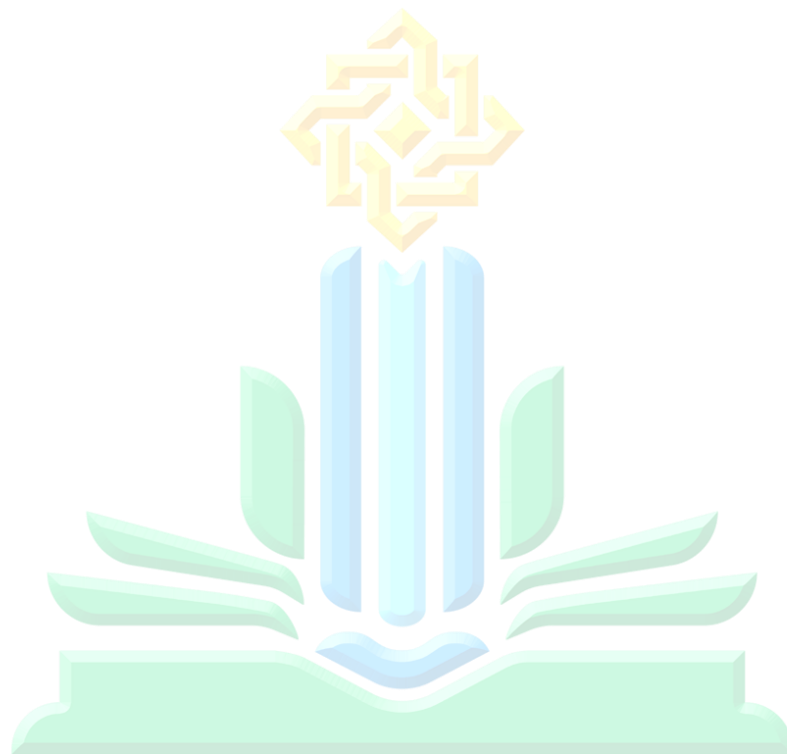
	Halaman
Tabel 1.1 Tabel Nama Usaha Jahit	4
Tabel 2.1 Tabulasi Penelitian Terdahulu	19



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2 Strategi Generik Michael E. Porter	29



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha bisnis saat ini. Disamping itu, di era sekarang juga begitu banyak usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar dengan berbagai tipe dan jenis produk dari berbagai macam usaha yang berdampak pada ketatnya persaingan perusahaan terutama persaingan dari perusahaan yang sejenis. Dalam hal ini menyebabkan perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran yang perlu diperhatikan pada perilaku konsumen dan faktor yang mempengaruhi pembeliannya. Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat yakni bisnis di bidang fashion seperti usaha jahit.²

Faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing yakni ada pada inovasi. Dimana Inovasi adalah segala upaya untuk membuat perusahaan lebih efektif dan efisien, sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih baik dari pesaingnya dan menjualnya dengan harga yang lebih kompetitif. Inovasi harus mampu menghasilkan produk yang berbeda dimata konsumen, sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli produk dengan memakai jasa usaha produk tersebut dibandingkan dengan produk pesaing lainnya.³ Oleh karena itu dari setiap inovasi produk dapat memunculkan persaingan, yang mana

² Siti Rodiah, Wira Ramashar, Zul Azmi, "Program Kemitraan Masyarakat Stimulus Rumah Jahit Nia", Jurnal Pengabdian untuk Mu NegeRI Universitas Muhammadiyah Riau, 2020

³ Harun Al Rasyid, "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan", Jurnal Ekonomi dan Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika, 2018

persaingan dalam bisnis merupakan berbagai macam usaha/ perusahaan yang masing-masing memiliki pencapaian dalam memperoleh pesanan dengan menawarkan harga dalam mendapatkan keuntungan.

Cara untuk menghadapi persaingan perusahaan harus membangun keunggulan bersaing yang merupakan strategi menguntungkan untuk berkolaborasi dalam pasar secara kompetitif. Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk memberikan nilai tambahan kepada pelanggannya dapat mempertahankan keunggulan bersaing melalui berbagai aktivitasnya, seperti mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan serta mendukung produknya dalam hal penciptaan kinerja perusahaan dengan biaya rendah akan memiliki perbedaan dari perusahaan lain.⁴

Secara umum kebutuhan manusia dalam kebutuhan pokok terbagi menjadi tiga, yakni ada sandang, pangan dan papan.⁵ Sandang yang merupakan pakaian, dimana kebutuhan tersebut sangat mempengaruhi aktivitas seorang dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karenanya, pakaian berfungsi sebagai pelindung dan penutup tubuh manusia, yang mana dibuat oleh para usaha jahit

K Salah satu jenis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) atau usaha rumahan adalah usaha jahit yang berkecimpung langsung pada tahap produksi yakni dengan mengubah suatu bahan tekstil berupa kain menjadi suatu produk pakaian atau produk lainnya yang dapat digunakan oleh konsumen,

⁴ Linda Maryani, "Peran Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion", Jurnal Riset dan Investasi, (Desember 2022)

⁵ Atidira Dwi Hanani, "Analisis Potensi Bahaya Lingkungan Kerja Pada Usaha Penjahit Y di Kota Palembang. Syntax Idea, (Februari, 2021), 238

yang dibuat sesuai selera atau keinginan dari konsumen tersebut. Dari adanya usaha jahit tersebut maka akan menarik masyarakat dalam menggunakan jasa penjahit.

Banyaknya usaha jahit di desa Temurejo, mengakibatkan peneliti mengambil objek mengenai usaha tersebut. Karena dari setiap usaha jahit yang ada, masing-masing memiliki tingkat kualitas dan kuantitas dari produksinya serta memiliki tingkat pencapaian keunggulan bersaing. Dengan cara memunculkan suatu inovasi dalam produk akan meningkatkan hasil penjualan, serta laba dan menghasilkan keunggulan kompetitif bagi usaha tersebut.

Berdasarkan hasil Observasi usaha jahit di desa Temurejo terdiri dari 12 usaha jahit, masing-masing dari usaha jahit tersebut mempunyai outlet yang beragam, letak yang strategis dapat mempengaruhi tingkat konsumen yang tertarik memakai jasa tersebut, dapat dilihat dari letak outlet jasa usaha jahit yang berada di sekitar pasar atau kota-kota maka akan berbeda dengan outlet yang berada di desa, khususnya di desa yang pelosok akan berpengaruh pada jumlah konsumen yang memakai jasa usaha itu. Kualitas dan kuantitas yang dikerjakan oleh jasa jahit juga mempengaruhi daya tarik konsumen untuk memakai jasanya karena dari kualitas yang bagus dan dilihat dari kuantitas atau banyaknya konsumen yang puas maka akan menarik konsumen lainnya untuk berdatangan memakai jasa usaha jahit itu. Tingkat harga dari penjualan produk yang ditentukan oleh usaha jahit juga akan berpengaruh pada banyaknya konsumen yang memakai jasa usaha tersebut, dapat dilihat

dari harga yang tidak mahal atau sedikit murah namun kualitasnya terjamin seperti halnya kualitas jahitannya bagus dan rapi serta produk yang dipesan tepat waktu dalam menyelesaikan maka konsumen juga akan banyak yang memakai jasa usaha jahit yang mematok harga miring tersebut yang pastinya berbeda dengan harga patok pesaing lainnya. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian atau obyek yang diteliti tersebut karena di desa Temurejo terdapat beberapa usaha jahit yang masing-masing dari usaha jahit ini, memiliki berbagai perbedaan mulai model, biaya jasa dan pelayanan dari penjahit. Dan juga dapat menjadi tolak ukur berbagai macam produk dengan adanya inovasi dalam mencapai keunggulan bersaing. Berikut daftar penjahit yang berada di Desa Temurejo:

Tabel 1.1
Daftar penjahit

No	Nama Penjahit	Produk/ Harga	Produk/ Harga	Produk/ Harga	Produk/ Harga
1.	Penjahit Yuli	Seragam sekolah 90.000	Jilbab 20.000	Outer/ Jubah 60.000	Masker 3000
2.	Penjahit Lia	Seragam Sekolah 100.000	Jilbab 35.000	Outer/ Jubah 60.000	-
3.	Penjahit Suwarni	Seragam sekolah 105.000	-	Outer/ Jubah 65.000	-
4.	Penjahit Aida	Seragam sekolah 95.000	Jilbab 25.000	Outer/ Jubah 65.000	Masker 4000
5.	Penjahit Nur	Seragam sekolah 100.000	-	Outer/ Jubah 70.000	-
6.	Penjahit Aliyah	Seragam sekolah 95.000	-	Outer/ Jubah 75.000	-
7.	Penjahit	Seragam	-	Outer/ Jubah	-

	Santi	sekolah 95.000		65.000	
8.	Penjahit Rini	Seragam sekolah 100.000	-	Outer/ Jubah 70.000	-
9.	Penjahit Mimin	Seragam sekolah 105.000	-	Outer/ Jubah 65.000	-
10.	Penjahit Devi	Seragam sekolah 100.000	-	Outer/ Jubah 65.000	-
11.	Penjahit Temu	Seragam sekolah 105.000	-	Outer/ Jubah 75.000	-
12.	Penjahit Atem	Seragam sekolah 110.000	-	Outer/ Jubah 60.000	-

Sumber: data diolah dari hasil observasi dan wawancara peneliti

Dari beberapa penjahit yang ada pada tabel diatas, dapat dilihat penjahit Yuli telah memberikan keunggulan biaya dengan memberikan biaya penanganan lebih murah dibandingkan harga pesaingnya dengan rata-rata Rp.90.000-Rp.100.000, untuk tempatnya ada di rumah, proses pemasarannya selain mempunyai outlet di rumahnya juga lewat sosial media mulai dari *WhatsApp, Instagram*. Kualitas pengerjaannya bagus dan cepat. Penjahit Lia yang memberikan harga masih standar yakni sekitar Rp.100.000-Rp.105.000, di penjahit Lia untuk tempat/outlet jasa usahanya berada di rumah, untuk proses pemasarannya dengan mulut ke mulut dan upload di insta story *WhatsApp*, proses pengerjaannya bagus. Penjahit Suwarni dengan tarif harga Rp.105.000, untuk otletnya disini juga dirumah, proses pemasaran dengan mulut ke mulut, dan proses pengerjaannya kurang memuaskan pelanggan, bisa dibilang agak lama. Dan untuk penjahit lainnya memberikan tarif harga-harga yang dipatok oleh penjahit dengan harga-harga standar yang masih bisa

dijangkau oleh konsumen. Oleh karenanya tingkat naik turunnya harga menjadi patokan oleh para konsumen untuk memakai jasa jahit tersebut.

Alasan peneliti terfokus pada usaha jahit ini karena hanya 1 usaha jahit yang melakukan inovasi pada produk yang dibuat oleh penjahit Yuli, dimana penjahit Yuli melakukan inovasi produk dengan membuat kualitas jahitan yang rapi dan bagus, memunculkan berbagai model variasi, memiliki brand dan proses pemasarannya lewat sosial media. Untuk menciptakan produk pada model yang dibuat penjahit Yuli memanfaatkan perkembangan teknologi dengan mencari referensi model di media sosial, yang mana di media sosial tersebut banyak sekali referensi yang didapat dan dapat menjadi bahan pelajaran bagi penjahit untuk menguasai model yang sudah dipilih oleh konsumen, selain itu proses pemasaran yang luas juga sangat mempengaruhi sedikit banyaknya pelanggan yang menggunakan jasanya karena dengan pemasaran yang luas maka khalayak atau masyarakat banyak yang mengetahui akan keberadaan obyek atau usaha tersebut. Pada penjahit Yuli ini juga mampu menerima pesanan jahitan apapun sesuai yang keinginan konsumen. Oleh karena itu permintaan akan jasa jahit Yuli para konsumen banyak yang tertarik untuk menggunakan jasanya.

Berdasarkan konteks penelitian diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Analisis Inovasi Produk dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Usaha Jahit Yuli di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian, maka dibuatlah fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana inovasi produk pada usaha jahit Yuli yang berada di desa Temurejo?
2. Bagaimana strategi usaha jahit Yuli dalam mencapai keunggulan bersaing di desa Temurejo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian maka dibuatlah tujuan penelitian diantaranya:

1. Untuk mendeskripsikan inovasi produk pada usaha jahit Yuli yang berada di desa Temurejo.
2. Untuk mendeskripsikan strategi usaha jahit Yuli dalam mencapai keunggulan bersaing di desa Temurejo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan suatu masalah yang diteliti yakni mengenai analisis inovasi produk terhadap pencapaian keunggulan bersaing usaha jahit, yang mana dalam hal ini dapat dijadikan sumber referensi dalam melakukan penelitian dibidang usaha jahit.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu cara untuk meningkatkan pemahaman, pengetahuan dan pengalaman peneliti untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana.

b. Bagi Pemilik Usaha

Sebagai masukan pemilik usaha jahit agar dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanan jahitnya agar pelanggan lebih senang dan puas untuk tetap menggunakan jasa jahit.

c. Bagi UIN KHAS Jember

Sebagai bahan untuk ditambahkan sebagai bahan referensi bacaan bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember pada umumnya, khususnya mahasiswa program studi Ekonomi Syariah mengenai penelitian ini tentang strategi inovasi produk dan keunggulan produk pada setiap usaha jahit.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah mencakup arti dari istilah-istilah penting yang menjadi titik fokus perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya untuk menghindari kesalah fahaman makna istilah dan konsep sebagaimana dimaksud peneliti.⁶ Adapun definisi istilah yang dimaksud diantaranya

1. Usaha Jahit

Usaha jahit merupakan suatu usaha rumahan yang dikerjakan orang/ perorangan yang terjun langsung pada tahap produksi dengan mengubah bahan tekstil berupa kain menjadi suatu pakaian atau pun

⁶ Tim Penyusun IAIN Jember, “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah”, (Jember: IAIN Jember Press). 2019, 45

produk lainnya yang dapat dibuat sesuai selera atau keinginan dari konsumen tersebut.

2. Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan suatu usaha yang dijalankan oleh perusahaan atau perorangan dalam menciptakan hal baru ataupun produk baru tujuannya untuk menarik para konsumen dan dapat meningkatkan laba. Yang mana di era sekarang banyak variasi dan inovasi-inovasi terbaru sesuai dengan berkembangnya teknologi yang dapat memenuhi keinginan para konsumen sesuai selernya masing-masing.

3. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing atau biasa disebut dengan keunggulan kompetitif merupakan suatu usaha atau kemampuan yang dilakukan perusahaan atau perorangan dalam menciptakan keunggulan pada setiap produknya agar dapat bersaing dengan pesaing. Yang mana dapat dilihat dari kualitas, kuantitas, harga ataupun jenis produknya.

Dalam hal ini dapat disimpulkan oleh peneliti pada definisi istilah terkait usaha jahit yakni suatu usaha yang dikerjakan oleh perorangan/ seorang yang berkecimpung dalam merubah bahan tekstil berupa kain menjadi bahan jadi berupa pakaian, ataupun bahan yang dapat dipakai. Dan pada inovasi produk merupakan suatu upaya individu untuk menciptakan hal baru untuk menarik konsumen. Serta keunggulan bersaing adalah suatu keunggulan yang dilakui individu dalam

menciptakan keunggulan pada produk yang dapat bersaing dengan yang lain.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN, yang berisi tentang konteks penelitian, fokus penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, metode penelitian, serta sistematika pembahasan

BAB II KAJIAN PUSTAKA, yang berisi tentang rangkuman penelitian terdahulu dengan referensi penelitian yang dilakukan saat ini dan pencantuman tentang kajian teoritis

BAB III METODE PENELITIAN, meliputi metode yang digunakan oleh peneliti meliputi pendekatan penelitian dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, keabsahan data, dan tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN, yang meliputi inti atau hasil penelitian, objek penelitian, penyajian data serta pembahasan temuan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN, yang berisi tentang kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian, dilengkapi dengan saran dari peneliti

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti menyampaikan temuan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, kemudian membuat rangkuman atau ringkasan penelitian yang telah terpublikasi (skripsi, tesis, disertasi, artikel yang dimuat pada jurnal ilmiah dan lain-lain).⁷ Hasil penelitiannya sebagai berikut:

1. Siti Daimatus Sholehah, 2022 “Analisis Inovasi Produk Pakaian untuk Mencapai Keunggulan Bersaing pada Usaha Jahit Pakaian di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember” Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.⁸

Hasil penelitian pada peneliti ini adalah bagaimana inovasi produk yang dibuat dalam memperoleh keunggulan bersaing pada usaha penjahit pakaian karena dilihat dari banyaknya usaha penjahit dan tingkat persaingan yang ketat membuat para usaha penjahit harus mempunyai inovasi-inovasi terbaru agar konsumen tetap memakai jasanya, tingkat kenyamanan konsumen dalam pelayanannya.

Persamaannya sama-sama membahas tentang inovasi produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing usaha jahit yang diteliti oleh Siti Daimatus Sholehah dan juga fokus penelitian ini pada model, biaya jasa dan

⁷ Tim Penyusun IAIN Jember, “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah”, (Jember: IAIN Jember Press). 2019, 46

⁸ Siti Daimatus Sholehah, “Analisis Inovasi Produk Pakaian untuk Mencapai Keunggulan Bersaing pada Usaha Jahit Pakaian di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember”, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022

pelayanan yang dilakukan penjahit. Sedangkan perbedaan penelitian ini peneliti Siti Daimatus Sholehah memilih tempat di Desa Sukowono, Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember, sedangkan peneliti pada usaha jahit ini melakukan tempat penelitian di Desa Temurejo, Kabupaten Banyuwangi.

2. Muhammad Lailil Azka, 2022, “Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus di Konveksi Raff Bordir Kudus)” , IAIN Kudus⁹

Hasil penelitian ini adalah implementasi strategi pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan keunggulan kompetitif yakni dengan menggunakan metode-metode pelatihan dan pengembangan personel sesuai dengan parameter efisiensi perusahaan dengan menitikberatkan pada aspek peningkatan kualitas produksi, pemasaran dan kualitas pelayanan melalui program pengembangan keterampilan dan kompetensi yang relevan sesuai dengan kondisi persaingan ketat yaitu pelatihan dalam mengelola strategi pemasaran digital dengan memaksimalkan media sosial sebagai alat pemasaran dan meningkatkan pendekatan hubungan harmonis dengan karyawan dan hubungan interpersonal.

Persamaanya sama-sama membahas peningkatan keunggulan kompetitif (bersaing), perbedaanya dari kasus usahanya, pada peneliti

⁹ Muhammad Lailil Azka, “Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus di Konveksi Raff Bordir Kudus)”, IAIN Kudus. 2022

Muhammad Lilil A berfokus pada kasus yang ada di konveksi sedangkan di peneliti ini terfokus pada usaha jahit

3. Alvin Maulana, 2022 “Analisis *Value Chain* untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif pada UMKM (Studi Kasus: UMKM Mukenaku)”, Universitas Muhammadiyah Surakarta¹⁰

Hasil penelitian pada peneliti ini yakni pada peningkatan kualitas *value chain* untuk meningkatkan keunggulan kompetitif terkait produk mukenaku ini agar dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitor lainnya. Awal mula proses penjualannya yakni awalnya UMKM Mukenaku mulai berjualan hanya didalam ruangan atau rumah, namun seiring berjalanya waktu dengan banyaknya peminat dari berbagai kota, membuat UMKM Mukenaku mencoba memasarkan mukenanya didalam mall dan kawasan perbelanjaan. Peningkatan yang pesat dengan ditandai dengan banyak reseller yang berdatangan di setiap kota, membuat UMKM Mukenaku mempunyai pasar pakaian muslim tersendiri. Seiring berjalanya waktu dan zaman, membuat UMKM Mukenaku harus mempertimbangkan secara cermat inovasi yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif produknya, sehingga tidak kalah bersaing dengan kompetitor seluruh Indonesia dalam segi kualitas.

Persamaanya sama-sama membahas tentang peningkatan keunggulan bersaing dan juga pada metode penelitian yang digunakan yakni menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sedangkan perbedaanya

¹⁰ Alvin Maulana, “Analisis *Value Chain* untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif pada UMKM (Studi Kasus: UMKM Mukenaku)”, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022

pada peneliti Alvin Maulana terfokus pada UMKM Mukena sedangkan pada peneliti ini fokus penelitiannya di produk pakaian

4. Indrijani Naksir, Tineke Wolok, Idris Yanto Nlode, 2022, “Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian DKI Martabak Mini Kota Gorontalo”, Universitas Negeri Gorontalo¹¹

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian DKI martabak mini Kota Gorontalo, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian DKI martabak mini Kota Gorontalo, inovasi produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian DKI martabak mini Kota Gorontalo¹²

Persamaanya sama-sama membahas Inovasi Produk pada suatu produk sedangkan perbedaanya pada peneliti Indrijani Naksir dkk, membahas pada produk makanan berupa martabak mini dan menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan di penelitian ini berfokus pada produk jasa jahit, dan menggunakan metode kualitatif.

5. Wikka Okty Ameliya, 2022, “Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Bakery Coy Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu”. Universitas Islam Riau¹³

¹¹ Indrijani dkk, “Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian DKI Martabak Mini Kota Gorontalo, Universitas Negeri Gorontalo”, 2022

¹² <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/14248/4244> diakses pada tanggal 01 November 2022, pukul 20.15

¹³ Wikka Okty Ameliya, “Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Bakery Coy Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu”, Universitas Islam Riau, 2022

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya masing-masing inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk bakery coy dinyatakan baik, dengan menggunakan masing-masing-masing variabel inovasi produk dan keunggulan bersaing t -hitung $>$ t -tabel yang dinyatakan sesuai hasilnya yakni valid, dan juga inovasi yang telah dilakukan membuat produk-produknya dikenal masyarakat.

Persamaannya sama-sama membahas tentang inovasi produk dan juga keunggulan bersaing pada usahanya. Perbedaannya pada obyek yang diteliti, wikka meneliti pada usaha bakery coy dan menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan pada peneliti disini di usaha jahit dengan menggunakan metode kualitatif.

6. Memiliani Ismana Putri, 2021, “Strategi Pemasaran Konveksi Purnama Vima dalam Meningkatkan Kualitas Produk di Desa Padangan Ngatru Tulungagung”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung¹⁴

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pada konveksi purnama vima agar dapat meningkatkan kualitas produknya agar barang atau produk yang dihasilkan sesuai dengan minat konsumen.

Persamaan dalam penelitian ini yakni jenis penelitian yang digunakan Memiliana Ismana Putri menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara observasi, dan wawancara dan pada komponen strategi pemasaran yang digunakan

¹⁴ Memiliani Ismana Putri, “Strategi Pemasaran Konveksi Purnama Vima dalam Meningkatkan Kualitas Produk di Desa Padangan Ngatru Tulungagung”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, 2021

pada penelitian Memilianan Ismana Putri sama dengan strategi dalam mencapai keunggulan bersaing yang sedang diteliti. Sedangkan untuk perbedaannya penelitian ini menggunakan variabel Inovasi produk sedangkan analisis sebelumnya menggunakan variabel peningkatan kualitas produk.

7. Lia Ibniwasum, 2020 “Inovasi Produk dalam meningkatkan Penjualan Si Sheren Hijab Bengkulu”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan Sheren Hijab mengalami penurunan pada tahun 2017 karena konsumen bosan dengan produk yang dikeluarkan, sehingga pada tahun 2018 Sheren Hijab terus mengembangkan produk inovatif mengikuti *up to date* mode hijab yang sedang berlangsung. Menggunakan bahan premium dengan kualitas tinggi yang menjadi keunggulan Sheren Hijab yang menjadi salah satu keistimewaannya. Berkat inovasi produk yang dilakukan mampu meningkatkan volume penjualan pada Sheren Hijab. Beberapa inovasi yang dilakukan Sheren Hijab yaitu dengan bahan dasar dengan tekstur yang halus dan lembut, ukuran dan bentuk yang lebih lebar dan tidak nerawang, mudah dibentuk sehingga membuat penampilan dari setiap pemakai nyaman dan cantik.¹⁵

Persamaanya penelitian Lia membahas inovasi produk yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan minat beli konsumen sedangkan perbedaanya terdapat pada objek penelitian, yang mana dalam

¹⁵ Lia Ibniwasum, “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Shiren Hijab Bengkulu”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2020)

penelitian Lia objek penelitiannya di toko Sheren Hijab, sedangkan peneliti objek penelitiannya pada usaha jahit.

8. Karina Putri Satyagraha, 2020, “Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus IKM di Kecamatan Soreang Pada Bidang Fashion Kabupaten Bandung), Universitas Komputer Indonesia¹⁶

Hasil penelitian ini membahas terkait bagaimana tanggapan responden mengenai penggunaan *e-commerce* pada usaha IKM di bidang fashion dan tanggapan responden mengenai keunggulan kompetitif yang ada pada usaha tersebut.

Persamaannya sama-sama membahas inovasi produk pada bagian fashion dan juga dalam meningkatkan keunggulan bersaing. Sedangkan untuk perbedaannya terdapat pada metode penelitian yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan pada peneliti ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

9. Ani Susilowati, Ahmad Yusuf, Bilqis Fitri Amanda, Ayu Wahyuni dan Vicky F Sanjaya, 2020, “Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dengan Pendekatan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Studi Kasus Murbay Konveksi), Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung¹⁷

¹⁶ Karina Putri Satyagraha, “Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus IKM di Kecamatan Soreang Pada Bidang Fashion Kabupaten Bandung, Universitas Komputer Indonesia, 2020)

¹⁷ Ani Susilowati, “ Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dengan Pendekatan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Studi Kasus Murbay Konveksi), (Syntax Admiration, Univeritas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020)

Hasil penelitian ini dengan menggunakan metode analisis SWOT dan QSPM menunjukkan posisi murbay konveksi mampu memanfaatkan kekuatan dan mengantisipasi kelemahan internal, serta memiliki strategi efektif untuk memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman. Hasil dari perhitungan metode QSPM konveksi Murbay membutuhkan strategi optimasi untuk memperluas jangkauan peningkatan variasi produk dan menciptakan keunggulan bersaing.

Persamaannya sama-sama membahas tentang keunggulan bersaing, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan untuk perbedaannya terletak pada objek yang diteliti yakni pada peneliti Ani Susilowati dkk berfokus pada konveksinya, usaha jahit yang lebih besar sedangkan pada peneliti disini membahas usaha jahit biasa atau usaha jahit rumahan.

10. Dwiki Satya Ramadhan, 2019, "Pengaruh Pengendalian Kualitas Produk dan Pengembangan Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Baju Muslim Al-Luthfi Kawalu Tasikmalaya", Universitas Siliwangi Tasikmalaya¹⁸

Hasil penelitian ini adalah pembuktian bahwa pengendalian kualitas produk dan pengembangan produk secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Produk Al Luthfi Kawalu Tasikmalaya. Sebaiknya Al Luthfi Kawalu Tasikmalaya.

Merekomendasikan pengendalian kualitas produk dan menerapkan beberapa

¹⁸ Dwiki Satya Ramadhan, "Pengaruh Pengendalian Kualitas Produk dan Pengembangan Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Baju Muslim Al-Luthfi Kawalu Tasikmalaya", (Universitas Siliwangi Tasikmalaya, 2019)

pengembangan produk untuk memenuhi permintaan pasar dan berinovasi untuk unggul dalam persaingan.

Persamaanya pada penelitian Dwiki Satya Ramadhan membahas pengembangan produk terhadap keunggulan bersaing pada usahanya. Sedangkan untuk perbedaanya pada peneliti Dwiki Satya Ramadhan produk yang dibuat produk muslim sedangkan pada peneliti ini berbagai macam produk jahit

Tabel 2.1

Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1.	Siti Daimatus Sholehah (2022)	Fokus penelitian	Tempat yang diteliti
2.	Muhammad Lailil Azka (2022)	Peningkatan Keunggulan Kompetitif	kasus yang diteliti
3.	Alvin Mulana (2022)	peningkatan keunggulan bersaing dan metode penelitian	Kasus yang diteliti
4.	Indrijani Naksir, Tineke Wolok, Idris Yanto Nlode (2022)	Fokus penelitian	Obyek yang diteliti dan metode penelitian
5.	Wikka Okty Ameliya (2022)	Fokus penelitian	Obyek yang diteliti dan metode penelitian
6.	Memiliani Ismana Putri (2021)	Metode penelitian	Fokus penelitian yakni pada peningkatan kualitas produk
7.	Lia Ibniwasum (2020)	Fokus penelitian	Objek yang diteliti
8.	Karina Putri Satyagraha (2020)	Inovasi produk dan peningkatkan keunggulan bersaing	Metode penelitian kuantitatif
9.	Ani Susilowati, Ahmad Yusuf,	Keunggulan bersaing dan	Sasaran obyek yang diteliti yakni pada

	Bilqis Fitri Amanda, Ayu Wahyuni dan Vicky F Sanjaya (2020)	metode penelitian	konveksi jahit
10.	Dwiki Satya Ramadlan (2019)	Pengembangan produk terhadap keunggulan bersaing	Obyek yang diteliti

Sumber: diperoleh dari penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas digunakan sebagai acuan penelitian, penelitian dalam hal ini terdapat bagian menarik yang dilakukan oleh peneliti yakni inovasi produk yang dilakukan usaha jahit dan memiliki keunggulan biaya serta kualitas produknya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang lain adalah penelitian ini mengkaji tentang apa saja inovasi produk pada usaha jahit dan strategi yang dilakukan untuk mendapatkan keunggulan bersaing, dengan menggunakan analisis kualitatif deskriptif sedangkan pada penelitian yang lain pembahasan mengenai inovasi produk pada perusahaan ada juga yang menggunakan analisis kuantitatif.

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian.¹⁹ Di dalam kajian teori ini berisikan tentang seperangkat definisi, konsep serta proposisi yang disusun rapi serta sistematis mengenai teori-teori dalam sebuah penelitian. Kajian teori sangat penting karena didalamnya peneliti mendapatkan pengetahuan baru yang

¹⁹ Tim Penyusun IAIN Jember, "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah", (Jember: IAIN Jember Press)", 2019, 46

dapat dijadikan pegangan secara umum. Hal ini dapat memudahkan acuan teori diantaranya:

1. Strategi Bisnis

a. Pengertian Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan strategi yang dikembangkan organisasi atau perusahaan yang diimplementasikan pada level atau tingkat unit bisnis, setelah tujuan bisnis disepakati, maka langkah selanjutnya adalah merumuskan dan memutuskan strategi bisnis. Strategi bisnis tersebut merupakan kombinasi sinergis dari seluruh strategi fungsional yang ada. Dan juga sebaliknya, seluruh strategi fungsional yang sudah dikembangkan harus konsisten dan mengarah pada strategi bisnis yang dipilih.²⁰

Strategi bisnis dapat didefinisikan suatu seni dan pengetahuan dalam memformulasi, mengimplementasikan, dan mengevaluasi banyak keputusan lintas fungsional yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuannya.²¹

Strategi bisnis adalah serangkaian komitmen dan tindakan yang terintegritasi dan terkoordinasi dalam suatu perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui penggunaan kompetensi inti yang ada pada pasar produk tertentu. Yang dapat membantu perusahaan menentukan arahnya dengan mengidentifikasi posisinya dalam hal pasar, pesaing, pelanggan. Strategi bisnis mengacu pada tindakan dan

²⁰ Ahmad Bahudin, dkk. "Manajemen Bisnis Kontemporer: Prinsip Dasar dan Aplikasi", (Diandra Kreatif, 2020), 82

²¹ Fred R. David, "Manajemen Strategis", (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 5

keputusan perusahaan untuk mewujudkan daya saingnya. Bisnis strategi merupakan upaya yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk membuat kebijakan dan panduan untuk keterlibatan dan aktivitas terintegrasi yang ditujukan untuk membangun atau mengembangkan keunggulan bisnis.²²

Strategi bisnis merupakan sebuah strategi yang dapat dikatakan efektif apabila dapat menyampaikan tujuan bisnis, arah bisnis, pencapaian target serta rencana pelanggan, pesaing, dan produk kepada seluruh karyawan dengan beberapa proses di antaranya pembuatan strategi, penerapan strategi, evaluasi, manajemen strategi yang dapat memberikan keuntungan bagi bisnis tersebut.²³

Jadi dapat disimpulkan strategi bisnis adalah suatu tindakan yang telah dilakukan oleh-masing-masing usaha atau perusahaan atas dasar pengambilan keputusan untuk mencapai target atau tujuan dari bisnisnya.

b. Tingkatan Strategi

Ada beberapa tingkatan dalam strategi perusahaan, ada 3 tingkatan strategi manajemen yang berkembang seiring dengan perkembangan bisnis, diantaranya²⁴:

²² Nurul Setianingrum, Zainuri, Novi Puspitasari, Deasy Wulansari, "McKinsey Plus Managerial Transformation Model In The Phase Of New Normal: Evidence From Bank Mandiri Syariah Indonesia", (Review Of International Geographical Education Issn:2146-0353, 2021)

²³ Zuriani Ritonga, "Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi), (Deepublish, 2020)

²⁴ H.Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab,"Manajemen Strategi" Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017

1) Strategi Korporasi (*Corporate strategy*)

Strategi ini mencerminkan seluruh arah perusahaan, yang tujuannya untuk menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara menyeluruh. Dimana ada tiga macam strategi berbeda yang dapat digunakan dalam strategi korporasi ini, yakni strategi pertumbuhan (*growth strategy*) adalah strategi ini dilihat berdasarkan fase pertumbuhan yang sedang dilalui perusahaan. Strategi stabilitas (*Stability Strategy*) adalah strategi untuk menghadapi penurunan pendapatan yang sedang dihadapi oleh suatu perusahaan. Dan *retrenchment strategy* adalah strategi yang diterapkan untuk meminimalkan atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan.

2) Strategi Bisnis (*Business Strategy*)

Strategi bisnis ini dapat diterapkan pada level produk atau unit bisnis yang merupakan strategi yang dapat menekankan posisi kompetitif produk dan layanan perbankan pada spesifik industri

atau segmen pasar tertentu. Ada tiga jenis strategi yang dapat digunakan dalam strategi tingkat bisnis ini, yaitu “Strategi Keunggulan Biaya, Strategi Diferensiasi dan Strategi Fokus”.

Strategi fokus sendiri terdiri dari fokus biaya dan fokus diferensiasi. Pada tingkat bisnis, strategi bersifat departemental atau sejalan dengan perusahaan. Strategi pada tingkat ini dirumuskan dan ditetapkan dan ditentukan oleh manajer yang diberi tanggung jawab kepemimpinan tertinggi untuk mengelola

bisnis yang bersangkutan. Strategi yang digunakan dalam unit bisnis sering disebut dengan *generic strategy*.²⁵

3) Strategi Fungsional (*Funcional Strategy*)

Merupakan strategi yang diimplementasikan pada level fungsional seperti, operasional, pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia. Keunggulan kompetitif dapat dicapai atau ditingkatkan melalui kegiatan penelitian dan pengembangan wilayah operasi perusahaan. Strategi ini harus berhubungan dengan strategi bisnis dan strategi korporasi. Memfokuskan dan memaksimalkan produktivitas sumber daya yang digunakan untuk memberikan value terbaik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (customer). Strategi fungsional sering juga disebut *Value-based-strategy*

2. Inovasi produk

a. Pengertian Inovasi Produk

Produk adalah seperangkat atribut fisik, psikologis, jasa, dan simbolik yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sebuah produk terdiri atas atribut-atribut, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, termasuk kemasan, warna, harga, kualitas, merek dan layanan serta reputasi penjual. Oleh karena itu, produk mencakup

²⁵ H.Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab, "Manajemen Strategi" Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017

layanan jasa, barang, tempat, peristiwa, orang, organisasi, ide atau kombinasi dari semuanya.²⁶

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Dengan bantuan produk, produsen dapat memanjakan konsumen. Karena dari suatu produk dapat mengungkapkan seberapa besar kepuasan dan kebutuhan akan produk itu sendiri dalam kehidupan konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan²⁷.

b. Tujuan Inovasi Produk

Tujuan adanya inovasi produk dalam hal ini untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya agar tetap berjalan lancar karena dengan adanya inovasi maka produk yang telah dihasilkan memiliki berbagai variasi yang tentunya memiliki perbedaan dengan produk yang dimiliki pesaing dan dapat menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen.²⁸

c. Jenis-Jenis Inovasi Produk

Jenis inovasi produk disini ada empat kategori diantaranya:

- 1) *New to the word product*, yaitu sebuah produk yang benar-benar baru bagi perusahaan atau pasar

²⁶ Ari Setyaningrum, Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing, dan E-Marketing. (Yogyakarta: Andi Offset. 2015)

²⁷ Agus Hermawan, "Komunikasi Pemasaran", (Jakarta: Erlangga, 2012), 36

²⁸ Arianti, "Tujuan inovasi produk." (www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produkbaru.com diakses pada 1 Desember 2022)

- 2) *Me too product*, yaitu menciptakan produk yang baru bagi perusahaan, akan tetapi bukan produk yang baru bagi pasar
- 3) *Line extention*, yaitu memperkenalkan produk yang baru ke pasar, yang bukan merupakan produk baru bagi perusahaan.
- 4) *Product modification*, yaitu produk modifikasi yang sudah dimiliki oleh perusahaan.²⁹

d. Indikator Inovasi Produk

Adapun indikator yang menjadi inovasi produk diantaranya³⁰:

1) Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan sebuah tingkatan suatu produk yang dapat melaksanakan tugasnya atau fungsinya dengan sebaik mungkin. Fungsi yang dimaksud yakni tentang daya tahan produk, kehandalan dan ketelitian, keakuratan dari produk yang diproduksi. Dari adanya kualitas maka akan berpengaruh pada setiap produk dan minat konsumen juga akan bertambah.

2) Varian Produk

Variasi produk merupakan sebuah sarana atau suatu alat yang kompetitif yang memiliki perbedaan antara produk yang telah diciptakan oleh perusahaan dengan produk pesaingnya. Oleh karenanya adanya varian konsumen akan bebas memilih sesuai keinginannya.

²⁹ M. Khoirul Fikri, Almas Filzah, "Pengaruh Kreatif, Inovasi dan Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Daya Beli Konsumen", (Jurnal JIMEK, IAIN Pekalongan, Jurnal Ilmu Manajemen, journal.amikveteran.ac.id, 2022)

³⁰ Philip Kotler, Kevin Lane Keller "Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2", (Erlangga,2009)

3) Desain

Desain produk adalah cara lain dalam menambah nilai tambah produk dimata penggunanya. Desain adalah suatu cara untuk menggambarkan suatu produk. Adanya desain tidak hanya memengaruhi tampilan produk akan tetapi juga ada pada kegunaan produk. Sebuah produk didesain dengan sedemikian rupa tujuannya untuk menarik perhatian konsumen, dan sebagai sebuah strategi untuk menekan biaya produksi, desain juga dapat memberikan keunggulan bersaing. Desain atau perancangan produk merupakan keistimewaan yang dapat mempengaruhi tidak hanya tampilan produk tetapi cara kerja atau fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen.³¹

3. Keunggulan Bersaing

a. Pengertian Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah keunggulan yang diperoleh dengan menghasilkan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui penurunan harga atau dengan menawarkan lebih banyak manfaat yang membenarkan penetapan harga yang lebih tinggi. Keunggulan bersaing dapat dicapai dengan menciptakan keunikan yang dilakukan pada desain produk, kualitas, pemasaran dan pelayanan kepada penjual untuk memuaskan konsumen dan lain sebagainya³²

³¹ Wawan Dhewanto dkk, "Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro", (Alfabeta, Bandung, 2015), 108-109

³² Muhammad Bukhori Dalimunthe, "Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk", (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, 1, 2017), 20

Keunggulan bersaing dapat diartikan sebagai strategi keuntungan perusahaan yang melakukan suatu kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif.³³ Strategi ini harus dirancang untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan sehingga perusahaan dapat menguasai pasar lama dan pasar baru. Strategi bersaing harus mempertimbangkan empat faktor utama yang menentukan batasan yang dapat dicapai oleh perusahaan dengan sukses. Keempat faktor tersebut meliputi faktor internal perusahaan yakni kekuatan, kelemahan perusahaan dan faktor eksternal perusahaan yang merupakan peluang serta ancaman yang dihadapi perusahaan serta harapan masyarakat.³⁴

Oleh karenanya keunggulan bersaing dapat disimpulkan bahwa suatu usaha atau kemampuan perusahaan untuk menciptakan keunggulan pada produknya agar dapat bersaing dengan pesaing. Berikut tabel gambar Strategi Generic Michael E.Porter:



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

³³ Michael E. Porter, "Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. (PT. Gelora Aksara Pratama, 1993)

³⁴ Ani Susilowati dkk, "Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dengan Pendekatan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Studi Kasus Murbay Konveksi), (Syntax Admiration", Juli 2020), 126

Tabel 2.2
Gambar Strategi Generik Michael E.Porter
Keunggulan Bersaing

		STRATEGIC ADVANTAGE	
		Differentiation (Uniqueness Perceived by the Customer)	Lower Cost (Low Cost Position)
STRATEGIC TARGET (SCOPE)	Broad Target (Industry Wide)	Differentiation	(Overall) Cost Leadership
	Narrow Target (Particular Segment Only)	Differentiation Focus	Cost Focus

Sumber: Michael E.Porter, Keunggulan Bersaing
(*Competitive Advantage*)

Dari gambar diatas gambar strategi generik Michael E. Porter dapat dijelaskan bahwa ada beberapa poin keunggulan bersaing diantaranya:

a) Strategi Biaya Rendah (Cost Leadership)

Strategi biaya rendah adalah strategi yang diterapkan oleh

perusahaan yang memiliki cakupan luas berdasarkan biaya rendah.

Oleh karena itu, dengan strategi ini berfokus pada upaya dalam memproduksi atau menghasilkan produk standar secara menyeluruh

dengan biaya per unit yang sangat rendah. Perusahaan yang berhasil

dalam produksi berbiaya rendah akan dapat menggunakan keunggulan

biaya mereka untuk menawarkan harga yang lebih rendah daripada

pesaing mereka. Produk ini umumnya ditujukan kepada konsumen

yang relatif mudah terpengaruh oleh perubahan harga (*price sensitive*)

atau menggunakan harga sebagai salah satu faktor penentu dalam keputusan pembeliannya.

Strategi jenis ini juga cocok untuk kebutuhan pelanggan yang termasuk dalam kategori perilaku *low in volvement* (keterlibatan rendah), ketika konsumen tidak terlalu peduli dengan perbedaan merek dan biasanya memiliki kebutuhan yang relatif kecil tidak membutuhkan perbedaan produk, atau ketika pelanggannya banyak, konsumen memiliki kekuatan tawar menawar yang signifikan³⁵

b) Strategi diferensiasi

Merupakan strategi yang digunakan untuk mengimplementasikan suatu produk ataupun jasa unik sehingga dapat menarik pelanggan dan pelanggan tersebut menganggap bahwa produk atau jasa ini lebih baik daripada produk lain yang bersaing. Diferensiasi merupakan upaya dalam membuat produk dan layanan kita berbeda dengan yang lain dengan memiliki keunggulan unik atau keistimewaan akan menjadi daya tarik atau magnet terhadap konsumen.

Strategi diferensiasi menuntut perusahaan harus memilih fitur yang dapat membedakannya dari pesaing. Untuk mendapatkan harga premium perusahaan harus benar-benar unik. Dengan mengutamakan produk (barang dan jasa) yang unik ini, perusahaan berusaha untuk menarik sebanyak mungkin konsumen potensialnya. Dengan

³⁵ Michael E. Porter, "Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. (PT. Gelora Aksara Pratama, 1993), 72

menggunakan cara dalam membedakan produk bervariasi di setiap pasar. Faktor-faktor seperti produk itu sendiri, sistem penyerahan yang digunakan untuk penjualan, strategi pemasaran, dan sejumlah variabel lainnya dapat menjadi sumber diferensiasi³⁶

c) Strategi Fokus

Strategi fokus digunakan untuk membangun keunggulan bersaing dalam suatu segmen pasar yang lebih sempit. Strategi jenis ini ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relatif kecil dan dalam pengambilan keputusannya untuk membeli relatif tidak dipengaruhi oleh harga. Strategi ini memfokuskan perusahaan pada satu target pasar saja, biasanya disebut dengan strategi fokus atau strategi ceruk. Strategi fokus ini terdiri dari dua jenis strategi yaitu

1. Fokus pada biaya, perusahaan mengupayakan keunggulan biaya pada segmen sasaran.
2. Fokus pada diferensiasi, perusahaan ingin menonjol dari target segmennya.

Strategi fokus ini lebih fokus dalam melayani target strategis tertentu secara efektif. Strategi ini didasarkan pada gagasan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk melayani target strategisnya sempit dengan lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan pesaing yang bersaing dengan jangkauan yang lebih luas. Dalam hal ini

³⁶ Michael E. Porter dan Agus Maulana, "Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing" (PT. Gelora Aksara Pratama, 2007), 34

perusahaan dapat membuat diferensiasi karena dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik, atau mencapai target dengan biaya yang lebih rendah. Perusahaan yang mungkin memilih strategi fokus juga dapat menghasilkan lebih banyak laba daripada orang lain.³⁷

Kedua varian pada strategi fokus ini berbeda karena ada perbedaan antara segmen target dan segmen industri lainnya. Strategi diferensiasi dan biaya rendah ditujukan untuk mencapai sasaran mereka di industri secara keseluruhan, dan strategi fokus dibangun untuk memenuhi sasaran tertentu. Konsep di balik strategi ini, bahwa dengan hanya berfokus pada kelompok tersebut, layanan yang lebih baik dapat diberikan dan kebutuhan kelompok dapat dipenuhi dengan lebih mudah.³⁸

b. Indikator Keunggulan Bersaing

1) Harga

Penentuan harga barang dan jasa adalah strategi penting untuk berbagai bisnis karena mempengaruhi berbagai faktor seperti deregulasi (aturan atau sistem yang mengatur), persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang bisnis bagi mereka yang menepati pasar. Penetapan harga dan persaingan berubah

³⁷ Michael E. Porter, Agus Maulana, "Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing", (PT. Gelora Aksara Pratama, 2007), 71

³⁸ Michael E. Porter, "Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul", (PT. Gelora Aksara Pratama, 1993), 14

dengan cepat, yang merupakan masalah besar banyak eksekutif pemasaran.

Harga menjadi ukuran yang digunakan oleh konsumen dimana mereka mengalami kesulitan dalam menilai kualitas produk kompleks yang memuaskan kebutuhan mereka dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen dengan harga rata-rata yakni dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya akan tidak terlalu mahal. Kesalahan dalam penetapan harga dapat menimbulkan berbagai dampak atau akibat, tindakan penentuan harga yang tidak etis dapat mengakibatkan ketidakpuasan pembeli yang dapat melakukan suatu reaksi dengan merusak reputasi penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penetapan harga yang tidak diinginkan oleh pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa berakibat menjadi reaksi penolakan oleh kalangan umum atau banyak orang, reaksi penolakan itu bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan yang nantinya akan mengarah pada tindakan narsisme atau kekerasan yang melanggar norma hukum.

Harga merupakan jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan untuk keuntungan memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Jadi harga adalah suatu pengorbanan finansial yang dilakukan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari penggunaan barang atau jasa. Sebuah perusahaan memiliki keunggulan kompetitif apabila dapat

bersaing dengan para pesaingnya dengan menawarkan harga yang lebih rendah.³⁹

Harga yang ditetapkan perusahaan untuk satu produk dapat dilihat dari beberapa dimensi antara lain:

- a) Dapat dijangkau tidaknya harga oleh konsumen
- b) Kesetaraan antara harga dan kualitas
- c) Terjadi persaingan harga
- d) Harga dan kuantitas yang cocok

2) Kualitas

Kualitas produk adalah suatu hal yang terpenting dalam perusahaan, adanya kualitas dapat meningkatkan daya saing sebuah produk. Beberapa aspek yang ada pada kualitas yakni

- a) Kualitas dari sudut pandang desain, semakin banyak fitur produk setara dengan kualitas yang lebih baik
- b) Kualitas dari sudut pandang pelanggan, keinginan konsumen

menentukan kualitas. Setiap individu memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda, sehingga standar kualitaspun bermacam-macam

- c) Kualitas dari sudut pandang operasional, yang digunakan sebagai hasil yang diinginkan dari proses produksi atau operasional.

³⁹ Philip Kotler, Kevin Lane Keller. "Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 2" (Erlangga, 2009)

3) Inovasi Produk

Inovasi adalah konsep yang lebih luas yang menyangkut penerapan ide, produk atau proses yang baru. Inovasi adalah hasil dari ide kreatif yang dimiliki oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan untuk mengembangkan ide baru untuk bersaing dengan pesaing dan memenuhi berbagai macam permintaan yang ada.⁴⁰

4) *Time to Market*

Time to market merupakan sebuah organisasi atau perusahaan yang mampu memperkenalkan dan membawa produk baru ke pasar lebih cepat daripada pesaing lainnya.⁴¹

c. Strategi Keunggulan Bersaing

1) Fokus Biaya

Biaya yang memberikan manfaat hanya selama periode berjalan biasanya disebut dengan beban. Biaya adalah kas atau setara kas yang diberikan untuk barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat bagi organisasi atau perusahaan pada saat ini atau dimasa mendatang.

Strategi keunggulan biasanya melibatkan perusahaan yang ingin berusaha menawarkan produk yang dijual dengan harga lebih rendah dibandingkan dengan produk serupa lainnya yang berada pada

⁴⁰ Titi Laras, “Kajian Teoritis dan Empiris: Kreativitas dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing serta Dampaknya pada Kinerja Perusahaan Industri Kreatif Kota Bandung”, (Ejurnal UNISBA (Univesitas Islam Bandung), 2011), Diakses pada 1 Desember 2022

⁴¹ Tintin Suhaeni, “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung)” (Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, 1, 2018), 64-65

kelompok industri tertentu. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menghasilkan produk dengan tingkat biaya yang rendah agar dapat bersaing dengan kompetitor dengan produk sejenis. Posisi biaya yang lebih rendah biasanya menempatkan perusahaan pada posisi yang menguntungkan dalam menghadapi produk atau jasa pengganti. Dalam hal ini, posisi biaya rendah dapat melindungi perusahaan dari kekuatan persaingan karena daya tawar hanya mengikis laba sampai pesaing mengalah. Investasi seperti ini merupakan prasyarat untuk mempertahankan tingkat biaya yang rendah.⁴²

2) Diferensiasi

Diferensiasi merupakan upaya dalam membuat barang dan jasa berbeda dengan yang lain. Produk dan pelayanan harus memiliki fitur unik atau keistimewaan yang akan menjadi daya tarik atau magnet terhadap konsumen.⁴³ Diferensiasi dapat dianggap strategi aktif untuk mendapatkan hasil di atas rata-rata. Bagaimana pelanggan melihat produk atau jasa perusahaan sebagai perbedaan, oleh karenanya perusahaan akan memberikan layanan terbaik untuk meningkatkan posisi diferensiasinya.

Dengan strategi ini perusahaan tidak harus menjual produk dengan harga murah, meskipun dengan harga tinggi pelanggan tidak merasa keberatan, karena *value* yang diberikan perusahaan tinggi. Strategi ini

⁴² Nanda Limakrisna & Togi Parulian Purba, "Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia Edisi 2", 59-60

⁴³ Michael E. Porter, "Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul", (PT. Gelora Aksara Pratama, 1993)

terdiri dari diferensiasi produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan dengan menciptakan produk atau layanan baru yang dianggap unik oleh seluruh industri. Tujuan dari pendekatan ini tidak hanya untuk meningkatkan kualitas fisik dari produk atau jasa, tetapi juga untuk menciptakan nilai tertentu bagi pembeli.⁴⁴

3) Fokus

Fokus pada kelompok pembeli yang merupakan strategi yang didasarkan pada gagasan bahwa perusahaan dapat memenuhi target strategisnya yang sempit secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing yang lebih luas. Strategi jenis ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang jumlahnya kecil dan relatif tidak terpengaruh oleh harga saat membuat keputusan membeli. Tujuan fokus adalah memaksimalkan pelayanan pada suatu sasaran. Dalam strategi ini, perusahaan berkonsentrasi untuk melayani segmen pasar yang kecil. Untuk mencapai tujuan ini, seseorang harus mempelajari pasar yang dituju secara menyeluruh dan menerapkan strategi yang akan membuat diferensiasi di pasar yang lebih kecil ini. Untuk menggunakan strategi ini, harus memiliki potensi pertumbuhan yang besar, dan tidak terlalu diperhatikan oleh pesaing saat mencapai keberhasilannya. Strategi ini biasanya memungkinkan bisnis untuk berkonsentrasi pada produk atau jasa tertentu yang dapat memenuhi

⁴⁴ Padli, "Pengaruh Digital Marketing terhadap Keeunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Ambon", (HIPOTESA-Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial,- e-jurnal.stiaalazka.ac.id, 2022)

kebutuhan konsumen, kelompok pasar tertentu (*niche market*) atau wilayah geografis tertentu.⁴⁵

Strategi fokus memiliki dua varian. Dalam fokus biaya, perusahaan mengupayakan keunggulan biaya di segmen sasarannya. Yang lain adalah fokus diferensiasi, dimana perusahaan mencari diferensiasi segmen sasarannya. Kedua jenis varian strategi ini berfokus pada perberdaan antara segmen target pemfokus dan segmen lain di industri. Segmen sasaran harus berbeda dari segmen industri lainnyadan memiliki pembeli dengan kebutuhan yang tidak biasa atau memiliki sistem produksi dan pengiriman yang dapat melayani sasaran. Fokus biaya melihat perbedaan perilaku biaya di beberapa segmen, sedangkan fokus diferensiasi melihat kebutuhan khusus pembeli di segmen tertentu.⁴⁶

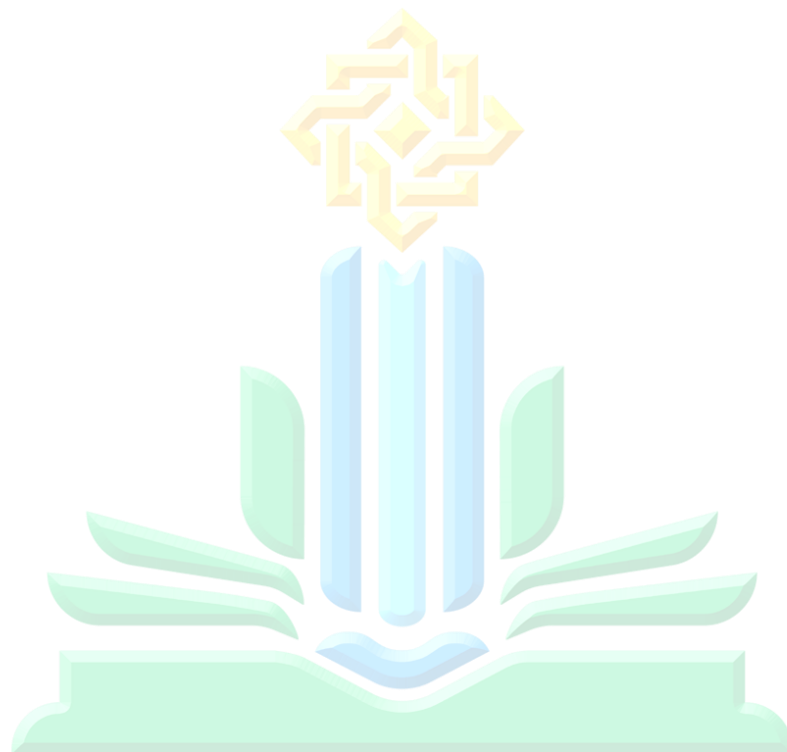
4) Tempat

Lokasi merupakan tempat melayani pelanggan, namun bisa juga diartikan sebagai tempat memajangkan barang produknya. Definisi lokasi adalah tempat dimana suatu perusahaan beroperasi atau tempat suatu perusahaan melakukan kegiatan produksi barang dan jasa dari sudut pandang ekonominya. Penentuan lokasi adalah strategi utama dalam usaha ritel. Lokasi yang strategis akan menjadi kunci kesuksesan atau keberhasilan sebuah usaha ritel, dengan mudahnya jangkauan

⁴⁵ Padli, "Pengaruh Digital Marketing terhadap Keeunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Ambon", (HIPOTESA-Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial,- e-jurnal.stiaalazka.ac.id, 2022)

⁴⁶ Nanda Limakrisna & Togi Parulian Purba, "Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia Edisi 2", 59-60

lokasi yang dibuat tempat usaha tersebut maka akan banyak yang mengetahuinya dan konsumenpun mudah untuk datang ke lokasi yang dibuat usaha.⁴⁷



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁴⁷ Kasmir, "Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan", (Jakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service, 2006), 129

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif disini dipilih karena penelitian yang dimaksud bertujuan untuk mengetahui strategi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha jahit Yuli di desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti ingin mengetahui secara langsung bagaimana inovasi produk yang dapat mencapai keunggulan bersaing pada usaha jahit Yuli yang ada di Desa Temurejo. Kemudian peneliti akan menganalisis data yang diperoleh dengan menggambarkan dan mendeskripsikannya.

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini dipilih karena penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode meneliti dan memahami kondisi yang ada untuk mendapatkan data atau informasi yang faktual dan akurat. Tujuan penelitian deskriptif kualitatif ini untuk mendeskripsikan menggambarkan, menjelaskan, mengklarifikasi, dan menjawab secara rinci masalah yang akan diteliti dengan menelaah sebanyak mungkin seorang individu, suatu kelompok atau peristiwa.⁴⁸

⁴⁸ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", 2016, 9

B. Lokasi Penelitian

Usaha jahit yang diteliti oleh peneliti yakni pada Penjahit Yuli yang bertempat di desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena di desa Temurejo terdapat beberapa usaha jahit yang mana dari masing-masing usaha jahit memiliki berbagai perbedaan mulai model, biaya jasa dan pelayanan dari penjahit. Dari sinilah peneliti tertarik memilih tempat ini yang dijadikan penelitian.

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan tentang jenis data dan sumber data. Uraian tersebut mencakup data apa yang diperoleh, siapa yang akan dijadikan sebagai informan atau subyek penelitian, dan metode pencarian serta pengumpulan data yang digunakan untuk memastikan validitasnya yang nantinya dapat dijamin.⁴⁹ Dalam penentuan subyek penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yakni suatu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria informan yang akan dipilih yakni

1. Informan merupakan pelanggan tetap penjahit Yuli.
2. Memiliki waktu luang untuk bersedia memberikan informasi.
3. Informan bertempat tinggal di Desa Temurejo.
4. Harus menyampaikan informasi apa adanya tanpa dibuat-buat.

Oleh karenanya dapat ditarik kesimpulan untuk informan yang dipilih diantaranya:

⁴⁹ Tim Penyusun IAIN Jember, "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah", (Jember: IAIN Jember Press 2019), 47

1. penjahit Yuli (seorang usaha jahit),
2. Ibu Ratna (pelanggan usaha jahit),
3. Ibu Siti (pelanggan usaha jahit),
4. Ibu Amaliya (pelanggan usaha jahit)

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu bagian penting dalam suatu penelitian, yang mana dalam hal ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Bertujuan agar mendapatkan data secara langsung dengan cara berinteraksi pada subyek yang diteliti. Maka teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan pengamatan atau pencatatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.

Peneliti menggunakan metode observasi partisipan, yang berarti mereka terlibat langsung dengan aktivitas subjek penelitian untuk mengumpulkan informasi tentang masalah yang dibahas.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi partisipan, yang berarti peneliti terlibat langsung dengan aktivitas yang dilakukan subyek penelitian untuk mengumpulkan informasi atau data-data yang dibahas mengenai permasalahan.⁵⁰ Data yang telah diteliti oleh peneliti yakni dengan menggunakan teknik Observasi yang berupa inovasi

⁵⁰ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", (Alfabeta, 2016), 227

apa saja yang digunakan oleh para usaha jahit untuk tetap mencapai keunggulan bersaing pada produknya.

Hasil observasi yang diperoleh peneliti yakni untuk mengetahui

- a. Kondisi dan situasi di tempat usaha jahit Yuli di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi
- b. Keadaan geografis atau letak tempat penelitian yang bertempat di usaha jahit Yuli di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi.
- c. Ruang lingkup dalam usaha jahit Yuli di desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dimana dua orang bertemu untuk bertukar informasi dan gagasan melalui tanya jawab, yang memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang topik tertentu. Maka dalam situasi ini, peneliti akan mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang fenomena yang terjadi, yang sebelumnya tidak mungkin ditemukan melalui pengamatan. Metode yang digunakan peneliti ini dapat memperoleh data secara umum dari masyarakat atau penjahit Yuli yang ada di desa Temurejo, Bangorejo, Banyuwangi. Data yang telah diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara diantaranya:

- a. Inovasi apa saja yang dilakukan untuk mempertahankan produk pada usahanya

b. Strategi yang digunakan untuk mencapai keunggulan bersaing pada usahanya

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan tentang peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi biasanya berupa gambar, tulisan, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁵¹ adanya dokumentasi akan membuat hasil penelitian yang diperoleh dari observasi dan wawancara lebih dapat percaya.

Informasi yang diperoleh akan semakin mudah dengan menggunakan metode dokumentasi, dan data yang diperlukan juga semakin valid dan lengkap. Penggunaan metode ini diperlukan untuk memperoleh data tentang inovasi produk apa saja yang dibuat para penjahit untuk meningkatkan keunggulan bersaing usahanya. Adapun data yang diperoleh dengan melalui dokumentasi ini yakni berupa foto.

E. Analisis Data

Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan jenis penelitian yang menggambarkan suatu keadaan atau satu nilai atau lebih variabel secara mandiri. Dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel dengan variabel sampel lain, yakni dengan mencari variabel satu dengan variabel lainnya⁵² diantaranya:

⁵¹ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", (Alfabeta, 2016), 326

⁵² Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", (Alfabeta, 2016), 245

Untuk analisis model pertama, data dikumpulkan dari hasil observasi, wawancara, dan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah. Selanjutnya, penajaman data dibuat melalui pencarian data tambahan.

1. Pengumpulan data

Pada analisis model pertama, informasi dikumpulkan dari hasil wawancara, hasil observasi dan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah. yang yang sesuai dengan masalah. Selanjutnya, penajaman data dibuat melalui pencarian data tambahan.⁵³ Pengumpulan data merupakan langkah strategis utama dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Pengumpulan data dapat dalam berbagai kondisi, dari berbagai sumber, dan dengan berbagai metode. Namun dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dalam kondisi setting (kondisi yang alamiah). Dari sumber datanya, pengumpulan data dapat menggunakan data primer dan data sekunder.

Selanjutnya bila dilihat dari segi cara, maka dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan semuanya.⁵⁴ Berdasarkan data yang telah diperoleh peneliti, dalam hal ini peneliti mengumpulkan data-data yang telah diperoleh dari beberapa hasil wawancara, observasi dan dokumentasi untuk dijadikan bahan dalam penelitian selanjutnya.

⁵³ Mattew B Miles dan Michael Huberman, "Analisis Data Kualitatif", 2014, 9

⁵⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", (Alfabeta, 2016), 224

2. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari hasil yang diamati jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara rinci dan teliti. Maka dari itu, perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.⁵⁵ Bisa diartikan sama dengan merangkum dan memilih hal-hal pokok yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan begitu data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan akan mempermudah peneliti dalam pengumpulan data yang diperlukan. Setelah memperoleh data keseluruhan, peneliti akan melakukan pemilihan data dari data tertulis yang diperoleh dari hasil yang diamati.

Berdasarkan hasil reduksi data yang sudah dilakukan peneliti memperoleh data-data ataupun informasi mengenai strategi yang digunakan usaha jahit Yuli dalam mencapai keunggulan bersaing dan juga inovasi pada produk pada usaha jahit Yuli secara rinci, oleh karenanya peneliti meringkas dan juga mengambil poin-poin yang akan dipaparkan pada tahap ini.

3. Penyajian Data

Setelah informasi dipilih, langkah selanjutnya melakukan penyajian data. Data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk teks narasi. Dan

⁵⁵ Mattew B Miles dan Michael Huberman, "Analisis Data Kualitatif", 2014, 10

setelah data disajikan maka peneliti akan menganalisis data tersebut untuk menarik kesimpulan tentang hasil penelitian tersebut.

Dalam proses penyajian data peneliti menyajikan data dalam bentuk pemaparan mengenai hasil yang sudah didapat terkait strategi inovasi produk seperti apa dalam mencapai keunggulan bersaing, setelah itu peneliti menganalisis datanya ataupun hasilnya.

4. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data, langkah selanjutnya yakni penarikan kesimpulan dari hasil data-data yang sudah disajikan. Pada dasarnya kesimpulan merupakan hasil temuan atau hasil inti dari sebuah penelitian yang sudah dilakukan, yang mana hasil dari kesimpulan ini merupakan jawaban dari masing-masing tujuan dilakukannya penelitian tersebut.

Berdasarkan tahapan yang dilakukan peneliti, langkah yang terakhir yakni menarik kesimpulan, dari sini peneliti menyimpulkan data yang telah diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, digambarkan dan dipaparkan dalam bentuk kata-kata dan kalimat, setelahnya disimpulkan dengan beberapa poin-poin yang didapat menjadi suatu kesimpulan yang ringkas mengenai pemaparan inovasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing usaha jahit Yuli yang berada di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi.

F. Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yakni menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan sebuah teknik proses pengumpulan data menggunakan metode sama tetapi diambil dari beberapa sumber yang berbeda. Setelah beberapa data terkumpul semua dan sebelum peneliti menulis hasil penelitian pada laporan penelitian, maka peneliti dapat mengecek kembali sumber-sumber yang telah diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan cara membandingkan informasi yang diperoleh dengan informasi yang diperoleh peneliti. Adanya data atau informasi yang didapat oleh peneliti dapat diuji keabsahan dan dipertanggung jawabkan datanya.⁵⁶

G. Tahap-Tahap Penelitian

1. Tahap Pra Lapangan

Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah mencari masalah dan mencari referensi topik sebelumnya dengan cara terjun kelapangan. Peneliti mendapatkan referensi terkait inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha jahit sehingga memungkinkan peneliti mengangkat judul “Analisis Inovasi Produk dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Usaha Jahit Yuli di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi”

Adapun tahap pra lapangan yakni menyusun rancangan penelitian diantaranya:

⁵⁶ Lexy J. Moleong, “Metodologi Penelitian Kualitatif”, (PT.Remaja Rosdakarya), 2018, 331

- a. Menentukan lokasi penelitian
- b. Memilih dan memanfaatkan informasi
- c. Mempersiapkan perlengkapan penelitian.
- d. Melakukan peninjauan observasi terdahulu
- e. Meninjau kajian pustaka, dengan mencari referensi penelitian terdahulu serta kajian teoritis yang berhubungan dengan judul penelitian
- f. Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing
- g. Mengurus perizinan penelitian
- h. Mengarsipkan penelitian lapangan

2. Tahap Pelaksanaan

Berdasarkan hasil pra lapangan yang diteliti oleh peneliti pada objek penelitian. Peneliti melakukan pengumpulan data secara langsung melalui observasi dan wawancara untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan inovasi produk yang dilakukan usaha jahit untuk mempertahankan keunggulan bersaing dari setiap produknya.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung. Peneliti menganalisis informasi dan beberapa jenis data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

Pada tahap ini, peneliti melakukan konfirmasi kembali data yang diperoleh dari hasil penelitian dengan teori yang digunakan.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Tempat Usaha

Awal mula masuk ke dalam dunia perjahitan, Yuli sewaktu SMA mengikuti ekstrakurikuler tata busana dari itulah Yuli mendapatkan ilmu mulai dari teknik-teknik awal hingga praktiknya dalam menjahit. Pada saat di SMA sendiri kurang lebih 2 tahun ikut kegiatan tersebut hingga sampai lulus. Setelahnya dia melanjutkan kursus menjahit di Balai Latihan Kerja di Banyuwangi, tepatnya di Muncar, Kabupaten Banyuwangi. dia kursus pelatihan ini mengambil menjahit kurang lebih 6 bulan, setelah selesai beberapa tahapan dalam menyelesaikan kursusnya. Yuli membuka usaha jahit dirumahnya. Awal mula buka pada tahun 2020, dengan semua peralatan yang seadanya.

Pada saat itu, Yuli membuka usaha ini dengan hanya menggunakan beberapa alat yakni alat jahit dan untuk obras. Untuk sasaran pemasarannya yuli menerima pesanan 1-5 jahitan. Lambat laun banyak yang berminat menjahit di usaha jahit Yuli dan juga menerima pesanan dari pondok-pondok seperti baju, kerudung.

Dengan berkembangnya suatu usaha di bidang jahit ini, muncul banyak usaha sejenis yang dapat menjadi persaingan dengan melalui tingkat perbedaan harga, kualitas, dan model yang bervariasi. Dengan begitu usaha jahit Yuli melakukan inovasi produk dengan penciptaan

produk baru, pengembangan, perbaikan produknya melalui beberapa perubahan model, warna, bahan, tampilan baru, brand. Untuk menghadapi persaingan ketat usaha jahit Yuli memberikan keunggulan kualitas dengan kualitas rapi, ketepatan waktu dalam proses pemesanan, keunggulan biaya dengan biaya ongkos relatif murah, dan juga selalu berusaha dapat memenuhi setiap pemesanan konsumen yang beragam seperti permintaan membuat jas, kerudung, badcover, mukena, dan lainnya. Yang mana tidak semua tempat usaha jahit bisa memenuhi permintaan konsumen tersebut.

Usaha jahit Yuli sampai saat ini, tidak sepi peminat. Dengan pemasaran melalui sosial media dan bukan hanya dari mulut kemulut. Pesanan jahitan mengalami kenaikan setiap bulannya melalui beberapa acara-acara tertentu dan pada perayaan hari-hari besar. Dan juga untuk pesannya tidak hanya dari daerah Temurejo itu sendiri melainkan dari beberapa daerah lain juga.⁵⁷

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data dan analisis dalam hal ini, penyajian data digunakan sebagai penguat, dan data dianalisis yang mana akan menghasilkan kesimpulan dalam penelitian ini. Sesuai dengan berbagai teknik pengumpulan yang dipakai dalam penelitian ini. Adapun penyajian data dan analisisnya meliputi:

⁵⁷ Yuliani, Wawancara, Banyuwangi, 15 Maret 2023

1. Inovasi Produk Pada Usaha Jahit

Inovasi produk dalam usaha jahit ini harus memperhatikan tingkat kepuasan konsumen seperti adanya rasa nyaman dalam pelayanan dan yang terpenting dapat memenuhi keinginan para konsumen. Adapun indikator inovasi produk diantaranya:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu tingkatan dari produk yang mampu melakukan fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Dimana kualitas produk disini berpengaruh pada produk yang dihasilkan dan menjadi pertimbangan bagi setiap konsumen.

Hal ini disampaikan oleh Penjahit Yuli, ia menyatakan:

Dalam menjalankan suatu usaha yang paling diutamakan memang kualitas dari hasil jahitan, dimana penjahit harus teliti dalam setiap mengerjakan pesanan. Oleh karenanya produk yang dihasilkan harus bagus dan rapi terbebas dari cacat, agar konsumen puas dengan hasilnya. Dan juga permintaan konsumen yang beragam, jadi banyak maunya seperti ada konsumen yang ingin menjahit baju dengan model baju gamis pakai selerekan depan, tanpa tali di pinggang, pakai lengan balon, jadi di bajunya ini terdapat kombinasi di lengannya. Dengan berbagai penjelasan konsumen ini, kita harus bisa memenuhi keinginannya dengan hasil atau kualitas nya yang bagus agar konsumen dapat datang lagi.⁵⁸

Pernyataan dari penjahit Yuli dikuatkan oleh ibu Ratna (pelanggan usah jahit), beliau mengatakan:

Saya lebih memilih penjahit Yuli karena suka dengan kualitasnya jahitannya rapi, pas, nyaman dipakai oleh saya. Karena saya dulu pernah menjahit di beda tempat itu, memang benar jahitannya pas dilihat tapi ternyata kurang rapi dan juga

⁵⁸ Yuliani, wawancara, Banyuwangi, 20 Maret 2023

kurang nyaman dipakai. Oleh karena itu saya beralih pindah di penjahit Mbak Yuli ini karena jahitannya pas, rapi sesuai dengan keinginan saya.⁵⁹

Hal ini juga disampaikan ibu Siti (pelanggan usaha jahit)

Iya betul, pada saat itu saya bingung mau jahit dimana, lalu dapat recomen dari ibu Siti untuk menjahit di Mbak Yuli. Pada akhirnya saya mencoba menjahit di sana, dan hasilnya memang benar-benar bagus, rapi, nyaman dipakai, saat itu saya menjahit gamis seragam ibu-ibu yasinan. Karena dulu pernah menjahit di salah satu penjahit hasilnya tidak sesuai banyak tidak sesuainya dan pada akhirnya harus dirombak lagi seperti lengannya kebesaran, harus dibenarkan dkecilin lagi.⁶⁰

Disampaikan juga oleh ibu Amaliyah (pelanggan usaha jahit),

beliau menyatakan:

Awalnya saya sudah punya pelanggan menjahit sendiri, namun pada saat itu hasilnya banyak yang cacat tidak sesuai harapan saya. Oleh karena itu saya beralih di penjahit sebelumnya ke penjahit Yuli ini. Ketikan saya menjahit di Yuli ini saya ditanya dengan detail, mau model bagaimana, bagian ini itunya seperti apa. Nah ketika sudah jadi hasilnya itu sangat memuaskan bagi saya, dipakai nyaman, ukurannya pas, sangat sesuai apa yang saya harapkan.⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dapat kita lihat

bahwa inovasi produk dapat terjadi jika kualitas produk dapat menentukan sebuah tingkatan produk yang menjadikan daya tahan produk menjadi lebih bagus dengan dilihat dari hasil ketelitian dan juga bahan yang dijahit⁶². Kualitas produk disini sudah dilakukan oleh penjahit Yuli, dimana para pelanggan atau konsumen lebih banyak

⁵⁹ Ratna fadila, wawancara, Banyuwangi, 22 Maret 2023

⁶⁰ Siti, wawancara, Banyuwangi, 23 Maret 2023

⁶¹ Amaliyah, wawancara, Banyuwangi, 23 Maret 2023

⁶² M. Khoirul Fikri, Almas Filzah, "Pengaruh Kreatif, Inovasi dan Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Daya Beli Konsumen", (Jurnal JIMEK, IAIN Pekalongan, Jurnal Ilmu Manajemen, journal.amikveteran.ac.id, 2022)

memilih jasa jahit di penjahit Yuli dikarenakan kualitas yang dihasilkan sesuai dengan apa yang diharapkan mereka, dimana dari setiap masing-masing konsumen memiliki ciri khas yang berbeda namun untuk kualitas mereka pasti ingin yang lebih baik seperti bahan yang dipilih bahan yang bagus, ketelitiannya dalam menjahit, hasil kerapiannya.

b. Varian Produk

Varian produk merupakan suatu hal atau alat yang dihasilkan dengan adanya perbedaan antara produk satu dengan produk lainnya.

Dalam hal ini peneliti mengamati beberapa usaha jahit yang ada di Desa Temurejo hasilnya:

Kebanyakan dari para penjahit yang membuat pesanan jahitan atau jasa penjahit itu dilihat karena varian model yang ditawarkan konsumen mengikuti perkembangan zaman. Selain konsumen yang memilih request model jahitannya seperti apa, para penjahit juga menawarkan model-model melalui internet dan media sosial lainnya seperti pelanggan si A menginginkan model jahitan yang sudah mereka pilih sendiri namun ada kombinasi di bagian pinggang nanti dikasih karet, bagian bawah bajunya di kasih kombinasi rumbai-rumbai padahal dicontoh gambar polos dan warnanya pun berbeda. Oleh karena itu para penjahit harus dapat memenuhi keinginan mereka. Tidak hanya pesanan baju saja, namun ada berbagai produk yang diinginkan konsumen tapi tidak bisa dipenuhi oleh penjahit ditempat seperti kerudung, mukenah, badcover dan lain sebagainya. Namun dari banyaknya penjahit yang ada, masih minim akan update terkini model-model yang ditawarkan kepada konsumen, jadi untuk para konsumen pastinya akan memilih penjahit yang benar-benar mereka tahu produk-produknya up to date apa tidak atau mengikuti perkembangan zaman atau tidak. Dan juga kurangnya mengikuti model perkembangan zaman yang sekarang mereka akan kesusahan untuk menjahit beberapa model yang kurang sering mereka buat.

Hal ini disampaikan oleh ibu Amaliyah (pelanggan usaha jahit), beliau menyatakan:

Dari berbagai model dan keinginan para konsumen menurut saya selalu terpenuhi jika menjahit di penjahit Yuli. Kalau yang sebelumnya atau kebanyakan penjahit lain tidak bisa memenuhi untuk menjahit kerudung di penjahit Yuli ini sangat bisa untuk menjahit berbagai macam kerudung. Hasilnya pun sesuai apa yang saya harapkan.⁶³

Pernyataan dari ibu Ratna yang hampir sama dengan yang dikatakan oleh ibu Amaliyah

Dalam pemesanan baju ataupun model lain banyak variasi di penjahit Yuli. Karena waktu itu saya memesan baju dan kerudung yang serasi namun bukan dengan model kerudung yang biasa, dengan model kerudung yang slop dan bajunya pas dipakai saat pakai kerudung tersebut. Penjahit Yuli pun menawarkan berbagai macam varian yang beragam dan juga memberikan saran-saran bagusnya di pakai yang mana dan pasnya dimana, tinggal kita yang memilih mau pakai yang seperti apa.⁶⁴

Dalam hal ini disampaikan oleh Ibu Siti (Pelanggan usaha jahit), beliau menyatakan:

Varian atau model yang ditawarkan di penjahit Yuli ini beraneka ragam. Sesuai dengan trend setiap tahunnya. Jadi meskipun kita menjahit pakaian di penjahit biasa, namun hasilnya tidak kalah bagus dengan yang dijual di toko-toko atau pun olshop-olshop besar lainnya karena memang model yang ditawarkan mengikuti perkembangan trend sosial media sekarang dan tentunya yang model-model lainnya, penjahit Yuli selalu siap menerima apa yang konsumen inginkan.⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas, varian produk yang terdapat pada inovasi produk ini menjadi sarana bagi suatu perusahaan

⁶³ Amaliyah, wawancara, Banyuwangi, 23 Maret 2023

⁶⁴ Ratna Fadila, wawancara, Banyuwangi, 22 Maret 2023

⁶⁵ Siti, wawancara, Banyuwangi, 23 Maret 2023

untuk menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing dengan menerima semua produk yang para konsumen inginkan dan juga memberikan informasi jika usaha ini menerima produk apa saja, maka para konsumen akan lebih tertarik. Penjahit Yuli sudah melakukan inovasi produk dengan menawarkan produk yang dijahit ada berbagai macam seperti: kebaya, baju sragam, baju gamis, mukena, masker, kerudung jadi para konsumen dapat memilih produk apa yang mau dijahit dan juga dapat meminta saran kepada penjahit mengenai varian model yang diinginkan sesuai keinginan yang sedang *trend* sekarang. Oleh karenanya, pelanggan ataupun pemilik usaha jahit dapat memberikan varian model produk yang akan mereka buat atau pesan.

c. Desain

Desain merupakan suatu cara yang digunakan untuk mendapat nilai tambah produk para konsumen. Karena desain tidak hanya berpaku pada penampilan namun pada kegunaan produk juga. Sebuah desain produk yang menarik dapat menjadi perhatian konsumen dan juga dapat menjadi keunggulan bersaing usaha jahit tersebut.

Hal ini disampaikan oleh Penjahit Yuli (pemilih usaha jahit)

Untuk desain disini saya menjahit sesuai keinginan konsumen. Apa yang mereka inginkan atau mereka request seperti apa saya menyesuaikan, seperti mereka menginginkan model mukena yang berbeda dengan yang lain, dikasih kerutan dibagian wajah atau dahi, yang pastinya sesuai dengan selera mereka, baik dari bahan, warna, model dan ukuran. Ada juga yang mereka memesan style baju mulai dari atas sampai bawah, konsumen meminta kain yang dibuat baju bisa juga dibuat kerudung yang senada dan pas untuk konsumennya. Untuk menyesuaikan selera mereka yang sangat

modis dan selalu mengikuti trend-trend terkini, mereka juga dapat menghemat biaya pengeluaran untuk satu style baju mulai dari atas sampai bawah.⁶⁶

Hal ini disampaikan ibu Amaliyah (pelanggan usaha jahit), beliau menyatakan:

Saya pernah menjahit seragam keluarga untuk hari raya, karena waktu itu mau beli jadi di toko-toko tidak ada yang pas ukurannya. Kemudian saya datang ke Mbak Yuli untuk menjahit seragam keluarga yang sesuai dengan ukuran dan request saya. Mbak Yuli sanggup mengerjakannya tidak lama selang berapa hari jahitannya pun sudah jadi, keluarga saya pun sangat suka dengan hasil jahitannya karena sesuai ukuran dan cocok bagi keluarga saya.⁶⁷

Hal ini disampaikan ibu Siti (pelanggan usaha jahit), beliau menyatakan:

Saya pernah menjahit baju untuk saya sendiri, dengan desain yang saya inginkan, kemudian saya datang ke Mbak Yuli untuk menjahit bajunya. Mbak Yuli disini memberikan penawaran kepada saya untuk desain yang cocok buat saya itu seperti ini, namun pada saat itu mbak Yuli menawarkan lagi ke saya bagaimana untuk desainnya jadi pakai yang mana, saya tetep kekeh dengan desain baju yang saya pilih. Akhirnya mbak Yuli langsung merekap pesanan baju yang sudah saya kasih kepadanya.⁶⁸

Hal ini disampaikan ibu Ratna (pelanggan usaha jahit), beliau menyatakan:

Saya kemaren menjahit baju dress ke Yuli, saya beli kain ke toko kainnya, saya kasih ke Yuli pada saat itu. Saya minta saran ke Yuli untuk menjahitkan dress yang cocok untuk badan saya, lau Yuli memberikan secarik kertas yang berisi model-model desain dress dan menyarankan untuk saya pakai desain dress yang seperti ini, pada saat itu saya tertarik dengan

⁶⁶ Yuliani, wawancara, Banyuwangi, 20 Maret 2023

⁶⁷ Amaliyah, wawancara, Banyuwangi, 23 Maret 2023

⁶⁸ Siti, wawancara, Banyuwangi, 2 September 2023

desainnya langsung saya pilih desain tersebut, setelah itu diukur sama Yuli.⁶⁹

Dari beberapa pernyataan diatas, desain disini menentukan nilai tambah produk bagi penggunaanya. Dimana produk yang didesain atau yang dirancang berbeda dengan produk lainnya, maka dapat menjadi patokan desain tersebut akan menjadi banyak peminat, dan juga apabila desain yang akan ditawarkan kepada konsumen berbagai macam, mereka akan tertarik. Dalam hal ini, pemilik usaha jahit Yuli sudah melakukan inovasi produk yakni dengan mendesain dan merancang produk yang menjadi pusat yang dituju oleh para konsumen dengan produk yang dibuat oleh penjahit ini karena desainnya yang menarik, dan juga produk ataupun desain yang dibuat dapat dipengaruhi bukan hanya dari penampilan namun dari segi kegunaan dan kebutuhan konsumen yang mereka inginkan.

Kesimpulan dari wawancara diatas yakni pada inovasi produk yang dilakukan penjahit Yuli ini sangat berpengaruh dari setiap perkembangan dari sedikit banyaknya jumlah konsumen yang menggunakan jasanya. Penjahit Yuli sudah melakukan inovasi produk meliputi kualitas produk yang dihasilkan seperti jahitannya rapi, ketelitiannya, bahan yang dipilih, dan ada pada varian produk yang bermacam-macam, menerima segala macam pesanan produk yang dibutuhkan oleh konsumen seperti baju, kerudung, mukena, kebaya dan menawarkan desain kepada konsumen, apabila konsumen tersebut

⁶⁹ Ratna, wawancara, Banyuwangi, 2 September 2023

belum memiliki desain baju yang mereka inginkan, penjahit ini memberikan saran terkait desain yang bagus dan cocok untuk konsumen tersebut seperti apa.

2. Keunggulan Bersaing Pada Usaha Jahit

Yang merupakan suatu usaha atau kemampuan yang dilakukan perusahaan atau perorangan dalam menciptakan keunggulan pada setiap produknya agar dapat bersaing dengan pesaing, dengan dilihat dari kualitas, kuantitas, harga ataupun jenis produknya. Dalam hal ini, dikaitkan juga dengan strategi bisnis. Adapun strategi Keunggulan bersaing yang dipakai diantaranya:

a. Keunggulan biaya

Pada poin ini biasanya para penjahit menawarkan produk yang dijual dengan harga yang murah dibandingkan dengan produk lain, bisa dapat dilihat dari yang sejenis sampai mampu bersaing dengan baik. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dari beberapa usaha jahit yang ada di desa Temurejo:

Kebanyakan dari mereka para penjahit selain penjahit Yuli memberikan keunggulan dari segi biaya disini para pesaing memberi ongkos atau upah dalam memproduksi produk dengan biaya lumayan mahal ada juga yang murah, pada saat memperoleh keuntungan, kualitas produk yang buruk, kurang puas jika harga mahal namun tidak sesuai dengan hasilnya, dalam mencapai keunggulan bersaing dari segi keunggulan biaya, mereka para penjahit pastinya memberikan yang terbaik untuk para konsumen, namun kebanyakan konsumen yang memakai jasa jahit ini kurang sesuai akan hasilnya. Untuk biaya murah biasanya para penjahit dari segi bahan akan membeli restok banyak, datang langsung ke produsennya, untuk jumlah-jumlah pesanan yang banyak. Dalam biaya yang murah ini, para penjahit hanya memenuhi untuk yang seragam-

seragam yang memang jumlahnya banyak. Untuk yang lainnya itu menyesuaikan dengan kesulitan dan model yang konsumen minta. Untuk model yang mudah para penjahit juga memberikan biaya yang relatif murah seperti model seragam untuk TK kami memberikan harga Rp.60.000 per pcs nya, untuk seragaram SMP-SMA Rp. 80.000 per pcs, gamis model biasa Rp.60.000 dan untuk gamis dengan model-model rumit seharga Rp. 70.000 - 110.000. semua harga tergantung pada model dan bahan yang diminta atau barang yang diinginkan para konsumen.

Hal ini di katakan oleh ibu Ratna (pelanggan usaha jahit), beliau mengatakan:

Iya pada saat itu saya memesan baju untuk seragam majelis yasinan ibu-ibu. Kami dari beberapa orang menjahit di penjahit lainnya dengan bahan yang sama model yang berbeda, warna yang senada mereka memberi harga Rp. 100.000 per pcs. sedangkan ibu-ibu lainnya yang satu mejelis yasinan menjahit di penjahit Yuli, diberi harga Rp.80.000 per pcsnya. Nah dari sini kan kelihatan yaa, kalau di penjahit lainnya itu harganya kurang sesuai dengan yang di penjahit Yuli.⁷⁰

Ibu Siti (pelanggan usaha jahit) juga mengatakan hal sama tentang itu:

Saya pernah memesan baju buat acara keluarga, saya percayakan ke penjahit semuanya mulai dari kain sampai hingga jadi. Untuk kain-kain yang ditawarkan oleh Ibu Yuli ini sangat beragam mulai dari yang murah, sedang dan mahal. Mulai dari itu saya senang di penjahit ini karena memang untuk harganya ditawarkan kepada kita. Jadi kan enak kita mau pengen yang mana, dan untuk ongkos jahitannya pun juga relatif lebih murah dibandingkan dengan penjahit lainnya.⁷¹

Pernyataan tersebut dipertegas oleh ibu Amaliyah (pelanggan usaha jahit):

Pada saat itu saya menjahit seragam untuk anak saya TPQ. Untuk kainnya sudah dikasih dari pihak TPQnya, modelnya

⁷⁰ Ratna fadila, wawancara, Banyuwangi, 30 Mei 2023

⁷¹ Siti, wawancara, Banyuwangi, 30 Mei 2023

pun juga sudah di arahkan oleh ustadzahnya di TPQ semua modelnya sama. Dari sini kan saya hanya menggunakan jasanya. Ongkos nya pun kisaran Rp. 65.000. untuk itu relatif murah menurut saya, karnea beda dengan pesaing lainnya.⁷²

Dari beberapa pernyataan diatas, dapat dilihat bahwa strategi untuk menciptakan keunggulan kompetitif dapat dilakukan dengan cara memproduksi atau menyediakan produk atau jasa dengan biaya produksi yang lebih rendah daripada pesaing⁷³. Hal ini terdapat pada pemilik usaha jahit Yuli, yakni dengan memberikan harga relatif murah atau biaya jasa jahit yang murah dari pada harga yang dipatok pesaing. Penjahit Yuli ini juga memberikan biaya sesuai dengan tingkat kesulitan produk yang dibuat. Oleh karenanya konsumen banyak yang menggunakan jasanya, karena ongkos produk atau jasa jahitnya relatif murah.

b. Diferensiasi

Strategi diferensiasi merupakan upaya dalam membuat pelayanan dan produk yang berbeda dengan yang lain. Dalam suatu produk dan pelayanan yang dilakukan harus memiliki kekhasan atau kelebihan tersendiri yang dapat menjadi daya tarik para konsumen.

Hal ini disampaikan oleh penjahit Yuli (pemilik usaha jahit):

Dalam hal ini, kami tidak menjahit pakaian saja dengan model yang biasa namun kami menerima pesanan apapun seperti: kerudung, kebaya, brokat, jas kami penuhi. Dalam mencapai keunggulan bersaing disini kami berusaha memenuhi beberapa

⁷² Amaliyah, wawancara, Banyuwangi, 10 Juni 2023

⁷³ Adi Neka Fatyandri, fiona dkk, Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dengan Memilih Strategi Tingkat Bisnis yang Tepat, (Jurnal Mirai Management Universitas International Batam, Januari 2022)

produk yang menjadi keinginan para konsumen. Dengan mengutamakan hasil jahitan dan kualitas yang baik dan selalu mengontrol kembali pesanan yang benar-benar yang dipesan oleh konsumen sebelum diterima. Dan kami selalu bilang kepada konsumen untuk mencoba produk yang di jahit atau dipesan terlebih dahulu. Agar jika terjadi kurang gimana-gimananya langsung diperbaiki saat itu juga atau bisa ditunggu bebrapa hari lagi. Dalam dunia *fashion* hal yang paling utama yakni adanya keunikan atau kekhasan yang membedakan dengan produk lain, kami mencari referensi melalui media sosial seperti internet dalam mencari model yang *trend* saat ini yang banyak diminati para konsumen mulai dari yang muda sampai yang tua.⁷⁴

Hal ini diperkuat oleh Ibu Ratna (pelanggan usaha jahit), beliau menyatakan:

Saya ketika membuat baju biasanya meminta saran kepada mbak Yuli ini, terkait bahannya bagus pakai yang mana, warnanya cocok yang mana agar pas di badan karena badan saya gemuk. Supaya terlihat kurus, kemudian mbak Yuli memberikan beberapa contoh model dan menyarankan pakai yang seperti apa agar terlihat bagus dan nyaman dipakai.⁷⁵

Hal tersebut dijelaskan oleh ibu Amaliyah (pelanggan usaha jahit) menyatakan:

Lebaran kemaren saya memesan baju keluarga yang perempuan-perempuan menggunakan baju brokat dengan berbagai macam model. Untuk yang suami saya dan saya memakai brokat pada waktu itu mbak Yuli bilang kalau pesan buat hari raya usahakan jauh-jauh hari, karena memang membludak pesanan atau jahitan ketika mendekati lebaran. Saya pada saat itu ramadhan ke 13 hari baru mengasihkan kainnya ke penjahit Yuli. Tidak sampai 1 minggu bajunya sudah jadi, biasanya kalau di penjahit lainnya sudah tidak menerima kain ketika sudah masuk ramadhan.⁷⁶

⁷⁴ Yuliani, wawancara, Banyuwangi, 29 Mei 2023

⁷⁵ Ratna fadila, wawancara, Banyuwangi, 30 Mei 2023

⁷⁶ Amaliyah, wawancara, Banyuwangi, 10 Juni 2023

Hal ini diperkuat oleh ibu siti (pelanggan usaha jahit) beliau mengatakan:

Pada acara nikahan keponakan saya kemaren, dia mau menjahit kebaya buat acara nikahan beserta seragam keluarga besar. Keponakan saya memberikan model untuk baju kebaya nya kepada mbak Yuli yang modelnya sangat rumit menurut saya, dan untuk baju keluarga besar juga sudah di kasih modelnya kepada mbak Yuli. Untuk hasilnya sangat bagus lebih dari hasil yang ada di model foto yang diberikan, hasilnya sesuai, semua juga bilang kalau ini sangat bagus.⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas, yakni dalam strategi diferensiasi sudah ditetapkan oleh pemilik usaha jahit dengan memberikan referensi serta mengembangkan ciri khas suatu produk berupa kualitas dan pelayanan dan kenyamanan maka konsumen akan puas dengan hasil yang mereka pesan. Pada penjahit Yuli ini sudah melakukan strategi diferensiasi tersebut, dengan memberikan saran dan tawaran kepada konsumen untuk produk yang mereka inginkan. Berdasarkan kajian teori dan jurnal terkait penjahit Yuli sudah melakukan keunggulan bersaing melalui diferensiasi, dimana terdapat perbedaan dari produk pesaing lainnya dengan produk jahitan sendiri, yang dapat memberikan nilai lebih terhadap pandangan pelanggan atau konsumen.

c. Fokus

Pada strategi ini berfokus pada kelompok pembeli, yang mana fokusnya terbagi menjadi dua yakni ada fokus biaya dan fokus

⁷⁷ Siti, wawancara, Banyuwangi, 30 Mei 2023

diferensiasi. Hal ini disampaikan oleh Mbak Yuli (pemilik usaha jahit):

Dalam bisnis usaha jahit ini, kami melihat adanya peluang karena dunia fashion saat ini banyak yang mengikuti trend zaman sekarang yang makin modern oleh karenanya kami bertahan lebih berfokus pada keinginan konsumen, yang nantinya konsumen akan puas dengan produk yang telah dipesan dan juga dapat menjadi pembeda dari pesaing. Oleh karena itu kami berfokus pada biaya yang relatif rendah. Dalam hal ini saya juga memfokuskan pada model-model kekinian untuk dapat memenuhi keinginan konsumen yang dilihat dari kerapian, ketelitian permintaan model, warna, bahan, ukuran serta kenyamanan untuk para konsumen.⁷⁸

Ibu Amaliyah (pelanggan usaha jahit) beliau menyatakan:

Selama saya menjahit ke penjahit Yuli saya merasa puas karena penjahit Yuli selalu berfokus atau berkonsentrasi pada model-model yang lebih modern sehingga saya tidak kebingungan dalam memilih model ataupun trend-trend terkini yang nantinya akan dipilih.⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas yakni dalam penerapan strategi tersebut ada beberapa fokus yang dilakukan seperti menerapkan strategi fokus diferensiasi dan biaya. Tujuan dari strategi fokus ini yakni memaksimalkan pelayanan pada suatu sasaran. Untuk sasaran yang dituju ada pada para konsumen. Penjahit Yuli dalam hal ini sudah melakukan keunggulan bersaing melalui strategi fokus, dengan strategi fokus biaya dan diferensiasi yang menekankan pada fitur, inovasi dengan tetap menjaga kualitas dan harga kompetitif untuk membedakan penjahit ini dengan para pesaing lainnya. Oleh karenanya, dengan adanya produk yang berbeda dan juga harga yang

⁷⁸ Yuliani, wawancara, Banyuwangi, 29 Mei 2023

⁷⁹ Amaliyah, wawancara, Banyuwangi, 10 Juni 2023

relatif murah maka konsumen akan tertarik menjahit produk di penjahit tersebut.

Berdasarkan hasil kesimpulan pada keunggulan bersaing ini, dalam strategi keunggulan bersaing ini berkaitan dengan strategi bisnis, yang didalamnya terdapat kesamaan indikator yang dibahas seperti adanya keunggulan biaya, diferensiasi dan juga fokus.

C. Pembahasan Temuan

Pada bagian ini akan membahas mengenai temuan-temuan penelitian mengenai inovasi produk dalam pencapaian keunggulan bersaing usaha jahit Yuli di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi apa yang dilakukan dalam mencapai keunggulan bersaing dengan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Inovasi Produk Pada Usaha Jahit Yuli

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti tentang inovasi produk usaha jahit, dimana pemilik usaha jahit telah melakukan inovasi produk diantaranya pemilik usaha jahit melakukan inovasi pada

1. Kualitas produk, 2. Varian produk, 3. Desain produk.

Inovasi yang dilakukan pada kualitas produk yang merupakan sebuah tingkatan yang ada pada produk dalam melakukan fungsinya sebaik mungkin, dimana dapat dikatakan sebuah produk yang berkualitas yakni produk yang baik terbebas dari cacat, sesuai dengan tenggat waktu, dan adanya konsistensi sesuai fungsinya. Kualitas produk yang ada pada

penjahit ini yang dulunya penjahit ini kurang rapi jahitannya, waktu pengerjaan yang lama sekarang di penjahit Yuli ini mengedepankan kualitas produk yang diinginkan konsumen seperti jahitannya rapi, pengerjaannya cepat, tidak ada cacat pada jahitannya. Selanjutnya pada varian produk, yang merupakan sebuah alat yang kompetitif yang dapat membedakan antara produk yang diciptakan oleh perusahaan dengan produk lainnya atau pesaing. Varian produk yang ada pada penjahit ini dulunya hanya menerima jasa jahit baju saja, namun sekarang penjahit ini menerima semua varian jahitan seperti baju, seragam sekolah, mukena, kerudung, masker, jas dll. Yang terakhir pada desain produk dimana desain produk ini merupakan suatu cara dalam mendapatkan nilai tambah produk di kalangan konsumen. Yang bertujuan agar dapat menarik perhatian konsumen dan sebagai strategi potongan biaya untuk memberikan keunggulan bersaing kepada pesaing. Desain produk yang ada pada penjahit Yuli dulunya hanya menerima pesanan sesuai desain para konsumen namun sekarang desain produk di penjahit Yuli bukan hanya menerima desain dari konsumen akan tetapi penjahit Yuli menawarkan desain yang cocok untuk konsumen juga, seperti model lengan yang bervariasi, bentuk kerucut, bergelembung dibawah, lengan karet, model baju juga yang ada kerutannya dll

Hasil observasi yang dilakukan peneliti di lapangan terkait inovasi produk usaha jahit Yuli yakni berinovasi pada kualitas produk dengan mengedepankan dari segi barang atau bahan yang bagus, hasil jahitan

yang rapi dan juga pelayanan yang baik, varian produk yang di tawarkan kepada konsumen juga banyak, sesuai pada *trend* sekarang serta dapat memenuhi keinginan para konsumen sesuai selera masing-masing. Seperti mukenah, kebaya, kerudung, jas, baju seragam dll. untuk desain produk semakin terbaru, sesuai *trend* seperti model lengan yang bervariasi, bentuk kerucut, bergelembung dibawah, lengan karet.

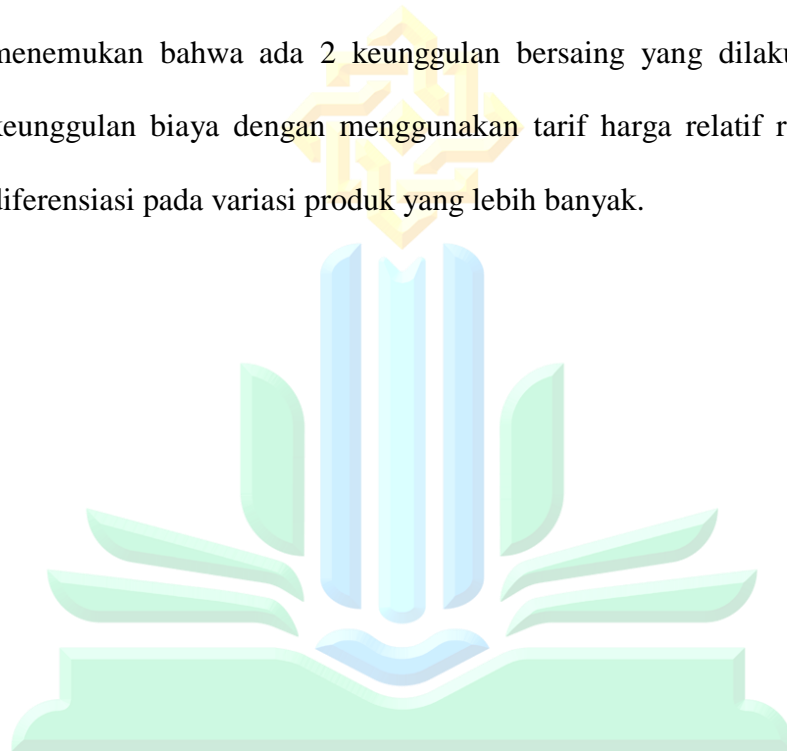
2. Keunggulan Bersaing Pada Usaha Jahit Yuli

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti tentang strategi keunggulan bersaing usaha jahit Yuli, yakni ada 2 keunggulan bersaing, diantaranya : 1. Keunggulan biaya, 2. Diferensiasi. Untuk poin pertama keunggulan biaya, yang merupakan strategi dalam meningkatkan keunggulan usaha dengan menggunakan harga yang relatif murah dari pesaing. Dimana dalam penjahit ini harga ongkos yang dipatok sangat relatif rendah. Poin kedua, diferensiasi, dimana dalam hal ini memanfaatkan fitur yang berbeda dari pesaing untuk menjadi daya tarik para konsumen.

Pemilik usaha jahit Yuli sudah melakukan strategi keunggulan bersaing dengan keunggulan biaya dengan memberikan harga atau biaya jasanya dengan harga yang relatif murah, harga tersebut tanpa mengurangi laba dari pemilik usaha jahit tersebut yang nantinya akan membuat para konsumen jauh lebih tertarik untuk menjahit di tempat tersebut. Poin kedua diferensiasi, dalam diferensiasi pada penjahit Yuli ini berbeda dengan penjahit lain-lainnya karena di penjahit Yuli ini lebih

banyak variasi seperti variasi produk-produknya yakni ada mukena, kerudung, kebaya, baju gamis, seragam, masker dll.

Hasil observasi yang diperoleh peneliti dari hasil lapangan terkait pencapaian keunggulan bersaing di usaha jahit tersebut. Penjahit Yuli ini sudah sepenuhnya mencapai keunggulan bersaing. Dimana peneliti menemukan bahwa ada 2 keunggulan bersaing yang dilakukan yakni keunggulan biaya dengan menggunakan tarif harga relatif rendah, dan diferensiasi pada variasi produk yang lebih banyak.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil data-data yang sudah dijelaskan diatas, peneliti menggambarkan kesimpulan sebagai berikut diantaranya:

1. Inovasi produk pada usaha jahit Yuli

Inovasi produk yang dilakukan pada penjahit Yuli yakni pada kualitas produk yang dihasilkan dengan jahitannya rapi, cepat dalam proses jahitnya, tidak ada kecacatan pada produknya inovasi pada varian produk, produk yang dihasilkan beragam seperti: baju, seragam, kerudung, mukena, masker, rok panjang, gamis. Desain produk yang ditawarkan kepada konsumen yang beragam.

2. Strategi keunggulan bersaing usaha jahit Yuli

Keunggulan bersaing yang dilakukan penjahit Yuli, ada 2 keunggulan yakni pada keunggulan biaya dan diferensiasi. Keunggulan biaya yang dilakukan dengan mematok tarif harga yang relatif rendah dari pesaing. dan pada diferensiasi adanya perbedaan dari pesaing dengan lebih banyak variasi produk seperti menerima pesanan kebaya, baju, masker, kerudung, gamis, dll.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran terhadap permasalahan yang terjadi dalam skripsi ini dimana:

1. Dalam menciptakan suatu inovasi produk dalam usaha jahit ini, kedepannya lebih ditingkatkan pada kualitas jahitan yang rapi. Karena dalam hal tersebut, banyak pesaing lainnya yang memanfaatkan peluang tersebut terkait kualitas jahitan rapi ini agar produk yang dihasilkan terbebas dari cacat. Dalam hal varian produk lebih ditingkatkan lagi dalam mencari referensi-referensi model varian produk di media sosial yang *trend* saat ini. Strategi pemasaran yang dilakukan lebih disebar luaskan lagi, meskipun sudah menggunakan *Whatsapp, Instagram, Facebook, platform* media sosial lainnya bisa dicoba.
2. Bagi pemilik usaha jahit dalam menciptakan atau mencapai keunggulan bersaing bukan hanya fokus pada keunggulan biayanya, akan tetapi pada strategi diferensiasi terhadap barang atau jasanya lebih ditambah lagi yang bisa ditawarkan kepada para konsumen agar nantinya dapat menjadi bahan atau daya tarik bagi konsumen memakai jasa jahit ini.

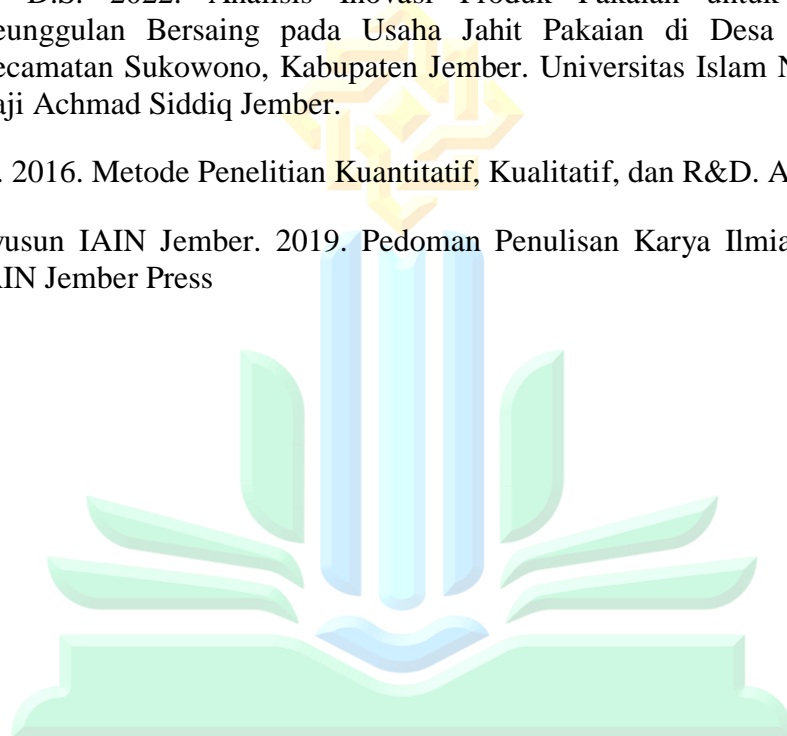
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Satria. Sistem pendukung keputusan pemilihan Tempat Usaha Menjahit di Medan Menggunakan Metode *Multi Objective On The Basis Of Ratio Analysis (MOORA)*. Majalah Ilmiah INTI.
- Ameliya, Wikka Okty. 2022. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Bakery Coy Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. Uinversitas Islam Riau.
- Anggraeni, F, D. 2013. Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui fasilitas pihak eksternal dan potensi internal (Study kasus pada Kelompok Usaha Emping Jagung di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Bimbing. Kota Malang: Jurnal Administrasi Publik (JAP)
- Ardhian, Y,S. 2013. Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Usaha Kecil menengah berbasis Industri Kreatif Melalui ICT. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis
- Aryani, Rasti. 2013. Potensi Usaha Penjahit Pakaian Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Menurut Ekonomi Islam: Studi Kasus Penjahit Pakaian Di Kecamatan Kuok. Riau: Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
- Fikri, M.Khoirul, Almas Filzah. 2022 Pengaruh Kreatif, Inovasi dan Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Daya Beli Konsumen. Jurnal JIMEK. IAIN Pekalongan. Jurnal Ilmu Manajemen, journal.amikveteran.ac.id
- Hanani, Dwi A. 2021. Analisis Potensi Bahaya Lingkungan Kerja Pada Usaha Penjahit Y di Kota Palembang. Syntax Idea
- Hendra, Agus. Raditya,Yustinus. Dkk. 2015. Manajemen Pemasaran I Rantai Nilai Menarik dan Mempertahankan Pelanggan. Universitas Jenderal Soederman,
- Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/14248/4244> diakses pada tanggal 01 November 2022, pukul 20.15
- Ibniwasum, Lia. 2020. Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Shiren Hijab Bengkulu. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Indrijani dkk. 2022. Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian DKI Martabak Mini Kota Gorontalo. Universitas Negeri Gorontalo.

- Kasmir. 2006. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakaarta: CAPS Center For Academic Publishing Service
- Kementerian Agama RI. 2021. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: PT Al-Qosbah Karya Indonesia
- Kotler. P, Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 2*. Erlangga. Jakarta
- Limakrisna, Nanda, dkk. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia Edisi 2*, 59-60
- Luhung, Afrian D, Pradana, B.I. 2019. *Analisis Rantai Nilai pada PT Rollas Nusantara Mandiri*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Maryani, Linda. 2022. *Peran Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion*. *Jurnal Riset dan Investasi*
- Maulana, Alvin. 2022. *Analisis Value Chain untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif pada UMKM (Studi Kasus: UMKM Mukenaku)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Miles, Mattew B, Michael Huberman. 2014. *Analisis Data Kualitatif*
- Moleong, Lexy J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi revisi)*. PT. Remaja Rosdakarya Bandung
- Porter, Michael E. dan Agus Maulana. 2018. *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Porter, Michael E. 1993. *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. PT. Gelora Aksara Pratama
- Rahim, H.Abd. Rahman dan Enny Radjab. 2017. *Manajemen Strategi*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rasyid, H,D. 2018. *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*
- Ritonga, Zuriani. 2020. *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*. Deepublish
- Satyagraha, Karina Putri. 2020. *Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus IKM di Kecamatan Soreang Pada Bidang Fashion Kabupaten Bandung)*. Universitas Komputer Indonesia

- Setianingrum, Nurul dkk. 2021. *McKinsey Plus Managerial Transformation Model In The Phase Of New Normal: Evidence From Bank Mandiri Syariah Indonesia. Review Of International Geographical Education* Issn: 2146-0353
- Setiyaningrum, Ari. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Enterpreneurial Marketing, dan E-Marketing. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sholehah, D.S. 2022. Analisis Inovasi Produk Pakaian untuk Mencapai Keunggulan Bersaing pada Usaha Jahit Pakaian di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta
- Tim Penyusun IAIN Jember. 2019. Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. Jember: IAIN Jember Press



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Analisis Inovasi Produk dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Usaha Jahit Yuli di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi	1. Strategi Bisnis 2. Inovasi Produk 3. Keunggulan Bersaing	1. Tingkatan Strategi 2. Indikator Inovasi Produk 3. Strategi Keunggulan Bersaing	a. Strategi Korporasi b. Strategi Bisnis c. Strategi Fungsional a. Kualitas b. Varian c. Desain d. Time to Market a. Keunggulan biaya b. Diferensiasi c. Fokus	Informan - Pemilik usaha jahit - Pelanggan / konsumen usaha jahit Referensi Jurnal, buku, skripsi Dokumentasi Foto wawancara dengan Informan	1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif 2. Jenis Penelitian: Deskriptif 3. Lokasi Penelitian: Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi 4. Teknik pemilihan Subyek: Teknik Purposive 5. Teknik Pengumpulan Data a. Wawancara b. Observasi c. Dokumentasi 6. Analisis Data: Deskriptif 7. Keabsahan Data: Triangulasi sumber	1. Bagaimana inovasi produk usaha jahit Yuli yang berada di desa Temurejo? 2. Bagaimana strategi usaha jahit Yuli dalam mencapai keunggulan bersaing di desa Temurejo?

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Nur Imamah

NIM : E20192017

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul “Analisis Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing Usaha Jahit di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi” secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat digunakan sebagai mana mestinya.

Jember, 10 Juli 2023



Siti Nur Imamah
NIM E20192017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kalwates, Jember, Jawa Timur Kode Pos. 60136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uisu.ac.id Website: <https://febi.uisuhas.ac.id>

Nomor B-1534/Un 2277 a/PP 00 09/12/2022 14 Desember 2022
Sifat Biasa
Lampiran -
Hal Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth
Pemilik Usaha Jahit di Desa Temurejo
Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo,
Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68467

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :


Nama : Siti Nur Imamah
NIM : E20192017
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Inovasi Produk dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Usaha Jahit di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,


Nurul Widyawati Islami Rahayu

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Yuliani

Jabatan : Pemilik Usaha Jahit

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama : Siti Nur Imamah

NIM : E20192017

Fakultas/ Jurusan Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
(UIN KHAS) Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Usaha Penjahit di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis Inovasi Produk Dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Usaha Jahit di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Banyuwangi, 11 Juni 2023
Pemilik Usaha Jahit


Yuliani

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pedoman Observasi

1. Sejarah awal mula dibuka usaha jahitnya

B. Pedoman Wawancara









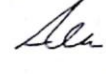
1. Bagaimana inovasi produk pada usaha jahit Yuli?
 - a. Dalam menjahit berbagai produk, hal apa yang diutamakan?
 - b. Bagaimana kualitas jahitan pada produk pesanan anda?
 - c. Apakah pernah menjahit di tempat lain sebelumnya?
 - d. Apa alasan memilih penjahit ini?
 - e. Apa saja varian produk pada usaha jahit ini?
 - f. Apa kelebihan produk di usaha penjahit ini?
2. Bagaimana strategi dalam mencapai keunggulan bersaing usaha jahit ini?
 - a. Apa saja strategi yang dilakukan penjahit ini?
 - b. Dapat informasi dari mana anda tahu penjahit ini?
 - c. Apa saja yang dilakukan untuk mempromosikan usaha jahit ini?
 - d. Apa saja keunggulan produk pada usaha penjahit disini?
 - e. Mengapa biayanya lebih murah dibandingkan dengan penjahit lain?
 - f. Apa yang membedakan produk di usaha penjahit ini dengan penjahit lain?
 - g. Usaha penjahit ini yang difokuskan pada apa saja?

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Analisis Inovasi Produk dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Usaha Jahit di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi

Lokasi penelitian

Di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi

No	Hari/Tanggal	Keterangan	Paraf
1.	15 Maret 2023	Menyerahkan surat izin penelitian kepada Yuliani selaku pemilik usaha jahit	
2.	20 Maret 2023	Wawancara dengan Yuliani (pemilik usaha jahit)	
3.	22 Maret 2023	Wawancara dengan Ratna Fadila (pelanggan usaha jahit)	
4.	23 Maret 2023	Wawancara dengan Siti (pelanggan usaha jahit)	
5.	23 Maret 2023	Wawancara dengan Amaliyah (pelanggan usaha jahit)	
6.	29 Mei 2023	Wawancara kembali dengan Yuliani (pemilik usaha jahit)	
7.	30 Mei 2023	Wawancara kembali dengan Ratna Fadila (pelanggan usaha jahit)	
8.	30 Mei 2023	Wawancara dengan Siti (pelanggan usaha jahit)	
9.	10 Juni 2023	Wawancara kembali dengan Amaliyah (pelanggan usaha jahit)	

DOKUMENTASI PENELITIAN



Sumber : wawancara dengan Yuliani selaku pemilik usaha jahit



Sumber : wawancara dengan Ibu Amaliya selaku pelanggan usaha jahit



Sumber : wawancara dengan Ibu Ratna Fadila selaku pelanggan usaha jahit



Sumber : wawancara dengan Ibu Siti selaku pelanggan usaha jahit

BIODATA PENULIS



Nama : Siti Nur Imamah
Tempat, Tanggal lahir : Banyuwangi, 09 Mei 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dusun Selorejo, RT 03, RW 01, Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi
Agama : Islam
No. HP : 082139345319
Alamat E-mail : s.nurimamah5@gmail.com

Riwayat Pendidikan

MI/ SD : MI Al-Jazari (2007-2013)
MTs/ SMP : MTS N Sambirejo (2013-2016)
MA/ SMA : MAN 4 Banyuwangi (2016-2019)
Perguruan Tinggi : UIN KH. Achmad Siddiq Jember (2019-2023)

Pengalaman Organisasi

1. Anggota Osis Mts N sambirejo (2013-2015)
2. Pengurus PKPT IPNU IPPNU UIN KHAS Jember (2021-2023)