

**ANALISIS INOVASI PRODUK PAKAIAN UNTUK
MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING PADA USAHA
PENJAHIT PAKAIAN DI DESA SUKOWONO KECAMATAN
SUKOWONO KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI



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

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2022**

**ANALISIS INOVASI PRODUK PAKAIAN UNTUK
MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING PADA USAHA
PENJAHIT PAKAIAN DI DESA SUKOWONO KECAMATAN
SUKOWONO KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh:

Siti Daimatus Sholehah

NIM: E20182233

Pembimbing:

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

Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si

NIP. 197509052005012003

**ANALISIS INOVASI PRODUK PAKAIAN UNTUK
MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING PADA USAHA
PENJAHIT PAKAIAN DI DESA SUKOWONO KECAMATAN
SUKOWONO KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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

Hari : Rabu
Tanggal : 29 Juni 2022

Tim Penguji

Ketua





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

Sekretaris



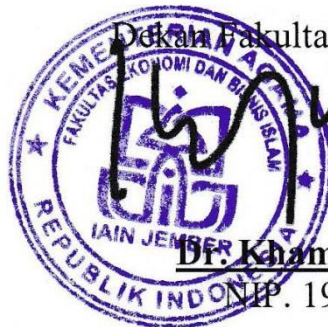
Siti Indah Purwaning Y, S.Si., MM
NIP. 198509152019032005

Anggota :

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM ()
2. Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si ()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




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

MOTTO

وَاتَّقُوا يَوْمًا لَا تَجْزِي نَفْسٌ عَنْ نَفْسٍ شَيْئًا وَلَا يُقْبَلُ مِنْهَا شَفَعَةٌ وَلَا يُؤْخَذُ مِنْهَا
عَدْلٌ وَلَا هُمْ يُنصَرُونَ ﴿٤٨﴾

Artinya: Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”(Al-Baqarah: 48)¹



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

¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah (Bandung: PT Al-Qosbah Karya Indonesia, 2021), 23.

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dan bagi Rasul Nabi Muhammad SAW, semoga skripsi ini dapat Ridho di sisi-Nya dan sebagai tanda terima kasih, saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Surahmat dan Ibu Sakdiya yang tidak henti-hentinya mendoakan, mendukung, dan motivasi ketika mulai putus asa, dan selalu mendukung dari awal kuliah hingga saat ini.
2. Untuk seluruh keluarga yang sangat saya sayangi dan cintai, terima kasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan kepada saya. Terima kasih juga atas segala dukungan baik secara moral, materil dan finansial yang selalu diberikan kepada saya sehingga dapat menempuh kuliah dengan baik dan lancar.
3. Almamater Tercinta UIN KHAS Jember, terimakasih karena telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini.
4. Seluruh Guru sekolah mulai SD sampai MA, Guru Mengaji dan Dosen yang telah memberikan ilmu bermanfaat.
5. Untuk sahabat-sahabatku Fira Wardani, Arifatul Khoiriyah, Sri Wahyuni, dan seluruh teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih telah memberi semangat serta doa sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-temanku Ekonomi Syariah 5 angkatan 2018 tercinta yang saling memberikan dukungan dan saling memotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah SWT sang penguasa Alam Semesta. Semoga shalawat serta keselamatan tercurahkan selalu kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat – sahabatnya. Sungguh atas nikmat dan anugerahNya sehingga dapat terselesaikan skripsi dengan judul *“Analisis Inovasi Produk Pakaian Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian Di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember”*.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM. selaku Rektor UIN KHAS Jember dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberi fasilitas yang memadai selama kuliah.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M.,Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember sekaligus Dosen Penasihat Akademik (DPA).
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak M.F Hidayatullah, S.H.I.,M.S.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.

5. Ibu Dr. Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, mengarahkan serta memberikan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberi ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya.
7. Semua pihak khususnya pemilik usaha jahit, seluruh karyawan dan pelanggan yang berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan terutama saya sendiri.

Jember, 10 Juni 2022

Penulis,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
Siti Daimatus Sholehah
NIM. E20182233

ABSTRAK

Siti Daimatus Sholehah, Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si, 2022: *Analisis Inovasi Produk Pakaian Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian Di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember*

Menghadapi persaingan yang semakin ketat perusahaan dituntut untuk mengerti dan memahami dinamika perubahan yang terjadi. Dalam mempertahankan keberlangsungan hidup usaha karena produk yang ada telah mengalami perubahan kebutuhan dan selera konsumen. Maka produk yang ditawarkan haruslah bervariasi dan memiliki keunikan. Inovasi produk merupakan kunci dari sebuah kesuksesan usaha yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing. Dengan keunggulan bersaing dari berbagai aktivitas sebuah usaha dimaksudkan mendukung penciptaan kinerja perusahaan yang memiliki biaya rendah serta perbedaan dengan pesaingnya.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini: 1. Bagaimana inovasi produk pada usaha penjahit pakaian ? 2. Bagaimana mencapai keunggulan bersaing pada usaha penjahit pakaian ?

Tujuan dari penelitian ini: 1. Mendeskripsikan inovasi produk pakaian pada usaha penjahit pakaian. 2. Mendeskripsikan strategi mencapai keunggulan bersaing yang dilakukan pada usaha penjahit pakaian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan dan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan subyek penelitian menggunakan *purposive* dan metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, untuk menguji keabsahan data dan peneliti menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. Inovasi produk pada usaha penjahit pakaian. Dalam melakukan inovasi produk pakaian usaha penjahit harus memperhatikan bagaimana konsumen merasa nyaman dalam pelayanan dan bisa memenuhi setiap keinginan dari konsumennya. Dengan beberapa indikator dari inovasi produk pakaian yaitu: kualitas produk, fitur atau varian produk dan desain dan rancangan produk. Pemilik usaha jahit sudah melakukan inovasi produk pakaian mereka dengan baik serta mengikuti pada perkembangan zaman. 2. Keunggulan bersaing pada usaha penjahit pakaian. Dalam mencapai keunggulan bersaing usaha, pemilik jasa jahit harus memiliki strategi yang dapat menarik perhatian konsumen serta dapat bertahan dengan usaha serupa. Pemilik usaha jahit sudah mencapai keunggulan bersaing dengan melakukan beberapa strategi yaitu: keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Selain itu, untuk menjadi unggul dengan yang lain usaha jasa jahit ini memanfaatkan kerja sama dengan sebuah pondok pesantren yang ada di Jember.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Keunggulan bersaing

ABSTRACT

Siti Daimatus Sholehah, Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si, 2022: *Analysis of Clothing Product Innovations to Achieve Competitive Advantage in the Tailoring Business in Sukowono Village, Sukowono District, Jember Regency*

Facing increasingly fierce competition, companies are required to understand and understand the dynamics of changes that occur. In maintaining business continuity because existing products have experienced changes in consumer needs and tastes. So the products offered must be varied and unique. Product innovation is the key to a business success that can be used as a competitive advantage. With the competitive advantage of various activities, a business is intended to support the creation of a company's performance that has low costs and is different from its competitors.

The focus of the research examined in this thesis: 1. How is product innovation in the tailoring business? 2. How to achieve competitive advantage in the tailoring business?

The aims of this study: 1. To describe the innovation of clothing products in the tailoring business. 2. The strategy to achieve competitive advantage is carried out in the tailoring business.

The method used in this research is a descriptive qualitative approach with research subjects using purposive and data collection methods by observation, interviews and documentation. While the data analysis used was descriptive analysis, to test the validity of the data and the researchers used source triangulation.

The results of the research in this study are as follows: 1. Product innovation in the tailoring business. In innovating clothing products, tailors must pay attention to how consumers feel comfortable in service and can fulfill every desire of their consumers. With several indicators of clothing product innovation, namely: product quality, product features or variants and product design and design. Sewing business owners have innovated their clothing products well and kept up with the times. 2. Competitive advantage in the tailoring business. In achieving business competitive advantage, sewing service owners must have a strategy that can attract the attention of consumers and can survive with similar businesses. Sewing business owners have achieved competitive advantage by implementing several strategies, namely: cost advantage, differentiation and focus. In addition, to be superior to others, this sewing service business utilizes cooperation with an Islamic boarding school in Jember.

Keywords: Product Innovation, Competitive advantage

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
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	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori.....	26
1. Inovasi Produk.....	26
2. Keunggulan Bersaing	33
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi Penelitian	43
C. Subyek Penelitian	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Teknik Analisis Data	47
F. Keabsahan Data.....	49

G. Tahapan Tahapan Penelitian	50
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	52
A. Gambaran Objek Penelitian	52
B. Penyajian Data dan Analisis Data	54
1. Inovasi Produk Pada Usaha Penjahit Pakaian	54
2. Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian.....	60
C. Pembahasan Temuan.....	65
1. Inovasi Produk Pada Usaha Penjahit Pakaian	65
2. Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian.....	67
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Lampiran 1: Matrik Penelitian	
Lampiran 2: Pernyataan Keaslian Penelitian	
Lampiran 3: Surat Izin Penelitian	
Lampiran 4: Surat Selesai Penelitian	
Lampiran 5: Pedoman Penelitian	
Lampiran 6: Jurnal Kegiatan Penelitian	
Lampiran 7: Dokumentasi	
Lampiran 8: Biodata Penulis	

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

DAFTAR TABEL

	Hal
1.1 Usaha-Usaha Jahit di Kelurahan Sukowono	5
1.2 Daftar Harga Usaha Jahit Ainur	6
1.3 Daftar Harga Usaha Jahit Rahman	6
1.4 Perhitungan Jumlah Order Jahit Ibu Ainur per-Bulan	7
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	23



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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan sehingga perusahaan dituntut untuk dapat mengerti dan memahami dinamika atau perubahan yang terjadi di pasar khususnya yang terkait dengan langkah-langkah inovasi yang harus dilakukan agar dapat menjawab perubahan pasar dan kebutuhan dan juga keinginan konsumen, serta dalam upaya untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Inovasi yang dilakukan oleh perusahaan, melalui penciptaan produk baru dan berbeda dari produk yang telah ada atau melakukan perbaikan-perbaikan dari produk yang telah ada. Tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Oleh sebab itu melalui inovasi produk dapat meningkatkan penjualan, laba, dan keunggulan kompetitif perusahaan.²

Dari berbagai macam inovasi yang ada, yang sering dilakukan salah satunya adalah pengembangan produk dimana pengembangan produk merupakan sebuah proses inovasi produk yang ada di dalam perusahaan. Melalui perencanaan dan pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dengan penggunaan strategi pemasaran yang tepat diharapkan

² Victor Ringhard Pattipeilohy, "Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)", *Jurnal Maneksi*, 1, (2018), 67

menghasilkan inovasi-inovasi produk yang mampu memberikan daya saing bagi perusahaan. Oleh karena itu untuk menghadapi persaingan usaha, pelaku usaha harus lebih memperhatikan konsumen, karena perubahan selera yang terjadi pada konsumen selalu berubah-ubah setiap harinya.³

Inovasi bagi perusahaan sebagai segala usaha yang dilakukan untuk membuat perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien, sehingga menghasilkan produk yang lebih baik dari pesaing dan dapat dijual dengan harga yang lebih kompetitif. Inovasi tersebut harus mampu membuat produk yang berbeda dimata konsumen, sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan dengan produk pesaing.⁴

Menghadapi persaingan yang ketat maka perusahaan juga harus menciptakan keunggulan bersaing yang merupakan strategi yang menguntungkan bagi perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Keunggulan bersaing dapat dicapai apabila perusahaan mampu memberikan nilai yang lebih kepada pelanggan dari apa yang diberikan oleh pesaingnya. Keunggulan bersaing dapat berasal dari berbagai aktivitas perusahaan seperti dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya dan diarahkan guna

³ Felicia Andreina Purnomo, "Inovasi Produk Baju Anak Perempuan Bonne Chance", *Agora*, 1, (2018)

⁴ Harun Al Rasyid "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan", *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 1, (Maret, 2018), 40

mendukung penciptaan kinerja perusahaan yang berbiaya rendah dan memiliki perbedaan (*diferensiasi*) dengan perusahaan lain.⁵

Secara umum kebutuhan manusia pada kebutuhan pokok terbagi menjadi tiga yaitu, sadang, pangan dan papan.⁶ Sadang yang berarti pakaian, dimana kebutuhan ini akan sangat mempengaruhi aktivitas seseorang dalam menjalani hidupnya. Oleh karena itu pakaian berfungsi sebagai pelindung dan penutup tubuh manusia. Pakaian bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan pokok melainkan bagian penting dari seseorang untuk menunjang penampilannya agar terlihat lebih modis dan percaya diri. Selain itu, sebagian orang sering menyukai model pakaian yang ada di toko baju namun ukurannya tidak ada yang pas, sebagian orang juga tidak mau jika menggunakan pakaian yang banyak dipakai orang lain. Hal ini menjadi peluang bisnis bagi usaha penjahit dikarenakan masih banyak yang mencari jasa jahit untuk bisa mengerjakan pakaian yang sesuai dengan ukuran dan keinginan mereka.

Persaingan pada usaha penjahit semakin ketat karena hadirnya usaha-usaha sejenis mengambil persaingan melalui perang harga dan model baju yang cukup bervariasi. Baju dengan model yang sesuai dengan keinginan dengan kualitas yang bagus, sesuai bentuk dan ukuran tubuh tidak mudah didapatkan, karena tidak semua toko menyediakannya.⁷ Alternatif lain untuk

⁵ Linda Maryani, "Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion", *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 1, (April, 2019), 50

⁶ Atidira Dwi Hanani, "Analisis Potensi Bahaya Lingkungan Kerja Pada Usaha Penjahit Y di Kota Palembang, 3, *Syntax Idea*, (Februari, 2021), 238

⁷ Elsara Rizky Wulansari, "Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Modiste Omah Jahit Dyah Wahyu Di Kecamatan Magelang Selatan", (Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2019), 2

mendapatkan baju sesuai dengan keinginan yaitu dengan menggunakan jasa jahit. Usaha penjahit merupakan industri rumahan yang masih banyak diminati oleh masyarakat karena bisa mendapatkan baju yang sesuai dengan keinginannya. Oleh karena itu, untuk menarik minat masyarakat menggunakan jasa penjahit. Usaha penjahit harus selalu mengikuti perkembangan fashion dan mode saat ini, karena konsumen lebih menyukai model yang kekinian.

Dengan berkembangnya suatu bidang usaha pasti akan banyak usaha sejenis yang bermunculan, hal ini terjadi juga pada usaha penjahit.⁸ Usaha penjahit yang bermunculan di Kelurahan Sukowono ada 10 usaha penjahit, lebih banyak di bandingkan di Kelurahan Balet Baru sebanyak 6 usaha penjahit, Kelurahan Sumber Wiringin 4 usaha penjahit. Jadi Kelurahan Sukowono memiliki usaha penjahit terbanyak di bandingkan di Kelurahan lainnya. Selain itu, di Kelurahan Sukowono usaha penjahit memiliki karyawan yang tidak terampil dalam bidangnya atau tidak memiliki skill menjahit sebelumnya. Sedangkan di Kelurahan Balet Bfaru, usaha disana memiliki karyawan yang mempunyai skill atau profesional dalam bidangnya. Bahkan dari beberapa usaha penjahit ini tidak memiliki karyawan. Meskipun usaha penjahit di Kelurahan Sukowono mempunyai SDM yang tidak terampil dalam bidangnya, namun pesanan yang diterima terus mengalami peningkatan setiap bulannya.

⁸ Imas Fatimah Hasnatika, "Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM "Duren Kamu Pasti Kembali" di Kota Serang", *Jurnal Riset Bisnis dan Invertasi*, 3, (Desember, 2018), 3

Tabel 1.1
Usaha-usaha Jahit di Kelurahan Sukowono

No	Nama
1.	Usaha Jahit Rahman
2.	Usaha Jahit Rifah
3.	Usaha Jahit Ridho
4.	Usaha Jahit Ainur
5.	Usaha Jahit Dares
6.	Usaha Jahit Sri
7.	Usaha Jahit Faizeh
8.	Usaha Jahit Kud
9.	Usaha Jahit Wiwid
10.	Usaha Jahit Taufik

Sumber: data diolah dari hasil observasi dan wawancara tahun 2022

Dari 10 usaha penjahit yang ada di Sukowono hanya 1 usaha yang melakukan inovasi pada produknya. Penjahit Ibu Ainur di Sukowono melakukan inovasi produk untuk mengatasi persaingan yang semakin ketat dengan memberikan inovasi produk pada kualitas jahitan yang bagus dan model yang lebih bervariasi. Untuk menciptakan produk baru seperti pada model pakaian usaha penjahit Ibu Ainur memanfaatkan perkembangan teknologi dengan mencari referensi model baju melalui internet dan media sosial. Dengan internet dan media sosial banyak sekali referensi yang di dapat oleh penjahit hingga bisa belajar model pakaian yang tidak bisa dikuasai sebelumnya. Usaha penjahit juga harus lebih peka pada permintaan konsumen yang semakin lama semakin kompleks dimana penjahit harus mengikuti perkembangan fashion yang sedang *trend* saat ini. Oleh karena itu permintaan

akan jasa jahit di Ibu Ainur ini akan meningkat pada acara-acara tertentu dan pada hari-hari besar seperti hari raya idul fitri.⁹

Tabel 1.2
Daftar Harga Usaha Jahit Ainur

Nama	Harga
Seragam TK	50.000
Seragam SD	65.000
Seragam SMP	70.000
Seragam SMA	75.000

Sumber: diolah dari hasil wawancara

Tabel 1.3
Daftar Harga Usaha jahit Rahman

Nama	Haga
Seragam TK	75.000
Seragam SD	90.000
Seragam SMP	95.000
Seragam SMA	100.000

Sumber: diolah dari hasil wawancara

Hadirnya usaha-usaha sejenis mengambil persaingan melalui perang harga. Maka Ibu Ainur memberikan keunggulan biaya atau ongkos pesanan yang relatif lebih murah di dibandingkan dengan pesaingnya. Berdasarkan informasi yang didapat saat wawancara dengan pemilik usaha penjahit, beberapa pelanggan yang tadinya menggunakan jasa dari penjahit lain kemudian beralih menggunakan jasa penjahit Ibu Ainur. Faktor pendorong beralihnya pelanggan tersebut karena ongkos atau biaya jahit yang lebih terjangkau, penjahit memberi harga seragam dengan harga rata-rata Rp 50.000-Rp 75.000 per-pcs sedangkan pada penjahit lain dengan harga rata-rata Rp 75.000-Rp 100.000 per-pcs. Jadi faktor pendorong beralihnya konsumen ke penjahit Ibu Ainur karena penetapan harga yang cukup

⁹ Ainur Rohmah, *hasil wawancara*, 12 April 2022

terjangkau, kualitas jahitan yang bagus dan rapi serta ketepatan waktu dalam menyelesaikan baju yang dipesan.¹⁰

Tabel 1.4
Perhitungan Jumlah Order Jahit di Usaha Jahit Ainur per-Bulan

No	Bulan	Jumlah
1.	Juli	150
2.	Agustus	196
3.	September	489
4.	Oktober	500
5.	November	345
6.	Desember	245
7.	Januari	245
8.	Februari	245
9.	Maret	300
10.	April	1000
11.	Mei	500
12.	Juni	450

Sumber: diolah dari hasil wawancara

Dengan bertambahnya pesanan maka mengalami peningkatan jumlah pesanan setiap bulan-pun. Rata-rata setiap bulannya usaha penjahit Ibu Ainur memiliki pesanan baju 100-300 baju yang akan dijahit. Akan mengalami lonjakan yang signifikan pada hari-hari tertentu hingga mencapai 1000 pesanan. Hal ini karena tempat usaha penjahit Ibu Ainur menghasilkan produk yang terbilang tidak semua tempat usaha yang sejenis dapat memenuhi setiap dari keinginan konsumen serta usaha penjahit ini sedang melakukan kerja sama berkelanjutan dengan sebuah pondok pesantren yang ada di Jember untuk memenuhi kebutuhan seragam para santrinya.¹¹

¹⁰ Ainur Rohmah, *hasil wawancara*, 13 April 2022

¹¹ Ainur Rohmah, *hasil wawancara*, 13 April 2022

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Analisis Inovasi Produk Pakaian Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian Di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember”

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana inovasi produk pada usaha penjahit pakaian?
2. Bagaimana mencapai keunggulan bersaing pada usaha penjahit pakaian?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan inovasi produk pakaian pada usaha penjahit pakaian
2. Untuk mendeskripsikan strategi mencapai keunggulan bersaing yang dilakukan pada usaha penjahit pakaian

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan memberikan pengetahuan terhadap suatu masalah yang akan diteliti yaitu mengenai analisis inovasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing pada usaha penjahit pakaian, Serta dapat dijadikan sumber referensi dalam melakukan penelitian di bidang usaha menjahit.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman peneliti serta sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar sarjana.

b. Bagi Pemilik Usaha

Sebagai masukan bagi pemilik usaha jahit agar meningkatkan kualitas produk dan jasa jahitnya agar pelanggan lebih puas dan tetap setia menggunakan jasa jahit.

c. Bagi UIN KHAS Jember

Sebagai salah satu bahan untuk menambah bahan referensi bacaan bagi mahasiswa Universitas Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember pada umumnya, khususnya kajian ilmu bagi para mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah mengenai manajemen pemasaran khususnya inovasi produk dan keunggulan bersaing pada usaha.

E. Definisi Istilah

1. Usaha Penjahit

Penjahit adalah orang yang menjahit pakaian seperti jas, kaos, gaun, gamis, kemeja, celana dan rok untuk laki-laki maupun perempuan. Untuk dapat menjahit pakaian diperlukan tenaga tangan atau dengan mesin jahit agar bisa melakukannya. Penjahit merupakan pekerjaan yang terlatih bertugas merancang berbagai macam pakaian untuk pelanggan yang berbeda-beda.

Usaha penjahit merupakan usaha jasa untuk meningkatkan nilai tambah dari barang tekstil menjadi pakaian yang dirancang sesuai dengan keinginan pelanggan. Usaha ini biasanya mengerjakan pakaian pria dan wanita mulai dari pakaian anak-anak hingga dewasa. Usaha ini termasuk dalam usaha perseorangan melihat dari sisi pembuatan pakaian yang akan di buat, diselesaikan secara utuh terlebih dahulu setiap satu *pieces* sebelum membuat pakaian yang lainnya. Dimana struktur organisasi usaha ini bergantung pada kapasitas usaha dengan sistem setiap produksi *make to order* (memproduksi karena ada atau berdasarkan pada pemesanan).¹²

2. Inovasi Produk

Inovasi Produk adalah suatu usaha yang dijalankan perusahaan untuk menciptakan produk baru yang bertujuan untuk menyesuaikan dengan selera konsumen dan dapat meningkatkan penjualan. Tujuan inovasi produk untuk mempertahankan keberlangsungan usaha karena barang dan layanan yang ditawarkan konsumen kian bervariasi dengan segala kelebihan dan kecanggihannya. Maka dari itu dituntut selalu memenuhi keinginan dan selera konsumen yang kian beragam.

3. Keunggulan Bersaing

Keunggulan kompetitif adalah jantung dari kinerja suatu usaha dalam pasar yang bersaing dan berasal dari banyak aktifitas usaha seperti kegiatan desain, memproduksi, memasarkan hingga kegiatan pendukung

¹² Satria Ahmadi, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Tempat Usaha Menjahit di Medan Menggunakan Metode Multi Objective Optimization On The Basis Of Ratio Analysis (MOORA)", *Majalah Ilmiah INTI*, 6, (03 Juli 2019), 319

paska pembelian.¹³ Keunggulan bersaing merupakan keunggulan atas pesaing yang di dapat dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan banyak manfaat sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi. Porter mengklasifikasikan strategi keunggulan bersaing dalam tiga kategori, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Keunggulan kompetitif secara tidak langsung menyatakan penciptaan sebuah sistem yang memiliki sebuah keunggulan yang berbeda dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing bisa tercapai melalui diferensiasi, biaya rendah dan respons.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan struktur pembahasan penelitian yang akan dilaksanakan, berisi alur penulisan skripsi menyangkut hubungan antara urutan suatu bab pembahasan dengan bab lainnya dan antara sub-bab pembahasan dengan sub-bab pembahasan lainnya. Maka alur penulisan skripsi yang dimaksudkan dalam sistematika pembahasan ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan awal dalam penulisan skripsi yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, definisi istilah, serta sistematika pembahasan.

¹³ Miguna Astuti, *Book Chapter: Keunggulan Kompetitif UMKM Naik Kelas*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 3

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

Bab ini berisikan tentang kajian terdahulu yang meliputi 10 hasil penelitian terdahulu yang akan dilakukan dan kajian teori yang meliputi pembahasan mengenai inovasi produk dan keunggulan bersaing.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan analisis data serta tahapan-tahapan selama penelitian dilakukan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan yang akan menjelaskan tentang hasil-hasil dari penelitian yang meliputi tentang bagaimana inovasi produk pakaian pada usaha penjahit pakaian dan bagaimana strategi yang dilakukan untuk mencapai keunggulan bersaing pada usaha penjahit pakaian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang berisi pemaparan berdasarkan data yang diperoleh dan analisis yang dilakukan untuk jawaban atas pokok masalah dari penelitian yang akan dilakukan. Saran berisikan pemikiran dari penyusun dengan harapan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

1. **Laurensius Satria Adhi Prasetyo, 2017, “Inovasi Sebagai Strategi Pengembangan Usaha dan Bersaing Globa (Studi Kasus Pada UMKM Batik Tulis di Desa Tancep, Trembono dan Desa Djarum, Bayat Gunung Kidul)”**

Hasilnya dari penelitian ini menunjukkan inovasi pada *brand* tidak di pakai dalam UMKM, dari total 20 UMKM belum ada yang memiliki *brand* sendiri dan diakui oleh pemerintah. Inovasi pada *networking* tidak terjadi karena pada setiap UMKM tidak ada pertemuan dan perkumpulan para seniman batik yang berfungsi seperti tempat untuk bertukar pikiran. Dari inovasi yang dipakai UMKM dalam mengembangkan sebuah ide pada usahanya hanya ada 6 UMKM yang menjadikan inovasi sebagai strategi secara global rata-rata yang menggunakan inovasi sebagai strategi bersaing secara global adalah juragan-juragan besar yang ada di Desa Tancep. Beberapa diantaranya hanya menjadikan inovasi untuk mengembangkan usahanya sendiri. Kendala yang di hadapi UMKM yang belum bisa bersaing secara global antara lain: modal dan kurangnya pengetahuan teknologi seperti penjualan melalui media online dan sosial media lainnya.¹⁴

¹⁴ Laurensius Satria Adhi Prasetyo, “Inovasi Sebagai Strategi Pengembangan Usaha dan Bersaing Global (Studi Kasus Pada UMKM Batik Tulis di Desa Tancep, Trembono dan Desa Djarum, Bayat Gunung Kidul)”, (Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017)

Persamaan penelitian pada pembahasan inovasi pada produk yang dilakukan di harapkan mampu bersaing dengan produk lain. Hal ini karena persaingan pasar yang ketat membuat setiap UMKM yang ada harus terus berupaya menciptakan inovasi-inovasi yang mampu memimpin pasar. Perbedaan penelitian pada dilakukan pada kelompok pengerajin batik sedangkan peneliti pada usaha menjahit pakaian dan lebih terfokus pada model dan ongkos pakaian serta pelayanan yang dilakukan oleh penjahit.

2. Victor Ringhard Parripeilohy, 2018, “Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)”

Hasil penelitian ini menunjukkan inovasi produk yang tercermin melalui pengembangan produk dengan penyediaan lauk dan sayuran dalam berbagai jenis dan rasa mampu meningkatkan kinerja pemasaran melalui peningkatan jumlah penjualan nasi kuning. Keunggulan Bersaing yang tercermin melalui kondisi keuangan yang baik dan kualitas dan rasa produk yang lebih unggul mampu meningkatkan penjualan nasi kuning atau kinerja pemasaran usaha nasi kuning.¹⁵

Persamaan penelitian pada pembahasan persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis menuntut perusahaan untuk dapat memahami dan mengerti dinamika atau perubahan yang terjadi di pasar khususnya

¹⁵ Victor Ringhard Pattipeilohy, “Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing: Pengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning Di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)”, *Jurnal Maneksi*, 1, (2018)

melalui penciptaan inovasi produk yang telah ada dengan melakukan perbaikan sehingga bisa dijadikan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Perbedaan penelitian pada UMKM di bidang kuliner seperti usaha nasi kuning sedangkan peneliti di bidang jasa yaitu usaha menjahit pakaian

3. Rika Devi Kurniasih, 2018, “Pengaruh Inovasi Produk, Keativitas Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Enceng Gondok”

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah inovasi produk, dimana inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya faktor kedua yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah kreativitas yang mana berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Faktor ketiga yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah kualitas dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan, dimana kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembeli. Hal ini karena pembeli lebih menyukai produk dengan fitur yang menarik dan inovatif sehingga perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa inovasi produk, kreativitas, dan kualitas sama-sama memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hal ini karena untuk mencapai keunggulan dalam persaingan pada usaha sejenis produk yang dihasilkan oleh pengrajin harus memiliki kualitas produk, memiliki fitur

yang menarik, melakukan pengembangan dan penciptaan pada produk sehingga mempunyai keunggulan bersaing.¹⁶

Persamaan penelitian pada membahas inovasi produk yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada sebuah bisnis. Perbedaan penelitian pada jenis penelitian yang menggunakan kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif deskriptif.

4. Widyanti Sumili, 2018, “Tinjauan Mengenai Inovasi Produk Pada PT. Soka Cipta Niaga Bandung Tahun 2018”

Hasil dari penelitian ini menunjukkan inovasi yang di tawakan oleh PT. Soka Cipta Niaga Bandung sangat beragam baik dari segi varian produk dengan berbagai motif serta ukuran seperti kaos kaki dengan ukuran s, m, l, dan xl. Dengan peningkatan kualitas produk dengan melakukan pengontrolan serta pemilihan bahan kaos kaki yang anti licin, bakteri, detail jahitan, dan gaya produk yang beragam seperti: soka wudhu, yasa printing, inear, handsock, legging wudhu dan desain yang sesuai dengan *trend* di pasar. Dengan melakukan inovasi produk diharapkan akan menarik minat konsumen dengan produk yang dihasilkan dan meningkatkan penjualan setiap tahunnya. Inovasi yang dilakukan perusahaan secara terus-menerus diharapkan menjadikan PT.

¹⁶ Rika Devi Kurniasih, “Pengaruh Inovasi Produk, Keativitas Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Enceng Gondok “Akar””, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, (2018)

Soka Cipta Niaga Bandung sebagai perusahaan kaos kaki pilihan konsumen nomer 1 yang memiliki nilai kompetitif.¹⁷

Persamaan penelitian pada pembahasan inovasi produk dimana peneliti berusaha menciptakan sebuah inovasi produk usaha untuk meningkatkan strategi pemasaran, yang bertujuan agar konsumen tidak bosan dengan produk yang ditawarkan serta sebagai keunggulan bersaing perusahaan. Perbedaan penelitian pada fokus yang dilakukan di PT. Soka Cipta Niaga sedangkan yang dilakukan oleh peneliti pada usaha penjahit pakaian.

5. Rinda Jayanti, 2018, “Analisis Proses Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Produk Bestcow di Ajung Kabupaten Jember”

Hasil penelitian ini menunjukkan proses pengembangan produk Bestcow Farm dengan mengeluarkan susu murni langsung minum dengan meminta pendapat dan penilaian dari para karyawan serta melakukan kerja sama dengan pihak penyelenggara pameran baik di Jember maupun di luar kota. Keunggulan bersaing pada Bestcow Farm melalui keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus dari keduanya agar bisa bersaing dengan yang lain.¹⁸

Persamaan penelitian pada pembahasan keunggulan bersaing pada pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan agar

¹⁷ Widyanti Sumili, “Tinjauan Mengenai Inovasi Produk Pada PT. Soka Cipta Niaga Bandung Tahun 2018”, *e-Proceeding of Applied Science (ISSN)*, 3, (2018)

¹⁸ Rinda Jayanti, “Analisis Proses Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Produk Bestcow di Ajung Kabupaten Jember”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember, 2018)

mampu bersaing dengan usaha yang sejenis. Perbedaan penelitian pada perusahaan peternakan Bestcow Farm dengan fokus masalah pada produk unggulan mereka yakni susu murni. Sedangkan peneliti pada jasa penjahit dengan produk pakaian mereka yang beragam.

6. Ani Susilowati, 2020, “Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan Analisis Swot dan Metode QSPM (Studi Kasus Murbay Konveksi)”

Hasil penelitian pada usaha konveksi yakni Murbay Konveksi menghasilkan produk yang beragam mulai dari celana, seragam sekolah, almamater, PHD, hingga produksi masker serta melayani sablon. Dengan metode analisis swot menunjukkan posisi Murbay Konveksi mampu memanfaatkan kekuatan dan mengantisipasi kelemahan internal serta memiliki strategi efektif untuk memanfaatkan peluang dan meminimalisir ancaman dan dari perhitungan metode QSPM Murbay konveksi membutuhkan strategi intensifikasi untuk peningkatan variasi produk dan menciptakan keunggulan bersaing.¹⁹

Persamaan penelitian pada objek penelitian menggunakan keunggulan bersaing sebagai strategi benefit suatu usaha yang melakukan kerja sama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dan jenis penelitian sama menggunakan deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian pada fokus masalah yang dilakukan penelitian terdahulu terfokus pada strategi keunggulan bersaing dari murbay konveksi

¹⁹ Ani Susilowati, “Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan Analisis Swot dan Metode QSPM (Studi Kasus Murbay Konveksi)”, 3, *Jurnal Syntax Admiration*, (2020)

sedangkan peneliti terfokus pada inovasi produk pakaian dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

7. Veronica Kusdiartini, 2020, “Kontribusi Keputusan Operasi Dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Biaya Rendah (Low Cost) Pada Monika Collection Semarang”

Hasil penelitian ini adalah pengembangan produk pada Monica Collection Semarang salah satunya adalah produk bantal dan guling bayi. Inovasi yang dilakukan pada produk bantal dan guling bayi yaitu desain (corak, warna), model seperti bantal leher menyusui bayi, bantal dot susu bayi serta guling dengan berbagai karakter. Ide tersebut berasal dari faktor eksternal yaitu keluhan dan masukan dari konsumen, artinya adanya kesadaran untuk terus mengikuti perubahan dari selera para konsumen. Hal ini dilakukan untuk terus dapat bertahan dengan cara terus mengembangkan produk baru terutama sumber ide pengembangan produk dari konsumen. Pengendalian kualitas ditemukan bahwa cacat produk yang dihasilkan pada produk gendong samping pada perusahaan Monica Collection melebihi batas toleransi yang telah ditetapkan oleh perusahaan.²⁰

Persamaan penelitian pada fokus masalah yakni keunggulan produksi dengan biaya rendah, artinya menjual dengan harga yang lebih rendah dari kompetitor. Hal ini dipilih karena perusahaan menetapkan strategi harga yang kompetitif. Perbedaan penelitian di lakukan pada

²⁰ Veronica Kusdiartini, “Kontribusi Keputusan Operasi Dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Biaya Rendah (*Low Cost*) Pada Monika Collection Semarang”, *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan*, 1, (2020)

konveksi Monica Collection sedangkan peneliti pada usaha penjahit rumahan.

8. Zaki Muttaqi Abdurrahman, 2020, “Pengaruh Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Batik di Yogyakarta”

Hasil penelitian tersebut 1) jika UMKM Batik melakukan inovasi incremental terhadap produknya maka akan ada sesuatu yang unik dan berbeda yang akan meningkatkan keunggulan bersaing, 2) jika UMKM Batik melakukan inovasi radikal maka akan meningkatkan keunggulan bersaing, apalagi inovasi radikal ini dapat dilakukan dengan skala besar, 3) jika UMKM Batik akan mendapatkan keuntungan, jika melakukan inovasi incremental dan inovasi radikal, yaitu dengan menunjukkan hasil produk yang berbeda dan unik dari pesaingnya, sehingga akan meningkatkan keunggulan bersaing. Karena suatu proses inovasi itu sendiri akan sangat berpengaruh pada keunggulan bersaing perusahaan. Setiap perusahaan pasti akan melakukan penilaian pada para pelanggannya mengenai hasil produk yang mereka keluarkan supaya dapat mengetahui apa kekurangan dan kelebihan maupun peluang dari setiap produk yang dikeluarkan, sehingga mereka dapat mengetahui apa yang harus dianalisis dari proses bisnis sebelumnya. Setelah evaluasi dilakukan, diharapkan perusahaan untuk termotivasi untuk melakukan inovasi agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan.²¹

²¹ Zaki Muttaqi Abdurrahman, “Pengaruh Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Batik di Yogyakarta”, (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2020)

Persamaan penelitian sama sama menggunakan objek penelitian inovasi produk dan keunggulan bersaing pada sebuah usaha. Perbedaan penelitian pada subjek penelitian dilakukan pada UMKM Batik di Yogyakarta dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan peneliti di UKM jasa penjahit dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

9. Dini Aulia Syahfitri, 2020, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing (Studi Pada Pelanggan Tix.id di Yogyakarta)”

Hasil dari penelitian ini 1) kualitas pelayanan pada pelanggan Tix id di Yogyakarta berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, ada dua cara yang dapat meningkatkan kualitas pelayana atau produk. *Pertama*, dengan kualitas produk dan pelayanan bagi peningkatan profit melalui harga mahal yang telah ditentukan. *Kedua*, peningkatan kualitas yang terus meningkat akan memberikan peluang kepada perusahaan untuk melakukan ekspansi. 2) Promosi pada pelanggan Tix id di Yogyakarta berpengaruh positif. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan jumlah pelanggan yang signifikan pada Tix id di Yogyakarta karena pengaruh promosi yang dilakukan oleh perusahaan semakin baik, dengan begitu dapat mencapai keunggulan bersaing. 3) Citra perusahaan Tix id di Yogyakarta berpengaruh positif pada pelanggan, dengan semakin baik citra perusahaan dimata para pelanggan maka akan semakin baik pula respon pembeli pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan hingga

mampu bersaing dalam jangka waktu pendek maupun panjang yang akan menjadi pembeda dari perusahaan lainnya.²²

Persamaan penelitian sama sama membahas bagaimana menghadapi persaingan antar perusahaan dengan terus berupaya untuk menciptakan inovasi produk yang tujuannya meraih minat konsumen, sehingga perusahaan dapat memenangkan kompetisi dengan perusahaan lain. Perbedaan penelitian pada tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi serta citra perusahaan terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan peneliti mendeskripsikan inovasi produk pakaian pada usaha penjahit pakaian untuk mencapai keunggulan bersaing.

10. Lia Ibniwasum, 2020, “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Sheren Hijab Bengkulu”

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan Sheren Hijab mengalami penurunan pada tahun 2017 karena konsumen bosan dengan produk yang dikeluarkan, sehingga pada tahun 2018 Sheren Hijab melakukan inovasi produk dengan selalu mengikuti *up to date* mode hijab yang sedang berlangsung. Melalui bahan premium dengan kualitas terbaik yang menjadi keunggulan Sheren Hijab yang menjadi salah satu ciri khas. Dengan inovasi produk yang dilakukan mampu meningkatkan volume penjualan pada Sheren Hijab. Beberapa inovasi yang dilakukan Sheren Hijab yaitu dengan bahan dasar yang memiliki tekstur yang halus dan

²² Dini Aulia Syahfitri “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing (Studi Pada Pelanggan Tix.Id di Yogyakarta)”, (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2020)

lembut, ukuran dan bentuk yang lebih lebar dan tidak nerawang, desain dengan menambah payet pada bagian depan hijab yang tentunya akan mempercantik penampilan bagi yang menggunakan.²³

Persamaan penelitian sama sama membahas inovasi produk apa saja yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan minat beli konsumen agar tidak bosan dengan produk yang di keluarkan. Perbedaan penelitian pada objek penelitian di toko Sheren Hijab, hanya pada produk hijab saja, sedangkan peneliti objek penelitiannya di usaha penjahit yang tidak hanya terfokus pada pakaian saja akan tetapi pada produk-produk lainnya yang disesuaikan dengan selera atau keinginan konsumen.

Table 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Laurensius Satria Adhi Prasetyo, (2017)	Inovasi Sebagai Strategi Pengembangan Usaha dan Bersaing Global” (Studi Kasus Pada UMKM Batik Tulis di Desa Tancep, Trembono dan Desa Djarum, Bayat Gunung Kidul)	Sama-sama membahas inovasi produk yang dilakukan diharapkan mampu bersaing dengan produk lain dan harus terus berupaya menciptakan inovasi-inovasi yang mampu memimpin pasar	Perbedaan penelitian pada objek yang dilakukan, Laurensius pada kelompok pengerajin batik sedangkan peneliti pada usaha menjahit pakaian dan lebih terfokus pada model dan ongkos pakaian serta pelayanan yang dilakukan oleh penjahit.
2	Victor	Inovasi Produk	Persamaan fokus	Perbedaan

²³ Lia Ibniwasum, “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Sheren Hijab Bengkulu”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2020)

	Ringhard Parripeilohy, (2018)	dan Keunggulan Bersaing: Pengaruh terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)	penelitian victor yakni pada keunggulan produksi dengan biaya rendah	penelitian yaitu penelian victor menggunakan analisis eksplanatory kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif
3	Rika Devi Kurniasih, (2018)	Pengaruh Inovasi Produk, Keativitas Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi kasus Pada Kerajinan Enceng Gondok “Akar”)	Persamaan sama-sama membahas inovasi produk yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada sebuah bisnis, sama dengan yang dilakukan oleh peneliti	Perbeddan penelitian yang dilakukan Rika pada penelitian yang digunakan yaitu, penelitian kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan penelitian kualitatif
4	Widyanti Sumili, (2018)	Tinjauan Mengenai Inovasi Produk Pada PT. Soka Cipta Niaga Bandung Tahun 2018	Persamaan penelitian Widyanti dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan analisis deskriptif kualitatif	Perbedaan yaitu peneliti Widyanti fokus penelitian dilakukan di PT. Soka Cipta Niaga sedangkan yang dilakukan oleh peneliti pada usaha penjahit pakaian
5	Rinda Jayanti, (2018)	Analisis Proses Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Produk Bestcow di Ajung Kabupaten Jember	Persamaan penelitian sama-sama menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif	Perbedaan penelitian, Rinda pada subjek penelitian perusahaan peternakan Bestcow Farm dengan fokus masalah pada produk unggulan mereka yakni susu murni. Sedangkan peneliti pada jasa

				penjahit dengan produk mereka yang beragam.
6	Ani Susilowati, (2020)	Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan Analisis Swot dan Metode QSPM (Studi Kasus Murbay Konveksi)	Persamaannya, sama-sama menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif	Perbedaannya, fokus masalah yang dilakukan Ani pada strategi keunggulan bersaing dari murbay konveksi sedangkan peneliti pada usaha penjahit pakaian
7	Veronica Kusdiartini, (2020)	Kontribusi Keputusan Operasi Dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Biaya Rendah (Low Cost) Pada Monika Collection Semarang	Persamaan yaitu membahas persaingan bisnis melalui penciptaan inovasi produk	Perbedaan penelitian Veronica pada metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif
8	Zaki Muttaqi Abdurrahman (2020)	Pengaruh Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Batik di Yogyakarta	Persamaan sama-sama membahas pada inovasi produk dan keunggulan bersaing pada produk yang di produksi	Perbedaan pada metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif
9	Lia Ibniwasum, (2020)	Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Si Sheren Hijab Bengkulu	Persamaannya, penelitian dari Lia membahas inovasi produk apa saja yang digunakan oleh perusahaan untuk bisa meningkatkan minat beli konsumen	Perbedaan pada objek penelitian, Lia objek penelitian di toko Sheren Hijab, sedangkan peneliti objek penelitiannya di usaha penjahit
10	Dini Aulia	Faktor-Faktor	Persamaannya,	Perbedaan

	Syahfitri, (2020)	Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing (Studi Pada Pelanggan Tix.id di Yogyakarta)	penelitian Dini membahas bagaimana berupaya untuk menciptakan inovasi produk untuk bisa bersaing dengan pesaingnya	penelitian pada tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi serta citra perusahaan terhadap keunggulan bersaing.
--	----------------------	---	---	---

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas sebagai acuan penelitian, penelitian bagian yang menarik yang dilakukan oleh peneliti yaitu inovasi produk yang dilakukan usaha penjahit yang memiliki keunggulan biaya serta kualitas yang dihasilkan pada produknya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang lain yaitu peneliti membahas tentang apa saja inovasi produk pakaian pada usaha penjahit serta strategi-strategi yang dilakukan untuk mencapai keunggulan bersaing, dengan menggunakan analisis kualitatif deskriptif sedangkan pada penelitian yang lain pembahasan mengenai inovasi produk pada suatu perusahaan dengan menggunakan analisis kuantitatif.

B. Kajian Teori

1. Inovasi Produk

a. Pengertian Inovasi Produk

Produk adalah suatu kumpulan atribut fisik, psikis, jasa, dan simbolik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sebuah produk terdiri atas atribut-atribut, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, termasuk kemasan, warna, harga,

kualitas, merek dan ditambah jasa layanan dari penjual dan reputasi. Dengan demikian, yang termasuk produk adalah jasa, barang, tempat, peristiwa, orang, organisasi, gagasan atau campuran dari semua ini.²⁴

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Melalui produk, produsen dapat memanjakan konsumen. Karena dari produk akan dapat diketahui seberapa besar kepuasan dan kebutuhan akan produk itu sendiri dalam kehidupan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.²⁵

Inovasi diartikan sebagai proses, hasil pengembangan, pemanfaatan, keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang atau jasa), proses atau sistem yang baru yang memberikan nilai berarti secara signifikan. Menurut Prokoso inovasi merupakan suatu mekanisme usaha untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran baru, gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan.²⁶

²⁴ Ari Setyaningrum, *Prinsip-Prinsip Pemasaran-Plus Tren Terkini Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing, dan E-Marketing*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2015)

²⁵ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012),. 36

²⁶ Sutomo, *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 132

Inovasi menurut pandangan islam adalah orang yang inovatif dan kreatif selalu ingin mencoba gagasan baru untuk mencapai efesiensi dan efektivitas dalam melaksanakan pekerjaannya. Jauh sebelum pakar-pakar manajemen menemukan konsep kreatif dan inovatif untuk urusan duniawi, Islam menganjurkan konsep ini jelas. Sesuai dalam QS. Ar-Ra'd ayat 11:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya: “Bagi (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolak dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia”

Maksud ayat diatas menjelaskan kepada kita untuk melakukan usaha untuk mencoba dengan sikap kreatif dan inovatif agar setiap usaha yang kita lakukan memperoleh keuntungan baik dari sisi kemanusiaan maupun sisi Allah SWT.

Ada berbagai macam jenis inovasi, salah satu yang sangat populer adalah inovasi produk. Banyak usaha yang sudah memandang inovasi dalam produk yang mereka produksi sebagai faktor penentu dari peningkatan pertumbuhan ekonomi usaha. Banyak pelaku usaha yang melakukan inovasi dalam produksi yang mereka pasarkan sebagai bentuk strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Inovasi produk menurut

Business Dictionary bukan hanya merupakan pengembangan sebuah produk, namun inovasi produk juga dapat berupa pengenalan produk baru, mengkonsep ulang dalam rangka meningkatkan barang dan jasa yang dihasilkan oleh sebuah usaha. Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil dari pemasaran, dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk. Menurut Sukarmen inovasi produk adalah sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Nasution menyatakan bahwa inovasi produk merupakan produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya.²⁷ Inovasi produk bukan hanya dapat dilakukan pada barang yang *tangible*, namun juga dapat dilakukan pada barang yang *intangible* (berupa service atau jasa), atau juga berupa kombinasi dari keduanya.²⁸

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa, inovasi produk merupakan bentuk dari penciptaan produk baru yang dihasilkan dari usaha, namun dapat diartikan pula sebagai peningkatan mutu (baik

²⁷ Hapsawati Taan, "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo di Kota Gorontalo", 149

²⁸ Wawan Dhewanto dkk, *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro*, Bandung: Alfabeta, 2015), 105

dari segi bahan baku, bentuk fisik ataupun kemampuan) barang yang sebelumnya sudah dipasarkan.

b. Tujuan Inovasi Produk

Tujuan untuk melakukan inovasi produk adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan antara usaha sejenis.

Pada saat ini ditengah persaingan yang begitu ketat, produk yang ditawarkan kepada pelanggan haruslah bervariasi dengan segala kelebihan dan keunikannya. Inovasi produk merupakan cara meningkatkan nilai sebagai sebuah komponen kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa usaha jasa ini memiliki keunggulan kompetitif dan menjadi pemimpin pasar.²⁹ Meskipun pelaku usaha mementingkan mutunya, tetapi apabila tidak memperhatikan selera konsumen, maka akan menyebabkan produknya tidak diminati, bahkan konsumennya akan beralih pada produk jasa lain, sehingga penjualan akan turun.

c. Jenis-Jenis Inovasi Produk

Terdapat empat jenis kategori inovasi produk, yaitu:

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

²⁹ Arianti. Tujuan inovasi produk. (www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produkbaru.com diakses pada 27 Maret 2018)

- 2) *Line extention*, yaitu mengenalkan produk yang baru ke pasar, akan tetapi produk tersebut bukan merupakan produk yang baru bagi perusahaan
- 3) *Me too product*, yaitu membuat sebuah produk yang baru bagi perusahaan, akan tetapi bukan produk yang baru bagi pasar
- 4) *Product modification*, yaitu modifikasi terhadap produk yang sudah dimiliki oleh perusahaan

d. Indikator Inovasi Produk

Banyak hak yang berkaitan dengan inovasi produk, seperti misalnya proses pencapaian, ide yang muncul dan atribut dari inovasi produk. Penulis buku "*Principles of Marketing*", yaitu Kotler dan Armstrong (2010) menyebutkan bahwa terdapat 3 atribut yang menempel pada inovasi produk yaitu:

1) Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan sebuah tingkatan dari produk yang mampu melakukan fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Fungsi yang dimaksud diantaranya adalah daya tahan produk, kehandalan dan ketelitian dari produk yang dihasilkan. Daya tahan mencerminkan umur ekonomis dari produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Disisi lain kehandalan merupakan sebuah konsistensi dari kinerja yang dihasilkan atas produk tersebut di setiap pembelian. Dengan kata lain sebuah produk yang berkualitas merupakan produk yang terbebas dari kecacatan, memiliki

kesesuaian kinerja dan konsistensi kemampuan yang sesuai dengan fungsinya.

2) Fitur atau Varian Produk

Variasi produk dapat dianggap sebagai sebuah sarana atau alat yang kompetitif dan pembeda antara produk yang diciptakan oleh sebuah perusahaan dengan produk pesaingnya. Fitur dari sebuah produk merupakan modal sebuah produk agar dapat bersaing untuk memenangkan perhatian konsumen. Yang dimaksud dengan fitur dari sebuah produk ialah sesuatu yang unik, istimewa dan kekhasan yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai jual tambahan. Karakteristik yang melekat dengan sempurna pada sebuah produk merupakan hasil dari pengembangan dan penyempurnaan secara terus menerus.

3) Desain dan Rancangan Produk

Desain produk merupakan cara yang lain untuk mendapatkan nilai tambah produk dimata penggunanya. Desain adalah cara atau konsep yang mampu mewakili dan menggambarkan sebuah produk. Desain tidak hanya memiliki kontribusi terhadap penampilan namun juga pada kegunaan produk. Sebuah produk didesain dengan tujuan agar dapat menarik perhatian konsumen, dapat pula sebagai sebuah strategi untuk memotong biaya produksi, desain juga dapat memberikan keunggulan bersaing. Desain atau perancangan produk merupakan sebuah keistimewaan yang dapat mempengaruhi bukan

hanya penampilan namun juga fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen.³⁰

2. Keunggulan Bersaing

a. Pengertian Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah keunggulan atas pesaing yang didapat dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi. Keunggulan bersaing sebuah nilai pada perusahaan dari hasil pengimplementasian strateginya sehingga perusahaan tersebut memiliki penghematan biaya yang lebih besar dan nilai lebih dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan tersebut merupakan salah satu penguat daya tawar perusahaan yang lebih kepada konsumen. Keunggulan bersaing dapat diwujudkan melalui penciptaan keunikan yang dilakukan pada desain produk, kualitas proses produksi yang lebih baik, pemasaran yang lebih menarik, pelayanan penjualan yang lebih memuaskan konsumen, dan lain sebagainya.³¹

Menurut Porter (2008:16) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah jantung kinerja bisnis, untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing

³⁰ Wawan Dhewanto dkk, *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro*, 108-109

³¹ Muhammad Bukhori Dalimunthe, "Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk", *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 1, 2017, 20

yang lebih efektif dalam pasarnya.³² Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2013), keunggulan bersaing adalah kemampuan untuk bekerja dalam satu atau lebih cara yang tidak dapat atau tidak akan bisa diimbangi oleh pesaing. Keunggulan bersaing memacu keunggulan yang diraih dengan menawarkan nilai lebih besar kepada pelanggan daripada tawaran pesaing, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan memberikan lebih banyak keuntungan yang sesuai dengan harga yang lebih tinggi.³³

Dapat disimpulkan dari pengertian keunggulan bersaing di atas, keunggulan bersaing merupakan kemampuan usaha menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dengan kompetitor

b. Indikator Keunggulan Bersaing

Li et.al mengatakan bahwa keunggulan bersaing dapat dilihat dari aspek-aspek harga, kualitas, *delivery dependability*, inovasi produk, dan *time to market*, sebagai berikut

1) Harga

Kotler mendefinisikan harga sebagai jumlah dari nilai yang dipertukarkan pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Jadi harga adalah suatu pengorbanan ekonomi yang dilakukan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan barang maupun jasa. Sebuah usaha mempunyai keunggulan bersaing

³² Nanda Limakrisna & Togi Parulian Purba, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia Edisi 2*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), 59

³³ Elfrida Viesta Napitupulu, "Determinan Keunggulan Bersaing dan Pengaruhnya Terhadap Ekuitas Merek: Kasus Pada Industri Kosmetik di Jakarta", *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 2, November 2018, 3

apabila mampu untuk bersaing melawan pesaingnya dengan memberikan harga yang murah.

Harga yang ditetapkan oleh sebuah usaha untuk satu produk ataupun jasa dapat dilihat dari beberapa dimensi, yaitu:

- a) Terjangkau atau tidaknya harga
- b) Kesesuaian antara harga dengan kualitas
- c) Persaingan harga
- d) Kesesuaian antara harga dengan kuantitas

2) Kualitas

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing sebuah produk. Koufteros mendefinisikan kualitas adalah sebuah produk dapat dikatakan mampu bersaing dipasarkan jika perusahaan mampu menawarkan produk dengan memberikan nilai atau manfaat lebih kepada customer.

Kualitas dapat dilihat dari berbagai aspek, yaitu:

- a) iKualitas dari perspektif desain, jumlah atribut produk yang lebih tinggi setara dengan kualitas yang lebih baik
- b) Kualitas dari sudut pandang pelanggan, keinginan konsumen menentukan sebuah kualitas. Tiap individu memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda sehingga standar kualitaspun beragam

- c) Kualitas dari perspektif operasi, sebagai hasil yang diinginkan dari proses produksi atau operasi

3) *Delivery Dependability*

Ketergantungan pengiriman digunakan untuk memantau kinerja pemasok dalam hal memberikan produk yang dibutuhkan oleh pelanggan tepat waktu, pesanan yang di sampaikan lengkap dan dengan kualitas terbaik. Waktu pengiriman dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan, saat perusahaan tersebut mampu untuk mengurangi waktu pengiriman pesanan konsumen atau mengurangi waktu penyediaan jasa kepada konsumen. Perusahaan dikatakan telah memiliki keunggulan bersaing dalam aspek *delivery dependability* apabila perusahaan tersebut mampu memenuhi permintaan pelanggannya secara tepat, baik dalam hal jumlah, jenis produk, dan waktu.

Proses pengiriman atau delivery dapat dilihat dari dua

dimensi, yaitu:

- a) *Delivery Speed* yang mengacu kepada waktu antara ketika order diterima sampai kepada konsumen menerima barang yang telah dipesan.
- b) *Delivery Reliability* yang mengacu kepada kemampuan untuk memenuhi tanggal pengiriman yang telah disepakati dan juga kuantitas secara konsisten.

4) Inovasi Produk

Menurut Amabile inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk atau proses yang baru. Inovasi merupakan hasil dari gagasan kreatif yang dimiliki perusahaan. Jadi perusahaan diharapkan untuk membentuk pemikiran-pemikiran baru dalam menghadapi pesaing maupun pelanggan dengan berbagai macam permintaan yang ada

5) *Time To Market*

Time to market adalah sejauh mana sebuah organisasi mampu memperkenalkan atau meluncurkan produk baru yang lebih cepat daripada pesaing-pesaing lainnya. Perusahaan harus memperhatikan waktu saat memperkenalkan produk kepada pelanggan dibandingkan pesaing dan perusahaan juga harus bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibandingkan pesaing untuk mempertahankan keunggulan bersaing.³⁴

c. Strategi Keunggulan Bersaing

1) Keunggulan Biaya

Biaya adalah kas atau setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat pada saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi. Biaya yang akan memberikan manfaat hanya pada periode berjalan biasanya dicatat sebagai beban.

³⁴ Tintin Suhaeni, "Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung)", *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 1, (April, 2018), 64-65

Dengan konsep ini perusahaan bersiap menjadi produsen berbiaya rendah di dalam industrinya. Sumber keunggulan biaya bervariasi dan bergantung pada struktur industri. Produsen berbiaya rendah harus menemukan dan mengeksploitasi semua sumber biaya. Keunggulan biaya (*cost leadership*) menekankan pemroduksian produk-produk yang distandardisasi dengan biaya yang sangat rendah untuk para konsumen yang peka terhadap harga.

Strategi keunggulan biasanya memiliki pengertian dimana perusahaan berusaha menawarkan barang yang dijual dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan barang lain sejenis yang berada dalam kelompok industri tertentu. Untuk itu, perusahaan harus mampu menghasilkan barang dengan tingkat biaya yang rendah, sehingga dapat bersaing dengan pesaing, dengan produk yang sejenis. Posisi biaya yang lebih rendah biasanya menempatkan perusahaan pada posisi yang menguntungkan dalam menghadapi produk atau jasa pengganti, sehingga posisi biaya rendah dapat melindungi perusahaan dari kekuatan persaingan karena kekuatan tawar-menawar hanya akan terus mengikis laba sampai para pesaing mengalah. Investasi seperti ini merupakan persyaratan untuk mempertahankan posisi biaya rendah.

2) Diferensiasi

Diferensiasi merupakan upaya untuk membuat pelayanan dan produk berbeda dengan yang lain. Produk dan pelayanan harus

memiliki kelebihan atau keistimewaan tersendiri yang akan menjadi daya tarik atau magnet terhadap konsumen. Menurut David Hunger dan Thomas Wheelen yang menyatakan bahwa diferensiasi merupakan strategi aktif untuk mendapatkan hasil di atas rata-rata dalam sebuah bisnis tertentu karena loyalitas mereka akan menimbulkan peningkatan pangsa pasar.

Strategi diferensiasi berhubungan dengan persepsi pelanggan atas perbedaan-perbedaan yang ditawarkan dalam bentuk penyajian suatu produk atau jasa, maka perusahaan akan memberikan pelayanan sebaik mungkin guna meningkatkan posisi diferensiasi yang dimilikinya. Diferensiasi merupakan suatu strategi dimana suatu perusahaan berhasil atau sukses dengan mengembangkan dan memelihara keunikan nilai untuk produk yang disediakan perusahaan. Keunikan sebagai strategi bersaing dapat berupa kualitas, pelayanan, kenyamanan. Dengan strategi ini perusahaan tidak harus menjual produk dengan harga murah bahkan dengan harga tinggi-pun pelanggan tidak akan merasa keberatan, karena *value* yang diberikan perusahaan tersebut tinggi.

Strategi ini untuk mendiferensiasikan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan dengan menciptakan suatu produk atau jasa baru yang dirasakan oleh seluruh industri sebagai sesuatu yang unik. Pendekatan ini bukan hanya untuk meningkatkan mutu fisik dari

produk atau jasa saja, tetapi juga dapat menciptakan nilai tertentu bagi pembeli.

3) Fokus

Fokus memusatkan pada kelompok pembeli, segmen lini produk atau pasar geografis tertentu. Strategi ini didasarkan pada pemikiran bahwa perusahaan mampu melayani target strategisnya yang sempit secara lebih efektif dan efisien ketimbang pesaing yang pesaing lebih luas. Strategi jenis ini ditunjukkan untuk melayani kebutuhan konsumen dan yang jumlahnya kecil dan dalam pengambilan keputusannya untuk membeli, relatif tidak dipengaruhi oleh harga.

Tujuan fokus adalah memaksimalkan pelayanan pada suatu sasaran. Strategi ini merupakan perusahaan memusatkan usahanya untuk melayani pasar sebagai kecil segmen pasar. Usaha ini dilakukan dengan mengenali secara detail pasar yang dituju dan menerapkan diferensiasi pada segmen kecil tersebut. Syarat bagi penerapan strategi ini adalah terdapat potensi pertumbuhan yang baik, dan tidak terlalu diperhatikan oleh pesaing dalam rangka mencapai keberhasilannya. Biasanya perusahaan yang bergerak dengan strategi ini lebih berkonsentrasi pada suatu kelompok pasar tertentu (*niche market*), wilayah geografis tertentu, atau produk barang atau jasa tertentu dengan kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen secara baik.

Strategi fokus memiliki dua varian. Dalam fokus biaya, perusahaan mencari keunggulan biaya di segmen sasarannya. Sedangkan dalam fokus diferensiasi, perusahaan mencari diferensiasi pada segmen sasarannya. Kedua varian strategi fokus bertumpu pada perberdaan antara segmen target pemfokus dan segmen lain di industri. Segmen sasaran harus memiliki pembeli dengan kebutuhan yang tidak biasa atau memiliki sistem produksi dan pengiriman yang dapat melayani sasaran dengan baik dan harus berbeda dari segmen industri lainnya. Fokus biaya mengeksploitasi perbedaan perilaku biaya di beberapa segmen, sedangkan fokus diferensiasi mengeksploitasi kebutuhan khusus pembeli di segmen tertentu.³⁵



³⁵ Nanda Limakrisna & Togi Parulian Purba, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia Edisi 2*, 59-60

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penulisan ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati. Pendekatan ini dapat diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan.³⁶

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan, mencatat, analisis, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang terjadi atau ada. Sumber data yang dihasilkan berasal dari dokumen, pengamatan langsung dan mewawancarai secara langsung subjek penelitian, melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam yang melibatkan beberapa informasi atau sumber informasi. Maka dengan penelitian deskriptif kualitatif peneliti dapat mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis fakta dan fenomena mengenai inovasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing pada usaha penjahit pakaian.

³⁶ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1989), 4

B. Lokasi Penelitian

Bertempat di Dusun Potok Barat, Desa Sukowono, Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember. Semakin berkembangnya suatu bidang usaha pasti akan banyak usaha sejenis yang bermunculan, hal ini juga terjadi pada usaha menjahit pakaian yang mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Mereka dituntut untuk bisa menterjemahkan keinginan atau kebutuhan pelanggan dengan adanya perkembangan tren fashion yang makin berkembang menuntut mereka bisa menciptakan model yang lebih bervariasi dan inovatif tentunya dengan biaya atau harga yang bisa bersaing dengan kompetitor lainnya.

Dari 10 usaha penjahit di Sukowono hanya usaha penjahit Ibu Ainur yang tidak mengalami sepi pesanan. Hal ini karena mereka melakukan pembeda produk dengan tidak hanya memproduksi produk pakaian saja akan tetapi ada berbagai jenis produk yang tidak semua usaha sejenis bisa memenuhi keinginan serta selera dari konsumennya. Produk seperti badcover, gorden, mukenah, kerudung dan lainnya. Dengan mengutamakan kualitas jahitan dan selalu melakukan pengecekan pada produk yang sudah jadi sebelum diterima oleh konsumen karena dengan hal kecil bisa merusak citra dari usaha rumahan ini, dalam dunia fashion sendiri hal yang paling utama adalah keunikan, kualitas serta selalu *up to date* dalam varian model baju yang akan di jahit. Penjahit mencari referensi melalui internet dan media sosial untuk mengetahui apa yang saat ini di gandrungi atau di inginkan konsumen dan membuat produk yang berbeda dari pesaing.

Minat masyarakat makin meningkat karena usaha rumahan ini memiliki keunggulan dari segi biaya yang relatif lebih murah dibandingkan pesaing serta varian dari produk yang menyesuaikan dengan selera konsumen. Mereka memang mengambil keuntungan yang sesuai dengan harga yang kompetitif, namun bukan berarti produk yang mereka hasilkan tidak bagus, karena dalam proses menjahit mereka melakukan pengontrolan agar kualitas dari jahitan mereka tetap bagus dan memuaskan para konsumen.

C. Subyek Penelitian

Teknik informan penelitian dilakukan dengan menggunakan *purposive*, ialah peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan, selanjutnya berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari sampel yang sebelumnya itu, peneliti dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data yang lebih lengkap. Artinya peneliti memilih secara sengaja informan sesuai dengan persyaratan yang meliputi sifat, karakteristik, kriteria dan ciri yang sesuai dengan penelitian ini. Informan dalam penelitian ini terdiri dari informan kunci dan informan pendukung.³⁷

Adapun informan dalam penelitian ini ditetapkan, sebagai berikut:

1. Ibu Ainur Rohmah selaku pemilik usaha jahit di kelurahan Sukowono kecamatan Sukowono
2. Bapak Fathur selaku pemilik usaha jahit di kelurahan Sukowono kecamatan Sukowono

³⁷ Sugiyono, Metode Penelitian, *Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2016), 219

3. Ibu Husnul Hotimah selaku karyawan usaha penjahit di kelurahan Sukowono kecamatan Sukowono
4. Ibu Mardiah selaku karyawan usaha penjahit di kelurahan Sukowono kecamatan Sukowono
5. Ibu Nyai Fatimatus Zahra selaku pelanggan di usaha penjahit di kelurahan Sukowono kecamatan Sukowono
6. Ibu Nyai Musleha selaku pelanggan di usaha penjahit di kelurahan Sukowono kecamatan Sukowono
7. Ibu Ernawati Rosidah selaku pelanggan di usaha penjahit di kelurahan Sukowono kecamatan Sukowono

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu bagian penting dalam penelitian kualitatif. Bertujuan untuk mendapatkan data secara langsung dengan cara berinteraksi pada subjek yang diteliti atau informan. Maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan cara mengumpulkan data dengan mengadakan pengamatan atau pencatatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung dengan terencana.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi partisipan, yaitu peneliti terlibat langsung dengan kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian untuk memperoleh data-data yang

berhubungan dengan permasalahan peneliti.³⁸ Data yang diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan data ini yakni: data inovasi produk apa saja yang dilakukan penjahit pakaian hingga bisa memiliki keunggulan dari pesaing pada usaha yang serupa.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam satu topik tertentu. Maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang fenomena yang terjadi, dimana hal tersebut tidak bisa ditemukan melalui observasi.

Penelitian menggunakan jenis wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara bebas yang dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya. Dalam wawancara tidak terstruktur, peneliti belum mengetahui secara pasti data yang akan diperoleh, sehingga lebih banyak mendengarkan responden. Dari setiap jawaban responden tersebut, maka peneliti dapat mengajukan berbagai pertanyaan yang akan terarah pada suatu tujuan.³⁹ Adapun wawancara ini digunakan untuk memperoleh:

- a. Inovasi produk apa saja yang digunakan untuk menarik dan mempertahankan konsumen agar dapat bersaing dengan pelaku usaha penjahit lainnya.

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 227

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 140

b. Strategi bersaing yang dilakukan untuk bisa mencapai keunggulan dari pesaingnya

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, catatan harian, cerita, biografi, gambar, foto, atau karya monomental dari seseorang.⁴⁰ Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Adapun data yang diperoleh melalui dokumentasi ini adalah foto.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahkannya menjadi satu yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang akan dipelajari, dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kualitatif yaitu pengumpulan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan ataupun data lainnya. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu menggambarkan data yang ada guna memperoleh bentuk nyata dari responden, sehingga lebih mudah dimengerti peneliti atau orang lain yang tertarik dengan hasil penelitian yang dilakukan, maka

⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian, Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, 240

dilakukan dengan menggambarkan peneliti berada pada tahap mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan. Tahapan yang harus dilakukan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu:

1. Kondensasi

Kondensasi data merujuk pada proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang mendekati keseluruhan bagian dari catatan-catatan lapangan secara tertulis, wawancara, dokumen, materi empiris lainnya. Pada penelitian ini mengkondensasi data dengan cara meringkas data. Dengan meringkas data maka hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi dapat peneliti kaitkan satu dengan yang lainnya sehingga menguatkan masing-masing data yang diperoleh dan dapat membuat penelitian lebih paham ketika akan menganalisis data.

2. Menyajikan Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan, hubungan antar kategori berdasarkan urutan teori yang disajikan. Dengan demikian, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami. Namun yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif digunakan untuk menyajikan hasil wawancara dari informan, tabel yang digunakan untuk memudahkan pembaca dalam memahami data hasil penelitian seperti tabel dan bagan akan melengkapi

proses analisis sehingga hasil penelitian lebih menarik dan dapat ditarik kesimpulan.

3. Menarik Kesimpulan

Analisis selanjutnya adalah menarik kesimpulan dan merupakan bagian akhir kegiatan interpretasi yaitu menemukan makna data yang telah disajikan. Tahap akhir dalam teknik analisis data kualitatif yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada tujuan analisis hendak dicapai. Tahap ini bertujuan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan memungkinkan mengalami perubahan apabila tidak ditemukan bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid, maka kesimpulan yang dihasilkan merupakan kesimpulan yang kredibel. Verifikasi dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep dasar analisis tersebut lebih tepat dan obyektif.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antar data

yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Keabsahan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data tersebut. Jenis yang digunakan triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber dalam penelian kualitatif.⁴¹

G. Tahapan Tahapan Penelitian

1. Tahap Pra Lapangan

Pada tahap ini langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah mencari permasalahan dan mencari referensi terkait dengan judul penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu "Analisis Perkembangan Inovasi Produk Pakaian untuk Mencapai Keunggulan Bersaing pada Usaha Penjahit Pakaian". Adapun tahap pra lapangan meliputi:

- a. Menyusun rancangan penelitian
- b. Memilih objek penelitian.
- c. Melakukan peninjauan observasi terdahulu terkait objek penelitian yang telah ditentukan.

⁴¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 330

- d. Mengajukan judul kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Peneliti mengajukan judul yang telah dilengkapi dengan latar belakang, fokus penelitian, dan tujuan penelitian.
 - e. Meninjau kajian pustaka. Peneliti mencari referensi penelitian terdahulu serta kajian teori yang terkait dengan judul penelitian.
 - f. Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing.
 - g. Mengurus perizinan penelitian.
 - h. Mengarsipkan penelitian lapangan.
2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, setelah mendapatkan izin untuk penelitian, peneliti akan memasuki objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan observasi dan wawancara untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan judul yang telah ditetapkan oleh peneliti.

3. Tahap Penyusunan Laporan

Setelah peneliti mendapatkan data, dan data tersebut sudah dianalisis, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat laporan peneliti

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Sejarah Tempat Usaha

Awalnya beliau belajar menjahit tahun 2006 selama 1 tahun hingga bekerja disana tahun 2007 selama 1 tahun. Dari sanalah beliau mendapatkan ilmu menjahitnya. Dengan seiring berjalannya waktu Ibu Ainur pun memberanikan diri untuk memulai usaha sendiri di rumah dengan modal sendiri, usaha menjahit mulai di rintis oleh Ibu Ainur pada tahun 2008. Awal memulai usaha pesanan baju tidak banyak, pelanggan hanya disekitar rumah saja dan tidak banyak dikenal oleh masyarakat dikarenakan tidak adanya petunjuk nama, promosi, pamflet dan lainnya.

Di tahun 2011 beliau dikenalkan kepada salah seorang pengasuh pesantren untuk membuat pesanan seragam para santriwan dan santriwati pada acara Isra' Mijra', Maulid Nabi dan acara-cara besar islam lainnya. Seragam yang di buat oleh Ibu Ainur ternyata mendapat respon baik dari pengasuh pondok pesantren tersebut hingga kini pesanan seragam terus berlanjut setiap tahunnya. Perkembangan pesat pada usaha menjahit ini mampu memiliki beberapa karyawan tetap dan karyawan lepas serta membeli dan menambah mesin jahit yang awalnya hanya ada satu mesin jahit hingga bertambah menjadi 7 mesin jahit dengan rincian: 5 mesin jahit, 1 mesin obras, 1 mesin nici.

Berawal dari menjahit seragam untuk para santri setiap tahunnya disebuah pondok pesantren hingga kerabat-kerabat dan teman-teman dari pengasuh pondok pesantren tersebut juga menjahit di usaha jahit Ainur sampai akhirnya memiliki banyak pelanggan sampai dengan saat ini. Dalam mempertahankan usaha jahit Ainur memanfaatkan internet dan media sosial dalam menawarkan model-model baju kepada para pelanggan. Hal ini dilakukan karena permintaan konsumen akan model-model baju lebih menyukai model yang kekinian atau sedang *trend* saat ini.

Berkembangnya suatu bidang usaha akan memunculkan usaha sejenis yang mengambil persaingan melalui perang harga dan model baju yang kian bervariasi. Maka usaha jahit Ainur melakukan inovasi produk melalui penciptaan produk baru, pengembangan produk serta perbaikan dari produk yang telah ada berupa perubahan model, warna, bahan, tampilan baru. Menghadapi persaingan yang ketat usaha jahit Ainur memberikan keunggulan biaya atau ongkos yang relatif lebih murah dibandingkan dengan yang lain, kualitas jahitan rapi, ketepatan waktu pada proses pemesanan dan juga selalu berusaha memenuhi setiap permintaan konsumen yang kian beragam seperti gorden, badcover, kerudung, jas, mukenah dan lainnya. Dinama tidak semua tempat usaha jahit bisa memenuhi setiap permintaan dari konsumen.

Kini usaha penjahit Ibu Ainur banyak dikenal oleh masyarakat luas. Pelanggannya tidak hanya di kabupaten Jember saja melainkan di

luar kota Jember seperti Bondowoso dan Sitobondo. Usaha yang hanya di kenal dari mulut ke mulut saja, namun tidak pernah sepi pesanan. Saat ini pesanan baju di tempat usaha Ibu Ainur mengalami peningkatan setiap bulannya, akan mengalami lonjakan pesanan baju pada acara-acara tertentu dan juga pada hari-hari besar.

B. Penyajian Data dan Analisis

Dalam setiap penelitian harus disertai dengan penyajian data, karena penyajian data dalam penelitian ini digunakan sebagai penguat. Oleh karena itu data inilah yang akan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan dalam penelitian ini. Sesuai dengan teknik pengumpulan data yang di pakai dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan penyajian data melalui observasi, wawancara, foto, rekaman, dan dokumentasi sebagai penguat dan pendukung dalam penelitian ini. Secara beruntun disajikan data-data hasil penelitian yang mengacu pada fokus penelitian.

1. Inovasi Produk Pada Usaha Penjahit Pakaian

Dalam melakukan inovasi pada produk pakaian usaha penjahit harus memperhatikan bagaimana konsumen merasa nyaman dalam pelayanan dan bisa memenuhi setiap keinginan dari konsumennya.

Adapun beberapa indikator dari inovasi produk pakaian yaitu sebagai berikut:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan sebuah tingkatan dari produk yang mampu melakukan fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Fungsi

yang dimaksud diantaranya adalah daya tahan produk, kehandalan dan ketelitian dari produk yang dihasilkan. Hal ini disampaikan oleh Ibu Ainur Rohmah (pemilik usaha jahit) beliau menyatakan:

Dalam menjalankan usaha ini kita memang mengutamakan kualitas dari jahitan, terutamanya pada ketelitian dalam pengerjaan setiap pesanan pakaian. Untuk itu produk yang kita hasilkan harus terbebas dari yang namanya cacat, tidak sesuai dengan pesanan dan konsisten dalam hasil yang di pesan. Permintaan dari konsumen kan kadang ada yang ga ada gambar dari model yang di inginkan jadi konsumen menjelaskan menginginkan model yang seperti apa, kami harus bisa menterjemahkan keinginan dari konsumen tersebut, setiap detail yang diinginkan. Misalnya ingin model baju tunik dengan kancing depan, dari atas sampek bawah, krah depan saja, lengannya model karetan aja, kombinasinya di bagian lengan saja. Nah dari penjelasan konsumen tersebut kita harus bisa memenuhi model yang di inginkan dan ketelitian dari setiap detail model baju. Agar konsumen merasa puas dengan hasil jahitan di tempat kami juga supaya konsumennya balik lagi kesini.⁴²

Ibu Mardiah (karyawan usaha jahit) juga mengatakan hal yang sama:

Benar yang di katakan oleh Ibu Ainur kalau dalam pengerjaan pesanan baju lebih mengutamakan kualitas jahitan yang rapi dan setiap detail aplikasi di pasang dengan teliti sesuai dengan permintaan konsumen yang datang kesini. Ketelitian dari setiap keinginan konsumen harus bisa terpenuhi sesuai dengan yang di minta oleh konsumen yang datang, agar selalu konsisten dengan hasil yang diperoleh.⁴³

Pernyataan dari Ibu Ainur Rohmah dikuatkan oleh Ibu Nyai Musleha (pelanggan usaha jahit), beliau mengatakan:

Saya lebih memilih di penjahit ini karena kualitas jahitan pada pakaian yang saya pesan tidak sama dengan penjahit sebelumnya yang pernah saya pakai. Karena penjahit

⁴² Ainur Rohmah, *wawancara*, Jember, 20 Mei 2022

⁴³ Mardiah, *wawancara*, Jember, 20 Mei 2022

sebelumnya jahitan pada hasil pakaian saya kurang rapi dan ukurannya tidak pas saat di pakai, tetapi saat beralih ke usaha penjahit Mbak Nur ini pakaian yang saya pesan sesuai dengan keinginan saya, jahitannya rapi dan saat di pakai pun langsung pas ukurannya.⁴⁴

Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Nyai Fatimah (pelanggan usaha jahit):

Iya benar, waktu itu saya bertemu dengan Ibu Nyai Musleha saya bertanya ke beliau jahit dimana, saat itu beliau menyarankan saya untuk menjahit di Mbak Nur. Akhirnya saya mencoba untuk menjahit baju muslimah di tempat Mbak Nur dan benar saja kualitas jahitan baju muslimah yang saya pesan lebih bagus dari sebelumnya serta sesuai dengan keinginan saya. Karena di tempat sebelumnya tidak sesuai dengan keinginan dari saya bahkan terdapat cacat pada jahitan bajunya.⁴⁵

Hal ini juga di sampaikan oleh Ibu Erna (pelanggan usaha jahit):

Awalnya saya tidak menjahit ke Mbak Nur saya mendapatkan saran dari teman untuk menjahit ke Mbak Nur. Saya beralih ke mbak Nur karena di tempat sebelumnya saya pernah menjahit baju gamis dengan model biasa yang saya pasrahkan pada penjahitnya. Ternyata hasil jahitan baju gamis saya tidak sesuai dengan apa yang diinginkan dan ukurannya tidak pas saat dipakai. Waktu pembuatannya juga lebih lama sekitar 10 hari. Sedangkan waktu saya menjahit baju gamis ke Mbak Nur dengan model biasa juga hasilnya lebih bagus, sesuai dengan keinginan dan yang dibayangkan, langsung pas dengan ukuran tubuh saya, waktunya juga lebih cepat selesai yaitu sekitar 5 hari.⁴⁶

Dari hasil wawancara diatas, pelanggan lebih memilih menjahit ditempat usaha tersebut dikarenakan kualitas jahitan yang dihasilkan sangat memuaskan pelanggan.

⁴⁴ Musleha, *wawancara*, Jember, 28 Mei 2022

⁴⁵ Fatimatus Zahra, *wawancara*, Jember, 23 Mei 2022

⁴⁶ Ernawati Rosidah, *wawancara*, Jember, 31 Mei 2022

b. Fitur atau Varian Produk

Varian produk dapat dianggap sebagai sebuah sarana atau alat yang kompetitif dan pembeda antara produk yang diciptakan oleh sebuah perusahaan dengan produk pesaingnya. Yang dimaksud dengan fitur dari sebuah produk ialah sesuatu yang unik, istimewa dan kekhasan yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai jual tambahan. Hal ini disampaikan oleh Bapak Fathur (pemilik usaha jahit) menyatakan:

Yang membuat jasa kita banyak pesanan itu karena varian model pakaian yang kita tawarkan pada konsumen mengikuti perkembangan jaman. Kita menawarkan model-model baju dengan melihat internet dan media sosial lainnya. Dengan hal itu kita juga mengikuti keinginan dari setiap konsumen, misalkan model lengannya mau karetan sedang kan pada contoh gambar modelnya tidak seperti itu dan juga warna yang di inginkan misalnya di contoh gambar warna biru sedangkan konsumen memintanya warna hitam. Maka dari itu kita mewujudkan setiap keinginan konsumen. Tidak hanya pesanan pakaian saja yang membuat konsumen datang lagi kesini, ada beberapa produk yang konsumen inginkan tapi tidak bisa dipenuhi di tempat penjahit yang lain seperti: mukenah, gorden, kerudung, badcover dan lainnya.⁴⁷

Hal itu juga disampaikan oleh Ibu Erna (pelanggan usaha jahit):

Karena model yang saya inginkan atau saya pesan selalu terpenuhi di tempat jahit Ibu Ainur. Kalau sebelumnya harus membawa contoh baju jadi sedangkan disini hanya dengan melihat gambar atau hanya dengan penjelasan saya saja sudah bisa di jahit. Hasilnya pun sesuai dengan yang saya bayangkan tidak ada kesalahan dari model yang diinginkan.⁴⁸

⁴⁷ Fathur, *wawancara*, Jember, 20 Mei 2022

⁴⁸ Ernawati Rosidah, *wawancara*, Jember, 31 Mei 2022

Pernyataan dari Ibu Erna juga selaras dengan yang dikatakan

Ibu Nyai Fatimah (pelanggan usaha jahit):

Dalam pemesanan baju, model yang di tawarkan lebih bervariasi dari Ibu Ainur. Waktu itu saya memesan baju wisuda untuk anak saya, maunya model baju yang kekinian dan setelah di jahit saya puas dengan varian model baju yang di jahit.⁴⁹

Hal itu juga disampaikan oleh Ibu Nyai Musleha (pelanggan usaha jahit):

Model jahitan yang ditawarkan oleh Ibu Ainur sangat bermacam-macam. Setiap tahun model pakaian berubah mengikuti aturan zaman. Dan model jahitan pakaian di Ibu Ainur mengikuti perkembangan zaman juga. Jadi meskipun kita menjahit pakaian yang akan kita pakai, tidak kalah *ngetrend* dengan baju yang sudah jadi yang dijual di toko-toko besar. Model yang ditawarkan juga tidak banyak digunakan orang lain atau pasaran.⁵⁰

Dari beberapa pernyataan pemilik usaha dan pelanggan usaha jahit pakaian tersebut dapat disimpulkan bahwa, pemilik usaha sudah melakukan inovasi produk yaitu memperbarui dan memperbanyak fitur atau varian model pakaian sesuai dengan keinginan pelanggan dan mengikuti perkembangan zaman.

c. Desain dan Rancangan Produk

Desain produk merupakan cara yang lain untuk mendapatkan nilai tambah produk dimata penggunanya. Desain tidak hanya memiliki kontribusi terhadap penampilan namun juga pada kegunaan produk. Sebuah produk didesain dengan tujuan agar dapat menarik

⁴⁹ Fatimatus Zahra, *wawancara*, Jember, 23 Mei 2022

⁵⁰ Musleha, *wawancara*, Jember, 28 Mei 2022

perhatian konsumen, dapat pula sebagai sebuah strategi untuk memotong biaya produksi, desain juga dapat memberikan keunggulan bersaing.

Hal itu juga disampaikan oleh Ibu Ainur Rohmah (Pemilik usaha jahit)

Untuk desain sendiri kami menjahit pakaian yang sesuai dengan permintaan dari konsumen. Dimana mereka ingin membuat kerudung dari sisa kain mereka. Kemudian mereka ingin membuat mukenah terusan full bordir kami juga menyediakan. Mukena disini kalau beli di toko kadang kebesaran dan tidak sesuai dengan selera mereka. Hal ini membuat mereka memesan yang benar-benar sesuai dengan selernya baik itu dari bahan, warna, model, dan ukuran mereka. Permintaan yang lain seperti membuat gordena, jika membeli di toko kan mahal jadi mereka lebih memilih membuat ke saya, katanya untuk mengurangi biaya dari pembelian gordena tersebut dan tentunya kami selalu menyesuaikan permintaan mereka yang tidak semua tempat bisa untuk memenuhi keinginan mereka yang beragam dan yang sedang *tren*.⁵¹

Dari pernyataan Ibu Ainur juga selaras dengan yang dikatakan

Ibu Husnul (Karyawan usaha jahit)

Pada permintaan kerudung kadang konsumen melebihkan kain yang di akan dibuat baju untuk selebihnya di buat kerudung agar terlihat senada katanya. Selain untuk menyesuaikan dengan selera mereka yang selalu ingin tampil modis dan mengikuti model yang kekinian, dan juga agar mengemat biaya yang mereka keluarkan.⁵²

Hal itu juga disampaikan oleh Ibu Erna (Pelanggan usaha jahit)

Saya pernah menjahit Bad Cover untuk anak saya, waktu itu mau beli tapi ga sesuai sama selera anak saya yang pengen

⁵¹ Ainur Rohmah, *wawancara*, Jember, 20 Mei 2022

⁵² Husnul Hotimah, *wawancara*, Jember, 20 Mei 2022

gambar kartun kuda poni. Kemudian saya datang ke Ibu Ainur dan mengutarakan maksud saya yang ingin memesan Bad Cover dengan gambar kartun kuda poni itu. Setelah saya berkonsultasi akhirnya Ibu Ainur sanggup untuk memenuhi pesanan saya tersebut. Tidak hanya dari segi gambar yang saya inginkan tetapi dari ukuranpun saya ingin yang tidak terlalu besar untuk menyesuaikan dengan ukuran kasur yang ada di rumah. Selang beberapa hari akhirnya pesanan saya sudah jadi dan anak saya sangat menyukai Bad Cover buatan Ibu Ainur tersebut.⁵³

Dari beberapa pernyataan diatas, pemilik usaha jahit dan karyawan sudah melakukan inovasi produk, yaitu desain dan rancangan produk yang dapat mempengaruhi bukan hanya penampilan namun juga fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen.

2. Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian

a. Keunggulan Biaya

Strategi ini biasanya menawarkan produk yang dijual dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan produk lain yang sejenis sehingga mampu bersaing dengan baik. Hal ini disampaikan oleh Bapak Fathur (pemilik usaha penjahit):

Untuk mendapatkan keunggulan dengan para pesaing kami memberi ongkos atau memproduksi produk dengan biaya sekecil kecilnya dalam memperoleh keuntungan, namun bukan berarti kami memberikan produk dengan kualitas yang tidak bagus atau murahan. Untuk itu, agar memperoleh keunggulan dari segi biaya di dalam akses bahan mentah kami melakukan pembelian secara banyak dan langsung ke produsen agar mendapat diskon. Dalam proses pengerjaan atau produksi kami tetap melakukannya dengan hati hati dan setelah selesai kami lakukan pengontrolan agar produk yang gagal bisa diperbaiki lagi sebelum diterima oleh konsumen. Maka untuk ongkos jahitan sendiri kita sesuaikan dengan kerumitan dari model pakaian dan biaya aplikasi yang di pakai (kancing,

⁵³ Ernawati Rosidah, *wawancara*, Jember, 31 Mei 2022

sleting, bordir, renda dan lainnya). Jika model yang di pesan relatif mudah untuk di jahit maka kita memberi harga lebih murah di bandingkan dengan penjahit lainnya. Untuk Seragam TK Rp. 50.000 per-pcs, Seragam SMP dan SMA Rp. 60.000 per-pcs, Gamis dengan model biasa Rp. 50.000-75.000, Gamis dengan model kerumitan yang lebih tinggi Rp. 90.000-120.000. Harga atau biaya tergantung pada tingkat kerumitan model yang di inginkan serta bahan yang diminta oleh setiap konsumen.⁵⁴

Hal itu selaras dengan pernyataan Ibu Erna (pelanggan usaha jahit) yang mengatakan:

Iya benar, karena waktu itu saya pernah memesan baju untuk dipakai saat lebaran nanti. Kami sekeluarga memesan baju dengan warna senada tetapi dengan model yang berbeda. Untuk satu pcs pakaian mereka memberi harga Rp.75.000. Sedangkan pada usaha penjahit lainnya saya juga pernah melakukan pemesanan yang sama tetapi dengan harga Rp.150.000 per pcsnya.⁵⁵

Ibu Nyai Musleha (pelanggan usaha jahit) juga mengatakan hal yang sama:

Saya pernah memesan baju untuk acara pernikahan keponakan saya, saya percayakan ke penjahit mulai dari kain hingga jadi baju. Kain yang ditawarkan oleh ibu Ainur bahkan lebih murah daripada di toko yang biasanya saya beli maka dari itu saya mempercayakan semuanya pada ibu Ainur. Terkait dengan ongkos baju ibu Ainur memberikan ongkos yang relatif lebih murah dibandingkan dengan penjahit lainnya.⁵⁶

Pernyataan tersebut juga dipertegas oleh Ibu Nyai Fatimah (pelanggan usaha jahit):

Kalau saya memesan seragam untuk murid madrasah di tempat saya mengajar. Biasanya saya memesan kain hingga sampai model baju yang akan di jahit saya pasrahkan pada Ibu Ainur. Ibu Ainur akan memberikan beberapa saran dan pilihan pada kain serta model beserta dengan ongkosnya. Hal ini membuat

⁵⁴ Fathur, *wawancara*, Jember, 20 Mei 2022

⁵⁵ Ernawati Rosidah, *wawancara*, Jember, 03 Juni 2022

⁵⁶ Musleha, *wawancara*, Jember, 28 Mei 2020

saya terus melakukan pemesanan pada ibu Ainur karena harga yang lebih murah mulai dari ongkos serta harga kainnya.⁵⁷

Dari beberapa pernyataan diatas, pemilik usaha jahit sudah melakukan strategi keunggulan biaya, yaitu dengan memberi harga atau biaya jahit yang cenderung lebih murah.

b. Diferensiasi

Strategi ini adalah upaya untuk membuat pelayanan dan produk yang berbeda dengan yang lain. Produk dan pelayanan harus memiliki kelebihan atau keistimewaan tersendiri yang akan menjadi daya tarik bagi konsumennya. Hal ini disampaikan oleh Ibu Ainur (pemilik usaha jahit)

Kami tidak hanya menjahit pakaian dengan model yang biasa aja misalnya model pakaian gaun, kebaya, brokat dan jas kami penuh. Selain itu, untuk dapat bersaing di usaha serupa kami melakukan pembeda produk dengan memproduksi tidak hanya pakaian, namun ada juga beberapa produk yang diinginkan konsumen. Dengan mengutamakan kualitas jahitan dan selalu melakukan pengontrolan sebelum produk diterima oleh konsumen karena hal kecil bisa merusak dari pada citra usahanya kami, misalnya kurang rapinya jahitan. Dalam dunia fashion sendiri yang utama adalah keunikan, *tren* dan kualitas dalam penjahitan. Kami selalu mencari referensi melalui internet dan media sosial untuk mengetahui apa yang saat ini sedang diminati atau yang menjadi kebutuhan konsumen dan membuat produk yang berbeda dari pesaing.⁵⁸

Hal ini dipertegas oleh pernyataan dari Ibu Erna (pelanggan usaha jahit):

Biasanya jika saya ingin membuat baju saya meminta saran kepada ibu Ainur bagaimana model serta kain yang cocok untuk dipakai oleh saya yang memiliki badan yang gemuk agar

⁵⁷ Fatimatus Zahra, *wawancara*, Jember, 23 Mei 2022

⁵⁸ Ainur Rohmah, *wawancara*, 03 Juni 2022

terlihat lebih kurus. Kemudian ibu Ainur akan memberikan beberapa contoh model pakaian serta kain yang bagus serta nyaman untuk dipakai.⁵⁹

Hal serupa juga dijelaskan oleh Ibu Nyai Musleha (pelanggan usaha jahit) menyatakan:

Tahun kemarin saya dan sekeluarga akan menghadiri acara pernikahan yang dilaksanakan oleh keponakan saya. Kami sekeluarga berunding akan menggunakan *dress code* maka dari itu saya memesan baju yang akan digunakan untuk menghadiri acara tersebut. Saya membuat model baju gaun sedangkan suami saya hanya model kemeja biasa. Keinginan saya membuat gaun dengan model payet-payet yang dijahit tangan di bagian pinggang agar terlihat seperti ikat pinggang akan terlihat lebih modis. Ibu Ainur sanggup untuk menjahitkan gaun yang saya pesan dalam waktu 3 hari sedangkan di tempat lain jika model payet-payet tidak bisa memenuhi pesanan dalam waktu 3 hari.⁶⁰

Hal tersebut diperkuat juga oleh Ibu Nyai Fatimah (pelanggan usaha jahit):

Tahun ini saya ingin membuat seragam jas untuk almamater di pondok pesantren saya. Kemudian saya mendatangi ibu Ainur untuk berkonsultasi tentang seragam jas yang akan saya buat untuk almamater pondok pesantren saya. Ibu Ainur sebenarnya tidak bisa membuat jas seperti jas pada umumnya, tetapi dia menyanggupi pesanan seragam jas yang saya ingin buat. Setelah jas itu jadi, ternyata hasil jas yang dibuat sesuai dengan yang saya inginkan. Saya merasa sangat puas dengan hasil jahitan dari Ibu Ainur. Pada akhirnya saya memutuskan untuk melakukan kerja sama berkelanjutan untuk membuat seragam jas almamater pondok pesantren setiap tahunnya.⁶¹

Dari beberapa pernyataan pelanggan diatas dapat dihasimpulkan bahwa, strategi diferensiasi sudah diterapkan oleh pemilik usaha jahit tersebut dengan mengembangkan dan memelihara

⁵⁹ Ernawati Rosidah, *wawancara*, Jember, 03 Juni 2022

⁶⁰ Nyai Musleha, *wawancara*, Jember, 15 Mei 2022

⁶¹ Nyai Fatimahtus Zahra, *wawancara*, Jember 13 Mei 2022

keunikan nilai suatu produk berupa kualitas, pelayan, dan kenyamanan.

c. Fokus

Strategi ini memusatkan pada kelompok pembeli, segmen lini produk serta melayani sebagian kecil dari segmen pasar yang mana strategi fokus memiliki dua varian yaitu fokus biaya dan fokus diferensiasi. Hal ini disampaikan oleh Ibu Ainur Rohmah (pemilik usaha jahit):

Untuk bisnis usaha menjahit ini kami harus melihat peluang yang ada karena dalam dunia fashion atau mode yang ada saat ini harus bisa mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern maka untuk bisa bertahan kami memfokuskan pada keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah. Dari itu kami selalu memfokuskan bagaimana cara memenuhi dan memberikan kepuasan pada produk yang dipesan untuk bisa menjadi sesuatu yang berbeda dari pesaing, dan untuk itu kami juga memfokuskan pada biaya atau ongkos yang relatif lebih murah.⁶²

Pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Husnul (karyawan usaha jahit):

Iya benar, kami memang lebih memfokuskan pada model yang kekinian untuk bisa memenuhi setiap keinginan dari pelanggan. Mulai dari ketelitian permintaan model, warna, bahan serta kenyamanan dalam pelayanan.⁶³

Ibu Erna (pelanggan usaha jahit) juga memberikan pendapat yang sama terkait hal tersebut:

Selama saya menjahit ke Ibu Ainur Rohmah saya merasa puas karena Ibu Ainur Rohmah selalu memfokuskan pada model-model yang lebih kekinian hingga saya tidak kebingungan

⁶² Ainur Rohmah, *wawancara*, Jember, 20 Mei 2022

⁶³ Husnul Hotimah, *wawancara*, Jember, 20 Mei 2022

untuk memilih model yang sedang trend saat ini. Soal biaya jahit pun relatif lebih murah dengan hasil yang memuaskan.⁶⁴

Dalam penerapan strategi fokus usaha penjahit menerapkan strategi fokus diferensiasi dan biaya dengan menekankan pada fitur, inovasi, menjaga kualitas dan harga yang kompetitif untuk menjadi pembeda dengan pesaing

C. Pembahasan Temuan

1. Inovasi Produk Pada Usaha Penjahit Pakaian

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan penelitian tentang inovasi produk usaha penjahit pakaian bahwa pemilik usaha jahit telah melakukan inovasi produk berdasarkan indikator inovasi produk. Inovasi produk tersebut yaitu: 1. kualitas produk, 2. fitur atau varian produk, 3. desain dan rancangan produk.

Indikator yang *pertama* yaitu kualitas produk, merupakan sebuah tingkatan dari produk yang melakukan fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Dengan kata lain sebuah produk yang berkualitas merupakan produk yang terbebas dari kecacatan, memiliki kesesuaian kinerja, dan konsistensi kemampuan yang sesuai dengan fungsinya. Indikator yang *kedua* fitur atau varian produk, sebuah sarana atau alat yang kompetitif dan pembeda antara produk yang diciptakan oleh sebuah perusahaan dengan produk pesaing. Fitur ialah sesuatu yang unik, istimewa, dan kekhasan yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai jual tambahan. Indikator yang *ketiga* desain produk, merupakan cara yang lain untuk

⁶⁴ Ernawati Rosidah, wawancara, Jember, 03 Juni 2022

mendapatkan nilai tambah produk dimata penggunanya. Tujuannya agar dapat menarik perhatian konsumen, dapat pula sebagai strategi untuk memotong biaya produksi, memberikan keunggulan bersaing.

Dalam penerapan indikator yang *pertama* kualitas produk, pelanggan lebih memilih menjahit ditempat usaha tersebut dikarenakan kualitas jahitan yang dihasilkan sangat memuaskan pelanggan. Indikator yang *kedua* fitur atau varian produk, pemilik usaha sudah melakukan inovasi produk yaitu memperbarui dan memperbanyak fitur atau varian model pakaian sesuai dengan keinginan pelanggan dan mengikuti perkembangan zaman. Indikator yang *ketiga* desain dan rancangan produk yang dapat mempengaruhi bukan hanya penampilan namun juga fungsi produk dari segi kebutuhan konsumen.

Hasil pengamatan dari peneliti yang didapatkan dilapangan tentang inovasi produk pada usaha penjahit pakaian, pemilik sudah sepenuhnya melakukan inovasi produk tersebut. Dengan melakukan perbaikan kualitas produk baik dari segi barang maupun pelayanan, memperbanyak dan memperbarui dari varian model yang lebih kekinian serta selalu memenuhi keinginan juga selera konsumen. Untuk memenuhi keinginan konsumen yang semakin kompleks pemilik usaha jahit tidak hanya memenuhi pada pesanan pakaian saja, namun juga ada beberapa lini produk yang diproduksi usaha jahit seperti gorden, mukenah, kerudung, jas, dan badcover. Lia Ibniwasum yang sama-sama membahas

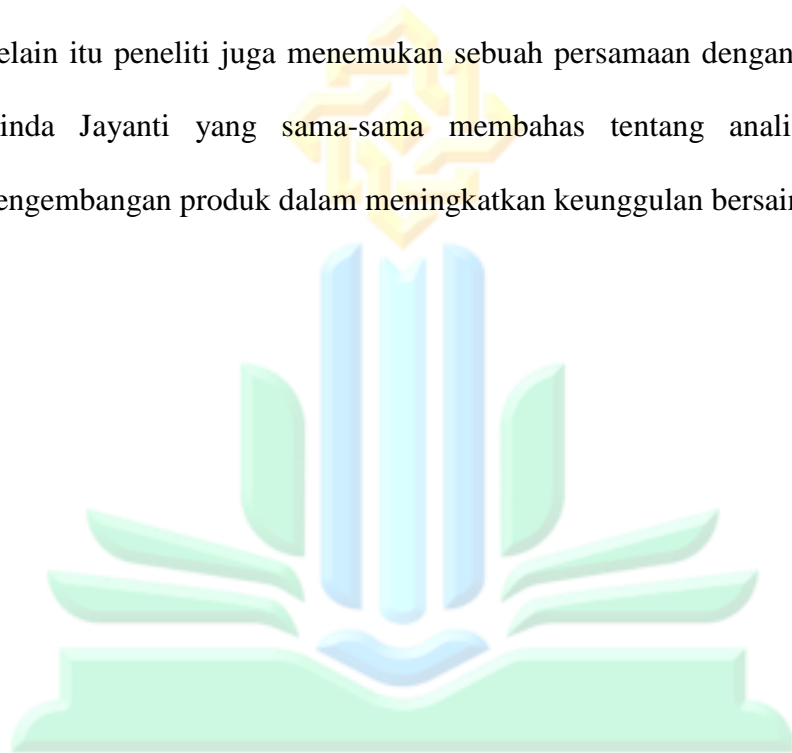
tentang inovasi produk apa saja yang dilakukan oleh pemilik usaha agar meningkatkan minat beli konsumen.

2. Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan penelitian tentang strategi keunggulan bersaing usaha penjahit pakaian, bahwa pemilik usaha jahit telah mencapai keunggulan bersaing. Strategi tersebut yaitu: 1. keunggulan biaya, 2. diferensiasi, 3. fokus. Strategi yang *pertama*, keunggulan biaya, merupakan strategi meningkatkan keunggulan usaha dengan menerapkan harga yang lebih murah dari pesaing. Yang *kedua*, diferensiasi, yaitu strategi untuk memberi karakteristik yang unik pada usaha agar menjadi daya tarik bagi konsumen sehingga terlihat lebih menonjol. Yang *ketiga*, fokus, berarti mengarahkan atau memusatkan usaha agar lebih menasar pasar yang lebih spesifik.

Apabila dikaitkan dengan indikator yang *pertama* yaitu keunggulan biaya, pemilik usaha jahit sudah melakukan strategi keunggulan biaya, yaitu dengan memberi harga atau biaya jahit yang cenderung lebih murah. Indikator yang *kedua* yaitu diferensiasi, strategi diferensiasi sudah diterapkan oleh pemilik usaha jahit tersebut dengan mengembangkan dan memelihara keunikan nilai suatu produk berupa kualitas, pelayan, dan kenyamanan. Indikator yang *ketiga* yaitu fokus, strategi fokus diferensiasi dan biaya dengan menekankan pada fitur, inovasi, menjaga kualitas dan harga yang kompetitif untuk menjadi pembeda dengan pesaing.

Hasil pengamatan dari peneliti yang didapatkan dilapangan tentang pencapaian strategi keunggulan bersaing, pemilik sudah sepenuhnya mencapai keunggulan bersaing tersebut. Selain itu peneliti menemukan bahwa strategi keunggulan bersaing juga harus memanfaatkan kerja sama untuk dapat mendongkrak keunggulan usaha. Selain itu peneliti juga menemukan sebuah persamaan dengan penelitian Rinda Jayanti yang sama-sama membahas tentang analisis proses pengembangan produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing.



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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang dijelaskan diatas, peneliti menggambarkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi produk pada usaha penjahit pakaian

Dalam melakukan inovasi produk pakaian usaha penjahit harus memperhatikan bagaimana konsumen merasa nyaman dalam pelayanan dan bisa memenuhi setiap keinginan dari konsumennya. Dengan beberapa indikator dari inovasi produk pakaian yaitu: kualitas produk, fitur atau varian produk dan desain dan rancangan produk. Pemilik usaha jahit sudah melakukan inovasi produk pakaian mereka dengan baik serta mengikuti pada perkembangan zaman.

2. Keunggulan bersaing pada usaha penjahit pakaian

Dalam mencapai keunggulan bersaing usaha, pemilik jasa jahit harus memiliki strategi yang dapat menarik perhatian konsumen serta dapat bertahan dengan usaha serupa. Pemilik usaha jahit sudah mencapai keunggulan bersaing dengan melakukan beberapa strategi yaitu: keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Selain itu, untuk menjadi unggul dengan yang lain usaha jasa jahit ini memanfaatkan kerja sama dengan sebuah pondok pesanten yang ada di Jember.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan maka peneliti dapat memberikan saran atas apa yang menjadi permasalahan dalam pembahasan skripsi ini:

1. Bagi pemilik usaha jahit inovasi produk dalam usaha ini harus ditingkatkan pada kualitas jahitan yang rapi. Hal ini dilakukan karena semakin banyak persaingan pemilik usaha harus benar-benar memperhatikan agar menghasikan produk yang bermutu dan terbebas dari kecacatan. Pada fitur atau varian serta desain dan rancangan untuk selalu meningkatkan dan memperbanyak dalam menciptakan produk agar selalu *up to date*, sesuai dengan perkembangan saat ini.
2. Dalam menciptakan keunggulan bersaing tidak hanya terfokus pada keunggulan biaya saja, namun strategi diferensiasi pada barang dan jasa yang ditawarkan pada konsumen harus lebih diperhatikan agar menjadi daya tarik bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Zaki Muttaqi. 2020. *Pengaruh Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Batik di Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia
- Adhi Prasetyo, Laurensius Satria. 2017. *Inovasi Sebagai Strategi Pembangunan Usaha dan Bersaing Global (Studi Kasus Pada UMKM Batik Tulis di Desa Tancep, Trembono dan Desa Djarum, Bayat Gunung Kidul)*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Ahmadi, Satria. 2019. "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Tempat Usaha Menjahit Di Medan Menggunakan Metode Multi Objective Optimization On The Basis Of Ratio Analysis (MOORA)". *Majalah Ilmiah INTI*. 6
- Al Rasyid, Harun. 2018. "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*. 1: 39-49
- Arianti. Tujuan inovasi produk. (www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produkbaru.com diakses pada 27 Maret 2018)
- Astuti, Miguna. 2021. *Book Chapter: Keunggulan Kompetitif UMKM Naik Kelas*. Yogyakarta: Deepublish
- Dalimunthe, Muhammad Bukhori. 2017. "Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk". *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. 1
- Dhewanto, Wawan dkk. 2015. *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta
- Hanani, Atidira Dwi. 2021. "Analisis Potensi Bahaya Lingkungan Kerja Pada Usaha Penjahit Y di Kota Palembang". *Syntax Idea*. 3
- Hasnatika, Imas Fatimah. 2018. "Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM "Duren Kamu Pasti Kembali" di Kota Serang". *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*. 3
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Ibniwasum, Lia. 2020. *Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan di Sheren Hijab Bengkulu*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu
- Jayanti, Rinda. 2018. *Analisis Proses Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Produk Bestcow di Ajung Kabupaten Jember*. Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

- Kurniasih, Rika Devi. 2018. "Pengaruh Inovasi Produk , Kreativitas Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Enceng Gondok "Akar")". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*
- Kusdiartini, Veronica. 2020. "Kontribusi Keputusan Operasi Dlam Pencapaian Keunggulan Bersaing Biaya Rendah (*Low Cost*) Pada Monika Collection Semarang". *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan*
- Limakrisna, Nanda & Togi Parulian Purba. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Maryani, Linda. 2019. "Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion". *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*. 1
- Moleong, Lexy J. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarayam
- Napitupulu, Elfrida Viesta. 2018. "Determinan Keunggulan Bersaing dan Pengaruhnya Terhadap Ekuitas Merek: Kasus Pada Industri Kosmetik di Jakarta". *Jurnal Komunikasi dan Bisni*. 2
- Suhaeni, Tintin. 2018. "Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung)". *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*. 1
- Pattipeilohy, Victor Ringhard. 2018. "Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing: Pengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning Di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)". *Jurnal Maneksi*. 1
- Purnomo, Felicia Andreina. 2018. "Inovasi Produk Baju Anak Perempuan Bonne Chance". *Agora*. 1
- Setyaningrum, Ari. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran - Plus Tren Terkini Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing, dan E-Marketing*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumili, Widyanti. 2018. " Tinjauan Mengenai Inovasi Produk Pada PT.Soka Cipta Niaga Bandung Tahun 2018". *e-Proceeding of Applied Science (ISSN)*

Susilowati, Ani. 2020. "Analisis Stategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan Swot dan Metode QSPM (Studi Kasus Murbay Konveksi)". *Jurnal Syntax Admiration*

Sutomo. 2012. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Syahfitri, Dini Aulia. 2020. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing (Studi Pada Pelanggan Tix.id di Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia

Taan, Hapsawati. "Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo Di Kota Gorontalo"

Wulansari, Elsara Rizky. 2019. *Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Modiste Omah Jahit Dyah Wahyu Di Kecamatan Magelang Selatan*. Universitas Negeri Semarang



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

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Analisis Inovasi Produk Pakaian Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian Di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember	<ol style="list-style-type: none"> Inovasi Produk Keunggulan Bersaing 	<ol style="list-style-type: none"> Indikator Inovasi Produk Strategi Keunggulan Bersaing 	<ol style="list-style-type: none"> Kualitas Varian atau Fitur Desain dan Rancangan Keunggulan Biaya Diferensiasi Fokus 	<p>Informan</p> <ol style="list-style-type: none"> Pemilik usaha jahit Karyawan usaha jahit Pelanggan atau Konsumen usaha jahit <p>Dokumen</p> <p>Foto wawancara dengan informan</p>	<ol style="list-style-type: none"> Pendekatan Penelitian: Kualitatif Jenis Penelitian: Deskriptif Lokasi Penelitian: Desa Sukowono Rt. 05 Rw.03 Kelurahan Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember Teknik Pemilihan Subyek: Teknik Purposive Teknik Pengumpulan Data: <ol style="list-style-type: none"> Wawancara Obsevasi Analisis Data: Deskriptif Keabsahan Data: Triangulasi sumber 	<ol style="list-style-type: none"> Bagaimana inovasi produk pada usaha penjahit pakaian? Bagaimana mencapai keunggulan bersaing pada usaha penjahit pakaian?

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Daimatus Sholehah
NIM : E20182233
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Institusi : Universitas Islam Kiai Haji Achmad Sidiq Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Inovasi Produk Pakaian Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian Di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember" adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai mana mestinya.

Jember, 09 Juni 2022



Siti Daimatus Sholehah
E20182233



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: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B- ζ 23/Un.22/7.a/PP.00.9/06/2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

20 Mei 2022

Kepada Yth.
Kepala Ibu Ainur Rohmah
Jl. Kalisat, Sukowono-Jember

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

Nama : Siti Daimatus Sholehah
NIM : E201813033
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Inovasi Produk Pakaian Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian Di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono 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
Nurul Widyawati Islami Rahayu

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ainur Rohmah
Jabatan : Pemilik Usaha Jahit

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama : Siti Daimatus Sholehah
NIM : E20182233
Fakultas/ Jurusan Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Islam/
Ekonomi Syariah
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad
Siddiq (UIN KHAS) Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Usaha Penjahit Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Inovasi Produk Pakaian Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember”

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Tanggal, 08 Juni 2022

Pemilik Usaha Jahit



Ainur Romah

PEDOMAN WAWANCARA







1. Bagaimana inovasi produk pada usaha penjahit pakaian ?
 - a. Untuk menjahit pakaian hal apa yang di utamakan pada usaha penjahit ?
 - b. Bagaimana dengan kualitas jahitan pada produk pesanan Anda ?
 - c. Apakah sebelumnya pernah menjahit di tempat lain ?
 - d. Apa yang menjadi alasan Anda memilih penjahit ini ?
 - e. Apa yang membuat usaha ini menerima banyak pesanan ?
 - f. Apa saja fitur atau varian pada produk usaha penjahit ?
 - g. Apa kelebihan produk di usaha penjahit ini ?
2. Bagaimana mencapai keunggulan bersaing pada usaha penjahit pakaian ?
 - a. Apa saja keunggulan produk pada usaha penjahit disini ?
 - b. Mengapa biayanya lebih murah di bandingkan dengan penjahit lain ?
 - c. Apa yang membedakan produk di usaha penjahit ini dengan penjahit lainnya ?
 - d. Apa alasan Anda melakukan kerja sama dengan penjahit ini ?
 - e. Usaha ini difokuskan pada apa saja ?

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Analisis Inovasi Produk Pakaian Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian Di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Lokasi Penelitian

Kelurahan Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

No.	Hari / Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1	20 Mei 2022	Menyerahkan surat izin penelitian kepada Ainur Rohmah selaku pemilik usaha jahit	
2	20 Mei 2022	Wawancara dengan Ainur Rohmah (pemilik usaha jahit)	
3	20 Mei 2022	Wawancara dengan Fathur (pemilik usaha jahit)	
4	20 Mei 2022	Wawancara dengan Husnul Hotimah (karyawan usaha jahit)	
5	20 Mei 2022	Wawancara dengan Mardiyah (karyawan usaha jahit)	
6	23 Mei 2022	Wawancara dengan Fatimatus Zahra (pelanggan usaha jahit)	
7	28 Mei 2022	Wawancara dengan Musleha (pelanggan usaha jahit)	
8	31 Mei 2022	Wawancara dengan Ernawati Rosidah (pelanggan usaha jahit)	
9	03 Juni 2022	Wawancara kembali dengan Ainur Rohmah (pemilik usaha jahit)	
10	03 Juni 2022	Wawancara kembali dengan Ernawati Rosidah (pelanggan usaha jahit)	

DOKUMENTASI



Sumber: wawancara dengan Ibu Ainur Rohmah selaku pemilik usaha jahit



Sumber: wawancara dengan Bapak Fathur selaku pemilki usaha jahit



Sumber: wawancara dengan Ibu Mardiyah selaku karyawan usaha jahit



Sumber: wawancara dengan Ibu Husnul Hotimah selaku karyawan usaha jahit



Sumber: wawancara dengan Ibu Fatimatus Zahra selaku pelanggan usaha jahit



Sumber: wawancara dengan Ernawati Rosidah selaku pelanggan usaha jahit



Sumber: wawancara dengan Ibu Musleha selaku pelanggan usaha jahit



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

BIODATA PENULIS



Nama : Siti Daimatus Sholehah
Tempat, Tanggal lahir : Jember, 25 Juli 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dusun Potok Barat, Sukowono, Sukowono,
Jember
Agama : Islam
No. Hp : 082264539560
Alamat E-mail : daimatusshol2000@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD : SDN Sukowono 3 (2006-2012)
MTs : Mts Negeri 6 Jember (2012-2015)
MA : MA Nurul Qarnain (2015-2018)
Perguruan Tinggi : UIN KH. Achmad Shiddiq Jember (2018-2022)

Pengalaman Organisasi

Osis Mts Negeri 6 Jember