

**STUDI KOMPARASI PENERAPAN INOVASI UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING PENJUALAN BERBASIS
ANGKRINGAN TRADISIONAL DI JALAN KALIMANTAN
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH. 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



Disusun oleh:

Muhammad Fahrezy Kautsar
NIM: E20182252

Dosen Pembimbing:

Toton Fanshurna, M.E.I
NIP. 198112242011011008

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2022**

**STUDI KOMPARASI PENERAPAN INOVASI UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING PENJUALAN BERBASIS
ANGKRINGAN TRADISIONAL DI JALAN KALIMANTAN
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH. 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

Disusun oleh:

Muhammad Fahrezy Kautsar
NIM: E20182252

Disetujui Pembimbing:



Toton Fanshurna, M.E.I
NIP. 198112242011011008

**STUDI KOMPARASI PENERAPAN INOVASI UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING PENJUALAN BERBASIS
ANGKRINGAN TRADISIONAL DI JALAN KALIMANTAN
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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

Hari: Senin
Tanggal: 27 Juni 2022

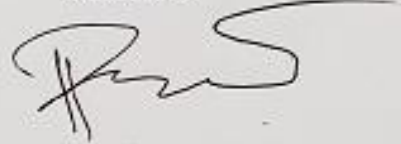
Tim Penguji

Ketua



Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak
NIP. 198803012018012001

Sekretaris

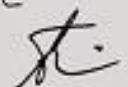


Rini Puji Astuti, S.Kom., M.Si
NUP. 201708174

Anggota :

1. Dr. Moh. Haris Balady, S.E., M.M
2. Toton Fanshurna, M.E.I

()

()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

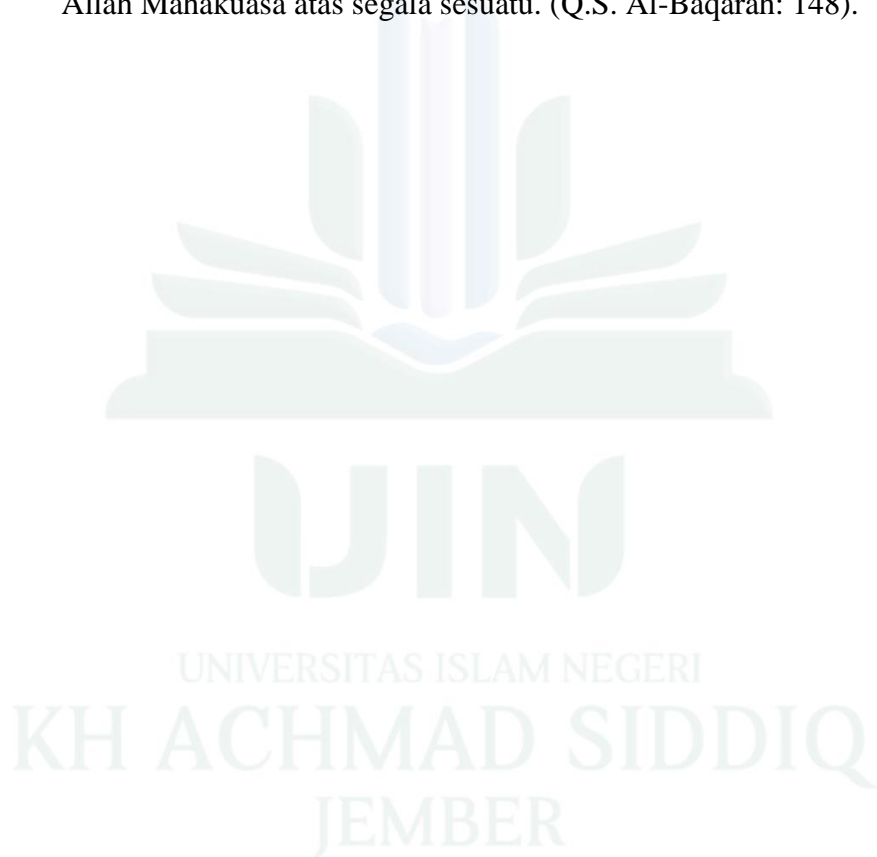


Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 196808072000031001

MOTTO

وَلِكُلِّ وَّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ
بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya : Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu. (Q.S. Al-Baqarah: 148).¹



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹ Al-Qur'an, 2:148.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat serta maunah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Semoga skripsi ini dapat membawa berkah dan Ridho di sisi-Nya. Sebagai tanda terimakasih, maka saya persembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Eko Purwanto dan Ibu Muchlisa, terimakasih atas kasih sayang yang telah diberikan selama ini dan yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun moril, serta do'a terbaik yang selalu dipanjatkan untukku. Semoga ayah dan ibu selalu di berkahi oleh Allah SWT dalam setiap langkah yang dipijakan.
2. Kakak dan adikku, Muhammad Noval, Muhammad Zidny, Elisa, dan Aurora tersayang yang selalu memberikan motivasi, semangat serta do'a untuk keberhasilanku.
3. Untuk semua teman-teman yang selalu ada, yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu namanya, terimakasih karena telah bersedia untuk menjadi teman berbagi cerita baik suka maupun duka serta berbagai pengalaman yang telah diberikan selama ini.
4. Kepada saudara-saudara organisasiku Persaudaraan Setia Hati Terate khususnya Rayon Cakra yang telah banyak mengajarkanku arti kebersamaan dan arti persaudaraan.
5. Seluruh Guru sekolah mulai SD sampai SMA, dan Dosen yang telah memberikan ilmu bermanfaat.
6. Rekan-rekan seperjuangan kelas Ekonomi Syariah 06 angkatan 2018 tercinta yang saling memberikan dukungan dan motivasi selama menempuh pendidikan di UIN KHAS Jember.
7. Almamater kebanggaan UIN KHAS Jember, terimakasih karena telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT sang penguasa Alam Semesta. Sungguh atas nikmat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya.

Terselesainya skripsi berjudul “*Studi Komparasi Penerapan Inovasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember*”, tidak terlepas dari adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak terkait. Maka, sebagai penghargaan penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M. selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah menyediakan fasilitas selama penulis berada di 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, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberi kemudahan dalam proses pembuatan skripsi.
4. Bapak Toton Fanshurna, M.E.I, sebagai Dosen Pembimbing saya yang telah banyak berkontribusi dan memberikan arahan serta motivasi dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Koordinator Progam Studi Ekonomi Syariah.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, lebih khusus kepada yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menuntut ilmu di UIN KHAS Jember.

7. Semua partisipan yang telah ikut serta membantu dalam proses penyelesaian karya tulis ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna. Untuk itu, besar harapan penulis menunggu kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan karya tulis ilmiah di masa mendatang. Dan semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, khususnya penulis sendiri.

Jember, 20 April 2022

Penulis

Muhammad Fahrezy Kautsar
NIM. E20182252



ABSTRAK

Muhammad Fahrezy, Toton Fanshurna, M.E.I 2022: *Studi Komparasi Penerapan Inovasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember.*

Sebagai model perdagangan makanan yang buka pada malam hari, angkringan selalu menjadi pilihan alternatif masyarakat untuk menjadikannya sebagai tempat konsumsi. Di kota Jember sendiri kini telah banyak angkringan-angkringan tradisional yang juga mulai banyak diminati oleh masyarakat jember. Angkringan sendiri dipilih sebagai tempat konsumsi bagi kebanyakan masyarakat saat ini karena memiliki keunikan tersendiri yaitu: mulai dari jenis makanan dan minuman yang dijual hingga suasana yang disajikan di tempat angkringan itu sendiri yang dikenal akan kekrabannya baik antar pengunjung maupun pedagangnya.

Fokus penelitian skripsi ini yaitu: 1) Bagaimana daya saing penjualan berbasis angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember?, 2) Bagaimana penerapan inovasi untuk meningkatkan daya saing penjualan berbasis angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember?.

Tujuan penelitian skripsi ini yaitu: 1) Untuk mengetahui daya saing penjualan berbasis angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember, 2) Untuk mengetahui penerapan inovasi meningkatkan daya saing penjualan berbasis angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian berupa penelitian *field research*. Adapun lokasi penelitian di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember. Penentuan informan dengan teknik *purposive sampling*. Untuk pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Kemudian analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Sedangkan keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber.

Kesimpulan, 1. Untuk memiliki daya saing penjualan, pelaku usaha angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember memperlihatkan hasil kerja yang baik dalam usahanya dengan mengaplikasikan 4P+1S, yaitu: memilih *Product* (produk) yang sesuai dengan pasar yang akan dituju, menentukan *Price* (harga) dengan penuh pertimbangan, mendistribusikan produknya di *Place* (tempat) yang mudah diakses, melakukan *Promotion* (promosi) untuk menarik minat konsumen secara luas, dan memberikan *Service* (pelayanan) yang baik kepada konsumennya. 2. Faktor yang mendorong keberhasilan pada usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember dipengaruhi oleh penerapan inovasi dalam kegiatan usahanya. Sehingga mereka dapat memberikan produk yang lebih menarik bagi konsumen serta dapat memberikan manfaat yang lebih.

Kata Kunci: Inovasi, Daya Saing, Angkringan Tradisional

ABSTRACT

Muhammad Fahrezy, Toton Fanshurna, M.E.I 2022: *Comparative Study on the Application of Innovations to Improve Sales Competitiveness Based on Traditional Angkringan on Jalan Kalimantan, Jember Regency.*

As a food trading model that is open at night, angkringan has always been an alternative choice for people to make it a place of consumption. In the city of Jember there are plenty of traditional angkringan that are also starting to be in demand by citizens of Jember. Angkringan was chosen as a place of consumption for most people lately, because it has its own uniqueness, namely: starting from the type of food and drinks, to the atmosphere served. Angkringan is known for its familiarity between both visitors and merchants.

The focus of this thesis research is: 1) How is the competitiveness of traditional angkringan-based sales on Jalan Kalimantan, Jember Regency?, 2) How is the application of innovation to increase the competitiveness of traditional angkringan-based sales on Jalan Kalimantan, Jember Regency?.

The objectives of this thesis research are: 1) To determine the competitiveness of traditional angkringan-based sales on Jalan Kalimantan, Jember Regency, 2) To find out the application of innovations to increase the competitiveness of traditional angkringan-based sales on Jalan Kalimantan, Jember Regency.

This research uses qualitative research methods with a type of research in the form of field research. The research location is on Jalan Kalimantan, Jember Regency. Determination of informants by purposive sampling technique. For its data collection using observation techniques, semi-structured interviews, and documentation. Then data analysis using data reduction, data presentation, and conclusions. Where as the validity of the data uses source triangulation.

Conclusions, 1. To have sales competitiveness, angkringan owners on Jalan Kalimantan, Jember Regency show good work in their business by implementing 4P + 1S, namely: choosing product that suits the target market, determining price with full consideration, distributing their products in places that are easily accessible, conducting promotions to attract consumers interest widely, and providing good service to customers. 2. The success factors of the angkringan business on Jalan Kalimantan, Jember Regency are influenced by the application of innovation in its business activities. So that they can provide products that are more attractive to consumers and can provide more benefits.

Keywords: Innovation, Competitiveness, Traditional Angkringan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DAFTAR ISI

| | Hal |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 8 |
| C. Tujuan Penelitian | 8 |
| D. Manfaat Penelitian | 8 |
| E. Definisi Istilah | 9 |
| F. Sistematika Pembahasan | 12 |
| BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN | 14 |
| A. Penelitian Terdahulu | 14 |
| B. Kajian Teori | 29 |
| 1. Inovasi | 29 |
| 2. Daya Saing | 37 |
| 3. Penjualan | 48 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 58 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 58 |

| | |
|---|------------|
| B. Lokasi Penelitian | 58 |
| C. Subyek Penelitian | 59 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 60 |
| E. Teknik Analisis Data | 62 |
| F. Keabsahan Data | 64 |
| G. Tahap-tahap Penelitian | 65 |
| BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS | 67 |
| A. Gambaran Obyek Penelitian | 67 |
| B. Penyajian Data dan Analisis | 77 |
| 1. Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember | 77 |
| 2. Penerapan Inovasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember | 85 |
| C. Pembahasan Temuan | 89 |
| 1. Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember | 89 |
| 2. Penerapan Inovasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember | 96 |
| BAB V PENUTUP | 100 |
| A. Kesimpulan | 100 |
| B. Saran | 101 |
| DAFTAR PUSTAKA | 103 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |
| 1. Pernyataan Keaslian Tulisan | |
| 2. Matrik Penelitian | |
| 3. Surat Ijin Penelitian | |

4. Jurnal Penelitian
5. Surat Selesai Penelitian
6. Dokumentasi Penelitian
7. Biodata Penulis



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DAFTAR TABEL

| | Hal |
|---|------------|
| 1.1 Tabel Data Angkringan | 7 |
| 2.1 Tabulasi Penelitian Terdahulu | 27 |
| 4.1 Data Angkringan di Jember Kota Kabupaten Jember | 68 |
| 4.1 Tabel menu Angkringan Dua Ceret | 71 |
| 4.2 Tabel menu Angkringan Keykhal | 73 |
| 4.3 Tabel menu Angkringan Dalu | 76 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Angkringan merupakan model warung makan sederhana yang menggunakan sebuah gerobak dorong dan menggunakan terpal plastic sebagai penutup atapnya. Adapun makanan-makanan yang di jual oleh pedagang angkringan adalah makanan sederhana seperti nasi kucing (nasi ukuran mini), aneka gorengan, baceman, sate usus, sate telur puyuh, sate kerang, ati ampela, kikil, tempe goreng, tahu goreng dan lain sebagainya. Selain makanan angkringan juga menyediakan berbagai minuman seperti wedang teh, wedang kopi, wedang jeruk, wedang jahe, susu jahe dan kopi joss. Sebagai model perdagangan makanan yang buka pada malam hari mulai selepas maghrib hingga tengah malam angkringan selalu menjadi pilihan alternatif masyarakat untuk menjadikannya sebagai tempat konsumsi, dengan tempat makan yang sederhana dan nyaman angkringan juga dapat menjadi pilihan wisata kuliner atau menjadi tujuan tempat nongkrong dan berkumpul untuk bersantai atau mengobrol bersama teman bahkan keluarga.²

Angkringan juga dipandang sebagai tempat makan yang tidak membedakan status sosial, suku atau agama, sehingga angkringan juga disebut sebagai tempat pemersatu bangsa alasan inilah yang membuat

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

² <https://negerikuindonesia.com/2015/07/angkringan-warung-makan-tradisional.html> (di akses 3 Agustus 2021)

banyak orang memilih untuk makan dan bersantai disini.³ Adapun daya tarik dari sebuah angkringan selain menjual makanan dan minuman dengan harga yang murah adalah suasana sederhana yang ditawarkan karena tempatnya berada di pinggir jalan. Pada umumnya karakteristik yang menonjol dari usaha angkringan yaitu terletak pada sebuah gerobak dorong yang digunakan sebagai alat untuk menjual dagangannya dan di sekelilingnya juga terdapat bangku kayu yang berukuran tinggi untuk menyesuaikan duduk pembeli dengan meja gerobak tempat makan. Adapun menu khas yang dijual adalah nasi berbungkus kecil seukuran kepalan tangan yang disebut sego kucing, aneka lauk yang disediakan juga beragam seperti telur puyuh, tempe bacem, ceker ayam, dan aneka sate-satean. Paket minuman yang disediakan biasanya teh, kopi, wedang jeruk, wedang jahe. Kalaupun ada minuman tambahan biasanya yang bersifat instan. Namun, pada kenyataannya angkringan bukan hanya sebagai tempat untuk melepas dahaga dan lapar, angkringan juga merupakan tempat terjadinya interaksi sosial yang terjadi di antara para pengunjungnya.

para pedagang angkringan pada dasarnya memiliki karakteristik yang hampir sama antara pedagang angkringan lainnya, mulai dari makanan dan minuman yang disajikan hingga suasana yang santai dan penuh kekeluargaan baik pedagang maupun pembelinya, kebanyakan tempat angkringan juga menyediakan tikar untuk lesehan bagi para

³ Gilang Permadi, *pedagang kaki lima Riwayatmu dulu Nasibmu Kini* (Jakarta: Yudistira, 2007)

pengunjungya dimana hal ini yang menjadi ciri khas dari warung angkringan tradisional.⁴

Angkringan sendiri dipilih sebagai tempat konsumsi bagi kebanyakan masyarakat saat ini karena memiliki keunikan tersendiri yaitu: mulai dari jenis makanan dan minuman yang dijual hingga suasana yang disajikan di tempat angkringan yang dikenal akan kekrabannya baik antar pengunjung maupun pedagangya. Di kota Jember sendiri kini telah banyak bermunculan angkringan-angkringan tradisional yang juga mulai banyak diminati oleh masyarakat jember mulai dari lapisan menengah kebawah sampai lapisan menengah keatas. Khususnya di sepanjang Jalan Kalimantan, Kabupaten Jember sudah ada tiga angkringan yang berbeda, yaitu Angkringan Dua Ceret, Angkringan Keykhal dan Angkringan Dalu. Ketiga angkringan tersebut sama-sama memiliki jumlah konsumen yang hampir sama banyaknya di setiap harinya, untuk meningkatkan daya saing penjualan masing-masing pemilik angkringan tersebut sama-sama menerapkan berbagai macam inovasi dalam strategi penjualannya mulai dari memanfaatkan media sosial, menambah jumlah menu baik makanan maupun minuman, memberi fasilitas kepada setiap konsumennya, seperti: wifi, kartu permainan, dan sound music.⁵

Usaha angkringan tradisional juga termasuk sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang mana UMKM merupakan sektor penting untuk mendukung perekonomian nasional, karena UMKM

⁴ Umar Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005)

⁵ Wawancara dengan pemilik angkringan di Jln. Kalimantan, 5 Agustus 2021

memiliki kedudukan strategis dalam mewujudkan pembangunan serta memiliki peran dalam memperluas lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, penyediaan produk dan jasa, serta dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, pada kenyataannya beberapa UMKM sulit mengoptimalkan perkembangan usaha yang disebabkan karena berbagai kendala, dan akhirnya menyebabkan UMKM tersebut kalah bersaing dengan bisnis lainnya. Oleh karena itu untuk mendukung perkembangan suatu usaha harus disertai dengan adanya penggunaan teknologi dan melakukan sebuah inovasi agar suatu usaha tersebut dapat bersaing dengan bisnis lainnya. Inovasi pada suatu usaha penting dilakukan karena semakin banyaknya industri yang sama maka semakin tinggi pula persaingan yang terjadi antara pelaku usaha tersebut. Untuk itu seorang usahawan harus memiliki kemauan untuk melakukan inovasi, agar usahanya dapat memiliki daya saing.⁶

Faktor yang menentukan adanya daya saing, diantaranya yaitu adanya ketersediaan modal, ketersediaan teknologi, ketersediaan informasi, dan ketersediaan input-input lainnya seperti energi, dan bahan baku. Adapun faktor lainnya yaitu keahlian atau tingkat pendidikan pekerja, keahlian pengusaha, manajemen yang baik dan sistem organisasi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis. Daya saing juga terbentuk karena adanya konsep, kompetensi, dan koneksi. Dalam lingkungan bisnis baru-baru ini, yang diikuti dengan maraknya pendatang baru dalam menguasai

⁶ Sisca Sisca, *Manajemen Inovasi* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 19.

pasar, pemilik usaha atau perusahaan dituntut harus mampu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya dengan melakukan terobosan yang lebih baru agar dapat terus bersaing. Analisis SWOT menjadi bagian penting dalam mengetahui titik kelemahan dari pesaing.⁷

Daya saing yang dimiliki suatu badan usaha dapat dilihat dari bagaimana efektifitas yang terjadi. Ada berbagai aspek yang menjadi tolak ukur sebuah efektifitas, diantaranya adalah hasil produksi, pemasaran, penjualan dan pengelolaan sumber daya manusia. Adanya organisasi, kelompok, dan individu sangat berpengaruh kepada efektifitas setiap organisasi yang diikuti dengan penekanan pada aspek manusia, fasilitas, dan lingkungan. Bagaimana kemampuan pegawai dalam mengetahui, memahami dan melaksanakan tugasnya secara tepat merupakan karakteristik pekerja yang menunjang efektifitas perusahaan, adapun kebijakan praktek manajemen dirasa sangat penting bagi sebuah badan usaha dalam menerapkan fungsi-fungsi manajemen.⁸

Sebagian besar pengusaha dalam mendirikan suatu usaha yang menghasilkan produk barang atau jasa memiliki tujuan tertentu, diantaranya yaitu berusaha untuk memperoleh keuntungan (Laba). Dalam mengembangkan berbagai kegiatan usaha tujuan untuk memperoleh keuntungan ini memiliki peranan yang sangat penting, namun keuntungan dari setiap usaha juga tidak secepatnya bisa diperoleh tetapi membutuhkan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷ Lila Basmala, *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah* (Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI, 2018), 9.

⁸ *Ibid.*, 11.

beberapa jangka waktu untuk menikmati sebuah keuntungan⁹. Penjualan adalah salah satu kegiatan yang bisa dilakukan pemilik usaha untuk mewujudkan tujuan tersebut, dimana penjualan ini merupakan proses yang umum terjadi dalam bisnis usaha yang bertujuan sebagai pemenuhan kebutuhan baik antara sang penjual maupun sang pembeli.

Dari ketiga Angkringan yang ada di sepanjang Jalan Kalimantan tingkat pendapatan dan penjualan mereka hampir tidak jauh berbeda dan sama-sama memiliki banyak peminat. Tetapi untuk menarik pengunjung guna meningkatkan penjualan para pemilik angkringan memiliki strategi masing-masing, seperti strategi yang di terapkan oleh Mas Ikbar sebagai pemilik “Angkringan Dua Ceret” yang selalu berusaha menjaga kualitas dan cita rasa dari menu yang disediakan di angkringan miliknya, agar konsumennya puas dan datang kembali. Strategi berbeda juga diterapkan oleh Mas Coki sebagai pemilik dari “Angkringan Keykhal”, untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya, Mas Coki menerapkan pelayanan cepat yang diberikan dan menyediakan beberapa fasilitas yang bisa digunakan para konsumennya seperti kartu permainan, catur, dan alat musik gitar. Mas Tio sebagai pemilik “Angkringan Dalu” juga menerapkan inovasi yang berbeda guna meningkatkan penjualannya, yaitu dengan mengutamakan sikap penjual kepada para konsumen dan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁹ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis* (Prenada Media, 2017), 5.

menyediakan kapasitas pengunjung yang lebih banyak agar para konsumennya merasa nyaman.¹⁰

Tabel 1.1
Tabel Data Angkringan

| No | Nama | | Lokasi | Tahun Berdiri |
|----|----------------------|-----------|--|---------------|
| | Angkringan | Pemilik | | |
| 1 | Angkringan Keykhal | Mas Coki | Jl. Kalimantan (Depan Pujasera) | 2020 |
| 2 | Angkringan Dua Ceret | Mas Ikbar | Jl. Kalimantan (Depan Gedung PKM UNEJ) | 2018 |
| 3 | Angkringan Dalu | Mas Tio | Jl. Kalimantan (Sebelum Lampu Merah Mastrip) | 2017 |

Sumber: Diolah dari hasil wawancara¹¹

Alasan yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini di antaranya berdasarkan pada dua hal utama, yaitu 1) Banyaknya angkringan tradisional di Jember Kota Kabupaten Jember, terutama angkringan yang terletak di Jalan Kalimantan yang tidak pernah sepi dengan pengunjung; 2) Angkringan Tradisional yang saat ini menjadi salah satu tempat paling diminati bagi semua lapisan sosial. Adapun waktu terjadinya penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 2 bulan, dengan langkah pertama yaitu mengamati fenomena yang terjadi di lapangan.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik menggali secara mendalam tentang penerapan inovasi dan strategi untuk meningkatkan

¹⁰ Wawancara dengan ketiga pemilik Angkringan di Jalan Kalimantan, 10 Agustus 2021

¹¹ Pemilik Angkringan, wawancara, Jember, 6 Agustus 2021

daya saing penjualan antar pemilik angkringan di Jalan Kalimantan melalui penelitian yang berjudul **“Studi Komparasi Penerapan Inovasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember”**

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana daya saing penjualan berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember?
2. Bagaimana penerapan inovasi untuk meningkatkan daya saing penjualan berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui daya saing penjualan berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember
2. Untuk mengetahui penerapan inovasi meningkatkan daya saing penjualan berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Sangat berguna sebagai pengembangan ilmu dari matakuliah yang telah penulis tempuh selama di bangku kuliah.

Juga menambah wawasan dan pengetahuan secara nyata khususnya

tentang daya saing penjualan, serta dapat menjadi tugas akhir untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata(S1)

b. Bagi instansi UIN KHAS Jember

Dengan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat ditambahkan sebagai bahan masukan yang bermanfaat dalam menambah pengetahuan khususnya bagi para mahasiswa dan pembaca maupun pihak yang membutuhkan, dan juga bisa dijadikan sebagai referensi penelitian selanjutnya

c. Bagi masyarakat secara keseluruhan

Sebagai bahan bacaan yang diharapkan bisa membawa wawasan dalam memberikan pemahaman maupun menambah pengetahuan mengenai daya saing penjualan bagi para pembacanya

2. Manfaat Teoritis

Memperluas pengetahuan serta memberikan sumbangan pemikiran ilmu pengetahuan terutama mengenai daya saing penjualan berbasis Angkringan Tradisional. Dan juga bisa dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti yang bersangkutan maupun bagi para peneliti lain sehingga dalam kegiatan penelitian ini bisa dilakukan secara berkesinambungan.

E. Definisi Istilah

1. Studi Komparasi

Dari kata komparasinya sendiri memiliki arti perbandingan dan studi dalam KBBI adalah penelitian ilmiah sehingga, *studi komparasi*

merupakan penelitian yang melakukan perbandingan baik itu mengenai persamaan maupun perbedaan dengan pola atau kerangka pemikiran tertentu. Adapun arti lain dari *studi komparasi* merupakan suatu metode atau cara yang di gunakan untuk membandingkan data-data kemudian dibuat menjadi kesimpulan baru¹².

2. Penerapan Inovasi

Penerapan atau dengan kata lain implementasi memiliki makna yang dikutip dari kamus besar bahasa indonesia yaitu pelaksanaan, penerapan adalah sebuah kemampuan dalam mempraktekkan kedalam situasi yang riil dan kongkret dari sebuah materi yang telah dipelajari. Para ahli juga menyatakan bahwa Implementasi merupakan perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan, dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kata penerapan merujuk pada adanya tindakan aktivitas atau mekanisme suatu sistem¹³. Ungkapan mekanisme disini memiliki makna bahwa penerapan adalah kegiatan yang dilakukan secara sungguh-sungguh dan terencana yang mengacu pada norma tertentu untuk mencapai sebuah tujuan.

Inovasi disini memiliki makna yaitu memperkenalkan sebuah ide, praktik dan cara baru yang meliputi pelayanan maupun produk barang atau jasa yang lebih baru dan bermanfaat. Jadi, untuk mengakomodir perubahan pasar dan selera konsumen yang dinamis

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹² Cokro Edi Prawiro, *Studi komparasi metode Entropy dan metode ROC sebagai penentu bobot kriteria SPK* (Surabaya: CV. Kreatif Industri Nusantara, 2020), 3.

¹³ <https://repository.uir.ac.id> BAB II Tinjauan Pustaka Pengertian Penerapan (di akses 4 Agustus 2021)

inovasi merupakan hal yang penting untuk kebaruan dalam mengelola badan usaha sebuah layanan jasa atau produk.¹⁴ Inovasi bisa di artikan juga sebagai melahirkan suatu tindakan yang baru dan berbeda dari apa yang ada sebelumnya, kemampuan dalam berinovasi juga diperlihatkan dalam sebuah kreativitas yang menerapkan ide-ide baru¹⁵.

3. Daya Saing

Daya saing sangat berkaitan dengan konsep keunggulan komparatif dan kompetitif yang membandingkan kinerja dan kemampuan suatu badan usaha atau perusahaan untuk memasok dan menjual barang atau jasa dalam pasar¹⁶, daya saing (competitiveness) merupakan interpretasi dari hasil menyeluruh baik internal maupun eksternal yang berpengaruh kuat terhadap perusahaan. Dalam pemaknaan sederhana daya saing adalah kemampuan bersaing suatu perusahaan yang ditinjau dari sumber daya yang baik dan bersifat strategic, integrated, saling berhubungan dan unity¹⁷. Untuk mencapai keunggulan persaingan maka mengharuskan sumber daya agar memiliki nilai tambah ekonomis dan memiliki karakteristik yang sulit ditiru dan tak tergantikan.

¹⁴ Sufyan Abdurrahman, *Penerapan Inovasi Kewirausahaan Bagi Bisnis Komunikasi Pemula: Studi Kasus Strategi Bisnis di PT Edu Media Komunika* (Bandung, 2015), 14.

¹⁵ Endah Rahayu Lestari, *Manajemen Inovasi: upaya meraih keunggulan kompetitif* (Universitas Brawijaya Press, 2019), 83.

¹⁶ Mudrajat Kuncoro, *Ekonomika Industri Indonesia : menuju negara industri baru 2030?* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007), 82.

¹⁷ Neneh Sunarsih, *Manajemen Sumberdaya Manusia Berbasis Kompetensi: Strategi Meningkatkan Kemampuan Daya Saing Perusahaan* (Tangerang: Jurnal AKRAB JUARA, 2018)

4. Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional

Penjualan adalah fungsi dari pemasaran dalam kegiatan menawarkan sebuah produk atau jasa melalui promosi atau secara langsung dengan tujuan untuk mencapai keinginan perusahaan. Kegiatan penjualan merupakan kegiatan atau taktik untuk memengaruhi dan mencari pembeli agar produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya dan menguntungkan bagi kedua belah pihak, sehingga menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Adapun pengertian dari kata *Berbasis* dengan kata dasar basis, yang memiliki makna atau arti kata kerja (verba) sehingga berbasis merupakan pengertian dinamis yang menyatakan suatu keberadaan, suatu tindakan dan pengalaman.¹⁸

Angkringan Tradisional atau dikenal juga sebagai warung wedangan yang berasal dari Desa Ngerangan, Kecamatan Bayat, Klaten, namun populer di kota Yogyakarta. Angkringan juga memiliki sebutan lainnya yaitu **hik** (hidangan istimewa ala kampung). Dalam bahasa Jawa sendiri angkring memiliki arti tempat atau alat jualan keliling, hal inilah yang kemudian menjadi ciri khas dari sebuah angkringan yang selalu menggunakan gerobak dorong yang digunakan untuk menjual berbagai macam hidangannya.¹⁹

F. Sistematika Pembahasan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁸ Johnson Alvonco, *Practical Communication Skill dalam Bisnis, dan Organisasi* (Elex Media Komputindo, 2014), 235.

¹⁹ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Angkringan>, diakses 04 september 2021

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan yaitu dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi²⁰. Maka pada bagian ini penulis akan menjabarkan gambaran sistematis dari penulisan skripsi ini.

BAB I: Pendahuluan meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah yang berisi tentang pengertian istilah penting, dan terakhir yaitu sistematika pembahasan.

BAB II: Kajian kepustakaan, yang memuat penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian dan kajian teori yang meliputi kerangka teoritik terkait judul penelitian.

BAB III: Metode penelitian yang mencakup pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV: Berisi tentang penyajian data dan analisis, meliputi gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis, dan pembahasan temuan.

BAB V: Penutup meliputi kesimpulan dan saran yang merupakan bagian dari bab terakhir. Pada bab ini berisikan gambaran dari hasil yang didapatkan dari penelitian ini serta saran yang diberikan oleh peneliti terkait penelitian yang dilakukan.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian penelitian terdahulu, peneliti akan mencantumkan hasil dari penelitian terdahulu yang kemudian akan dikaitkan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis. Peneliti juga membuat ringkasan atau kesimpulan dari penelitian terdahulu dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana penelitian yang akan dilakukan.

1. Kristina Sedyastuti. *“Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global”* (2018) Jurnal Inovasi dan Manajemen Indonesia Vol. 2, No. 1, Universitas Bina Darma

Metodologi penulisan jurnal tersebut menggunakan pendekatan eksploratif deskriptif yang menganalisis mengenai pemberdayaan UMKM dalam meningkatkan daya saing untuk menghadapi pasar Global. Jurnal ini juga dikembangkan dengan menggunakan pendekatan kajian literatur atau studi pustaka. Adapun pendekatan teori yang digunakan yaitu dengan merujuk pada beberapa sumber, seperti internet, jurnal ilmiah dan buku.

Hasil dari penelitian ini yaitu tentang penguatan daya saing UMKM melalui Peningkatan Capacity Building, Setyobudi (2007) menyatakan bahwa Bank Indonesia lebih berfokus kepada penguatan lembaga pendamping UMKM dengan melakukan peningkatan capacity

building. Dalam hal ini, berupa kegiatan penelitian serta pelatihan yang dilakukan kepada UMKM untuk menunjang pemberian kredit terhadap UMKM. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam kegiatan ini, yaitu: 1) kegiatan pelatihan kepada lembaga pendamping UMKM dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan kredit UMKM, 2) Pembangunan Pusat Pengembangan Pendamping UKM sebagai proyek percontohan, yang bertugas untuk melakukan akreditasi dan pelatihan pendamping UKM, 3) mengembangkan Sistem Informasi Terpadu Pengembangan Usaha Kecil (SIPUK) sebagai perantara untuk menginformasikan secara lebih luas dan cepat mengenai hasil-hasil penelitian dan berbagai informasi lainnya, 4) berbagai penelitian dalam rangka memberikan informasi untuk mendorong pengembangan UMKM.²¹

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian, serta pembahasan daya saing. Pembedanya yaitu objek penelitian dan dalam penelitian terdahulu tidak membahas mengenai Angkringan Tradisional.

2. Nenah Sunarsih. *“Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi: Strategi Meningkatkan Kemampuan Daya saing Perusahaan”* (2018) Jurnal AKRAB JUARA Vol. 3, No. 1, Universitas Terbuka Tangerang Selatan.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²¹ Kristina Sedyastuti, “Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global,” *Jurnal Inovasi dan Manajemen Indonesia* (Desember 2018).

Metodologi penulisan jurnal tersebut menggunakan kualitatif deskriptif. Adapun hasil penelitian ini yaitu bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) berbasis kompetensi dapat menjadi strategi utama untuk membuat suatu perusahaan lebih kompetitif dalam persaingan bahkan hingga kelas ASEAN. Dengan mengimplementasikan langkah-langkah seperti perencanaan, job design, rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, manajemen kinerja, pembinaan karier dan remunerasi, yang berdasarkan pada kompetensi. Adapun pengembangan SDM yang berbasis kompetensi di PT. Perkebunan Nusantara X (PTPN X), sangat berguna bagi perusahaan tersebut untuk memiliki sumber daya manusia yang handal dan kompeten dalam bekerja. Penerapan gagasan terhadap Manajemen Sumber Daya Manusia berbasis kompetensi akan berpengaruh pada perusahaan diantaranya yaitu perusahaan akan memiliki daya saing sehingga mampu bersaing baik secara nasional maupun regional. Daya saing merupakan keharusan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, karena perusahaan yang tidak memiliki daya saing akan mustahil untuk bertahan di tengah ketatnya persaingan usaha, apalagi untuk unggul dalam persaingan.²²

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada sama-sama menggunakan kualitatif dan membahas mengenai strategi meningkatkan daya saing.

²² Nenah Sunarsih, "Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi: Strategi Meningkatkan Kemampuan Daya saing Perusahaan," *Jurnal AKRAB JUARA* (Februari 2018).

Adapun yang menjadi pembeda dalam penelitian terdahulu yaitu terletak pada objek penelitian dan tidak membahas Angkringan Tradisional.

3. Nurlita Lea. *“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Sepanjang Jalan Baru Kota Ponorogo”* (2018), Program Studi Muamalah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Metodologi skripsi tersebut menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, serta metode dalam pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner. Adapun untuk menganalisis data penelitian ini lebih merujuk kepada statistik deskriptif, yaitu menggambarkan data yang ada agar dapat memperoleh bentuk nyata dari responden.

Hasil penelitian dari skripsi terdahulu yaitu didapatkan hasil bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Angkringan yang berlokasi di sepanjang Jalan Baru Kota Ponorogo. Peneliti terdahulu juga menyimpulkan bahwa secara parsial, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial, variabel harga juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, variabel harga dan

kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.²³

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan dengan peneliti terletak pada objek pembahasan mengenai Angkringan. Adapun yang menjadi pembeda dalam penelitian terdahulu yaitu metode penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, serta dalam menganalisis data yang lebih mengarah kepada statistik deskriptif, dan juga pembahasan terhadap kepuasan konsumen.

4. Anjasari Maulida. *“Studi Komparasi Strategi Pemasaran Antara Nazila Collection dan Madani Collection”* (2018), Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Kudus.

Tujuan yang ingin diperoleh dalam penelitian tersebut untuk mengetahui strategi pemasaran Nazila Collection dan Madani Collection, dan juga untuk mengetahui perbedaan dan persamaan strategi pemasaran yang dilakukan keduanya.

Metodologi dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (field research), dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Adapun teknik pengumpulan datanya dengan teknik observasi, dan sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

Hasil penelitian skripsi tersebut diketahui bahwa Nazila Collection menggunakan strategi pemasaran terkonsentrasi, yaitu

²³ Nurlita Lea. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Sepanjang Jalan Baru Kota Ponorogo” (Skripsi, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019).

pemasaran yang segmen pasarnya khusus pakaian dewasa wanita, dan juga menggunakan bauran pemasaran, seperti pada pemilihan produk kualitas standar. Sedangkan Madani Collection menggunakan strategi pemasaran terkonsentrasi, yaitu pemasaran yang segmen pasar khusus pakaian wanita dewasa, namun seiring berjalannya waktu berubah menjadi strategi pemasaran yang tidak membeda-bedakan.²⁴

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitiann yang dilakukan peneliti terletak pada penelitian kualitatif dan pembahsan studi komparasi yang membandingkan strategi pemasaran antara dua usaha yang berbeda. Adapun yang menjadi pembeda dalam penelitian terdahulu yaitu salah satu fokus penelitian membahas tentang Nazila Collection dan Madani Collection.

5. Fifi Franto, “*Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan di Karawang Kota*” (2018) Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 7, No. 4, Universitas Bunda Mulia

Metodologi penulisan dalam jurnal tersebut kuantitatif verifikatif. Adapun hasil penelitian yaitu pengaruh *experiential marketing* terhadap keputusan pembelian pada angkringan di Karawang Kota, sebagai berikut: 1) *Experiential Marketing* pada angkringan di Karawang Kota di peroleh hasil pengukuran tanggapan dari responden terdapat enam pengukuran indikator berada pada kriteria cukup baik yaitu, keramaian tempat, suasana alam, potongan

²⁴ Anjasari Maulida, “Studi Komparasi Strategi Pemasaran Antara Nazila Collection dan Madani Collection” (Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2018)

harga, gaya hidup konsumen, perlakuan istimewa, hubungan erat. 2) Tahapan pengambilan keputusan pembelian pada angkringan di Karawang Kota sudah baik ditunjukkan dengan dua belas indikator berada pada kriteria setuju yaitu rangsangan dengan orang lain, rangsangan dengan owner, kebutuhan produk, sumber pribadi, perbandingan harga, perbandingan kualitas, waktu, cara pembayaran, lokasi rumah, kepuasan pada pelayanan, pembelian ulang, dan rekomendasi ke konsumen.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukann peneliti terletak pada sama sama meneliti tentang *Angkringan*, dan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, kuisisioner, dan observasi. Adapun yang menjadi pembeda terletak pada fokus penelitian yaitu pengaruh experiential marketing, dan metode penelitian kuantitatif.²⁵

6. Baso .N, “*Pengaruh Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo*” (2019) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

²⁵ Fifi Franto, “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan di Karawang Kota,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* (2018).

Metode penelitian tersebut menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan pendekatan analisis linier sederhana. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang diperoleh secara authentic atau terpercaya yang bersumber dari objek penelitian individu, kelompok, atau organisasi yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan secara langsung.

Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu bahwa untuk dapat bersaing dengan usaha bisnis lainnya pemilik UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo diharuskan untuk melakukan inovasi yang berkelanjutan, dengan cara mengembangkan atau meningkatkan kreatifitas yang dimiliki. Karena kreatifitas yang dimiliki setiap pelaku usaha UMKM akan berpengaruh terhadap peningkatan daya saing usahanya. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kreatifitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap daya saing dengan pengaruh yang kuat.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada sama-sama membahas daya saing, perbedaan terletak pada metode penelitian yang menggunakan deskriptif kuantitatif.²⁶

7. Inas Adelvi Anindya Putri. *“Pengaruh Varian Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Tante Palembang”*

(2020), Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. digilib.uinkhas.ac.id

²⁶ Baso .N, “Pengaruh Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019)

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh varian produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan data yang menggunakan metode kuesioner, dengan pendekatan teknik probability sampling yang ditujukan kepada konsumen Angkringan Tante Palembang dengan jumlah 87 orang. Adapun analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa varian produk dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang, varian produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang, dan harga secara parsial juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Tante Palembang.²⁷

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada objek pembahsan yaitu mengenai Angkringan, perbedaannya terletak pada jenis penelitian, penulis menggunakan jenis penelitian studi kasus, serta pada fokus masalah yang berbeda yakni peneliti menggunakan tambahan Pengaruh Varian

Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

²⁷ Inas Adelvi Anindya Putri. "Pengaruh Varian Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Tante Palembang" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang, 2020).

8. Livia Nabilla Andjani. *“Pengaruh Sales Promotion dan Electronic Service Quality Terhadap Brand Preference (Studi Komparasi Ovo dan Dana di Kota Bandung)”* (2020), Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Tujuan dari penelitian ini adalah; 1) untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap sales promotion OVO dan DANA, 2) untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap e-service quality OVO dan DANA, 3) untuk mengetahui bagaimana pengaruh sales promotion terhadap brand preference.

Hasil penelitian dari skripsi tersebut menyatakan bahwa berdasarkan hasil preliminary research yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, yaitu bahwa aplikasi e-payment DANA merupakan salah satu aplikasi yang mulai jarang dipakai dan hampir tidak lagi digunakan, sedangkan aplikasi e-payment OVO adalah salah satu aplikasi yang paling banyak dipakai dan diminati. Peneliti terdahulu juga melakukan penelitian lebih lanjut dan di dapatkan hasil bahwa sales promotion dan electronic service quality pada aplikasi e-payment OVO dianggap lebih baik.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah verivikatif dan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, studi literatur, dan penyebaran kuesioner kepada 117 responden dengan menggunakan purposive sampling yaitu mengambil sampel berdasarkan kriteria khusus yang ditentukan oleh peneliti.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan dengan peneliti terletak pada pembahasan mengenai studi komparasi, perbedaannya yaitu metode penelitian yang menggunakan verivikatif dan menambahkan *Pengarus Sales Promotion dan Electronic Service Quality*.²⁸

9. Lia Ibnivasum. “*Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Sheren Hijab Bengkulu*” (2020), Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu

Dalam skripsi tersebut metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, yang beralokasikan penjualan di Sheren Hijab Bengkulu. Jenis data menggunakan data primer dan sekunder, serta analisis data dilakukan dengan menggunakan reduksi data, editing, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian dari skripsi terdahulu yaitu Sheren Hijab Bengkulu melakukan sebuah inovasi produk dalam kegiatan usahanya, yang terbukti mampu dalam meningkatkan penjualan Sheren Hijab Bengkulu, dengan melihat adanya peningkatan pembelian pada tahun 2018 hingga 2019. Tujuan inovasi produk yang dilakukan oleh Sheren Hijab Bengkulu adalah untuk meningkatkan penjualan dan untuk mempertahankan selera konsumen yang dinamis.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁸ Livia Nabilla Andjani, “Pengaruh Sales Promotion dan Electronic Service Quality Terhadap Brand Preference (Studi Komparasi Ovo dan Dana di Kota Bandung)” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan, 2020)

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada pendekatan penelitian sama-sama menggunakan kualitatif deskriptif, akan tetapi yang menjadi pembeda yaitu inovasi dalam meningkatkan penjualan di Sheran Hijab, sedangkan peneliti inovasi untuk meningkatkan daya saing penjualan berbasis angkringan.²⁹

10. Zenita Afifah Fitriyani. “*Formulasi Strategi Bersaing di Kafe dan Angkringan Nu Laharjo Mojokerto*” (2021), *Jurnal Riset Entrepreneurship* Vol. 4, No. 2, Universitas Mayjend Sungkono Mojokerto.

Metodologi penulisan jurnal tersebut menggunakan jenis penelitian kualitatif (eksploratif) dimana penelitian dilakukan dengan menggali penyebab terjadinya masalah sebelum peneliti mengetahuinya. Metode pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling, dimana data primer didapat dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan dan dari hasil wawancara kepada informan yang telah ditentukan yaitu pemilik usaha dan karyawan Kafe dan Angkringan Nu Laharjo Mojokerto. Adapun data sekunder didapat dari data harga dan jenis produk yang dijual, data penjualan, data fasilitas kafe, buku, proceeding, dan jurnal nasional maupun internasional yang menunjang penelitian.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁹ Lia Ibniasum, “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Sheran Hijab Bengkulu” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2020)

Hasil penelitian dari jurnal ini menunjukkan beberapa temuan seperti analisis SWOT. Dimana pada tabel analisis SWOT teridentifikasi 4 faktor yaitu; 1) *Strengths* (kekuatan) yang dimiliki oleh Kafe dan Angkringan Nu Laharjo yaitu berlokasi pada tempat yang strategis, nyaman, dan luas. Menyediakan beberapa fasilitas seperti wifi, toilet, dan musholla serta harga produk yang terjangkau. 2) *Weaknesses* (kelemahan) promosi yang dilakukan masih belum maksimal karena hanya melakukan promosi menggunakan media sosial, *follower* yang dimiliki juga tidak banyak sehingga belum mampu menjangkau calon konsumen secara luas. 3) *Opportunities* (peluang) Kafe dan Angkringan Nu Laharjo berpeluang dalam menawarkan produk baru, salah satunya seperti Nasi Bertelor yang menjadi inovasi baru pada kefe tersebut. 4) *Threats* (ancaman) yang perlu diperhatikan bahwa adanya pandemi yang terjadi membuat konsumen berhati-hati untuk keluar rumah serta adanya pembatasan sosial.³⁰

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³⁰ Zenita Afifah Fitriyani, "Formulasi Strategi Bersaing di Kafe dan Angkringan Nu Laharjo Mojokerto," *Jurnal Riset Entrepreneurship* (Agustus 2021).

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

| No | Penulis | Judul | Persamaan | Perbedaan |
|----|-----------------------------|--|---|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Kristina Sedyastuti, (2018) | Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global | 1) Metode penelitian kualitatif 2) Analisis yang digunakan | 1) Pembahasan penelitian mengenai <i>Pemberdayaan UMKM</i> |
| 2 | Nenah Sunarsih, (2018) | Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi: Strategi Meningkatkan Kemampuan Daya saing Perusahaan | 1) Metode penelitian kualitatif deskriptif 2) Pembahasan daya saing | 1) Subjek Penelitian 2) Fokus pembahasan pada manajemen sumber daya manusia |
| 3 | Nurlita Lea, (2018) | Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Sepanjang Jalan Baru Kota Ponorogo | 1) Membahas mengenai Angkringan | 1) Metode penelitian kuantitatif 2) Jenis penelitian 3) Fokus penelitian |
| 4 | Anjasari Maulida, (2018) | Studi Komparasi Strategi Pemasaran Antara Nazila Collection dan Madani Collection | 1) Metode penelitian kualitatif 2) Jenis penelitian 3) Pembahasan studi komparasi | 1) Fokus penelitian 2) Subjek penelitian |

| | | | | |
|---|--------------------------------------|---|--|---|
| 5 | Fifi Franto, (2018) | Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan di Karawang Kota | 1) Membahas angkringan | 1) Metode penelitian kuantitatif 2) Subjek penelitian 3) Fokus penelitian |
| 6 | Baso .N, (2019) | Pengaruh Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo | 1) Pembahasan daya saing 2) data primer yang diperoleh secara authentic atau terpercaya | 1) Metode penelitian kuantitatif 2) jenis penelitian 3) Pembahasan pengaruh kreativitas |
| 7 | Inas Adelvi Anindya Putri, (2020) | Pengaruh Varian Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Tante Palembang | 1) Metode penelitian kualitatif 2) Pembahasan Angkringan | 1) Jenis penelitian 2) Subjek penelitian 3) Pembahasan fokus pada pengaruh varian produk dan harga |
| 8 | Livia Nabilla Andjani, (2020) | Pengaruh Sales Promotion dan Electronic Service Quality Terhadap Brand Preference (Studi Komparasi Ovo dan Dana di Kota Bandung) | 1) Pembahasan mengenai studi komparasi 2) Metode pengumpulan data | 1) Jenis penelitian 2) Subjek penelitian 3) Pembahasan condong pada pengaruh sales promotion dan electronic service |

| | | | | |
|----|--|--|--|---|
| 9 | Lia Ibniwasum, (2020) | Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Sheren Hijab Bengkulu | 1) Metode penelitian kualitatif 2) Pembahasan inovasi | 1) Fokus pembahasan lebih kepada inovasi produk 2) Jenis penelitian |
| 10 | Zenita Afifah Fitriyani, (2021) | Formulasi Strategi Bersaing di Kafe dan Angkringan Nu Laharjo Mojokerto | 1) Metode penelitian kualitatif 2) Membahas strategi bersaing | 1) Subjek penelitian 2) Pokok pembahasan lebih ke unsur manajemen |

Sumber: Diolah dari penelitian terdahulu

Dari beberapa jenis penelitian yang telah dipaparkan di atas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Disisi lain penelitian yang akan dilakukan penulis berkaitan dengan daya saing suatu usaha yang akan berkesinambungan dengan penelitian terdahulu.

B. Kajian Teori

Memilih kajian teori sangatlah penting guna mendapatkan pengetahuan baru dan dijadikan sebagai pegangan umum. Dalam hal ini peneliti menggunakan acuan teori sebagai berikut:

1. Inovasi

a. Pengertian Inovasi

Inovasi memiliki makna yaitu memperkenalkan sebuah ide, praktik dan cara baru yang meliputi pelayanan maupun produk barang atau jasa yang lebih baru dan bermanfaat, sehingga berguna

untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan dan model bisnis baru. Jadi, untuk mengakomodir perubahan pasar dan selera konsumen yang dinamis inovasi merupakan hal yang penting untuk kebaruan dalam mengelola badan usaha sebuah layanan jasa atau produk.³¹ Inovasi bisa di artikan juga sebagai melahirkan suatu tindakan yang baru dan berbeda dari apa yang ada sebelumnya.

Penerapan inovasi bagi usaha kecil diharapkan bisa memperluas pasar dan mengembangkan produk, sehingga produk yang dihasilkan memiliki daya tarik bagi konsumen dan memiliki nilai jual yang tinggi. Usaha kecil merupakan unit penting dalam aktivitas perekonomian nasional karena mampu memberikan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun usaha kecil sering mengalami kendala dalam mengoptimalkan perkembangan usaha yang disebabkan kurangnya inovasi dalam menjalankan bisnisnya. Agar kegiatan usaha kecil mampu berkembang, maka harus disertai dengan mengoptimalkan penggunaan teknologi dan inovasi sehingga bisa bergerak cepat dan bersaing dengan kompetitor lainnya.³²

b. Karakteristik Inovasi

Persepsi mengenai karakteristik inovasi adalah dapat

memprediksikan tingkat kecepatan penerimaan sebuah inovasi,

³¹ Sufyan Abdurrahman, *Penerapan Inovasi Kewirausahaan Bagi Bisnis Komunikasi Pemula: Studi Kasus Strategi Bisnis di PT Edu Media Komunika* (Bandung, 2015), 14.

³² Sisca Sisca, *Manajemen Inovasi* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 17.

karena ketidakpastian adalah rintangan utama bagi individu atau organisasi dalam mengambil keputusan inovasi. Rogers menyatakan bahwa karakteristik inovasi merupakan salah satu yang menentukan kecepatan dalam mengadopsi inovasi. Berikut adalah lima karakteristik inovasi yang dikemukakan Rogers:

1) Keunggulan Relatif

Keunggulan relatif adalah tingkat kelebihan inovasi yang dipersepsikan lebih baik dari inovasi yang sebelumnya. Jadi, apabila suatu inovasi dirasakan banyak memiliki keunggulan relatif, maka tingkat laju adopsinya akan semakin cepat. Tetapi ada komponen yang tidak kalah penting dalam mengukur keunggulan relatif diantaranya dari segi ekonomi, prestise sosial, kenyamanan dan kepuasan.

2) Kesesuaian

Kesesuaian merupakan tingkat keserasian dari suatu inovasi yang dinilai sesuai dengan kebutuhan, pengalaman sebelumnya, dan konsisten dengan nilai yang sudah ada. Jika suatu inovasi dianggap tidak sesuai atau berlawanan dengan norma dan nilai-nilai dalam sistem sosial, maka inovasi tersebut tidak dengan mudah untuk diadopsi.

3) Kompleksitas

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id Kompleksitas adalah tingkat dalam sebuah inovasi yang dinilai dari kerumitannya untuk dipahami dan digunakan untuk

diadopsi. Dalam artian lain apabila konsumen merasa mudah dalam menggunakan produk inovasi yang ditawarkan, maka tingkat adopsi dari produk tersebut akan semakin tinggi. Karena sebuah inovasi yang mudah dipahami dan dimengerti akan semakin cepat untuk diadopsi.

4) Ketercobaan

Ketercobaan merupakan proses dimana sebuah inovasi bisa diterapkan secara langsung atau masih ada keterikatan untuk menggunakannya. Inovasi yang bisa diujicobakan dalam keadaan sesungguhnya dan mampu menunjukkan keunggulannya, maka menjadikan proses adopsi terhadap inovasi tersebut lebih cepat, daripada yang tidak bisa menunjukkan keunggulannya.

5) Keterlihatan

Keterlihatan adalah tingkat bagaimana sebuah inovasi menunjukkan hasil dan dapat terlihatnya hasil tersebut bagi individu atau orang lain. Karena apabila semakin mudah seseorang dalam melihat hasil dari inovasi tersebut maka semakin tinggi pula kemungkinan dalam mengadopsi inovasi tersebut.³³

c. Jenis-Jenis Inovasi

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³³ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Gramedia Widiasarana Indonesia, 2017), 36.

Dalam menciptakan suatu inovasi diharuskan mengerti mengenai inovasi apa yang seharusnya diciptakan agar inovasi tersebut memberi dampak positif sehingga berguna dan bertahan lama. Dilansir dari rangkuman Direktorat Inovasi dan Inkubator Bsnis, Inovasi terbagi menjadi dua bagian, yaitu inovasi yang benar-benar baru dan inovasi dari peningkatan yang signifikan. Dan ada empat jenis inovasi yaitu:

1. Inovasi Produk

Inovasi produk dapat diartikan sebagai pembaruan pada produk yang dihasilkan atau diproduksi yang berdasarkan pada spesifikasi teknis maupun komponen dan bahan yang digunakan. Inovasi pada produk dapat terlaksana dengan adanya pengembangan ide dari sumber daya yang dimiliki dan dikelola dengan cara baru sehingga produk yang dihasilkan dapat memiliki nilai tambah dimata konsumen. Adanya ilmu pengetahuan dan penggunaan teknologi pada kegiatan inovasi produk akan membantu dalam menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan bermanfaat besar bagi konsumen.

Menurut Widjaja dan Winarso, tujuan melakukan inovasi produk agar terjadi keberlangsungan hidup perusahaan. Melakukan inovasi pada produk bertujuan agar produk yang dihasilkan dapat menggantikan produk yang lama dengan peningkatan kualitas dan nilai manfaat bagi konsumen.

Pengembangan produk dengan inovasi dapat dilakukan dengan inovasi berbasis modulasi yaitu perubahan karakteristik dasar dari produk, perubahan volume, perubahan dalam bentuk kemasan, dan perubahan dalam bentuk desain produk.

2. Inovasi Proses

Inovasi proses pada suatu usaha merupakan kegiatan yang dilakukan dalam proses menciptakan barang. Inovasi proses akan dilakukan secara terus menerus dengan berbagai perbaikan dalam proses produksi. Inovasi ini merupakan implementasi dari metode produksi atau metode pengiriman yang benar-benar baru. Inovasi proses dapat terjadi pada teknik atau peralatan yang digunakan saat proses. Dari inovasi ini diharapkan bahwa kegiatan proses produksi dapat berjalan lebih cepat dan meminimalkan biaya dan akhirnya dapat memuaskan para konsumen.

3. Inovasi Pemasaran

Inovasi pemasaran digunakan dalam suatu usaha untuk menciptakan ide baru dari produk yang dihasilkan baik berupa perubahan design kemasan, bentuk produk, penempatan produk, promosi, dan harga produk. Inovasi pemasaran akan memperluas pasar, meningkatkan konsumsi, membuka pasar baru dan memposisikan produk di pasar dan tujuan akhirnya adalah meningkatkan penjualan. Menurut Sutiksno, pemilihan

strategi dan inovasi pemasaran yang tepat akan menguntungkan bisnis ditengah persaingan yang ketat dan perubahan lingkungan bisnis.

4. Inovasi Jasa

Inovasi jasa merupakan kegiatan yang dilakukan suatu usaha dalam meningkatkan kinerja pelayanan dengan melakukan perubahan dalam melayani pelanggan. Inovasi jasa dilakukan dengan melakukan berbagai kombinasi dari faktor-faktor pelayanan yang ada.

5. Inovasi Organisasi

Inovasi dalam organisasi merupakan perubahan yang dilakukan dalam pengaturan kerja untuk mendorong terciptanya sumber daya manusia yang unggul dan kompetitif. Inovasi yang bergerak di organisasi seperti adanya inovasi implementasi metode praktek, hubungan internal dan eksternal, manajemen kualitas, meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Inovasi organisasi juga akan berhubungan dengan kinerja keuntungan, pertumbuhan penjualan dan peningkatan pangsa pasar. Manfaat inovasi organisasi adalah menciptakan tim lintas fungsional, independen dan berpikir kreatif. Inovasi harus selalu dilakukan agar organisasi tetap mengalami perkembangan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.³⁴

³⁴ Sisca Sisca, *Manajemen Inovasi* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 22.

Pada kenyataannya suatu inovasi dinyatakan berhasil apabila ditandai dengan adanya empat faktor. Adapun faktor-faktor tersebut terdiri dari:

a) Orientasi Produk

Orientasi produk terjadi ketika konsumen tertarik pada produk baru dengan kualitas yang lebih baik yang diluncurkan dipasar. Adapun salah satu aspek yang diamati adalah *permintaan pasar* karena permintaan dan penerimaan produk dipasar merupakan salah satu kriteria utama inovasi produk.

b) Orientasi Pasar

Orientasi pasar terjadi dengan tujuan menentukan kebutuhan serta keinginan dari target pasar berupa pengembangan dan peningkatan produk, yang bertujuan untuk memberikan kepuasan dibandingkan pesaing lainnya. Adapun salah satu aspek yang diamati adalah *riset pasar* karena riset pasar dapat mengungkap solusi alternatif mengenai desain, harga, distribusi dan promosi produk.

c) Orientasi Organisasi

Orientasi organisasi adalah proses penentuan kebutuhan dan keinginan dari target pasar untuk memberikan kepuasan terbaik dibandingkan pesaingnya.

Dengan cara yang bisa meningkatkan kesejahteraan dari target pasarnya. Adapun salah satu aspek yang diamati adalah *budaya organisasi* karena penekanan budaya organisasi pada inovasi telah dibuktikan bahwa budaya organisasi berhubungan dengan inovasi perusahaan.

d) Orientasi Konsumen

Prinsip pada orientasi konsumen yaitu penyebaran suatu inovasi berupa produk baru yang diinginkan oleh konsumen dengan kualitas yang baik dan tersedia di banyak tempat. Namun, juga dengan harga yang terjangkau sehingga konsumen tertarik dan bisa melakukan pembelian yang berulang-ulang atau menjadi pelanggan tetap.³⁵

2. Daya Saing

a. Pengertian Daya Saing

Daya saing sangat berkaitan dengan konsep keunggulan komparatif dan kompetitif yang membandingkan kinerja dan kemampuan suatu badan usaha atau perusahaan untuk memasok dan menjual barang atau jasa dalam pasar³⁶. Dalam pemaknaan sederhana daya saing adalah kemampuan bersaing suatu perusahaan yang ditinjau dari sumber daya yang baik dan bersifat

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³⁵ Simon Sumanjoyo Hutagalung, *membangun inovasi pemerintah daerah* (Deepublish, 2018), 30.

³⁶ Mudrajat Kuncoro, *Ekonomika Industri Indonesia : menuju negara industri baru 2030?* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007), 82.

strategic, integrated, saling berhubungan dan unity³⁷. Untuk mencapai keunggulan persaingan maka mengharuskan sumber daya agar memiliki nilai tambah ekonomis dan memiliki karakteristik yang sulit ditiru dan tak tergantikan.

Sumberdaya khusus yang dimiliki suatu perusahaan menjadi dasar bagi perusahaan tersebut dalam menjaga keunggulan bersaingnya, maka dari itu agar tetap mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin kuat sebuah perusahaan harus memperkuat kompetensinya agar tidak dapat ditiru dan bertahan lama. Karena perusahaan yang memiliki kompetensi superior dapat mengetahui informasi terkait kebutuhan dan keinginan para pelanggannya. Dengan demikian kompetensi superior yang dimiliki perusahaan menjadi sebuah peluang dalam meningkatkan daya saing³⁸

b. Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Daya Saing

Daya saing dalam dunia bisnis ditentukan oleh banyak faktor, lima faktor diantaranya yang sangat mempengaruhi daya saing dalam suatu perusahaan atau unit usaha. Adapun kelima faktor tersebut yaitu:

1) Faktor Modal Kerja

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³⁷ Neneh Sunarsih, *Manajemen Sumberdaya Manusia Berbasis Kompetensi: Strategi Meningkatkan Kemampuan Daya Saing Perusahaan* (Tanggerang: Jurnal AKRAB JUARA, 2018)

³⁸ Rima Elya Dasuki, *Manajemen Strategi: Kajian Teori Resource Based View* (Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen, 2021), 450.

Modal kerja adalah sumber pendapatan yang diperoleh dari keuntungan penjualan baik produk ataupun jasa. Akan tetapi pendapatan dari modal kerja ini masih digunakan dalam menutup harga atau biaya usaha yang telah dikeluarkan. Jadi *revenue* dalam modal kerja adalah pendapatan bersih yang berupa jumlah modal kerja yang didapat dari operasional jangka pendek.

2) Faktor Kemasan Produk

Kemasan produk sangat berpengaruh terhadap nilai jual suatu produk, karena dengan melihat kemasan produk yang dihasilkan suatu perusahaan dapat menunjukkan bagaimana produk yang dihasilkan tersebut dapat bersaing dengan perusahaan lain. Indikator yang sangat berpengaruh terhadap kemasan produk adalah kemampuan perusahaan atau unit usaha dalam melakukan inovasi untuk mengembangkan produk agar produk tersebut memiliki daya tarik.

3) Faktor Network

Network atau dengan kata lain relasi adalah hubungan antar individu, hubungan antar organisasi, dan hubungan dengan perusahaan lain yang bertujuan untuk menjalin kerja sama dalam menjalankan suatu usaha yang diinginkan.

Network atau relasi yang ada pada sebuah perusahaan memiliki kontribusi besar terhadap kelancaran usaha yang sedang

dijalankan, sebuah relasi yang terfokus dan strategis juga dapat mendongkrak proses dalam mengembangkan bisnis usaha.

4) Faktor Pengembangan Usaha

Faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan dalam sebuah usaha diantaranya adalah pengalaman serta keahlian dalam berusaha. Pengalaman dalam suatu usaha berperan penting karena banyak pembelajaran atau informasi yang diperoleh dari sebuah pengalaman, yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Ketika kompleksitas usaha dan persaingan semakin ketat, manajemen perusahaan sangat membutuhkan informasi yang lebih akurat yang disiapkan untuk pengambilan keputusan. Sedangkan keahlian dalam berusaha merupakan kemampuan pengusaha dalam mendirikan dan mengembangkan unit usaha

5) Faktor Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah potensi yang dimiliki setiap individu berupa kemampuan daya pikir dan daya fisik yang terpadu, adapun keturunan dan lingkungan sangat berpengaruh terhadap sifat dan perilakunya. Kemampuan mengelola potensi yang terkandung dalam diri setiap individu menjadikannya tujuan untuk tercapainya kesejahteraan hidup

yang berkelanjutan, sedangkan motivasi dalam prestasi kerja adalah keinginan untuk mendapatkan kepuasan.³⁹

c. Kerangka Keunggulan Bersaing

Dalam model kerangka ini, agar dapat bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain maka harus memperhatikan lima kekuatan persaingan yang didefinisikan oleh Michael Porter, yaitu:

1) Ancaman pendatang baru

Dalam dunia bisnis ancaman persaingan tidak sekedar dari kompetitor lama saja, namun seiring dengan berjalannya waktu, pendatang baru dalam dunia bisnis sejenis akan muncul untuk memberikan ancaman baru yang akan menjadikan persaingan semakin ketat dan menyebabkan turunnya benefit atau laba yang diterima oleh perusahaan. Hal ini berkaitan mengenai bagaimana para pendatang baru mampu untuk berkompetisi dalam persaingan.

2) Ancaman produk substitusi

Hadirnya sebuah produk pengganti yang berupa barang maupun jasa yang bisa menggantikan produk sejenis akan berakibat pada berkurangnya jumlah laba potensial yang di peroleh dari suatu industri. Jika produk pengganti yang hadir memberikan alternatif harga yang menarik, maka semakin terbatas pula laba dari suatu industri. Sehingga hadirnya produk

³⁹ Yulia Agustina, *analisis faktor-faktor yang memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas Bangka di Kota Pangkalpinang* (Jember: Jurnal Akuntansi Universitas Jember), 75.

pengganti akan sangat berpengaruh terhadap pendapatan dari suatu perusahaan. Hal ini berkaitan mengenai minat konsumen dengan produk yang ada atau pilihan lain.

3) Kekuatan tawar menawar pembeli

Kekuatan tawar menawar yang diberikan customer kepada industri akan berpengaruh dalam menekan turunnya harga dan menawarkan sebuah peningkatan berupa layanan yang lebih baik dan berkualitas, sehingga terjadi persaingan diantara para kompetitor lainnya. Janganlah menawarkan harga produk sama dengan biaya produksi karena perusahaan tersebut dapat mengalami kerugian, akibat jangka panjangnya perusahaan akan menurunkan kualitas produk tersebut, dan pada akhirnya berakibat pada menurunnya tingkat kompetisi pada perusahaan. Hal ini berkaitan mengenai daya tawar customer untuk bisa mempengaruhi menurunnya harga jual.

4) Kekuatan tawar menawar pemasok

Daya tawar pemasok akan mempengaruhi kekuatan persaingan pada suatu industri, dengan cara menurunkan kualitas atau menaikkan harga terhadap suatu produk yang dibeli. Perusahaan berusaha untuk memperoleh sesuatu yang berkualitas tinggi dengan harga yang sangat murah. Jika suatu perusahaan berhasil mendapatkan pemasok demikian, maka tingkat persaingan yang diperoleh perusahaan tersebut akan

lebih baik dan mampu meningkatkan profitabilitas bagi semua pihak yang berkepentingan.

5) Persaingan antar kompetitor sejenis

Kekuatan persaingan terjadi akibat adanya kompetitor dalam industri yang sama atau sejenis. Persaingan yang terjadi dalam hal ini adalah kompetitor yang bersaing dalam pasar dengan menghasilkan dan menjual produk sejenis. Dewasa ini banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak pada industri yang sama bersaing bukan hanya pada harga saja, tetapi juga pada pelayanan kualitas maupun pelayanan purna jual dari suatu produk. Dengan banyaknya kompetitor yang ada maka semakin keras pula suatu perusahaan berjuang dalam merebutkan pasar.⁴⁰

Adapun dalam analisisnya mengenai strategi untuk menentukan daya saing Michael Porter menjelaskan bahwa terdapat tiga jenis strategi generik, yang terdiri dari:

a) Strategi biaya rendah

Cost leadership atau strategi biaya yang rendah, dimana sebuah perusahaan berupaya menciptakan produk standar dengan biaya yang sangat rendah. Produk tersebut yang berupa barang atau jasa biasanya ditargetkan kepada pembeli yang *price sensitive* atau mudah terpengaruh

⁴⁰ Damar Purba Pamungkas, *Analisis Competitive Force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia* (Yogyakarta: Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education, 2016), 120.

terhadap pergeseran harga, sehingga perusahaan memanfaatkan harga sebagai faktor penentu keputusan. Suatu strategi yang diterapkan perusahaan dalam upaya meningkatkan daya saing, dengan membuat perbedaan harga pada produknya dibanding perusahaan lainnya.

b) Strategi pembedaan produk

Differentiation atau strategi pembedaan pada produk dan jasa, dimana suatu perusahaan menciptakan sebuah perbedaan pada produknya dengan produk yang dibuat oleh perusahaan saingan dengan tujuan untuk meningkatkan keunggulan daya saing. Dalam strategi *differentiation* mengharuskan suatu perusahaan untuk menciptakan keunikan tersendiri dalam sasaran pasarnya. Strategi ini biasanya ditargetkan kepada pembeli yang cenderung tidak mementingkan harga dalam penentuan keputusan.

c) Strategi fokus

Focus atau strategi fokus yang di terapkan suatu perusahaan adalah bagaimana perusahaan memahami dan melayani lebih baik daripada pesaingnya terhadap target pasar perusahaan tersebut, dengan menggunakan salah satu dari strategi kompetitif lainnya: strategi biaya rendah atau strategi pembedaan produk. Untuk berhasil dalam penerapan strategi jenis *focus* ini, perusahaan harus fokus

terhadap target pasar yang lebih spesifik. Karena strategi jenis ini ditargetkan kepada konsumen dengan jumlah kebutuhan yang relatif kecil dan tidak mementingkan harga dalam pengambilan keputusannya.⁴¹

d. Daya Saing Dalam Islam

Dalam menjalankan suatu usaha bisnis agama islam mengajarkan kita untuk selalu memberikan hasil yang baik dan berkualitas, baik dari segi pelayanan maupun dalam menghasilkan produk barang atau jasa. Menurut ajaran islam persaingan usaha memiliki prinsip yaitu bersaing yang sehat dan benar, antara lain: memberikan yang terbaik kepada konsumen, mengutamakan kejujuran, dan kerjasama yang baik.

Persaingan dalam dunia bisnis memang selalu terjadi. Bisnis menurut perspektif *Islam* bukan hanya bersifat duniawi saja dengan mencari keuntungan yang berdasarkan pada kalkulasi matematika, namun *Islam* memposisikan bisnis sebagai usaha yang dilakukan untuk mencari keridhaan Allah SWT. Adapun dalam aktivitas bisnis, islam mengajarkan lima dasar prinsip *Etika Bisnis Islam* berupa norma-norma yang berdasarkan pada Al-Quran dan Hadist yang menjadi acuan dalam menjalankan aktivitas bisnis.⁴²

Adapun prinsip-prinsip *Etika Bisnis Islam*, yaitu:

1). Kesatuan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴¹ Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 147.

⁴² Erly Juliyani, *ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM* (Jurnal Ummul Qura, 2016), 65.

Prinsip kesatuan merefleksikan konsep tauhid yang terpadu dengan aspek kehidupan umat muslim baik dalam bidang sosial, politik, dan ekonomi yang mengutamakan keteraturan dan konsistensi yang menyeluruh. Keyakinan penuh dan murni terhadap Keesaan Tuhan adalah sumber utama etika islam, sehingga manusia sebagai khalifah bisa memberikan manfaat kepada orang lain tanpa menghilangkan hak-hak lainnya. Konsep ini merupakan hubungan vertikal berupa kepasrahan diri manusia secara penuh kepada Tuhan.

2) Keseimbangan

Islam mengharuskan untuk berlaku adil dalam berbisnis, dan melarang manusia untuk berbuat dzalim atau curang. Prinsip ini dilakukan dengan tujuan menciptakan situasi yang saling menguntungkan atau saling ridho. Perilaku keseimbangan dengan berlaku adil dalam bisnis telah ditegaskan agar pengusaha muslim (perbendaharaan) menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena itu merupakan perbuatan yang baik dan membawa akibat yang baik pula.

3) Kehendak bebas

Dalam *etika bisnis islam* kebebasan merupakan bagian penting dalam memperoleh kemashlahah-an tanpa merugikan kepentingan kolektif, dengan memanfaatkan sumber daya yang

dimiliki untuk mencapai kesejahteraan hidup, namun tanpa mengabaikan kebenaran bahwa kita sepenuhnya dituntun dengan hukum yang telah ditetapkan Allah SWT. Kita telah diberi akal untuk berfikir dan membuat keputusan dalam memilih jalan hidup yang kita inginkan, dan yang utama untuk bertindak berdasarkan aturan yang kita pilih.

4) Tanggungjawab

Prinsip tanggungjawab sangat berhubungan dengan kehendak bebas, karena kebebasan tiada batas merupakan hal yang sangat tidak mungkin dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Manusia harus mempertanggung jawabkan perbuatannya secara logis, untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan. Dalam ruang-lingkup bisnis semua aktivitas bisnis dengan segala kebebasan perlu di pertanggungjawabkan, mulai dari transaksi, produksi barang, menjual barang, melakukan perjanjian dan lain-lain.

5) Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dalam hal ini selain memiliki arti kebenaran lawan dari kesalahan, juga memiliki dua unsur lain yaitu kebajikan dan kejujuran. Dengan melakukan perbuatan baik dan bermanfaat kepada setiap individu, seakan-akan kita melihat Allah. Prinsip kebenaran dalam etika bisnis sangat

berlaku preventif mengenai kemungkinan terjadinya kerugian yang dialami salah satu pihak dalam aktivitas bisnis.⁴³

3. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah fungsi dari pemasaran yaitu kegiatan yang dilakukan dalam menawarkan sebuah produk atau jasa melalui promosi atau secara langsung dengan tujuan untuk mencapai keinginan perusahaan agar bisnisnya mampu bertahan dan berkembang. Kegiatan penjualan merupakan kegiatan atau taktik untuk memengaruhi dan mencari pembeli agar produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya dan menguntungkan bagi kedua belah pihak, sehingga menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen.⁴⁴

Pemasaran memiliki makna yang lebih luas yaitu sebuah sistem yang dibentuk sedemikian rupa dengan tujuan agar dapat menciptakan produk yang sesuai dan bisa memenuhi kebutuhan masyarakat sosial, dan dilakukan dengan cara yang menguntungkan. Oleh karena itu, apabila semakin banyak jenis kebutuhan pasar maka akan semakin banyak juga bentuk kegiatan pemasaran, karena pada dasarnya pemasaran adalah bentuk kegiatan usaha atau bisnis yang berupa merencanakan, menentukan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan suatu produk yang

⁴³ Ibid., 69.

⁴⁴ Johnson Alvonco, *Practical Communication Skill dalam Bisnis, dan Organisasi* (Elex Media Komputindo, 2014), 235.

tujuannya untuk memenuhi kebutuhan seseorang bahkan hingga masyarakat secara luas⁴⁵. Untuk memaksimalkan pemasaran seorang usahawan bisa menerapkan bauran pemasaran dalam usahanya.

Bauran pemasaran merupakan unsur-unsur yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dengan merespon apa yang diinginkan oleh pasar sasaran untuk menghasilkan suatu produk yang berupa barang ataupun jasa agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Bauran pemasaran juga dapat diartikan sebagai alat yang bisa digunakan oleh pemasar untuk membentuk karakteristik layanan yang diberikan kepada konsumen. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah rangkaian variabel pemasaran yang dikendalikan dan digunakan suatu perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran.

Jadi bisa disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah elemen-elemen dari perencanaan pemasaran yang dikontrol sekaligus digunakan oleh pemasar untuk mempengaruhi target pasar mereka, dengan cara merespon kebutuhan pasar dalam memproduksi suatu produk, baik berupa barang atau jasa yang akan dijual. Adapun elemen-elemen tersebut terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi atau yang lebih dikenal dengan istilah

⁴⁵ Ibid., 241.

“empat P” (*product, price, place, dan promotion*).⁴⁶ Yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Produk (*product*)

Produk adalah barang yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan terkait dengan pasar yang dituju, sehingga produk tersebut mampu menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Dalam hal ini produk bisa berwujud atau tidak berwujud karena bisa dalam bentuk barang atau jasa, untuk itu jenis produk yang dibuat haruslah sesuai dengan pasar sasaran kita.

Penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk, karena jenis produk yang dibuat akan berpengaruh terhadap kegiatan pemasaran lainnya. Hal penting lainnya yang juga perlu diperhatikan dalam menciptakan sebuah produk adalah mencari keunikan dari produk tersebut, karena produk yang memiliki keunikan dibanding produk sejenis lainnya akan meningkatkan daya saing dari produk tersebut. Adapun pada dasarnya konsumen bukan hanya membeli bentuk fisik dari suatu produk tetapi juga manfaat dan nilai dari suatu produk.

2) Harga (*price*)

Penetapan harga merupakan salah satu komponen penting dari rencana pemasaran karena penetapan harga sangat

⁴⁶ Abdul Rauf, *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (Penerbit Insania, 2021), 95.

menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan, oleh karena itu perusahaan akan melakukan hal tersebut dengan penuh pertimbangan. Harga adalah biaya yang dibayarkan konsumen untuk memiliki atau mendapatkan suatu produk yang diinginkannya. Maka dari itu, menentukan harga akan berpengaruh besar terhadap penjualan dan permintaan suatu produk. Dalam proses menentukan harga penjual dapat melakukannya berdasarkan pada produk sejenis milik kompetitor, agar harga yang ditetapkan sesuai dengan harga pasaran yang ada.

Agar produk yang ditawarkan dapat bersaing dipasaran maka tenaga penjual harus melakukan strategi penetapan harga dalam pemasaran, yaitu dengan menetapkan harga dibawah pasaran atau diatas pasaran. Untuk itu, saat menetapkan harga suatu produk tenaga penjual juga perlu mempertimbangkan nilai yang sesuai dengan produk yang ditawarkan. Dalam memutuskan strategi penetapan harga terdapat beberapa tujuan yang perlu diperhatikan. Adapun tujuannya antara lain adalah:

- a) Bertahan,
- b) Memaksimalkan laba,
- c) Memaksimalkan penjualan,
- d) Gengsi dan prestise,
- e) Tingkat pengembalian investasi.

Tempat atau lokasi yang strategis merupakan unsur penting bagi suatu perusahaan, dan bisa menjadi keuntungan bagi perusahaan tersebut karena mudah dijangkau oleh konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan produk di tempat yang mudah diakses oleh calon konsumen, dengan cara memahami secara mendalam tentang segmen pasar yang akan dituju. Lokasi (*place*) dalam bauran pemasaran bukan hanya diartikan sebagai tempat dimana usaha dijalankan, namun juga memiliki makna yang lebih luas lagi, dimana *place* juga merupakan segala kegiatan penyaluran produk berupa barang ataupun jasa dari produsen ke konsumen.

Dalam menentukan *place* atau saluran distribusi, suatu perusahaan perlu mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target pasar, sehingga berdampak efektif dan efisien bagi perusahaan tersebut. Hal lain yang dapat menjadi daya tarik *place* dalam bauran pemasaran adalah dekorasi dan desain, kondisi bangunan juga menjadi syarat yang memberikan kenyamanan. Adapun beberapa hal yang dapat menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi, yaitu:

- a) Akses, misalnya jalan raya sehingga memudahkan bagi calon konsumen untuk menjangkau tempat tersebut

- b) Visibility, misalnya lokasi yang terlihat jelas dari pinggir jalan
 - c) Ekspansi, tersedia ruang yang cukup untuk ekspansi bisnis di masa mendatang
 - d) Peraturan pemerintah, misalnya izin usaha
 - e) Persaingan, yaitu pertimbangan lokasi pesaing
- 4) Promosi (*promotion*)

Kegiatan promosi merupakan aktivitas yang dilakukan suatu perusahaan untuk menginformasikan dan menyebarluaskan suatu produk agar konsumen mengetahui terkait dengan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk memberikan keterangan secara langsung dan tidak langsung mengenai produk yang ditawarkan agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan. Pada dasarnya promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran, yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran terkait dengan perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal terhadap perusahaan dan produk yang ditawarkannya.

Media promosi yang umum digunakan dalam usaha bisnis diantaranya, yaitu periklanan, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat, serta pemasaran langsung,

seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan Teknologi Informasi suatu perusahaan juga memanfaatkan sosial media sebagai alat promosi. Media yang digunakan perusahaan dalam kegiatan promosi juga tergantung dengan jenis dan bentuk suatu produk itu sendiri.

Pembicaraan mulut ke mulut juga merupakan jenis promosi produk, oleh karena itu tenaga penjual memiliki peran yang sangat penting dalam hubungan masyarakat dan dari mulut ke mulut. Promosi jenis ini merupakan komunikasi informal yang dilakukan oleh konsumen yang puas kepada individu biasa terkait dengan manfaat produk yang didapatkannya.⁴⁷

b. Pelayanan (*Service*)

Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pihak tersebut. Pada umumnya pelayanan yang diberikan suatu perusahaan kepada konsumen bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki, oleh karena itu konsumen hanya bisa merasakan manfaat yang didapat dari sebuah pelayanan. Pelayanan atau *service* dalam dunia bisnis menjadi keharusan yang dilakukan ketika menghadapi konsumen agar konsumen tersebut tidak beralih ke yang lainnya, sehingga

⁴⁷ Ibid., 102.

perusahaan perlu memberikan *service* yang memuaskan kepada konsumennya.

Agar suatu perusahaan memiliki daya saing untuk menghadapi persaingan didunia usaha, maka perusahaan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan prima kepada konsumennya. Pelayanan prima atau *Service Excellence* merupakan pelayanan maksimal yang dilakukan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Secara sederhana, pelayanan prima (*excellent service*) adalah sebuah kepedulian terhadap konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan dalam memenuhi kebutuhan untuk mewujudkan kepuasan konsumen agar mereka selalu loyal.

Keberhasilan dalam melaksanakan pelayanan prima perlu berpedoman pada konsep pelayanan prima yang berdasarkan pada A6, yaitu *attitude, attention, action, ability, appearance* dan *accountability*.⁴⁸ Yang akan dijelaskan oleh peneliti sebagai berikut:

1) Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah perilaku yang harus ditunjukkan ketika berhadapan dengan konsumen, sikap pelayanan tersebut bisa berupa sikap yang baik, ramah, penuh simpatik dan bersikap menghargai. Sikap yang ditunjukkan suatu perusahaan ketika

⁴⁸ Atep Adya Barata, *Dasar-dasar pelayanan prima* (Elex Media Komputindo, 2003), 26.

menghadapi konsumen, dapat menggambarkan citra perusahaan tersebut dimata konsumen

2) Perhatian (*Attention*)

Perhatian atau *attention* merupakan tindakan yang berupa kepedulian penuh yang diberikan kepada pelanggan, dalam hal ini berkaitan dengan kepedulian akan keinginan ataupun kebutuhan pelanggan serta memahami saran dan kritiknya. Kegiatan ini bisa dilakukan dengan cara memberikan perhatian penuh terhadap pelanggan, yaitu dengan mendengarkan serta memahaminya dengan sungguh sungguh mengenai kebutuhan dan harapan dari pelanggan.

3) Tindakan (*Action*)

Tindakan adalah bentuk kegiatan yang dilakukan secara nyata agar dapat memastikan apa saja kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Adapun kegiatan ini dapat berupa mencatat setiap kebutuhan atau keinginan dari konsumen dan melakukan konfirmasi ulang bila diperlukan, terutama jika permintaannya beragam. Kemudian mewujudkan kebutuhan atau keinginan tersebut sebagai bentuk nyata dari sebuah pelayanan yang diberikan, serta pernyataan terimakasih sembari mengatupkan tangan dengan harapan agar konsumen datang kembali.

4) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan merupakan keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki setiap individu pada bidang kerja yang di tekuni, hal tersebut akan berguna sebagai penunjang program layanan prima. Seperti, memiliki kemampuan berkomunikasi yang efektif, mampu memotivasi dan mengembangkan public relation, dan bisa memecahkan permasalahan yang ada dengan cepat.

5) Penampilan (*Appearance*)

Penampilan dalam hal ini merupakan penampilan seseorang baik fisik maupun non fisik, yang dapat mencerminkan kepercayaan diri dan kredibilitas suatu perusahaan. Oleh karena itu, menjaga penampilan adalah hal yang penting ketika berhadapan langsung dengan konsumen.

6) Tanggung jawab (*Accountability*)

Tanggung jawab merupakan suatu tindakan yang lebih mengutamakan konsumen sebagai bentuk rasa empati dan kepedulian, agar dapat mengurangi tingkat kerugian dan ketidakpuasan konsumen.⁴⁹

⁴⁹ Ibid., 32.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, yaitu dengan maksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya tindakan, perilaku, persepsi dan lainnya. Adapun Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang mendeskripsikan seperangkat peristiwa atau kondisi yang terjadi pada saat penelitian dilakukan⁵⁰.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara terjun langsung kelapangan untuk mengamati dan menggali informasi dari sumber terkait⁵¹. Jenis penelitian lapangan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan memberikan gambaran tentang penerapan inovasi untuk meningkatkan daya saing penjualan berbasis angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana dilakukannya kegiatan penelitian⁵². Sesuai dengan judul penelitian ini, maka lokasi penelitian ini adalah angkringan yang berada di Jalan Kalimantan, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Alasan pengambilan dalam lokasi ini dikarenakan di

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁰ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), 309.

⁵¹ Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 46.

⁵² *Ibid.*, 46.

Jalan Kalimantan, Kabupaten Jember, terdapat tiga Angkringan Tradisional yang sama-sama memiliki jumlah pengunjung yang sama banyaknya. Alasan lain dipilihnya tempat tersebut karena dekat dengan Universitas Jember yang menjadi tempat berkumpulnya mahasiswa dan juga menjadi salah satu pusat keramaian kota. Karena sama-sama memiliki jumlah pengunjung yang sama banyaknya, jadi masing-masing pemilik angkringan menerapkan berbagai macam inovasi dalam strategi penjualannya dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing penjualan di setiap angkringan tersebut.

C. Subyek Penelitian

Penentuan subjek dalam penelitian ini memakai teknik *purposive*, dimana teknik ini telah memilih dan menentukan informan dengan pertimbangan-pertimbangan yang telah ditentukan. *Purposive* merupakan teknik pengambilan sumber data dilandasi tujuan atau pertimbangan tertentu terlebih dahulu⁵³. Pertimbangan tertentu disini adalah informan yang dianggap peneliti paham terkait tentang Angkringan Tradisional yang ada di Jalan Kalimantan, Kabupaten Jember.

Dalam penelitian ini menggunakan 2 sumber data yaitu:

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber utama yang digunakan untuk memperoleh data primer yang didapat dari informan berupa pertanyaan tertulis melalui lisan atau kuesioner dengan metode

⁵³ A. Muri Yusuf, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan* (Jakarta: Prenada Media, 2016)

wawancara. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pemilik dan pembeli dari Angkringan Tradisional

2. Sumber data sekunder

Adapun data sekunder adalah data yang diperoleh dari tangan kedua, yaitu informasi yang diperoleh dari pihak lain serta tulisan-tulisan pendukung yang mengulas tentang aktivitas mengenai angkringan tradisional. Misalnya dari buku-buku yang relevan dengan penelitian atau karya tulis ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini sumber data yang dikumpulkan merujuk pada fokus penelitian, adapun karakteristik pendukung berupa surat atau dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian⁵⁴. Sehingga dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode dalam proses pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mendapatkan data, dengan pengamatan yang dilakukan secara sistematis guna mendapatkan gambaran yang lebih jelas terhadap fenomena yang akan diteliti terkait keadaan di lapangan.⁵⁵

⁵⁴ Ahmad Tanzeh, *Metodologi penelitian praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011), 58.

⁵⁵ Sitti Mania, *Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan dan Pengajaran*, Jurnal Lentera Pendidikan, Vol.11, No.2, (2008),221.

Dalam hal ini peneliti mengamati secara langsung keadaan maupun kegiatan pada masing-masing angkringan ketika sedang beroperasi.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian, dengan cara terjun langsung ke lapangan dan bertemu dengan subjek penelitian untuk bertukar informasi melalui tanya jawab sehingga nantinya mendapatkan informasi yang berhubungan dengan fakta maupun keinginan yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian, agar bisa dikonstruksikan sebuah makna dalam topik tertentu.

Peneliti menggunakan pedoman wawancara semi terstruktur, yaitu peneliti telah menyiapkan beberapa pertanyaan untuk diajukan kepada key informan. Akan tetapi, peneliti masih memperdalam pertanyaan yang sudah tersedia agar data yang didapat lebih jelas dan berkaitan dengan penelitian tersebut. Saat melakukan wawancara peneliti telah menentukan 6 informan, diantaranya adalah: Mas Ikbar (pemilik Angkringan Dua Ceret), Mas Ahmad (karyawan Angkringan Dua Ceret), Mas Coki (pemilik Angkringan Keykhal), Mas Faisal (karyawan Angkringan Keykhal), Mas Tio (pemilik Angkringan Dalu), Mas Azmi (karyawan Angkringan Dalu).

Dalam wawancara ini peneliti akan memperoleh data berupa:

- a. Daya saing penjualan berbasis angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember.
 - b. Penerapan inovasi untuk meningkatkan daya saing penjualan berbasis angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember.
3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan dalam membantu penelitian dengan mengumpulkan informasi dan data yang berkaitan dengan penelitian, melalui bahan tulisan seperti surat-surat, pernyataan tertulis dan dokumen-dokumen lainnya⁵⁶.

Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk melengkapi data yang telah didapatkan dari observasi dan wawancara yang berupa foto, catatan lapangan, dll yang terkait dengan fokus penelitian.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan hal yang kritis dalam mencari dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni: pengumpulan data, reduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi. Berikut penulis akan memaparkan penjelasannya yaitu:

1. Pengumpulan Data

⁵⁶ Sugiyono, *Memahami penelitian kualitatif* (Bandung: ALFABETA, 2014), 82.

Kegiatan utama pada setiap peneliti adalah mengumpulkan data. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Pada tahap awal penelitian melakukan penjelajah secara umum terhadap situasi social/obyek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi⁵⁷.

2. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan⁵⁸.

3. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dalam mengolah informasi yang telah dikumpulkan dari hasil penelitian dilapangan dalam bentuk teks yang bersifat naratif dan diubah menjadi uraian singkat, bagan, hubungan-hubungan antar kategori dan sebagainya. Yang kemudian

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2021), 389.

⁵⁸ *Ibid.*, 92.

disusun untuk menggabungkan informasi sehingga akan memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan

4. Menarik kesimpulan

Setelah data disajikan melalui rangkaian analisis data, maka proses yang dilakukan selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dari penyajian data yang telah didapatkan dari hasil penelitian.

Dalam hal ini peneliti berupaya untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana penerapan inovasi yang di terapkan pemilik angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember untuk meningkatkan daya saing penjualannya. Maka dengan demikian, hasil dari data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi akan disajikan dalam bentuk kata dan kalimat.

F. Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan supaya data yang diperoleh dalam penelitian dapat menjadi data yang terpercaya dan bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya secara ilmiah. Pemeriksaan terhadap keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi.

Triangulasi merupakan suatu teknik yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data dengan melakukan perbandingan terhadap data yang didapatkan. Adapun teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan teknik yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data

dengan melakukan perbandingan terhadap informasi yang telah didapatkan dengan sumber yang berbeda.⁵⁹

G. Tahap-tahap Penelitian

Bagian tahap-tahap penelitian ini menguraikan proses pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, penelitian sebenarnya, dan sampai pada akhir penelitian. Tahapan penelitian tersebut antara lain:

1. Penelitian pendahuluan (*pra riset*)
 - a. Menentukan judul penelitian
 - b. Membuat matriks penelitian
 - c. Menyusun proposal
 - d. Mengurus dan menyiapkan surat perizinan penelitian lapangan
 - e. Menyiapkan sesuatu yang dibutuhkan pada penelitian
2. Penelitian sebenarnya (*riset*)
 - a. Pengumpulan kelengkapan data yang dibutuhkan
 - b. Menuju ke lokasi penelitian dan melaksanakan observasi wawancara serta dokumentasi
 - c. Memilih dan memilah data yang sesuai dengan fokus penelitian
 - d. Melakukan analisis data dengan cara yang telah ditetapkan
 - e. Menarik kesimpulan
3. Akhir penelitian (*pasca riset*)
 - a. Konsultasi ke Pembimbing

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁹ Bachtiar S. Bachri, *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*, Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol.10, No.1, (2010), 56.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat Angkringan Tradisional

Angkringan di Kota Yogyakarta bermula dari upaya menaklukkan kemiskinan. Yang dimulai pada tahun 1950-an, seorang pendatang bernama Mbah Pairo yang berasal dari Cawas, Klaten Jawa Tengah membawa dan memperkenalkan Angkringan Tradisional di Kota Yogyakarta. Alasan Mbah Pairo datang ke Kota Yogyakarta adalah untuk mengadu nasib, karena kurangnya lahan subur di daerahnya yang bisa dimanfaatkan sebagai mata pencaharian terutama saat musim kemarau. Walaupun angkringan sangat populer di Kota Yogyakarta, namun sebenarnya angkringan sudah ada sejak tahun 1930-an yang di ciptakan oleh Eyang Karso Dikromo dari Desa Ngerangan, Klaten. Di Kota asalnya angkringan lebih dikenal sebagai warung HIK (Hidangan Istimewa Kampung), pada saat itu angkringan masih menggunakan gerobak pikul yaitu sebuah gerobak kecil berukuran sedang dibagian kiri dan kanan lalu terdapat sebuah kayu di bagian atasnya, sehingga penjual angkringan saat itu bisa dengan mudah berkeliling membawa barang dagangannya. Dengan berjalannya waktu, pada tahun 1980-an angkringan tidak lagi menggunakan gerobak pikul sebagai alat untuk menjual dagangannya. Yang kemudian berubah bentuk menjadi sebuah gerobak dorong

dengan dua roda disampingnya, peralihan menjadi sebuah gerobak dorong dilakukan agar pedagang bisa lebih banyak membawa barang dagangannya sehingga pembeli bisa leluasa untuk bersantap.⁶⁰

2. Usaha Angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember

Saat ini telah banyak usaha yang berkembang di Kabupaten Jember terutama di sektor perdagangan. Khususnya usaha bisnis angkringan, pedagang angkringan yang dulunya hanya ada di Yogyakarta kini telah banyak dijumpai di wilayah Kota Kabupaten Jember, diantaranya adalah:

Tabel 4.1

Data Angkringan di Jember Kota Kabupaten Jember

| No | Nama Angkringan | Lokasi | Tahun Berdiri |
|----|------------------------|---|---------------|
| 1 | Angkringan Sugeng Dalu | Jl. Mastrip No. 77 | 2020 |
| 2 | Angkringan Sumberwaras | Jl. Mastrip (Samping Warung Mbok Lowo) | 2019 |
| 3 | Angkringan Karep | Jl. Riau (Sebelah Hisana), Sumpersari, Jember | 2021 |
| 4 | Angkringan Ome | Jl. Karimata (Sebelah Gang Ruko) | 2018 |
| 5 | Angkringan Takashimura | Jl. Tidar, Depan Ruko Pesona Tidar Cluster | 2019 |
| 6 | Angkringan Dwi Putro | Jl. Sumatra No. 125, Tegal Boto Lor | 2021 |

⁶⁰ Noor Fajar Asa, *Serpihan Yang Menerangi* (EDU PUBLISHER, 2019), 82.

| | | | |
|----|--------------------------|--|------|
| 7 | Angkringan Bar-bar | Jl. Sumatra (Depan Gang Kamboja) | 2019 |
| 8 | Angkringan Angkotkoening | Jl. Bengawan Solo (Gang Buntu) | 2021 |
| 9 | Angkringan Mbingg | Jl. Gajah Mada (Belakang Toko Sarana Teknik) | 2020 |
| 10 | Angkringan Van Jember | Jl. Gajah Mada-Kaliwates (Sebelah Sumber Alam) | 2020 |
| 11 | Jagad Angkringan | Jl. Hayam Wuruk No. 88 | 2020 |
| 12 | Angkringan Cak Blangkon | Jl. Nasional III (Sebelah ATM BCA) | 2021 |
| 13 | Angkringan Tombo Luwe | Jl. PB Sudirman, Cangkring, Patrang | 2019 |
| 14 | Angkringan Lingkar | Jl. Tidar, (Cluster Tidar Asri) | 2022 |

Sumber: Hasil temuan peneliti

Menjamurnya usaha angkringan di Kabupaten Jember sendiri disebabkan karena banyaknya peminat dari angkringan. Ada banyak usaha bisnis angkringan di Kabupaten Jember seperti yang telah peneliti jelaskan diatas, namun yang masuk kriteria untuk menjadi subjek penelitian adalah angkringan yang berlokasi di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember. Karena jalan tersebut adalah jalan utama menuju Universitas Jember dan letaknya yang berada di tengah kota, oleh karena itu Jalan Kalimantan Kabupaten Jember bisa

dikatakan sebagai tempat yang strategis dan sesuai bagi usaha angkringan karena mayoritas pengunjung atau peminat dari angkringan adalah mahasiswa dan anak muda. Selain itu usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember sudah berjalan cukup lama bahkan sampai saat ini. Diantaranya adalah:

a. Angkringan Dua Ceret

Mas Ikbar adalah salah satu pedagang Angkringan yang tertarik untuk membuka usaha bisnis Angkringan, pada tahun 2018 Mas Ikbar bersama dengan temannya yaitu Mas Ahmad memutuskan untuk membuka usaha yaitu bisnis Angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember tepatnya di depan gedung PKM Universitas Jember, dengan memanfaatkan trotoar jalan dan tanah kosong di sekitarnya. Modal awal yang digunakan Mas Ikbar dan temannya untuk membuka usaha yaitu sebesar Rp3.500.000. sebelum membuka usaha Angkringan, Mas Ikbar dulunya adalah Driver Ojek Online, dia bersama dengan temannya tertarik membuka Angkringan karena melihat adanya peluang yang menjanjikan pada usaha Angkringan karena melihat banyaknya anak muda di Kabupaten Jember yang suka nongkrong pada malam hari.

Pada awal buka Angkringan Dua Ceret masih menyediakan menu yang terbatas dan masih menggunakan alat seadanya, namun seiring dengan berjalannya waktu dan modal yang didapat dari

keuntungan hasil penjualan akhirnya Angkringan Dua Ceret menambah jumlah menu yang beragam dan menambah peralatan yang digunakan dalam menjalankan usahanya. Adapun menu makanan dan minuman yang disediakan Angkringan Dua Ceret cukup bervariasi sehingga pembeli mempunyai banyak pilihan⁶¹. Berikut adalah tabel daftar makanan dan minuman yang disediakan, yaitu:

Tabel 4.2

Tabel menu Angkringan Dua Ceret

| No | Makanan dan Minuman | Harga |
|----|------------------------|------------------|
| 1 | Nasi Bakar | Rp. 6000/bungkus |
| 2 | Sate Rempelo | Rp. 2.500/tusuk |
| 3 | Sate Bakso Ikan | Rp. 2.500/tusuk |
| 4 | Sate Bakso Ayam | Rp. 2.500/tusuk |
| 5 | Sate Tempura | Rp. 2000/tusuk |
| 6 | Sate Sosis | Rp. 2000/tusuk |
| 7 | Sate Usus | Rp. 2000/tusuk |
| 8 | Sate Telur Puyuh | Rp. 3000/tusuk |
| 9 | Tempe dan Tahu Bacem | Rp. 2000/tusuk |
| 10 | Kopi Robusta / Arabika | Rp. 5000/gelas |
| 11 | Kopi Susu Panas/Dingin | Rp. 6000/gelas |
| 12 | Kopi Coklat | Rp. 6000/gelas |

⁶¹ Wawancara dengan Mas Ikbar di Jalan Kalimantan, 26 Februari 2022

| | | |
|----|-------------------------|----------------|
| 13 | Coklat Panas/Dingin | Rp. 5000/gelas |
| 14 | Cappuccino Panas/Dingin | Rp. 5000/gelas |
| 15 | Lemon Tea Panas/Dingin | Rp. 5000/gelas |
| 16 | Red Velvet | Rp. 5000/gelas |
| 17 | Taro | Rp. 5000/gelas |
| 18 | Bubble Gum | Rp. 5000/gelas |
| 19 | Green Tea Panas/Dingin | Rp. 5000/gelas |
| 20 | Susu dan Wedang Jahe | Rp. 6000/gelas |

Sumber: Hasil temuan peneliti

Berdasarkan tabel terlihat bahwa menu minuman yang disediakan Mas Ikbar sangat bervariasi dan tidak jauh berbeda dari menu kafe modern. Dengan begitu Angkringan Dua Ceret milik Mas Ikbar hampir tidak pernah sepi pengunjung.

b. Angkringan Keykhal

Mas Coki adalah pemilik Angkringan Keykhal yang beralamat di Jalan Kalimantan tepatnya berada di seberang jalan depan Pujasera Kalimantan. Mas Coki membuka usaha bisnis angkringan karena meneruskan usaha temannya yang pulang kampung ke Banyuwangi, dengan modal awal sekitar 2 juta rupiah untuk menggantikan gerobak dan barang-barang lainnya. Kemudian Mas Coki berinisiatif untuk menyewa lahan pertokoan yang tutup pada malam hari yang lokasinya berada di Jalan Kalimantan, lokasi tersebut dipilih karena dekat dengan

Universitas Jember dan melihat banyaknya mahasiswa di sekitar Universitas Jember. Selain memiliki usaha angkringan Mas Coki juga bekerja sebagai karyawan TU di Sekolah Dasar Swasta di Kabupaten Jember, Angkringan Keykhal mulai beroperasi pada tahun 2020 dengan memiliki 4 orang karyawan.

Karena memiliki modal yang cukup Angkringan Keykhal pada awal buka sudah menyediakan beraneka macam menu khas angkringan tradisional dan sudah memiliki alat-alat yang cukup lengkap untuk menjalankan usahanya⁶². Berikut ini adalah menu makanan dan minuman yang disediakan oleh Angkringan Keykhal:

Tabel 4.3

Tabel menu Angkringan Keykhal

| No | Makanan dan Minuman | Harga |
|----|---------------------|------------------|
| 1 | Nasi Bakar | Rp. 6000/bungkus |
| 2 | Nasi Bungkus | Rp. 5000/bungkus |
| 3 | Sosis Bakar | Rp. 2000/tusuk |
| 4 | Sate Ati-Ampela | Rp. 3000/tusuk |
| 5 | Sate Kulit | Rp. 3000/tusuk |
| 6 | Sate Cecek | Rp. 2000/tusuk |
| 7 | Sate Usus | Rp. 2000/tusuk |
| 8 | Sate Ayam Komoh | Rp. 3000/tusuk |
| 9 | Sate Pentol | Rp. 2000/tusuk |

⁶² Wawancara dengan Mas Coki di Jalan Kalimantan, 28 Februari 2022

| | | |
|----|---------------------|----------------|
| 10 | Sate Tahu dan Tempe | Rp. 2000/tusuk |
| 11 | Sate Telur Puyuh | Rp. 3000/tusuk |
| 12 | Kopi Hitam | Rp. 3000/gelas |
| 13 | Kopi Joss | Rp. 4000/gelas |
| 14 | Kopi Susu | Rp. 4000/gelas |
| 15 | Kopi Jahe | Rp. 4000/gelas |
| 16 | White Coffe | Rp. 3000/gelas |
| 17 | Moccacino | Rp. 4000/gelas |
| 18 | Cappuccino | Rp. 4000/gelas |
| 19 | Wedang Jahe | Rp. 3000/gelas |
| 20 | Wedang Uwuh | Rp. 5000/gelas |
| 21 | Susu Jahe | Rp. 5000/gelas |
| 22 | Teh Jahe | Rp. 4000/gelas |
| 23 | Nutrisari | Rp. 4000/gelas |

Sumber: Hasil temuan peneliti

Menu yang disediakan di Angkringan Keykhal lebih banyak daripada menu yang disediakan oleh Angkringan Dua Ceret. Hal tersebut membuat angkringan milik Mas Coki selalu diminati oleh pelanggan, karena pelanggan bisa leluasa memilih menu yang diinginkan.

c. Angkringan Dalu

Angkringan Dalu mulai berdiri pada tahun 2017, pemiliknya yaitu Mas Tio yang dulunya merupakan mahasiswa Universitas Jember tertarik membuka usaha angkringan karena melihat rutinitas kebanyakan anak muda khususnya mahasiswa yang suka nongkrong pada malam hari. Kemudian Mas Tio berinisiatif untuk membuka warung kopi dengan konsep sederhana dan harga yang terjangkau, lalu ia memutuskan untuk membuka usaha angkringan, dengan modal awal sekitar hampir 4 juta rupiah yang Mas Tio gunakan untuk membuat gerobak dan membeli alat-alat yang dibutuhkan lainnya.

Dalam membuka usaha bisnis angkringan Mas Tio memilih lokasi yang dekat dengan Universitas Jember yaitu di Jalan Kalimantan, dengan tujuan karena target pasar utamanya adalah para mahasiswa dan anak muda. Dalam menjalankan aktivitas usahanya Mas Tio mengajak seorang teman untuk membantunya, adapun menu yang disediakan oleh Angkringan Dalu tidak jauh berbeda dengan angkringan lainnya⁶³. Berikut ini adalah makanan dan minuman yang disediakan di angkringan milik Mas Tio:

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶³ Wawancara dengan Mas Tio di Jalan Kalimantan, 05 Maret 2022

Tabel 4.4
Tabel menu Angkringan Dalu

| No | Makanan dan Minuman | Harga |
|----|-------------------------|------------------|
| 1 | Nasi bakar ayam suwir | Rp. 6000/bungkus |
| 2 | Nasi kucing sambel teri | Rp. 2000/bungkus |
| 3 | Sate kepala | Rp. 3000/tusuk |
| 4 | Sate cekeer pedas | Rp. 3000/tusuk |
| 5 | Sate ati ampela | Rp. 3000/tusuk |
| 6 | Sate pentol bakar | Rp. 3000/tusuk |
| 7 | Sate sosis | Rp. 2.500/tusuk |
| 8 | Sate putih telur | Rp. 2.500/tusuk |
| 9 | Sate kikil | Rp. 2000/tusuk |
| 10 | Sate telur puyuh | Rp. 2000/tusuk |
| 11 | Sate kerang | Rp. 2000/tusuk |
| 12 | Kopi hitam | Rp. 4000/gelas |
| 13 | Kopi susu | Rp. 5000/gelas |
| 14 | Wedang jahe | Rp. 4000/gelas |
| 15 | Susu jahe | Rp. 6000/gelas |
| 16 | Wedang uwuh | Rp. 8000/gelas |
| 17 | Lemon tea (hot / ice) | Rp. 4000/gelas |
| 18 | Teh tarik (hot / ice) | Rp. 6000/gelas |
| 19 | Nutrisari (hot / ice) | Rp. 3000/gelas |
| 20 | Milo (hot / ice) | Rp. 5000/gelas |

| | | |
|----|--------------|----------------|
| 21 | Soda gembira | Rp. 8000/gelas |
|----|--------------|----------------|

Sumber: Hasil temuan peneliti

Pada saat awal membuka usaha, angkringan milik Mas Tio masih memiliki sedikit peminat, namun seiring berjalannya waktu Angkringan Dalu milik Mas Tio mulai dikenal dan kini telah memiliki banyak peminat.

B. Penyajian Data dan Analisis

Setelah peneliti mengetahui latar belakang objek, maka berikut ini akan peneliti sajikan data yang diperoleh dari lapangan, baik data yang dihasilkan dari observasi, wawancara maupun dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti.

Data yang diambil dari wawancara, observasi maupun dokumentasi akan dijelaskan dengan deskriptif kualitatif yakni penelitian yang menggambarkan data-data yang ada tanpa menggunakan hipotesis untuk meneliti tentang penerapan inovasi untuk meningkatkan daya saing penjualan berbasis angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember. Adapun data yang dipaparkan terfokus pada beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Daya saing penjualan berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember

Daya saing sangat berkaitan dengan konsep keunggulan komparatif dan kompetitif yang membandingkan kinerja dan kemampuan suatu badan usaha atau perusahaan untuk memasok dan

menjual barang atau jasa dalam pasar. Untuk memiliki daya saing pemilik usaha Angkringan Tradisional yang berlokasi di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember menerapkan metode berupa 4P dan 1S dalam aktivitas usahanya, yaitu: *product, price, place, promotion*, dan ditambah dengan *service*

a. Produk (*product*)

Mas Coki selaku pemilik Angkringan Keykhal akan menjelaskan bagaimana cara menyediakan produk yang berupa makanan dan minuman pada usahanya:

“saya menyediakan menu makanan dan minuman berdasarkan dari banyaknya minat pelanggan terhadap menu-menu tersebut. Seperti nasi bakar, sate usus, sate telur puyuh dan lainnya. Untuk minuman pastinya kopi dan wedangan soalnya orang yang datang kesini pasti untuk ngopi, tapi saya juga menyediakan minuman dingin untuk yang tidak suka kopi”⁶⁴

Mas Tio selaku pemilik Angkringan Dalu juga memberikan penjelasan mengenai produk atau menu yang disediakan di angkringannya:

“saya memilih menu dengan menyesuaikan menu-menu yang menjadi ciri khas dari sebuah angkringan seperti nasi kucing, nasi bakar, aneka sate-satean. Tapi saya juga lebih selektif dalam memilih menu mas, kalo misalnya ada menu yang sudah beberapa hari cuma laku sedikit, pasti tidak akan saya jual lagi dan menggantinya dengan menu yang baru”⁶⁵

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶⁴ Mas Coki, Wawancara, Jember, 02 April 2022

⁶⁵ Mas Tio, Wawancara, Jember, 11 April 2022

Selanjutnya Mas Ikbar selaku pemilik Angkringan Dua Ceret juga menjelaskan terkait dengan produk yang disediakan pada usaha angkringannya:

“menu yang tersedia disini sama seperti angkringan pada umumnya tetapi saya memakai konsep menu yang lebih modern mas. Seperti misalnya minuman disini ada Lemon Tea, Red Velvet, Bubble Gum, Taro. Kalo untuk sate-sateannya kebanyakan saya cari yang ada frozen food nya seperti Bakso Ikan, Bakso Ayam, Sosis, Tempura soalnya lebih praktis mas”⁶⁶

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember menyediakan produk berupa makanan dan minuman yang menjadi sebuah menu pada usahanya. Seperti pada Angkringan Keykhal yang menyediakan menu berdasarkan dari banyaknya minat konsumen terhadap menu tersebut. Angkringan Dalu yang menyediakan menu yang menjadi ciri khas dari sebuah angkringan tetapi juga lebih selektif dalam memilih menu. Namun berbeda dengan Angkringan Dua Ceret yang memakai konsep menu yang lebih modern.

b. Harga (*price*)

Mas Ikbar sebagai pemilik Angkringan Dua Ceret akan menjelaskan bagaimana cara menetapkan harga dan menentukan keuntungan untuk usahanya:

“saya kasih harga disetiap menu disini menyesuaikan dengan Harga Pokok Produksinya (HPP). Terus saya

⁶⁶ Mas Ikbar, Wawancara, Jember, 27 Maret 2022

mengambil keuntungannya sebesar 50% dari total Harga Pokok Produksi yang digunakan tadi”⁶⁷

Mas Coki sebagai pemilik Angkringan Keykhal juga melakukan beberapa pertimbangan dalam menetapkan harga yang saat wawancara menyatakan:

“kalo harga menu disini saya memakai harga yang relatif sama dengan angkringan lainnya mas. Cuma kadang saya sesuaikan dengan harga kulaan bahannya, semisal kulaan bahannya murah ya saya kasih harga murah, kalo kulaan bahannya agak mahal ya saya naikkan harganya”⁶⁸

Mas Tio sebagai pemilik Angkringan Dalu juga menjelaskan terkait dengan penetapan harga pada usahanya, penjelasannya sebagai berikut:

“saya mematok harga berdasarkan dari jumlah modal untuk membuat produk tersebut ditambah dengan biaya lain-lainnya. Misalnya saja untuk membuat wedang uwuh, jumlah modal dan biaya lain-lainnya seperti gas dan gula totalnya sekitar Rp6.000 saya mengambil keuntungannya sekitar Rp2.000 jadi nanti saya jualnya sebesar Rp8.000.”⁶⁹

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan harga suatu produk (menu yang disediakan) pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember melakukannya dengan beberapa pertimbangan. Angkringan Dua Ceret menentukan harga berdasarkan Harga Pokok Produksi (HPP) dan mengambil keuntungan sebesar 50% dari HPP tersebut, Angkringan Keykhal dengan memakai harga yang relatif sama

⁶⁷ Mas Ikbar, Wawancara, Jember, 27 Maret 2022

⁶⁸ Mas Coki, Wawancara, Jember, 02 April 2022

⁶⁹ Mas Tio, Wawancara, Jember, 11 April 2022

dengan angkringan lainnya namun tetap mempertimbangkan modal awal yang digunakan, Angkringan Dalu yang menetapkan harga berdasarkan dari jumlah modal ditambah dengan biaya lain-lain seperti gas dan gula dengan mengambil keuntungan sekitar Rp2.000

c. Lokasi (*place*)

Mas Tio selaku pemilik Angkringan Dalu akan menjelaskan tentang pemilihan tempat atau lokasi sebelum memulai usahanya:

“Sebelum membuka usaha angkringan saya sudah menentukan target pemasaran dari angkringan ini mas, yaitu anak-anak mahasiswa. Soalnya mahasiswa kan biasanya suka cari tempat ngopi untuk ngerjakan tugas atau nongkrong sama temen, jadi saya memutuskan untuk buka di Jalan Kalimantan karena lokasinya yang dekat dengan kampus UNEJ.”⁷⁰

Hal senada juga disampaikan oleh Mas Coki selaku pemilik Angkringan Keykhal yang saat wawancara mengatakan:

“Jadi gini mas, sebelum saya buka usaha angkringan saya mencari lokasi yang strategis terlebih dahulu, supaya nantinya usaha saya lancar. Akhirnya saya memilih di Jalan Kalimantan, karena menurut saya di sini tempatnya memang strategis dan ramai.”⁷¹

Mas Ikbar selaku pemilik Angkringan Dua Ceret juga memberikan penjelasan mengenai tempat untuk mendistribusikan usahanya, yang penjelasannya sebagai berikut:

“Saya memilih di Jalan Kalimantan karena memang saya mencari lokasi yang dekat dengan kampus, kebetulan di

⁷⁰ Mas Tio, Wawancara, Jember, 11 April 2022

⁷¹ Mas Coki, Wawancara, Jember, 02 April 2022

Jalan Kalimantan ada Universitas Jember pasti didaerah sana banyak mahasiswa dan anak-anak mudanya. Selain itu Jalan Kalimantan tempatnya juga ramai dan letaknya di tengah kota.”⁷²

Dari hasil wawancara kepada pemilik angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember dapat disimpulkan bahwa Jalan Kalimantan merupakan lokasi yang strategis untuk membuka usaha angkringan karena dinilai sebagai tempat yang sesuai dengan target pasar sasaran mereka yaitu mahasiswa dan anak muda, karena jalan tersebut merupakan jalan utama menuju Universitas Jember dan letaknya yang berada di tengah kota.

d. Promosi (*promotion*)

Mas Ikbar selaku pemilik Angkringan Dua Ceret akan menjelaskan bagaimana cara untuk mempromosikan usaha angkringannya:

“Jadi awal saya buka usaha angringan itu saya promosikan lewat WhatsApp grup dan WhatsApp story, kemudian saya promosikan kepada orang-orang terdekat saya. Setelah itu mas, agak lama saya buat akun Instagram supaya angkringan saya bisa lebih dikenal sama banyak orang. Dalam hal promosi angkringan saya juga diuntungkan karena letaknya yang berada pas di pinggir jalan. Jadi, orang yang lewat bisa tau.”⁷³

Hal senada juga disampaikan oleh Mas Coki selaku pemilik Angkringan Keykhal yang menjelaskan cara awal promosi usaha angkringannya:

“Untuk awal promosi, saya promosikan ke temen-temen kerja saya mas. Terus ini karyawan saya juga pasti

⁷² Mas Ikbar, Wawancara, Jember, 27 Maret 2022

⁷³ Mas Ikbar, Wawancara, Jember, 27 Maret 2022

punya temen jadi saya suruh mereka juga untuk bantu promosikan angkringan ini ke temen-temen mereka. Biar banyak yang taulah mas dengan angkringan ini.”⁷⁴

Mas Tio selaku pemilik Angkringan Dalu juga memberikan penjelasan mengenai cara awal untuk memperkenalkan angkringannya agar dikenal banyak orang:

“Dulu awal buka saya sering ngundang temen-temen saya mas, kebetulan mereka memang suka ngopi. Terus temen saya ada yang kasih saran untuk posting angkringan saya di sosial media supaya angkringan saya bisa dikenal sama banyak orang, akhirnya saya menggunakan Facebook dan Instagram untuk media promosi.”⁷⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember melakukan kegiatan promosi dalam aktivitas usahanya. Mas Ikbar yang melakukan promosi melalui aplikasi WhatsApp dan membuat akun Instagram. Mas Coki yang mempromosikan usaha angkringannya kepada orang-orang yang dikenal. Dan, Mas Tio yang menggunakan media sosial Facebook dan Instagram sebagai media promosinya.

e. Pelayanan (*service*)

Mas Coki sebagai pemilik Angkringan Keykhal memberikan penjelasan mengenai pelayanan yang diberikan kepada konsumennya:

“saya sangat memprioritaskan sebuah pelayanan yang cepat yang diberikan kepada pelanggan saya. Contohnya ketika saat menyiapkan pesanan pelanggan, sebisa

⁷⁴ Mas Coki, Wawancara, Jember, 02 April 2022

⁷⁵ Mas Tio, Wawancara, Jember, 11 April 2022

mungkin kami menyiapkannya dengan cepat agar pelanggan kami tidak perlu menunggu terlalu lama. Makanya disini saya pake empat karyawan, soalnya untuk menunjang pelayanan cepat itu tadi.”⁷⁶

Mas Tio sebagai pemilik Angkringan Dalu juga menjelaskan bagaimana beliau memberikan pelayanan kepada konsumennya:

“saya lebih mengutamakan untuk menjaga sikap penjual kepada pembeli, seperti ramah kepada pelanggan, menghormati pelanggan, dan memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Agar nantinya bisa memberikan kesan yang baik kepada pelanggan yang datang di angkringan ini”⁷⁷

Dalam hal ini, Mas Ikbar sebagai pemilik Angkringan Dua Ceret juga memberikan pemaparan mengenai pelayanan yang beliau terapkan:

“pelayanan yang saya utamakan adalah menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan saya. Semisal ada pelanggan yang baru datang di angkringan ini, sebisa mungkin saya akan memulai komunikasi terlebih dahulu. Seperti menjelaskan secara detail terkait dengan menu-menu yang disediakan di angkringan ini, karena kalo sudah akrab sama pelanggan bisa jadi nantinya pelanggan itu mau datang lagi”⁷⁸

Dari hasil wawancara kepada pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember diketahui bahwa mereka juga memberikan pelayanan kepada konsumennya. Seperti yang dilakukan Angkringan Keykhal dengan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumennya. Angkringan Dalu yang sangat

⁷⁶ Mas Coki, Wawancara, Jember, 02 April 2022

⁷⁷ Mas Tio, Wawancara, Jember, 11 April 2022

⁷⁸ Mas Ikbar, Wawancara, Jember, 27 Maret 2022

memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumen. Dan, Angkringan Dua Ceret yang mengutamakan untuk menjalin komunikasi yang baik dengan konsumennya.

2. Penerapan inovasi untuk meningkatkan daya saing penjualan berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember

Usaha bisnis Angkringan merupakan salah satu usaha yang sangat menjanjikan di Kabupaten Jember, hal tersebut didukung dengan banyaknya peminat angkringan yang ada di Kabupaten Jember. Namun, pelaku usaha angkringan juga harus melakukan inovasi agar usahanya memiliki daya saing dan untuk mengoptimalkan perkembangan usahanya tersebut. Dengan semakin banyaknya usaha angkringan yang berada di Kabupaten Jember, membuat para pelaku usaha angkringan khususnya yang berlokasi di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember dituntut untuk melakukan inovasi usaha agar usahanya tersebut memiliki daya saing serta untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan dan perubahan pada selera konsumen. Inovasi dianggap sebagai sumber keunggulan kompetitif yang bersumber dari ilmu pengetahuan, kemampuan berpikir, motivasi, lingkungan, dan kemampuan berpikir kreatif. Dengan inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha angkringan yang berlokasi di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember diharapkan mampu menghasilkan

produk yang lebih menarik dan memberikan manfaat yang lebih dibanding pesaingnya.

a. Angkringan Dua Ceret

Mas Ikbar sebagai pemilik Angkringan Dua Ceret saat wawancara mengatakan:

“menu yang tersedia disini sama seperti angkringan pada umumnya tetapi saya memakai konsep menu yang lebih modern mas. Seperti misalnya minuman disini ada Lemon Tea, Red Velvet, Bubble Gum, Taro. Kalo untuk sate-sateannya kebanyakan saya cari yang ada frozen food nya seperti Bakso Ikan, Bakso Ayam, Sosis, Tempura soalnya lebih praktis mas”⁷⁹

Hal senada juga disampaikan oleh Mas Ahmad yang juga sebagai pemilik Angkringan Dua Ceret, yang mengatakan:

“Iya mas, kami memang memakai konsep menu yang lebih modern. Jadi, kami membuat dan meracik secara langsung menu-menu tersebut dengan cara manual, soalnya kami disini tidak memakai minuman-minuman instan dalam kemasan atau sachetan. Kami juga tidak sembarangan mas buatnya, soalnya kami juga mengutamakan kualitas dari menu-menu disini caranya dengan lebih selektif dalam memilih bahan baku supaya kualitas dan cita rasanya tetap terjaga.”⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa inovasi usaha pada Angkringan Dua Ceret yaitu dengan memakai konsep menu yang lebih modern dan tetap mengutamakan kualitas dari produknya dengan cara lebih selektif saat memilih bahan baku yang akan digunakan.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷⁹ Mas Ikbar, Wawancara, Jember, 27 Maret 2022

⁸⁰ Mas Ahmad, Wawancara, Jember, 17 April 2022

b. Angkringan Keykhal

Mas Coki selaku pemilik Angkringan Keykhal saat wawancara mengatakan:

“saya sangat memprioritaskan sebuah pelayanan yang cepat yang diberikan kepada pelanggan saya. Contohnya ketika saat menyiapkan pesanan pelanggan, sebisa mungkin kami menyiapkannya dengan cepat agar pelanggan kami tidak perlu menunggu terlalu lama. Makanya disini saya pake empat karyawan, soalnya untuk menunjang pelayanan cepat itu tadi.”⁸¹

Hal senada juga disampaikan oleh Mas Faisal sebagai karyawan di Angkringan Keykhal, penyampaiannya sebagai berikut:

“Iya, saya dan temen-temen lainnya memang dikasih tau sebelumnya sama Mas Coki kalo di Angkringan Keykhal ini sangat mengutamakan pelayanan cepat yang diberikan kepada setiap pelanggan, terutama ketika menyiapkan pesanan pelanggan mas, supaya pelanggan bisa langsung menikmati pesannya. Selain itu, kalo ada pelanggan yang sudah pergi kita juga harus segera membereskan tempat itu seperti gelas-gelas dan lainnya, supaya pelanggan yang baru datang gak risih sama sisa-sisa pelanggan sebelumnya.”⁸²

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Angkringan Keykhal menerapkan inovasi usaha berupa jasa yang diberikan kepada konsumennya. Yaitu, berupa memberikan sebuah pelayanan yang cepat yang diberikan kepada setiap konsumennya dengan cara memakai empat orang pekerja.

⁸¹ Mas Coki, Wawancara, Jember, 02 April 2022

⁸² Mas Faisal, Wawancara, Jember, 19 April 2022

c. Angkringan Dalu

Mas Tio sebagai pemilik Angkringan Dalu saat wawancara mengatakan:

“Karena disini tempatnya lumayan luas, baik itu tempat untuk pelanggan maupun tempat untuk lahan parkir, jadi saya memanfaatkan lahan yang luas itu tadi dengan semaksimal mungkin. Dengan cara membuat tempat untuk pelanggan itu semenarik mungkin mas, misalnya menambahkan meja, memberikan penerangan sebaik mungkin, dan menggelar tikar atau karpet serapi mungkin supaya pelanggan tertarik dengan tempat disini. Soalnya kebanyakan angkringan lain menyediakan tempat seadanya mas, jadi saya mencoba untuk menyediakan tempat yang lebih menarik mas”⁸³

Hal senada juga disampaikan oleh Mas Azmi (teman yang membantu Mas Tio), yang saat wawancara menyatakan:

“memang disini tempatnya cukup luas dan itu menjadi salah satu kelebihan di angkringan ini mas, sehingga Angkringan Dalu ini bisa menampung lebih banyak pelanggan. Jadi, Mas Tio berinisiatif untuk membuat tampilan dari tempat ini semenarik mungkin, caranya ya ini dengan menambahkan meja, memberikan penerangan yang lebih, dan menata karpet atau tikar dengan rapi. Untuk karpetnya disini juga pake karpet yang masih bagus mas, gak asal pake alas seadanya.”⁸⁴

Dari hasil wawancara diatas diketahui bahwa inovasi usaha yang dilakukan Mas Tio selaku pemilik Angkringan Dalu yaitu dengan merubah tampilan angkringan menjadi lebih menarik khususnya pada tempat untuk pelanggan, dengan cara memberikan penerangan sebaik mungkin, menambahkan meja, dan menata tikar atau karpet dengan rapi.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸³ Mas Tio, Wawancara, Jember, 21 April 2022

⁸⁴ Mas Azmi, Wawancara, Jember, 21 April 2022

C. Pembahasan Temuan

Dalam sub bab ini akan dijelaskan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian, adapun data sudah diperoleh dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berlandaskan pada fokus penelitian yang ada. Maka berikutnya dalam hal ini peneliti akan membahas temuan-temuan di lapangan mengenai Studi Komparasi Penerapan Inovasi untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember. Berikut adalah penjelasan dari pembahasan yang akan dikaitkan dengan teori-teori yang dijadikan sebagai landasan oleh peneliti dalam penelitian.

1. Daya saing penjualan berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti pada sub bab sebelumnya diketahui bahwa pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember menerapkan metode berupa *product*, *price*, *place*, *promotion*, dan *service* dalam aktivitas usahanya. Hal tersebut dilakukan untuk memiliki daya saing pada usahanya tersebut.

Daya saing didefinisikan sebagai kemampuan dari suatu industri dengan memperlihatkan hasil kerja yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Dalam dunia usaha daya saing ditentukan oleh beberapa faktor diantaranya, yaitu keahlian atau tingkat pendidikan pekerja, keahlian pengusaha, manajemen yang baik dan sistem organisasi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis. Adapun

daya saing terbentuk karena adanya konsep, kompetensi, dan koneksi. Untuk itu pelaku usaha harus mampu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya dengan melakukan terobosan yang lebih baru agar dapat terus bersaing.⁸⁵

Berikut adalah pembahasan temuan peneliti yang didapat dari hasil wawancara dan pengamatan peneliti tentang daya saing penjualan berbasis angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember yang menerapkan metode 4P dan 1S, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Produk (*Product*)

Dari analisis data yang dihasilkan bahwa untuk menarik perhatian konsumen agar melakukan pembelian, pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember menyediakan dan memilih jenis produk yang sesuai dengan pasar sasaran yang akan dituju. Produk dalam hal ini, berupa makanan dan minuman yang menjadi sebuah menu pada usahanya. Seperti pada Angkringan Keykhal yang menyediakan menu berdasarkan dari banyaknya minat konsumen terhadap menu tersebut. Angkringan Dalu yang menyediakan menu yang menjadi ciri khas dari sebuah angkringan tetapi juga lebih selektif dalam memilih menu. Namun berbeda dengan Angkringan Dua Ceret yang menyediakan menu dengan konsep yang lebih modern.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸⁵ Lila Basmala, *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah* (Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI, 2018), 9.

Produk adalah barang yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pasar yang dituju, sehingga produk tersebut mampu menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Oleh karena itu, jenis produk yang dibuat haruslah sesuai dengan pasar sasaran kita.

b. Harga (*Price*)

Dari analisis data yang dihasilkan bahwa dalam menentukan harga pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember melakukannya dengan penuh pertimbangan, agar produk yang ditawarkan memiliki nilai yang sesuai. Seperti pada Angkringan Dua Ceret yang menentukan harga berdasarkan Harga Pokok Produksi (HPP) dan mengambil keuntungan sebesar 50% dari HPP tersebut. Angkringan Keykhal dengan memakai harga yang relatif sama dengan angkringan lainnya namun tetap mempertimbangkan modal awal yang digunakan. Angkringan Dalu yang menetapkan harga berdasarkan dari jumlah modal ditambah dengan biaya lainnya, dengan mengambil keuntungan sekitar Rp2.000.

Penetapan harga merupakan salah satu komponen penting dari rencana pemasaran karena penetapan harga akan sangat menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup bagi suatu usaha.

Untuk itu perusahaan perlu melakukan hal tersebut dengan penuh

pertimbangan, sehingga produk yang diproduksi akan memiliki nilai yang sesuai.

c. Lokasi (*Place*)

Dari analisis data yang dihasilkan bahwa dalam memposisikan dan mendistribusikan produknya, angkringan Dua Ceret, Angkringan Keykhal, dan Angkringan Dalu memilih di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember karena jalan tersebut dinilai sebagai lokasi yang strategis dan sesuai dengan target pasar sasaran mereka yaitu mahasiswa dan anak muda.

Jalan Kalimantan merupakan jalan utama menuju Universitas Jember dan letaknya yang berada di tengah kota sehingga akan berdampak efektif dan efisien untuk membuka usaha angkringan disana dan juga akan memudahkan akses untuk calon pembeli potensialnya.

d. Promosi (*Promotion*)

Dari analisis data yang dihasilkan bahwa untuk menarik minat konsumen secara luas dan untuk membuat angkringannya lebih dikenal oleh banyak orang, pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember melakukan kegiatan promosi dalam aktivitas usahanya. Seperti, Mas Ikbar yang melakukan promosi melalui aplikasi WhatsApp dan membuat akun Instagram. Mas Coki yang mempromosikan usaha angkringannya kepada orang-

orang yang dikenal. Dan, Mas Tio yang menggunakan media sosial Facebook dan Instagram sebagai media promosinya.

Dalam hal ini promosi yang mereka lakukan berupa menyebarkan informasi terkait dengan usahanya, yang menggunakan metode promosi dari mulut ke mulut atau *word of mouth* dan dengan memanfaatkan sosial media seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook.

Promosi dilakukan perusahaan untuk menginformasikan dan menyebarluaskan produknya kepada calon konsumen, agar konsumen dapat mengetahui terkait dengan produk yang ditawarkan.⁸⁶

e. Pelayanan (*Service*)

Dari analisis data yang dihasilkan bahwa untuk mewujudkan kepuasan konsumen pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember menambahkan *servise* atau pelayanan dalam aktivitas usahanya. Seperti yang dilakukan Angkringan Keykhal dengan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumennya. Angkringan Dalu yang sangat memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumen. Dan, Angkringan Dua Ceret yang mengutamakan untuk menjalin komunikasi yang baik dengan konsumennya.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸⁶ Abdul Rauf, *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (Penerbit Insania, 2021), 95.

Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa yang dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Pada umumnya pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen bersifat tidak berwujud, oleh karena itu konsumen hanya bisa merasakan manfaat yang didapat dari sebuah pelayanan.⁸⁷

Agama islam mengajarkan bagi pelaku usaha untuk selalu memberikan hasil yang baik dan berkualitas, baik dari segi pelayanan maupun dalam menghasilkan produk atau jasa. Dalam konteks daya saing usaha, terdapat prinsip bersaing yang sehat dan benar menurut islam, antara lain: memberikan yang terbaik kepada konsumen, tidak berlaku curang, dan kerjasama positif⁸⁸. Dalam menjalankan usaha bisnis, islam mengajarkan lima dasar prinsip *Etika Bisnis Islam* berupa norma-norma yang berdasarkan pada Al-Quran dan Hadist. Adapun prinsip-prinsip *Etika Bisnis Islam*, yaitu:

1) Kesatuan

Keyakinan penuh dan murni terhadap Keesaan Tuhan adalah sumber utama etika islam, sehingga manusia sebagai khalifah bisa memberikan manfaat kepada orang lain tanpa menghilangkan hak-hak lainnya.

2) Keseimbangan

Islam mengharuskan untuk berlaku adil dalam berbisnis, dan melarang manusia untuk berbuat dzalim atau

⁸⁷ Atep Adya Barata, *Dasar-dasar pelayanan prima* (Elex Media Komputindo, 2003), 26.

⁸⁸ Muslich, *Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), 108.

curang. Prinsip ini dilakukan dengan tujuan menciptakan situasi yang saling menguntungkan atau saling ridho.

3) Kehendak bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam memperoleh kemashlahah-an tanpa merugikan kepentingan kolektif, dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai kesejahteraan hidup.

4) Tanggungjawab

Dalam ruang-lingkup bisnis semua aktivitas bisnis dengan segala kebebasan perlu di pertanggungjawabkan, mulai dari transaksi, produksi barang, menjual barang, melakukan perjanjian dan lain-lain.

5) Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Dengan melakukan perbuatan baik dan bermanfaat kepada setiap individu, maka prinsip kebenaran dalam etika bisnis sangat berlaku preventif mengenai kemungkinan terjadinya kerugian yang dialami salah satu pihak dalam aktivitas bisnis.⁸⁹

Temuan di lapangan, pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember dalam meningkatkan daya saing usahanya telah sesuai dengan prinsip bersaing yang sehat dan benar menurut islam, mereka mengaplikasikannya dengan

⁸⁹ Erly Juliyani, *ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM* (Jurnal Ummul Qura, 2016), 69.

memberikan yang terbaik kepada konsumen dan tidak berlaku curang. Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa aktivitas pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember sesuai dengan norma-norma *Etika Bisnis Islam*, dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumennya dengan tujuan untuk mewujudkan kepuasan konsumennya tersebut. Hal ini sesuai dengan nilai Kebenaran: kebajikan dan kejujuran yang terdapat pada norma *Etika Bisnis Islam*.

2. Penerapan inovasi untuk meningkatkan daya saing penjualan berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember

Dari hasil wawancara di atas, pelaku usaha angkringan yang berlokasi di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember, yaitu: Angkringan Dua Ceret, Angkringan Keykhal, dan Angkringan Dalu, untuk meningkatkan daya saing penjualan pada usahanya mereka sama-sama melakukan inovasi usaha. Selain untuk meningkatkan daya saing penjualan, inovasi usaha yang mereka lakukan juga untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan dan perubahan pada selera konsumen.

Inovasi dapat dikatakan sebagai usaha baru yang dijalankan oleh pengusaha melalui penerapan hasil pemikiran, ide-ide kreatif, dan penelitian yang telah dilakukan. Menurut Widjaja dan Winarso manfaat dari inovasi pada suatu usaha adalah untuk meningkatkan

kualitas, menciptakan pasar baru, dan memperluas jangkauan produk. Inovasi juga perlu dilakukan untuk mengoptimalkan perkembangan usaha serta untuk dapat bersaing dengan bisnis lainnya.⁹⁰

Dengan adanya inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember diharapkan dapat menghasilkan produk yang lebih menarik bagi konsumen serta dapat memberikan manfaat yang lebih.

Terdapat beberapa klasifikasi jenis-jenis inovasi usaha, antara lain:

a. Inovasi produk

Inovasi produk merupakan kegiatan yang dilakukan pada produk, seperti adanya perbaikan spesifikasi teknis, komponen dan bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk tersebut.

b. Inovasi proses

Inovasi proses pada suatu usaha merupakan kegiatan yang dilakukan dalam proses menciptakan barang. Inovasi proses akan dilakukan secara terus menerus dengan berbagai perbaikan dalam proses produksi.

c. Inovasi pemasaran

Inovasi pemasaran digunakan dalam suatu usaha untuk menciptakan ide baru dari produk yang dihasilkan baik berupa perubahan design kemasan, bentuk produk, penempatan produk, promosi, dan harga produk.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁹⁰ Sisca Sisca, *Manajemen Inovasi* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 17.

d. Inovasi jasa

Inovasi jasa merupakan kegiatan yang dilakukan suatu usaha dalam meningkatkan kinerja pelayanan dengan melakukan perubahan dalam melayani pelanggan.

e. Inovasi organisasi

Inovasi dalam organisasi merupakan perubahan yang dilakukan dalam pengaturan kerja untuk mendorong terciptanya sumber daya manusia yang unggul dan kompetitif.⁹¹

Berdasarkan teori klasifikasi jenis-jenis inovasi usaha yang dikorelasikan dengan temuan di lapangan, bahwa pelaku usaha angkringan yang bertempat di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember, yaitu Angkringan Dua Ceret, Angkringan Keykhal, dan Angkringan Dalu melakukan inovasi usaha untuk meningkatkan daya saing penjualannya, yaitu:

Angkringan Dua Ceret melakukan Inovasi Produk pada aktivitas usahanya, yaitu dengan memakai konsep menu yang lebih modern dan tetap mengutamakan kualitas dari produknya dengan cara lebih selektif saat memilih bahan baku yang akan digunakan. Melakukan inovasi pada produk bertujuan agar produk yang dihasilkan dapat menggantikan produk yang lama dengan peningkatan kualitas dan nilai manfaat bagi konsumen.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁹¹ Sisca Sisca, *Manajemen Inovasi* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 22.

Angkringan Keykhal menerapkan Inovasi Jasa pada aktivitas usahanya, dengan cara memberikan sebuah pelayanan yang cepat yang diberikan kepada setiap konsumennya. Untuk menunjang serta meningkatkan kinerja pelayanannya tersebut Angkringan Keykhal memakai empat orang pekerja. Inovasi jasa dilakukan suatu usaha untuk meningkatkan kinerja pelayanan dengan melakukan perubahan pada proses pelayanannya.

Angkringan Dalu yang melakukan Inovasi Pemasaran dalam menjalankan usahanya, yaitu dengan merubah tampilan angkringan menjadi lebih menarik, khususnya pada tempat untuk pelanggan. Inovasi pemasaran digunakan dalam suatu usaha untuk menciptakan ide baru dari produk yang dihasilkan, seperti perubahan design, bentuk, penempatan, maupun harga produk.

Faktor yang mendorong keberhasilan pada usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember dipengaruhi oleh penerapan inovasi dalam kegiatan usahanya. Dengan menerapkan solusi kreatif terhadap peluang dan masalah yang terjadi mereka mampu memberikan peningkatan mutu, proses, dan pelayanan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dengan mengacu pada fokus penelitian dan dengan menggunakan metode kualitatif dalam proses penelitian, maka kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Untuk memiliki daya saing penjualan, pelaku usaha angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember memperlihatkan hasil kerja yang baik dalam aktivitas usahanya, dengan mengaplikasikan metode 4P+1S, seperti:
 - a) Menyediakan produk yang sesuai dengan pasar yang akan dituju agar dapat menarik perhatian bagi calon konsumennya.
 - b) Menentukan harga produk dengan penuh pertimbangan untuk dapat menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup usahanya
 - c) memposisikan dan mendistribusikan produknya di tempat yang mudah diakses oleh konsumennya.
 - d) melakukan kegiatan promosi untuk menarik minat konsumen secara luas dan untuk membuat angkringannya lebih dikenal oleh banyak orang.
 - e) Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya, dengan tujuan untuk mewujudkan kepuasan konsumen.

2. Faktor yang mendorong keberhasilan pada usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember dipengaruhi oleh penerapan inovasi dalam kegiatan usahanya. Sehingga mereka dapat memberikan produk yang lebih menarik bagi konsumen serta dapat memberikan manfaat yang lebih, seperti:
 - a) Angkringan Dua Ceret melakukan Inovasi dengan memakai konsep menu yang lebih modern daripada angkringan lainnya dan tetap mengutamakan kualitas dari produknya.
 - b) Angkringan Keykhal menerapkan Inovasi dengan cara memberikan sebuah pelayanan yang cepat yang diberikan kepada setiap konsumennya.
 - c) Angkringan Dalu yang melakukan Inovasi dengan merubah tampilan angkringan menjadi lebih menarik, khususnya pada tempat untuk pelanggan.

B. Saran

1. Dilihat dari banyaknya usaha angkringan di Kabupaten Jember, maka hendaknya pelaku usaha angkringan yang berlokasi di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember, perlu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya dengan melakukan terobosan yang lebih baru agar dapat terus bersaing.
2. Bagi pelaku usaha angkringan di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember hendaknya dapat lebih mengoptimalkan inovasi usaha yang dilakukan

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alvonco, Johnson. 2014. *Practical Communication Skill dalam Bisnis, dan Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Arikunto, Suharsimi. 2003 *Manajemen Penelitian* Jakarta: PT Rineka Cipta
- Asa, Noor Fajar. 2019. *Serpihan Yang Menerangi*. t.tp: EDU PUBLISHER
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-dasar pelayanan prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Basmala, Lila. 2018. *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. t.tp: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI
- David, Fred R. 2011. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat
- Husein, Umar. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Hutagalung, Simon Sumanjoyo. 2018. *membangun inovasi pemerintah daerah*. Bandung: Deepublish
- Kuncoro, Mudrajat. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia: menuju negara industri baru 2030?*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Lestari, Endah Rahayu. 2019. *Manajemen Inovasi: upaya meraih keunggulan kompetitif*. Malang: Universitas Brawijaya Press
- Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*. Yogyakarta: Ekonisia
- Permadi, Gilang. 2007. *Pedagang Kaki lima Riwayatmu Dulu Nasibmu Kini*. Jakarta: Yudistira
- Romli, Khomsahrial. 2017. *Komunikasi Massa*. Medan: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Rauf, Abdul. 2021. *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. t.tp: Penerbit Insania
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
- Sukirono, Sadono. 2017. *Pengantar Bisnis*. Surabaya: Prenada Media
- Sisca, Sisca. 2021. *Manajemen Inovasi*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis

- Sugiyono. 2014. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: ALFABETA
- Tim Penyusun. 2018. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi penelitian praktis*. Yogyakarta: Teras
- Yusuf, A. Muri. 2016. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Jakarta: Prenada Media

JURNAL

- Agustina, Yulia. 2009. "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang". *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*
- Abdurrahman, Sufyan. 2015. "Penerapan Inovasi Kewirausahaan Bagi Bisnis Komunikasi Pemula: Studi Kasus Strategi Bisnis di PT Edu Media Komunika". *Jurnal Penelitian dan Pembangunan*. Vol. 16, No. 1
- Bachri, Bachtiar S. 2010. "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif". *Jurnal Teknologi Pendidikan*. Vol. 10, No. 1
- Dasuki, Rima Elya. 2021. "Manajemen Strategi: Kajian Teori Resource Based View". *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. 12, No. 3
- Fitriyani, Zenita Afifah. 2021. "Formulasi Strategi Bersaing di Kafe dan Angkringan Nu Laharjo Mojokerto". *Jurnal Riset Entrepreneurship*. Vol. 4, No. 2
- Franto, Fifi. 2018. "Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan di Karawang Kota". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 7, No. 4
- Juliyani, Erly. 2016. "ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM". *Jurnal Ummul Qura*. Vol. 2, No. 1
- Pamungkas, Damar Purba. 2016. "Analisis Competitive Force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia". *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education*. Vol. 1, No. 2
- Sunarsih, Neneh. 2018. "Manajemen Sumberdaya Manusia Berbasis Kompetensi: Strategi Meningkatkan Kemampuan Daya Saing Perusahaan". *Jurnal AKRAB JUARA*. Vol. 3, No. 1

- Sedyastuti, Kristina. 2018. "Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global". *Jurnal Inovasi dan Manajemen Indonesia*. Vol. 2, No. 1
- Anjani, Livia Nabilla. 2020. "Pengaruh Sales Promotion dan Electronic Service Quality Terhadap Brand Preference (Studi Komparasi Ovo dan Dana di Kota Bandung)". Skripsi: Universitas Katolik Parahyangan
- Baso. N. 2010. "Pengaruh Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Lapangan Pancasila Kota Palopo". Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Palopo
- Ibniwasum, Lia. 2020. "Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Sheren Hijab Bengkulu". Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
- Lea, Nurlita. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Sepanjang Jalan Baru Kota Ponorogo". Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Maulida, Anjasari. 2018. "Studi Komparasi Strategi Pemasaran Antara Nazila Collection dan Madani Collection". Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Kudus
- Putri, Inas Adelvi Anindya. 2020. "Pengaruh Varian Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Tante Palembang". Skripsi: Universitas Tridinanti Palembang

WEBSITE

<https://negerikuindonesia.com/2015/07/angkringan-warung-makan-tradisional.html> (di akses pada tanggal 03 Agustus 2021)

<https://repository.uir.ac.id> BAB II Tinjauan Pustaka Pengertian Penerapan (di akses pada tanggal 04 Agustus 2021)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fahrezy Kautsar
NIM : E20182252
Prodi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq

Dengan ini menyatakan bahwa ini skripsi yang berjudul **“Studi Komparasi Penerapan Inovasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember”** secara keseluruhan adalah benar-benar hasil kajian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 09 Mei 2022

Saya yang menyatakan

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem on the left and the text 'MELIPSI' in the center. Below the emblem, the number 'D962AJX850441261' is printed.

Muhammad Fahrezy Kautsar
NIM. E20182252

MATRIK PENELITIAN

| Judul | Variabel | Sub Variabel | Indikator | Sumber Data | Metodologi Penelitian | Fokus Penelitian |
|--|---|---|--|---|--|---|
| Studi Komparasi Penerapan Inovasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember | Penerapan Inovasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan | 1. Penerapan Inovasi 2. Daya Saing 3. Penjualan | a. Pengertian Inovasi b. Karakteristik Inovasi c. Jenis-jenis inovasi a. Pengertian daya saing b. Faktor yang berpengaruh terhadap daya saing c. Kerangka keunggulan bersaing d. Daya saing dalam islam a. Pengertian penjualan b. Pelayanan | Informan: a. Pelaku usaha Angkringan Dua Ceret b. Pelaku usaha Angkringan keykhal c. Pelaku usaha Angkringan Dalu Kepustakaan: a. Buku b. Jurnal c. Artikel DLL | 1. Pendekatan penelitian: Kualitatif 2. Jenis penelitian: <i>Field Research</i> 3. Teknik pengambilan sampel: <i>Purposive</i> 4. Metode pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 5. Analisis data: Deskriptif 6. Keabsahan data: Triangulasi Sumber | 1. Bagaimana daya saing penjualan berbasis angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember 2. Bagaimana penerapan inovasi untuk meningkatkan daya saing penjualan berbasis angkringan tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember |



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

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B-367/UIN.20/7.a/PP.00.9/04/2022 08 April 2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.
Pemilik Angkringan Tradisional
Di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember

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

Nama : Muhammad Fahrezy Kautsar
NIM : E20182252
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai **Studi Komparasi Penerapan Inovasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember** di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

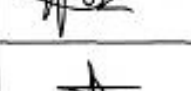
a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Studi Komparasi Penerapan Inovasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember

| No | Hari/Tanggal | Jenis Kegiatan | TTD |
|----|------------------|--|---|
| 1 | 26 Februari 2022 | Observasi awal di Angkringan Dua Ceret |  |
| 2 | 28 Februari 2022 | Observasi awal di Angkringan Keykhal |  |
| 3 | 05 Maret 2022 | Observasi awal di Angkringan Dalu |  |
| 4 | 27 Maret 2022 | Wawancara dengan Mas Ikbar sebagai pemilik Angkringan Dua Ceret |  |
| 5 | 02 April 2022 | Wawancara dengan Mas Coki sebagai pemilik Angkringan Keykhal |  |
| 6 | 11 April 2022 | Wawancara dengan Mas Tio sebagai pemilik Angkringan Dalu |  |
| 7 | 17 April 2022 | Wawancara dengan Mas Ahmad yang juga sebagai pemilik Angkringan Dua Ceret |  |
| 8 | 19 April 2022 | Wawancara dengan Mas Faisal sebagai karyawan atau pekerja di Angkringan Keykhal |  |
| 9 | 21 April 2022 | Wawancara dengan Mas Tio sebagai pemilik Angkringan Dalu |  |
| 10 | 21 April 2022 | Wawancara dengan Mas Azmi sebagai orang yang membantu Mas Tio di Angkringan Dalu |  |

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Argat Tio
Jabatan : Pemilik Angkringan Dalu

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Muhammad Fahrezy Kautsar
NIM : 20182252
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Instansi : Universitas KH. Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Angkringan Tradisional yang berlokasi di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"Studi Komparasi Penerapan Inovasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Berbasis Angkringan Tradisional di Jalan Kalimantan Kabupaten Jember"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Mengetahui, 06 Mei 2022

PERWAKILAN



Argat Tio

DOKUMENTASI



Angkringan Keykhal



Wawancara dengan Mas Coki selaku pemilik Angkringan Keykhal



Wawancara dengan Mas Faisal selaku karyawan Angkringan Keykhal



Angkringan Dua Ceret



Wawancara dengan Mas Ikbar selaku pemilik Angkringan Dua Ceret



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
Wawancara dengan Mas Ahmad yang juga sebagai pemilik Angkringan Dua Ceret



Angkringan Dalu



Wawancara dengan Mas Tio selaku pemilik Angkringan Dalu



Wawancara dengan Mas Azmi sebagai orang yang bekerja di Angkringan Dalu

BIODATA PENULIS



Data Pribadi

Nama : Muhammad Fahrezy Kautsar
NIM : E20182252
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 07 Januari 1999
Alamat : Jl. Pb. Sudirman RT. 01 RW II Link. Pagah,
Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember
Jenis Kelamin : Laki-laki
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Perguruan Tinggi : UIN KHAS Jember
Alamat : Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember 68136,
Jawa Timur.
Agama : Islam
Kewarganegaraan : WNI
No. Telepon : 0895630889743
Alamat Email : fahrezykautsar@gmail.com

