

**ANALISIS INOVASI PRODUK UNTUK MENCIPTAKAN
KEUNGGULAN BERSAING PADA “GALERI USANG”**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

ISNATUL FARIAH
NIM. 1917201283

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

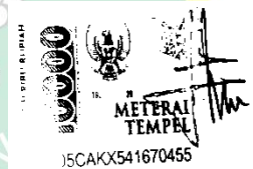
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Isnatul Fariah
NIM : 1917201283
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Pada “Galeri Usang”

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 14 September 2023

Saya Yang Menyatakan,



Isnatul Fariah

NIM. 1917201283



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS INOVASI PRODUK UNTUK MENCIPTAKAN KEUNGGULAN
BERSAING PADA GALERI USANG**

Yang disusun oleh Saudara **Isnatul Fariah NIM 1917201283** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa, 17 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

Umdah Aulia Rohmah, M.H.
NIP. 19930421 202012 2 015

Pembimbing/Penguji

Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.
NIDN. 2009039301

Purwokerto, 24 Oktober 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



H. Jamil Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Isnatul Fariah, NIM. 1917201283 yang berjudul:

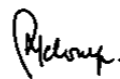
Analisis Inovasi Produk Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Pada "Galeri Usang"

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dijadikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 15 September 2023

Pembimbing



Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.

NIDN. 2009039301

ANALISIS INOVASI PRODUK UNTUK MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING PADA GALERI USANG

Oleh: Isnatul Fariah

NIM. 1917201283

Email: isnatulfariah433@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Inovasi produk itu tidak hanya pada pengembangan produk-produk yang telah ada, namun inovasi produk bisa diartikan sebagai pengenalan untuk produk baru atau yang belum ada sebelumnya. Selain itu, dengan melakukan daur ulang dalam rangka meningkatkan sebuah barang atau jasa yang bisa dihasilkan oleh perusahaan. Inovasi bisa digunakan sebagai strategi untuk menciptakan keunggulan bersaing. Karena tujuan utama dari inovasi yaitu untuk dapat memenuhi permintaan pasar. Sehingga produk yang di inovasi memiliki nilai lebih untuk dapat memperoleh keunggulan bersaing. Galeri usang adalah usaha yang bergerak dalam kerajinan tangan melakukan inovasi untuk menjawab persoalan utama yaitu bagaimana inovasi produk yang diterapkan Galeri Usang untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis datanya meliputi reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi. Teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk pada galeri usang dalam menciptakan keunggulan bersaing di dasarkan pada tiga indikator inovasi produk yaitu kualitas produk, fitur produk atau varian produk, dan desain dan rancangan produk sudah dapat menciptakan keunggulan bersaing. Dengan kualitas dari ketahanan produk, ketelitian dan kerapihan dari produk galeri usang sudah baik. Fitur produk atau varian produk memiliki keunikan, keistimewaan tersendiri. Dengan bahan yang digunakan dari daun dan sampah telah menjadi kekhasan tersendiri bagi galeri usang. Desain dan rancangan produk yaitu brand image yang dimiliki oleh galeri usang dan memiliki nilai kegunaan yaitu sebagai pajangan.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, dan Galeri Usang

ANALYSIS OF PRODUCT INNOVATION TO CREATE COMPETITIVE ADVANTAGE IN THE OBSOLETE GALLERY

By: Isnatul Fariah

NIM. 1917201283

E-mail: isnatulfariah433@gmail.com

Sharia Economics Study Program

Faculty of Economics and Islamic Business

Stateg Islamic University Prof. K.H.. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Product innovation is not only the development of existing products, but product innovation can be interpreted as an introduction to new or on-existent products. In addition, by recycling in order to increase the goods or to increase the goods or services that can be produced by the company. Innovation can be used as a strategy to create competitive advantage. Because the main goal of innovation is to be able to meet market demand. So that products that are innovated have more value to be able to gain competitive advantage. The obsolete gallery is a business engaged in handicrafts, innovating products to be able to create competitive advantage. This study aims to answer the main problem, namely how product innovation is implemented by galeri usang to create competitive advantage.

This research is a field research with a qualitative descriptive approach. The data collection techniques used in this study are observation, interviews, and documentation. While the data analysis techniques include data reduction, data presentation, and conclusions or verification. Data validation techniques in this study use data triangulation.

The results of this research show that product innovation in the old gallery in creating competitive advantage is based on these indicators of product innovation, namely product quality, product features or product design and designs that can create competitive advantage. With the quality of product durability, accuracy and neatness of old gallery product is good. Product features or product variants have their own uniqueness and special features. The materials used from leaves and rubbish have become unique for the old gallery. The product design and design is the brand image owned by the old gallery and has useful value, namely as a display.

Keywords : Product Innovation, Competitive Advantage, and Outdated Gallery

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ħ	<u>h</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	ža	<u>z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas

غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengankata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karâmah al-auliyâ'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة لغير	ditulis	Zakât al-fiṭr
-----------	---------	---------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تنس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûd

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis

Menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

MOTTO

“Kita ngga tahu kedepannya akan seperti apa, akan bagaimana jadi jangan pernah pesimis tetaplah berusaha yang terbaik”



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahiim

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis mempersembahkan karya skripsi dengan judul Analisis Inovasi Produk Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Pada Galeri Usang Desa Cikidang Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas, ini kepada:

1. Pahlawan kehidupan yang sangat berjasa, tentunya yang penulis cintai, sayangi, dan saya ta'dzimi yaitu kedua orang tua saya Bapak Abdul Aziz Disun dan alhm Ibu Karsitin yang selalu mengiringi setiap langkah penulis dengan untaian doa serta selalu memberikan motivasi yang besar kepada penulis.
2. Kakak tercinta dari penulis Hisban Arifin yang selalu memberikan doa dan dukungan semangat kepada penulis.
3. Ibu Akhris Fuatadis Sholikha, S.E., M.S.i. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan semangat dan bimbingan terbaik kepada penulis.
4. Teman dekat dari penulis Ginanjar Kuat Pratama yang selalu memberikan doa, memberikan semangat, dan sebagai tempat berkeluh kesah penulis.
5. Teman-temanku yang telah menemani, membantu, tempat untuk berkeluh kesah dan tentunya memberi semangat kepada penulis.
6. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, khususnya teman-teman seperjuangan program studi Ekonomi Syariah C angkatan 2019 yang sudah memberikan motivasi dan dukungan selama di kampus kepada penulis.
7. Terakhir skripsi ini penulis persembahkan untuk diri penulis sendiri yang telah mampu berjuang sampai berada di titik ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobil'alamin, segala puji syukur hanya milik Allah SWT Tuhan semesta alam yang selalu memberikan rahmat, nikmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Analisis Inovasi Produk Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Pada Galeri Usang Desa Cikidang Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat untuk bisa mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Shalawat serta salam kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang telah gigih dan ikhlas menyampaikan ajaran agama Islam dengan penuh cinta, kasih, perdamaian dengan balutan keindahan, semoga kita mendapatkan syafaatnya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini telah selesai tiada lain atas pertolongan Allah SWT. Disamping itu, penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M. Ag., selaku Wakil Rektor I Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M. Ag., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H Sulkhan Chakim, S. Ag. M.M., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I. selaku koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi terbaik sehingga skripsi penulis dapat terselesaikan. Terimakasih atas segala arahan, masukan, motivasi serta waktu yang telah diluangkan. Semoga Allah SWT memberikan perlindungan dan membalas kebaikan ibu.
9. Segenap dosen,staff, tata usaha, dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan akademik yang terbaik.
10. Orang tua penulis Bapak Abdul Abdul Aziz dan Ibu alhm Karsitin, yang telah memberikan motivasi, memberikan dukungan kepada penulis baik dalam bentuk materi maupun non materi, memberikan kasih sayangnya, yang selalu mendoakan penulis. Semoga Allah SWT selalu melindunginya.
11. Kakak penulis Hisban Arifin yang selalu memberikan doa, memberikan semangat serta dukungan kepada penulis. Semoga Allah SWT selalu melindunginya.
12. Ginanjar Kuat Pratama yang telah memberikan doa, semangat, dukungan, yang telah bersedia menjadi tempat untuk berkeluh kesah penulis.
13. Sahabat, teman-teman semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, mereka yang telah memberikan semangat, menemani dan banyak membantu kepada penulis.

14. Teman-teman Ekonomi Syariah C angkatan 2019, yang telah menjadi teman yang baik selama di bangku perkuliahan. Semoga silaturahmi kita semua tetap berjalan sampai kapanpun.
15. Mas Ucok pemilik Galeri Usang yang telah mengizinkan dan membantu penulis sehingga bisa mewujudkan skripsi ini.
16. Untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis butuhkan dan penulis bersedia menerima masukan tersebut dan melakukan perbaikan demi mendapatkan hasil penelitian yang sekiranya dapat memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah ikut berpartisipasi. Semoga mendapatkan balasan baik dari Allah SWT. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 14 September 2023

Penulis,



Isnatul Fariah
NIM. 1917201283

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
MOTTO	x
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Kajian Pustaka.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Teori Inovasi Produk.....	18
1. Pengertian Inovasi	18
2. Pengertian Inovasi Produk	19
3. Tujuan Inovasi Produk	20
4. Penggolongan Inovasi Produk	21
5. Teknik Inovasi Produk	22
6. Dimensi Inovasi Produk.....	23
7. Indikator Inovasi Produk.....	24
B. Teori Keunggulan Bersaing	26
1. Pengertian Keunggulan Bersaing	26
2. Jenis Keunggulan Bersaing	27
3. Tujuan Keunggulan Bersaing.....	27
4. Indikator Keunggulan Bersaing	28
5. Strategi Keunggulan Bersaing.....	30
C. Teori Seni Rupa.....	30

D. Landasan Teologis	31
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
C. Subjek dan Objek Penelitian	37
D. Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data	39
F. Teknik Analisis Data.....	41
G. Uji Keabsahan Data.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Galeri Usang Desa Cikidang Kecamatan Cilongok	45
1. Desa Cikidang	45
a. Sejarah Desa Cikidang	45
b. Letak dan Luas Wilayah.....	46
c. Keadaan Sosial Ekonomi Penduduk	48
d. Tingkat Pendidikan	48
e. Mata Pencaharian	48
f. Pola Pengembangan Lahan	49
g. Struktur Organisasi Desa Cikidang.....	50
2. Galeri Usang.....	50
a. Sejarah Galeri Usang.....	50
b. Visi Galeri Usang	51
c. Identifikasi Tenaga Kerja Galeri Usang.....	52
d. Proses Produksi Galeri Usang.....	52
e. Produk-produk Galeri Usang	52
B. Analisis Inovasi Produk untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing.....	54
1. Kualitas Produk.....	56
2. Fitur Produk atau Varian Produk	58
3. Desain dan Rancangan Produk.....	62
4. Kendala dan Solusi.....	67
C. Inovasi Produk Galeri Usang Perspektif Ekonomi Islam	68
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	77
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lukisan-Lukisan Banyumas.....	4
Tabel 1.2 Daftar Harga Produk Galeri Usang.....	7
Tabel 1.3 Omset Penjualan Galeri Usang perbulan	7
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2.2 Indikator Inovasi Produk.....	26
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Desa Cikidang.....	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Galeri Usang	50
Gambar 4.2 Produk-Produk Galeri Usang	53
Gambar 4.3 Varian Produk Galeri Usang	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	77
Lampiran 2 Hasil Cek Similaritas	79
Lampiran 3 Pedoman Wawancara	80
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....	90
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	91



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dilihat secara global, pasar Internasional memiliki kompetisi yang semakin meningkat. Pesaing-pesaing akan terus bermunculan serta tak dapat untuk bisa dihindari begitu saja. Namun, dengan bisa memberikan perbedaan pada manfaatnya walaupun hanya sekecil apapun akan sebuah produk atau jasa yang diberikan akan bisa memberi dampak kepada konsumen. Pada faktanya konsumen sekarang lebih cerdas dalam memilih produk yang akan mereka beli dan konsumsi. Dengan ini pasar akan semakin tersegmentasi pada produk dan jasa lebih terspesifikasi. Pada produk *life cycle* yang akan semakin pendek (Dhewanto et al., 2020, p. 69).

Dalam keberlangsungan hidup perusahaan itu tergantung bagaimana seberapa cepat serta tanggap yang dilakukan oleh perusahaan dalam menghadapi fleksibilitas yang ada sekarang. Dengan teknologi serta inovasi yang sudah ada dan sudah terkenal sebagai faktor yang penting dalam melakukan peningkatan keuntungan, *positioning*, serta kinerja bagi perusahaan dalam menghadapi fleksibilitas yang ada di pasar (Dhewanto et al., 2020).

Dengan melakukan inovasi, perusahaan akan terus bereaksi terhadap perubahan pasar sekarang yang semakin dinamis serta akan banyaknya pesaing-pesaing dengan tujuan untuk bisa menciptakan keunggulan bersaing. Perusahaan yang sudah bisa dikatakan telah berhasil dalam menciptakan suatu keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yakni perusahaan yang sudah mampu untuk menciptakan inovasi serta kreativitasnya dengan melalui suatu proses yang dilakukan dengan cara melakukan inovasi yang lebih efektif serta dapat terencana. Oleh karenanya, diperlukan adanya cara-cara serta strategi-strategi baru yang untuk dapat menciptakan serta menghasilkan produk-produk baru atau bahkan melakukan perbaikan (*tangible* maupun *intangible*) dengan cara

meningkatkan kemampuan kreatif dari para karyawan perusahaan atau anggota organisasi.(Dhewanto et al., 2020).

Business Dictionary menjelaskan bahwa inovasi produk tidak hanya pada pengembangan dari produk-produk yang sudah ada, namun inovasi produk juga dapat diartikan sebagai pengenalan untuk produk yang baru atau yang belum ada sebelumnya, selain itu dengan melakukan konsep daur ulang dalam rangka meningkatkan sebuah barang atau jasa yang dapat dihasilkan oleh perusahaan. Dengan penemuan produk yang baru, melakukan peningkatan pada spesifikasi serta kualitas produknya, atau bisa juga dengan memasukan sebuah komponen yang baru yang belum ada sebelumnya, materi yang digunakan pun menggunakan materi yang baru atau bahkan fungsi yang baru, hal-hal inilah yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan suatu inovasi produk (Dhewanto et al., 2015).

Menurut Kotler (2007) inovasi produk merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap sebagai sesuatu yang baru. Pengertian inovasi produk menurut Uliana (2012) menyatakan bahwa inovasi produk adalah produk baru atau inovasi dalam konteks pemasaran yakni barang, jasa maupun ide yang telah ada sebelumnya. Menurut Kotler dan Keller (2016) inovasi produk adalah gabungan dari beberapa macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain sehingga menghasilkan suatu produk yang baru atau gabungan kreatif dari berbagai produk yang telah ada. Menurut Kotler dan Armstrong (2010) menyebutkan bahwa terdapat tiga atribut atau indikator yang menempel pada inovasi produk fitur produk atau varian produk, desain dan rancangan produk, dan yang terakhir kualitas produk. Fitur dari sebuah produk merupakan modal sebuah produk agar dapat bersaing untuk memenangkan perhatian konsumen. Desain dan rancangan produk menurut Kotler dan Armstrong (2010) mengartikan bahwa desain atau perancangan produk sebagai sebuah keistimewaan yang dapat mempengaruhi bukan hanya penampilan namun juga fungsi produk dari kebutuhan konsumen. Kualitas produk merupakan tingkatan dari produk yang mampu melakukan fungsi-fungsinya

semaksimal mungkin. Dengan memperhatikan beberapa atribut atau indikator tersebut dapat unggul dalam bersaing akan semakin baik sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing.

Inovasi dengan ini bisa dijadikan sebagai salah satu dari strategi yang dapat digunakan untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing. Dikarenakan tujuan utama dari adanya inovasi yaitu untuk dapat memenuhi akan permintaan-permintaan dari pasar. Sehingga produk yang di inovasi memiliki nilai lebih untuk dapat memperoleh keunggulan dalam bersaing. Dengan keinginan pelanggan sekarang yang pada umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif untuk dapat memenuhi keinginan mereka atau bahkan produk yang belum ada sebelumnya. Perusahaan ketika sudah memperoleh keberhasilan dalam hal inovasi maka dengan ini perusahaan tersebut telah maju dibandingkan pesaing-pesaingnya (Rifa'i et al., 2019). Tujuan utama dari adanya inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan (Curatman et al., 2016).

Keunggulan bersaing (*competitive advantages*) adalah strategi formulasi yang harus dimiliki oleh perusahaan dan perusahaan tersebut harus bisa merancang untuk dapat mencapai peluangnya dengan begitu para pesaing tidak bisa menirunya dan nantinya perusahaan tersebut akan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Keunggulan bersaing merupakan kunci sukses yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan ini perusahaan akan mengalami secara terus menerus dengan cepat pada persaingan yang ketat serta pada kurun waktu yang singkat (Andayaningsih et al., 2022).

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan untuk dapat meraih sebuah keuntungan yang bersifat ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh para pesaing-pesaing di pasaran dalam industri yang sama. Porter (1980), melakukan studinya, membuat beberapa cara untuk dapat memperoleh keunggulan dalam bersaing diantaranya dengan melakukan penawaran produk atau jasa

dengan harga minimum (*cost leadership*), menawarkan produk atau jasa dengan yang berbeda dari yang lain atau memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan pesaingnya (*differentiatin*), atau dengan cara memfokuskan diri pada segmen-segmen tertentu (*focus*). Keunggulan bersaing menjadi kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global (Kurniasari & Utama, 2018). Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan dalam bersaing. Jika perusahaan tidak mampu dalam keunggulan bersaing maka perusahaan tersebut tidak akan bisa bertahan lama (Teneka & Hasin, 2022).

Dengan berkembangnya suatu bidang usaha pasti akan mendatangkan pula pesaing-pesaing yang ingin menyamakan usaha yang sedang berkembang tersebut. Ada banyak sekali pelukis baik itu pelukis wajah, pemandangan, dan lain sebagainya. Dengan bahan yang mereka gunakanpun ada yang berbeda, ada yang dari kuas, cat, palet dan lain sebagainya. Berbeda dengan pelukis yang lain, galeri usang merupakan salah satu dari beberapa pelukis yang membuat lukisan dari limbah sampah dan barang yang sudah tidak terpakai (barang bekas). Berikut adalah beberapa lukisan-lukisan yang ada di Kabupaten Banyumas:

Tabel 1.1
Lukisan-lukisan Banyumas

No	Nama Lukisan
1	Lukisan Pelepah Pisang
2	Pelukis Jalanan Ki Mugo S
3	Serambi Kang Hadi
4	Sanggar Lukisan
5	Loekisan Canvas
6	Ragam Art
7	Galeri Usang
8	Lukisan Kayu Purwokerto
9	Biola Hitam Gallery

10	Lukisan Wajah Karikatur
----	-------------------------

Sumber Data: Lukisan Banyumas, 2023

Tabel diatas adalah beberapa lukisan-lukisan yang ada di Kabupaten Banyumas. Dengan berbagai jenis lukisan yang berbeda. Selain galeri usang yang membuat lukisan dari sampah, limbah dan barang-barang bekas yakni lukisan dari pelepah pisang. Salah satu warga di Desa Kalibagor Kecamatan Kalibagor Kabupaten Banyumas membuat sebuah lukisan yang berbahan dari pelepah pisang yang telah dikeringkan. Namun, untuk harga dari lukisan pelepah pisang sangatlah mahal Rp 250.000 – Rp 850.000. Sedangkan pelukis jalanan Purwokerto Ki Mugo Sumedi itu membuat lukisan dengan bahan yang digunakan yaitu kuas serta pewarna. Hasilnya pun adalah sebuah karikatur hitam putih dan bisa juga karikatur berwarna. Namun, untuk harga terbilang sangat mahal satu lukisan diharga Rp 350.000 dan harga segitu merupakan lukisan yang paling murah. Berbeda dengan galeri usang dengan bahan yang digunakan yakni daun jati dan pita kaset namun dengan harga yang cukup terjangkau. Walaupun galeri usang hanya dengan menggunakan bahan-bahan yang terbuat dari sampah dedaunan dan barang bekas namun galeri usang tetap memberikan kualitas dari produknya yang sangat luar biasa bagusnya mulai dari ketahanan produk, kerapihan. Di galeri usang juga ada beberapa macam lukisan seperti lukisan dari daun jati, pita kaset, dan sampah plastik. Jadi, tidak hanya ada satu macam saja. Selain itu, galeri usang juga telah memiliki *brand image*. Menurut Freddy Rangkuti (2009), *brand image* adalah persepsi merek yang dihubungkan dengan asosiasi merek yang melekat dalam ingkatan konsumen. Jadi, dari *brand image* yang telah dimilikinya tersebut seperti logo dari galeri usang sendiri. Selanjutnya pelayanan yang diberikan galeri usang memberikan pelayanan yang baik.

Galeri usang merupakan salah satu usaha yang memproduksi lukisan-lukisan yang menarik karena galeri usang membuat sebuah lukisan sketsa wajah dari bahan-bahan seperti daun, sampah dan barang-barang bekas yang menurut sebagian orang tidak memiliki berguna, namun dengan

galeri usang ini dapat di kreasikan menjadi lukisan yang indah. Dengan bahan yang digunakan tersebut dapat menjadi lukisan yang unik di mata yang melihatnya dan juga sebagai pembeli bisa memilih mau lukisan yang terbuat dari daun jati, pita kaset, maupun plastik.

Galeri usang adalah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang seni, dimana fokusnya untuk mengolah limbah yang sudah tidak terpakai menjadi barang lain yang memiliki nilai jual serta memiliki nilai keindahan. Pemilik galeri usang sendiri juga terinovasi untuk membuat lukisan-lukisan dari sampah-sampah atau barang limbah yang tidak memiliki fungsi daripada berserakan akhirnya berinovasi untuk membuat lukisan-lukisan dari limbah atau sampah yang ada untuk dapat memiliki nilai jual serta nilai keindahan (Wawancara: Ucok Pemilik Galeri Usang, 2023)

Dengan persaingan yang semakin ketat Galeri usang menghadirkan produk-produk berupa lukisan-lukisan yang terbuat dari daun jati yang sebelumnya sudah dikeringkan terlebih dahulu. Namun, tidak cuma membuat lukisan dari daun jati namun juga dari pita kaset. Bahan-bahan yang dianggap sudah menjadi sampah ini oleh Mas Ucok dikreasikan menjadi lukisan yang amat cantik yang memiliki nilai jual serta memiliki nilai keindahan. Dengan kesederhanaan bahan, biaya yang dikeluarkan untuk membuat lukisan yang terbilang murah. Dari bahan yang ada lalu mengolah sampah tersebut untuk menjadi sketsa wajah hal ini dapat menarik konsumen serta memperoleh keunggulan dalam bersaing.

Galeri usang sendiri memberikan keunggulan dengan harga yang cukup relatif dikantong dan dengan ongkos pesanan yang murah dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya, bahkan galeri usang tidak hanya menerima pesanan di kota atau luar kota bahkan sudah sampai ke luar negeri salah satunya negara Hongkong. Pada galeri usang sendiri diterapkan adanya sistem COD. Dengan harga terjangkau yang untuk Rp. 150.000 – Rp. 250.000. Dengan lukisan wajah yang cantik, rajin serta hampir mirip dengan wajah aslinya, untuk daunnya serta pita kaset ketahanan juga cukup

lama, penetapan harga, dan ketepatan waktu dalam mengerjakan lukisan tersebut. Berikut daftar harga produk galeri usang:

Tabel 1.2

Daftar Harga Produk Galeri Usang

No	Nama Produk	Harga
1	Sketsa Daun Jati	Rp 150.000-Rp 180.000
2	Sketsa Pita Kaset	Rp 220.000-Rp 250.000

Sumber Data: Wawancara Pemilik Galeri Usang, 2023

Dari tabel diatas disebutkan bahwa di galeri usang tidak hanya membuat serta menjual lukisan satu macam saja namun terdapat dua macam dan dengan harga yang berbeda lukisan yang ada di galer usang yaitu sketsa daun jati dan sketsa pita kaset. Dengan inovasi yang dilakukan oleh galeri usang yang tidak hanya satu produk saja dapat memperoleh keunggulan bersaing serta dapat meningkatkan omset yang didapatkan.

Berikut omset penjualan Galeri Usang bulan Mei 2022 – April 2023:

Tabel 1.3

Omset Penjualan

No	Bulan	Omset Penjualan
1	Mei	Rp 2.710.000
2	Juni	Rp 2.780.000
3	Juli	Rp 2.880.000
4	Agustus	Rp 2.850.000
5	September	Rp 2.920.000
6	Oktober	Rp 2.990.000
7	November	Rp 3.010.000
8	Desember	Rp 3.050.000
9	Januari	Rp 3.085.000
10	Februari	Rp 3.150.000
11	Maret	Rp 3.210.000

12	April	Rp 3.280.000
----	-------	--------------

Sumber Data: Wawancara pemilik Galeri Usang, 2023

Dengan berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa omset penjualan dari bulan ke bulan terus mengalami kenaikan. Hal ini dikarenakan keunikan yang dimiliki oleh galeri usang dalam membuat produk-produk lukisannya.

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penulisan jurnal penelitian dengan melihat perbandingan dari penelitian (Imas Fatimah Hasnatika dan Ida Nurnida, 2018) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Duren Kamu Pasti Kembali di Kota Serang” pada penelitian yang dilakukan oleh Imas Fatimah Hasnatika dan Ida Nurnida, menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMK Duren KPK di Kota Serang. Perbedaan dari penelitian ini dari segi metode penelitian yang digunakan yaitu dengan metode kuantitatif sedangkan metode yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif. Serta permasalahan yang terjadi dilapangan lokasi penelitian yang peneliti pilih ini belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Sehingga, permasalahan di lokasi tersebut akan berbeda dengan lokasi-lokasi yang sudah pernah diteliti.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti serta mengkaji lebih dalam mengenai inovasi produk yang dilakukan oleh galeri usang untuk menciptakan keunggulan bersaing, dengan judul penelitian **“Analisis Inovasi Produk untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing pada Galeri Usang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu: bagaimanakah inovasi produk yang dilakukan oleh galeri usang untuk menciptakan keunggulan bersaing?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan mengetahui secara mendalam inovasi produk yang diterapkan oleh galeri usang sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing.

2. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini nantinya diharapkan supaya dapat memberikan manfaat baik dalam manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis bagi berbagai pihak, antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi, pengetahuan, sekaligus bisa sebagai salah satu referensi perbandingan penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang ada kaitannya dengan inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Hasil penelitian diharapkan mampu untuk memberikan dan menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis yang berhubungan dengan inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing.

2) Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing.

3) Bagi Tempat Peneliti

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha dalam pentingnya dari inovasi produk yang diterapkan oleh galeri usang dengan tujuan yaitu untuk menciptakan keunggulan bersaing. Serta hasil dari penelitian ini

diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan masukan dalam pengambilan keputusan dalam menciptakan keunggulan.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah penelusuran dari berbagai hasil kajian yang sudah ada atau terdahulu yang sudah relevan dan mempunyai kedekatan dengan objek penelitian yang akan diteliti (Rahmadi, 2011, p. 37). Pada kajian ini akan membuat berbagai macam teori-teori yang digunakan dengan melalui berbagai sumber baik dari literatur buku atau dari referensi sumber lainnya.

1. Dalam jurnal yang ditulis oleh Fatma Nurussakinah, Akhmad Supriyanto, dan Ana Nur Faidah yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Sasirangan di wilayah Kota Banjarmasin)*", dalam penelitian ini industri sasirangan di wilayah Kota Banjarmasin harus semakin baik dalam hal kualitas yang baik ditambah dengan inovasi produk yang diberikan. Dengan kualitas yang baik ditambah dengan inovasi produk maka akan saling mendukung demi terciptanya keunggulan bersaing (Nurussakinah et al., 2018).
2. Dalam jurnal yang ditulis oleh Rizqon Jamili Farhas yang berjudul "*Analisis Orientasi Pasar dan Inovasi dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing pada Usaha Ritel 212 Mart di Kota Pekanbaru*", dalam penelitian ini orientasi pasar tanpa adanya inovasi tidak bisa memiliki peranan penting dalam keunggulan bersaing di usaha ritel 212 mart di Kota Pekanbaru karena dengan kadar orientasi pasar yang melemah bisa menurunkan inovasi dan keunggulan bersaing (Farhas, 2019).
3. Dalam jurnal yang ditulis oleh Anak Agung Ayu Mirah Wira Dewi, dkk yang berjudul "*Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar*", dalam penelitian ini jika sudah menerapkan orientasi pasar maka bisa memiliki komitmen untuk terus berkreasi untuk memperoleh nilai unggul sesuai dengan kebutuhan

konsumen dan inovasi yang dilakukan maka bisa memiliki nilai lebih dan unggul dari pesaing (Dewi et al., 2019).

4. Dalam jurnal yang ditulis oleh Winda Ayu Lestari, Apri Budianto, dan Iwan Setiawan yang berjudul *“Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap keunggulan (suatu studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya)”*, dalam penelitian ini pada payung geulis mandiri Tasikmalaya dalam inovasi produk sudah baik dalam hal ini keunggulan bersaing akan terus meningkat dengan lebih banyak produknya yang beragam dan juga menarik. Dalam segi kualitasnya pun dengan bahan baku yang baik maka akan memberikan kualitas yang baik dengan ini sehingga keunggulan bersaing akan terus meningkat.
5. Dalam jurnal yang ditulis oleh Iwan Kurniawan Subagja, yang berjudul *“Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Celana Merek Jeans Di Jakarta”*, dalam penelitian ini inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk unggul atau lebih maju dibandingkan pesaingnya. Selain itu inovasi produk dan orientasi pasar keunggulan bersaing dapat dipengaruhi oleh faktor lainnya.
6. Dalam jurnal yang ditulis oleh Raissa Hasna Rosyida dan Zulian Yamit dengan judul *“Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada PT Paragon Technology and Inovation di Yogyakarta”*, dalam penelitian ini yang dapat mencapai keunggulan bersaing pada produk emina hanya pada desain dan kualitas yang menarik dan juga baik (Rosyida & Yamit, 2022).
7. Dalam jurnal yang ditulis oleh Gery Nova Kusuma Teneka dan Al Hasin dengan judul *“Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing serta Implementasinya pada Kinerja UMKM Batik di Yogyakarta”*, dalam penelitian ini bahwasanya inovasi produk bisa menjadi cara untuk mengembangkan produksi maka dengan ini bisa menciptakan keunggulan bersaing UKM batik di Yogyakarta (Teneka & Hasin, 2022).

8. Dalam jurnal yang ditulis oleh Delen Alifian Noviansyah, dkk dengan judul “*Pengaruh Kapabilitas Pemasaran dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing di Masa Pandemi Covid-19*”, karena dampak dari pandemi covid-19 banyak pesaing yang sejenis, sehingga mengalami penurunan dalam mewujudkan inovasi baru (Noviansyah et al., 2023)

Di galeri usang melakukan inovasi produk dari yang awalnya pengenalan produk baru lalu bisa menambah produk baru. Namun, dengan banyaknya pesaing yang memiliki usaha untuk produk yang sama belum tentu bisa memperoleh persaingan atau bisa menarik perhatian konsumen.

Dari beberapa penelitian terdahulu diatas yang penulis jadikan sebagai referensi. Pada pengambilan variabel yang sama dan fokus dari permasalahan yang hampir sama sehingga penelitian-penelitian terdahulu bisa dijadikan sebagai rujukan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Adapun persamaan dan perbedaan dari delapan penelitian diatas penulis sajikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 1.4
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul dan Tahun Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Penelitian oleh Fatma Nurussakinah, Ahmad Supriyanto, Ama Nur Faidah, dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan inovasi produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Sasirangan di Wilayah Kota Banjarmasin" (2018)	Persamaan dalam penelitian ini adalah terkait dengan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Perbedaannya adalah dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, hanya memfokuskan pada kualitas dari	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya pengaruh dari kualitas produk serta inovasi produk secara persial sangat berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Secara simultan kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing

		<p>produk dan inovasi produknya terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu dengan berdasarkan indikator-indikator dari inovasi produk untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing.</p>	
2	<p>Penelitian oleh Rizqon Jamili Farhas, dengan judul "Analisis Orientasi Pasar dan Inovasi dalam Mencapai Keunggulan Bersaing pada Usaha Ritel 212 Mart di Kota Pekanbaru" (2019)</p>	<p>Persamaan ada pada sama-sama membahas mengenai inovasi untuk mencapai keunggulan bersaing.</p> <p>Perbedaannya ada pada objek yang dilakukan, Rizqon pada usaha ritel 212 mart di Kota Pekanbaru, tidak hanya inovasi saja yang digunakan namun juga dengan orientasi pasar dalam mencapai keunggulan bersaing. Sedangkan peneliti yang sedang dilakukan yaitu di galeri usang. Dan dengan berdasarkan indikator dari inovasi produk</p>	<p>Dari hasil pengujian dalam statistik menunjukkan bahwasanya orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi serta berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selain itu hasil penelitiannya menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing ritel 212 Mart di Kota Pekanbaru</p>

		untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing.	
3	Penelitian oleh Anak Agung Ayu Mirah Wira Dewi, dkk, dengan judul penelitian "Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar" (2019)	<p>Persamaan ada pada sama-sama membahas mengenai inovasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing.</p> <p>Perbedaan penelitian oleh Anak Agung Ayu Mirah Wira Dewi dkk menggunakan metode penelitian kuantitatif, selain inovasi produk juga dengan orientasi pasar sedangkan peneliti hanya inovasi produk dan penelitian peneliti dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.</p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing, ada pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing, ada pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing, dan orientasi pasar serta memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 6,058 yang ditunjukkan dengan hasil persamaan regresi
4	Penelitian oleh Winda Ayu Lestari, Apri Budianto, dan Iwan Setiawan, dengan judul "Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya" (2020)	<p>Persamaan ada pada sama-sama membahas mengenai inovasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing.</p> <p>Perbedaan penelitian oleh Winda Ayu Lestari, dkk menggunakan metode penelitian</p>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada payung geulis mandiri Tasikmalaya

		kuantitatif, berdasarkan inovasi produk dan kualitas produk sedangkan peneliti dengan berdarakan indikator inovasi produk untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing menggunakan metode penelitian kualitatif.	
5	Penelitian oleh Iwan Kurniawan Subja, dengan judul penelitian "Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing Celana Merek Jeans di Jakarta" (2021)	<p>Persamaan ada pada sama-sama membahas mengenai inovasi produk.</p> <p>Perbedaanya pada penelitian ini terdapat 30 UMKM, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti hanya pada galeri usang saja</p>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya pengaruh dari inovasi produk dan orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dengan tingkat signifikan dan sisanya dipengaruhi oleh faktor yang lainnya
6	Penelitian oleh Raissa Hasna Rosyida dan Zulian Yamit, dengan judul penelitian "Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan bersaing pada PT Paragon Technology and Inovation di Yogyakarta" (2022)	<p>Persamaan ada pada sama-sama membahas mengenai inovasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing.</p> <p>Perbedaan penelitian ada pada objek yang dilakukan, Raissa dan Zulian pada PT Paragon Technology and Innovation di</p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing, desain memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan

		Yogyakarta, berdasarkan pada inovasi produk, desain produk dan kualitas produk untuk keunggulan bersaing, sedangkan pada peneliti objeknya di galeri usang dan berdasarkan indikator dari inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing.	terhadap keunggulan bersaing
7	Penelitian oleh Gery Nova Kusuma Teneka dan Al Hasin, dengan judul penelitian "Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing serta Implementasinya pada Kinerja UKM Batik di Yogyakarta" (2022)	<p>Persamaan ada pada sama-sama membahas mengenai inovasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing.</p> <p>Perbedaan penelitian oleh Gery Nova Kusuma Teneka dan Al Hasin menggunakan metode penelitian kuantitatif, berdasarkan orientasi pasar dan inovasi produk sedangkan peneliti dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan berdasarkan indikator inovasi produk untuk menciptakan</p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja UKM, inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja UKM, keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja UKM

		keunggulan bersaing.	
8	Penelitian oleh Delen Alifian Noviansyah, dkk, dengan judul penelitian "Pengaruh Kapabilitas Pemasaran dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing di Masa Pandemi Covid-19" (2023)	<p>Persamaan ada pada sama-sama membahas mengenai inovasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing.</p> <p>Perbedaan penelitian oleh Delen Alifian Noviansyah menggunakan metode penelitian kuantitatif, selain inovasi produk juga berdasarkan kapabilitas pemasaran untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing sedangkan peneliti dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, dan berdasarkan dari indikator inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing.</p>	<p>Hasil berdasarkan uji-t menunjukkan bahwa variabel 'marketability' berpengaruh positif signifikan terhadap variabel 'competitive advantage' dan variabel 'product innovation' berpengaruh signifikan terhadap variabel 'competitive advantage' .</p> <p>Menunjukkan berdasarkan hasil uji-f kemampuan memasarkan dan mentransfoemasikan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing</p>

Sumber : Data sekunder telah diolah kembali

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Inovasi Produk

1. Pengertian Inovasi

Menciptakan penilaian-penilaian yang baru, menawarkan produk atau jasa yang inovatif dan kinerja pelayanan akan meningkat sehingga bisa memuaskan pelanggan merupakan tuntutan yang harus bisa dilakukan oleh perusahaan. Suatu proses dimana tidak hanya sebatas untuk menciptakan sebuah ide-ide yang inovatif atau pemikiran-pemikiran yang baru hal ini merupakan arti inovasi secara luas. Inovasi tersebut dilakukan dengan melalui proses adopsi. Dalam menggunakan inovasi memerlukan adopsi untuk keputusan secara keseluruhan yang menjadi cara untuk bertindak yang terbaik (K. Sumual, 2013).

Bagi perusahaan atau organisasi inovasi dianggap sebagai faktor kritis dalam menciptakan nilai dan keunggulan kompetitif berkelanjutan dilingkungan yang berubah dan kompleks seperti sekarang (Sugiarno, 2021). Inovasi dapat menjadi strategi dalam melahirkan adanya sesuatu yang berbeda dari apa yang telah dimunculkan. Inovasi dapat diartikan baru (Aisyah, 2017).

Beberapa ahli menjelaskan tentang definisi dari inovasi, antara lain:

- a. Menurut Rehondonk (2015), inovasi ialah seseorang melakukan sebuah proses untuk dapat mengubah ide yang baru menjadi suatu bentuk produk yang dapat berguna.
- b. Menurut Eko Wahyudi (2009), inovasi merupakan seseorang memiliki kemampuan untuk dapat mendayagunakan suatu pikiran yang berasal dari sumber daya yang ada disekelilingnya. Kemudian dari pemikiran serta sumber daya tersebut diimplementasikan ke dalam karya yang orisinil dan nantinya dapat berguna bagi masyarakat.
- c. Menurut Nurdin (2016), inovasi ialah sesuatu yang baru atau sesuatu yang baru namun sudah hasil dari adopsi yang berasal dari

perusahaan atau organisasi yang lain. Inovasi adalah sesuatu yang dikenalkan serta dilakukan sebuah praktik atau melalui proses yang baru.

Dari beberapa pengertian diatas mengenai inovasi, maka dapat disimpulkan bahwa inovasi kemampuan dari seseorang dalam mengubah ide-ide yang telah mereka pikirkan lalu dituangkan atau di praktikkan dalam sebuah produk yang baru.

Kekayaan ide-ide kreatif serta inovatif harus dimiliki oleh pelaku usaha supaya bisa maju dan menjadikan produknya yang kompetitif. Dengan perusahaan atau organisasi dapat paham serta memakai inovasi tersebut dengan baik maka perusahaan dalam dunia persaingan serta dengan adanya perubahan-perubahan pada dunia bisnis yang sekarang semakin dinamis (Rashin & Ghina, 2018).

Inovasi ialah bagian dari mental yang dimiliki oleh seorang pebisnis yaitu inovatif. Tuntunan yang harus dimiliki oleh seorang pebisnis untuk dapat mengembangkan usaha bisnis yang dimilikinya yaitu pada kemampuannya dalam menjadi sosok yang inovatif dengan cara dapat melahirkan ide-ide serta strategi-strateginya. Pada akhirnya dengan dimilikinya mental dari pebisnis maka akan muncul pada karya-karya yang inovasi dalam bentuk hasil dari produk bisnis atau layanan jasa yang akan diberikan kepada konsumen (Aisyah, 2017).

2. Pengertian Inovasi Produk

Suatu proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan solusi dari berbagai macam persoalan yang ada seperti kebutuhan atau permintaan akan konsumen, perusahaan harus dapat membuat produk yang baru atau produk yang ada untuk dilakukan sesuatu inovasi pada produknya. Selian itu tujuan dari inovasi produk adalah untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang terus-menerus akan mengalami perkembangan. Inovasi yaitu sebuah proses yang bersifat kompleks. Ada banyak yang berpendapat bahwa inovasi merupakan suatu hal yang problematik (Dhewanto et al., 2015, p. 106).

Peluncuran akan suatu produk-produk yang masih baru atau bahkan yang sudah pernah ada sebelumnya merupakan suatu keterkaitan dari inovasi produk itu sendiri. Inovasi produk memiliki salah satu bentuk yakni produk yang baru. Produk yang baru ini merupakan produk-produk yang orisinal, produk-produk yang sudah ada lalu dilakukan penyempurnaan serta produk-produk yang telah dimodifikasi dan merek baru yang dikembangkan melalui proses pengembangan dan riset hal ini merupakan produk yang baru (Haryono, 2017).

Menurut Sutomo (2012), inovasi produk ialah suatu proses dari hasil pengembangan juga pemanfaatan, keterampilannya serta dalam memperbaiki produk yang sudah ada baik berupa barang atau jasa, bisa juga dengan proses atau sistem yang masih baru yang dapat memberikan nilai lebih serta berarti secara signifikan. Menurut Haryanti dan Nursusila (2006), inovasi produk merupakan keseluruhan dari operasional-operasional perusahaan yang mana sebuah produk yang masih baru diciptakan serta dipasarkan dan yang termasuk ke dalam inovasi pada segala macam proses fungsional dan kegunaanya (Riadi, 2022). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016), inovasi produk ialah gabungan dari berbagai macam proses yang akan dilakukan untuk saling mendapatkan pengaruh antara satu dengan yang lainnya. Sehingga, dapat menghasilkan suatu produk yang baru dan dapat berasal dari gabungan yang kreatif dari berbagai macam produk yang sudah ada sebelumnya.

Dari beberapa pernyataan yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk adalah proses dari pengembangan suatu produk sehingga dapat menciptakan produk yang baru.

3. Tujuan Inovasi Produk

Menurut (Khasanah, 2022) Tujuan dari seseorang yang memiliki sebuah usaha dan akan melakukan inovasi produknya adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan Kualitas

Konsumen akan merasa semakin betah serta bertahan pada produk yang di inovasi karena dapat meningkatkan kualitas dari produk tersebut. Dengan perusahaan atau organisasi melakukan sebuah inovasi maka akan meningkatkan keunggulan tersendiri serta dapat memberikan kualitas produk yang baik dibandingkan dengan produk sebelumnya.

b. Memenuhi Kebutuhan Pelanggan

Pemilik usaha memiliki tuntutan pelanggan terkait dengan kebutuhan pelanggan yang selalu ada, pemilik usaha dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut dengan melakukan inovasi pada pengembangan produk mereka.

c. Menciptakan Pasar Baru di Tengah Masyarakat

Menarik masyarakat dengan melakukan inovasi karena dengan inovasi tersebut dapat memberikan fitur serta pengembangan yang terbaru, sehingga nantinya masyarakat akan membeli produk tersebut.

d. Mengembangkan dan Mengaplikasikan Pengetahuan dan Wawasan

Pelaku usaha dengan melakukan inovasinya maka akan dapat menambah pengetahuan dalam hal mengembangkan. Pelaku usaha juga dapat mengaplikasikan pengetahuan yang telah dimilikinya.

e. Meningkatkan Efisiensi Produk

Barang atau produk dapat melakukan tugasnya dengan tepat sasaran serta tidak harus membuang-buang waktu yang terlalu banyak dan tidak penting dengan melalui proses inovasi.

4. Penggolongan Inovasi Produk

Menurut Booz, Allen dan Hammlton (1982) dalam (Martina & Adimulya, 2013) , mengidentifikasi 6 kategori produk baru, yaitu:

- a. Produk baru bagi dunia (*new-to-the-world product*).
- b. Lini produk baru (*new product lines*).

- c. Tambahan pada lini yang sudah ada (*additions to existing product*).
- d. Perbaikan pada/revisi terhadap produk yang sudah ada (*improvements in/revisions to existing product*).
- e. Pengurangan biaya (*cost reductions*).

5. Teknik Inovasi Produk

Perusahaan atau organisasi telah berusaha melakukan inovasi untuk dapat menjaga eksistensi perusahaan itu sendiri terkait dengan produk-produk dipasaran. Perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menjaga kepuasan konsumen, maka dengan itu perusahaan akan memiliki pengaruh penting bagi loyalitas konsumen (Khasanah, 2022). Perusahaan akan memaksimalkan inovasinya dengan teknik-teknik sebagai berikut:

- a. Fokus mengeksplorasi ide inovatif

Perlu mencatat ide-ide yang inovatif untuk dapat di diskusikan bersama. Selanjutnya dengan ide-ide inovatif tersebut maka mulai melakukan inovasinya dan harus dapat memaksimalkan ide-ide inovatif tersebut. Ide-ide tersebut juga harus memenuhi kriterianya supaya dapat dieksekusi misalnya solutif, novelly serta dapat dilakukan.

- b. Dari perspektif yang berbeda

Dari perspektif yang berbeda sesuatu yang dianggap umum atau yang dinilai sudah biasa akan lebih terlihat menarik dibandingkan yang lain.

- c. Memaksimalkan tampilan produk

Menciptakan kesan menarik dan positif untuk memaksimalkan tampilan produk menjadi hal yang penting sehingga mendapatkan *first impression produk*. Memaksimalkan tampilan produk perusahaan atau organisasi dapat melakukan pada warna, desain, bentuk, dan lain sebagainya. Sehingga konsumen akan lebih tertarik dengan tampilan visual yang kuat

dengan kreativitasnya dan akan memiliki pengaruh pada jumlah konsumen.

6. Dimensi Inovasi Produk

Menurut Rogers (2003) dalam (Al Rasyid & Tri Indah, 2018), menyatakan bahwa inovasi terdiri atas lima dimensi, antara lain yaitu sebagai berikut:

a. Keunggulan Relatif (*Relative Advantage*)

Keunggulan relatif ialah suatu inovasi memiliki kelebihan yang dimilikinya. Dengan kata lain, lebih baik mana sebelum dilakukan inovasi atau setelah dilakukannya inovasi. Ada macam-macam segi untuk dapat mengukur seperti halnya dalam segi ekonomi, prestasi sosial, ada pada kenyamanan serta pada kepuasannya. Sehingga semakin cepatnya proses inovasi tersebut maka keunggulan relatif akan semakin besar yang dapat dirasakan oleh adopter untuk diadopsi.

b. Kesesuaian/Keserasian (*Compatibility*)

Kesesuaian/keserasian merupakan tingkatan dari kesesuaian pada inovasinya dengan nilai (*values*), pengalaman, serta dari kebutuhan-kebutuhan penerimanya.

c. Kerumitan (*Complexity*)

Suatu inovasi memiliki tingkatan kerumitan dalam sulitnya memahami serta menggunakan inovasi tersebut untuk dapat diadopsi. Jika dalam berinovasi mudah untuk bisa di mengerti serta dapat dipahami oleh adoper maka akan semakin cepat proses dari inovasi untuk dapat diadopsi. Namun, jika suatu produk yang kompleks maka akan semakin sulit produk tersebut untuk dapat memperoleh penerimaan.

d. Ketercobaan (*Trialability*)

Ketercobaan ialah tingkatan dari inovasi yang dilakukan uji coba terlebih dahulu. Uji coba pada inovasi sendiri dapat dilakukan pada keadaan yang sesungguhnya. Inovasi umumnya

dapat lebih cepat untuk diadopsi. Dengan kemampuannya untuk dapat menunjukkan keunggulan maka suatu inovasi akan lebih cepat dalam proses adopsi.

e. Keterlihatan (*Observability*)

Keterlihatan ialah tingkatan dari inovasi mengenai bagaimana hasil dari penggunaannya dapat dilihat oleh orang lain. Dengan demikian seseorang dapat dengan mudah melihat hasil dari suatu inovasi tersebut. Maka, dengan ini akan ada kemungkinan besar inovasi tersebut dapat diadopsi oleh orang lain.

7. Indikator Inovasi Produk

Penulis buku “Principles of Marketing”, yaitu Kotler dan Armstrong (2010) menyebutkan bahwasanya terdapat 3 macam atribut yang ada pada inovasi produk yaitu kualitas produk, fitur produk, serta desain dan rancangan produk.

a. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah tingkatan-tingkatan pada produk yang ada dengan cara memberikan pada fungsinya masing-masing sebagaimana mestinya dengan cara semaksimal mungkin. Fungsi yang dimaksudkan pada kualitas produk adalah seperti halnya daya tahan dari produk itu sendiri karena daya tahannya nantinya akan mencerminkan seberapa ekonomis dari produk yang telah dihasilkan, keandalannya adalah sebuah konsistensi dari kinerja yang telah dihasilkan atas produk pada setiap pembeliannya, serta produk yang dihasilkan harus teliti karena ketelitian pada produk yang dihasilkan. Produk-produk yang terbebas dari kecacatan, memiliki kesesuaian kinerjanya serta konsistensi pada kemampuan yang sesuai dengan fungsinya semua itu merupakan sebuah produk yang memiliki kualitas. Untuk dapat membangun kepercayaan dari konsumen yang telah dimiliki sebelumnya maka harus dapat menjaga kualitas dari

produknya. Pada kenyataannya permasalahan yang pada umumnya sering terjadi dalam dunia bisnis itu ketika kualitas dari sebuah produknya baik serta bagus namun untuk harga yang ditawarkan sangatlah mahal.

b. Fitur Produk atau Varian Produk

Varian yang ada pada produk bisa dianggap sebagai sebuah sarana atau alat yang kompetitif serta sebagai pembeda dari produk-produk pesaingnya. Fitur produk merupakan cara untuk dapat menarik perhatian konsumen sehingga produk dapat bersaing. Fitur produk adalah sesuatu yang dianggap memiliki keunikan, keistimewaan, serta kekhasan yang dimiliki dari produk tersebut sehingga nantinya dapat menjadi nilai jual tambah untuk bersaing. Sebuah produk memiliki karakteristik tersendiri yang melekat sempurna dimana hal tersebut merupakan hasil dari pengembangan yang dilakukan serta penyempurnaan yang secara terus menerus.

c. Desain dan Rancangan Produk

Dengan cara desain produk pengguna dapat memberikan nilai tambah suatu produk. Desain merupakan suatu konsep yang bisa mewakili serta menggambarkan sebuah produk yang dibuat. Selain penampilan yang ada nilai kegunaan juga merupakan kontribusi yang ada pada desain. Tujuan dari produk yang didesain yaitu untuk menarik perhatian konsumen, selain itu juga sebagai strategi yang digunakan untuk memotong biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, dengan desain juga bisa menciptakan keunggulan dalam bersaing. Kotler dan Armstrong (2010), mengartikan bahwasanya desain atau rancangan produk ialah suatu keistimewaan yang dimiliki oleh produk-produk yang tidak hanya memperhatikan pada penampilannya saja namun pada segi fungsinya tersendiri dari produk-produk tersebut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Dhewanto et al., 2015).

Tabel 2.1
Indikator Inovasi Produk

Kualitas Produk	Fitur Produk atau Varian Produk	Desain dan Rancangan Produk
Daya Tahan, Kehandalan, Kecacatan	Keunikan, Keistimewaan, Kekhasan	Penampilan, Nilai Kegunaan

Sumber : Kotler dan Armstrong (2010)

B. Teori Keunggulan Bersaing

1. Pengertian Keunggulan Bersaing

Menurut Porter (1990), keunggulan bersaing ialah jantung dari adanya kinerja pemasaran yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan-persaingan yang ada. Keunggulan bersaing juga merupakan salah satu dari strategi-strategi untuk dapat memperoleh benefit atau keuntungan bagi perusahaan atau organisasi yang telah melakukan kerjasama. Sehingga dapat terciptanya keunggulan bersaing yang lebih efektif lagi dipasaran. Namun, dari strategi yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi harus dapat di desain dengan tujuan untuk dapat mewujudkan keunggulan bersaing sehingga secara terus menerus perusahaan tersebut akan mendominasi yang baik di pasaran (Dalimunthe, 2017).

Menurut Darmanto, dkk (2015), keunggulan bersaing merupakan usaha atau bisnis yang memiliki kapabilitas dalam menjalankan strategi-strateginya untuk dapat memperoleh laba yang lebih banyak dibandingkan dengan pesaingnya dalam industri yang sejenis. Menurut Pakpahan (2016), keunggulan bersaing ialah perusahaan dapat unggul atas kompetisi yang ada serta kompetitor lain tidak dapat melakukannya dan perusahaan tersebut dapat menerapkan dalam jangka waktu yang cukup lama. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing

ialah perusahaan atau organisasi dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya.

2. Jenis Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler dalam Arianty, et al (2016) jenis-jenis persaingan produk terdiri dari:

a. Persaingan Merek

Pesaing-pesaing yang ada dapat dengan mudah dilihat oleh perusahaan atau organisasi. Produk-produk atau jasa yang ditawarkan pun bisa sama atau sejenis yang dilakukan oleh perusahaan lain kepada para pelanggan atau konsumen.

b. Persaingan Industri

Perusahaan lain yang membuat produk atau jasa yang sama. Sehingga, perusahaan dapat melihat dengan mudah dan lebih luas serta perusahaan menganggap bahwa perusahaan yang membuat produk atau jasa yang sama merupakan pesaing utamanya.

c. Persaingan Bentuk

Perusahaan lain yang menghasilkan produk-produk atau jasa yang sama serta manfaat dari produknya juga sama merupakan cara bagi perusahaan melihat pesaingnya dengan luas dan jelas.

d. Persaingan Umum

Perusahaan dapat dengan mudah melihat pesaingnya dengan cara yang lebih luas lagi yakni dengan semua perusahaan yang sedang bersaing untuk dapat memperoleh konsumsi rupiah yang sama.

3. Tujuan Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler dan Amrstrong (2008), tujuan utama dari strategi keunggulan bersaing, adalah sebagai berikut:

a) Membentuk suatu *positioning* yang tepat

Suatu *image* atau citra adalah hal yang terpenting maka dengan itu perusahaan harus dapat menunjukkan *image* dari perusahaan itu sendiri kepada konsumen atau pasar sasaran.

b) Mempertahankan pelanggan/loyalitas

Masa depan perusahaan juga ditentukan oleh pelanggan yang setia maka dengan itu perusahaan harus dapat mengelola dengan baik sehingga akan memberikan aliran pemasukan seumur hidup yang baik tentunya kepada perusahaannya.

c) Mendapatkan pangsa pasar yang baru

Untuk dapat memperoleh serta memperluas pangsa pasar perusahaan dapat melakukan usahanya dengan cara melakukan strategi-strategi bersaing masing-masing. Dengan strategi-strategi bersaing tersebut perusahaan dapat meraih pangsa pasar yang luas.

d) Memaksimalkan penjualan

Cara perusahaan atau organisasi dalam melakukan prosesnya untuk dapat memaksimalkan laba serta keuntungan itu tidak hanya bergantung pada keseluruhan dari sistem yang ada pada perusahaan tersebut. Namun, juga terdapat pada unit-unit fungsional lainnya.

e) Menciptakan kinerja bisnis yang efektif

Mendefinisikan kelompok-kelompok konsumen yang akan dilayani. Sehingga, kebutuhan-kebutuhan dari konsumen akan dapat terpenuhi. Selain itu, teknologi yang akan digunakan juga dapat dikelola dengan cara yang strategis hal ini merupakan cara perusahaan untuk dapat menciptakan kinerja dalam bisnis yang efektif serta bisnisnya akan dapat dikelola dengan cara yang strategis.

4. Indikator Keunggulan Bersaing

Dranove & White dalam Diab (2014), membagi empat indikator keunggulan bersaing yaitu biaya, fleksibilitas (*flexibility*), pengantaran (*delivery*), dan kualitas (*quality*).

a. Biaya

Pengurangan biaya ialah hal yang sangat penting bagi perusahaan dan tentunya konsumen atau pelanggan karena pelanggan juga sangat sensitif terhadap harga. Maka, dengan ini perusahaan

dituntut untuk dapat mempertimbangkan biaya yaitu dengan cara pengurangan biaya. Menurut Tiengtavaj et al. (2017), biaya adalah salah satu faktor yang paling penting untuk lebih diperhatikan baik pada lingkungan internal maupun eksternal. Pada dasarnya para pebisnis dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan seperti halnya biaya pengelolaan internal dan mengurangi serta memperpendek dalam proses pengembangan serta manufaktur. Manajemen yang ada dalam sumber daya suatu perusahaan atau organisasi ialah cara yang murah serta efektif dalam mencapai hal tersebut.

b. **Fleksibilitas (flexibility)**

Fleksibilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menyeleksi berbagai macam variasi serta tingkat yang memiliki pembeda di pasar sasarnya dengan kemampuannya untuk dapat mengimbangi perkembangan teknologi yang ada serta merancang suatu produk dan harus memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Dalam proses produksinya perusahaan harus dapat bekerja secara cepat dan fleksibilitas.

c. **Pengantaran (delivery)**

Pengantaran ialah suatu prioritas yang diberikan perusahaan atau organisasi yang bersifat kompetitif dengan pelanggan yang telah merasa tertarik untuk dapat memuaskan kebutuhannya serta keinginan mereka dengan jumlah yang diinginkan serta dalam waktu yang tepat dan sesuai dengan keinginan pelanggan atau konsumen.

d. **Kualitas**

Kualitas merupakan salah satu senjata kompetitif yang ada di pasaran. Dengan kualitas dapat menghasilkan keunggulan dalam bersaing serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta harapan konsumen. Menurut Tiengtavaj (2007), menjelaskan bahwa kualitas menjadi salah satu faktor yang sangat penting dan diperlukan untuk dapat merespon apa yang menjadi harapan konsumen yaitu dengan

menghasilkan produk-produk yang lebih berharga serta menghasilkan layanan yang lebih dibandingkan pesaing-pesaingnya dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen yang lebih tinggi serta untuk dapat memenuhi harapan dari konsumen.

5. Strategi Keunggulan Bersaing

Menurut Porter (David: 2006) strategi memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif melalui tiga hal yaitu kepemimpinan harga, diferensiasi, serta fokus. Porter menyebutkan dasar ini strategi generik (*generic strategies*).

a) Kepemimpinan Harga (*Cost Leadership*)

Kepemimpinan harga, dengan konsumen yang sering merasa sangat sensitif terhadap harga maka perusahaan harus memproduksi barang yang standar dengan biaya per unit yang cukup rendah.

b) Diferensiasi (*Differentiation*)

Diferensiasi merupakan salah satu strategi yang nantinya digunakan untuk tujuan memproduksi barang atau jasa yang dianggap oleh industri yang kepada konsumen yang tidak merasa sensitif terhadap harga yang diberikan.

c) Fokus (*Focus*)

Fokus dapat diartikan sebagai cara dalam memproduksi barang serta jasa dalam hal untuk memenuhi kebutuhan dari sekelompok kecil pelanggan (Niode, 2012).

C. Teori Seni Rupa

Seni rupa ialah salah satu cabang dari seni yang dapat membentuk sebuah karya seni dengan melalui media. Media tersebut dapat ditangkap oleh panca indra yakni mata serta bisa dirasakan melalui rabaan. Seni rupa terdapat dua dimensi dan tiga dimensi. Salah satu contoh dari seni rupa dua dimensi yaitu lukisan. Seni lukis adalah salah satu dari karya seni rupa dua dimensi yang terbentuk serta tersusun dari unsur-unsur seni rupa. Adapun

unsur-unsur dari seni rupa tersebut meliputi titik, garis, bidang, bentuk, ruang, warna, tekstur, serta gelap terang (Laily, 2022).

Manusia telah lama mengenal seni lukis. Manusia mengenal seni lukis sudah sejak puluhan ribu tahun yang lalu. Dengan terbukti bahwa terdapat berbagai penemuan kepurbakalaan yang berada di goa-goa. Namun, pada awal perkembangannya seni lukis modern banyak sekali diwarnai dengan berbagai macam gejala-gejala yang dahsyat salah satunya yaitu dengan adanya berbagai pandangan-pandangan yang sangat berbeda. Pandangan-pandangan yang berbeda tersebut berkaitan dengan seni lukis diantaranya seperti dengan para seniman yang kemudian menyebabkan lahirnya paham-paham atau aliran-aliran (Febryansyah & Kasuma, 2015).

Aristoteles menyebutkan bahwa seni lukis ialah sesuatu yang baik, menyenangkan, serta menggembirakan. Selain sebagai sarana untuk berekspresi atau unsur yang mampu meningkatkan ketertarikan, lukisan dapat dijadikan sebagai sarana untuk berkomunikasi. Dan juga lukisan dapat dijadikan sebagai sarana untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Karya seni lukisan dapat dijual dan dijadikan sebagai hiasan (Yonatan, 2022).

Galeri usang merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang kerajinan tangan. Kerajinan tangan ini dengan membuat sebuah lukisan yang berbentuk sketsa wajah. Namun, berbeda dengan lukisan-lukisan yang ada, galeri usang sendiri membuat lukisan sketsa wajah dengan menggunakan sampah atau barang-barang bekas. Barang dan sampah tersebut disulap menjadi lukisan sketsa wajah yang cantik serta memiliki nilai keindahan.

D. Landasan Teologis

Setiap manusia telah diberikan potensi tubuh serta akal. Sehingga, pada diri manusia sudah terpatritkan akan kemampuan yang kreatif serta inovatif untuk menjadikan dasar, kiat serta sumber daya yang digunakan sebagai cara untuk mencari peluang akan kesuksesan. Wirausahawan dapat dikatakan kreatif karena telah memiliki kemampuannya dalam

mengembangkan ide-ide serta dapat menyelesaikan masalah-masalah dengan cara yang baru dan dapat menemukan peluang yang ada. Sehingga, hal tersebut dapat dikatakan sebagai inovasi dikarenakan telah memiliki kemampuannya untuk menerapkan kreativitas dalam hal memecahkan masalah serta dapat menemukan peluangnya. Dapat disimpulkan bahwasanya inovasi itu kemampuan untuk dapat melakukan sesuatu yang masih baru serta berbeda dengan melalui cara berfikir yang kreatif dan juga inovatif (Aisyah, 2017).

Sudah menjadi fitrah manusia sejak masa awal kelahiran manusia akan kecenderungan untuk bekerja sehingga dapat memenuhi hajat hidupnya. Sejak zaman batu sampai pada masa era modern seperti sekarang bentuk dari usaha yang dilakukan oleh manusia dari masa ke masa akan terus mengalami perubahan dan perkembangan. Sehingga sangat dibutuhkan motivasi kerja dan inovasi kerja dalam rangka menekuni dari masing-masing bidang keahlian yang dimiliki. Dengan ini pekerjaan sebagai sesuatu yang memiliki sisi ibadah dalam penempatan Islam (Aisyah, 2017).

Inilah sebabnya mengapa Rasulullah Saw, secara tegas melarang sikap meminta-minta sebagaimana yang disabdakan beliau: *“Telah menceritakan kepada kami Yahya bin Bukair telah menceritakan kepada kami Al Laits dari ‘Uqail dari Ibnu Syihab dari Abu ‘Ubaid sahayanya ‘Abdurrahman bin ‘Auf bahwa dia mendengar Abu Hurairah radliallahu ‘anhu berkata; “sungguh, seorang dari kalian yang memanggul kayu bakar dan dibawa dengan punggungnya lebih baik baginya daripada dia meminta kepada orang lain, baik orang lain itu memberinya atau menolaknya” (HR. Bukhari)”*.

Hadits diatas menerangkan akan peringatan bahwasanya perilaku seseorang dalam menggantungkan diri kepada orang lain merupakan bentuk dari cacat sosial serta merupakan sebuah tindakan yang sangat jauh dari keteladanan para nabi. Sikap ketergantungan kepada pihak lain dan kemiskinan berasal dari akibat etos kerja yang sangat rendah selain itu juga

dari keterbelakangan yang berasal dari rasa malas dalam melakukan usahanya untuk memperoleh legitimasi di dalam al-Qur'an, dengan kita mengingat bahwa kepada Allah-lah Zat yang maha menjamin kehidupan baik berupa rezeki yang Allah berikan kepada hamba-Nya, seperti yang sudah tertera dalam Q.S Hud (11):6

وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا كُلٌّ فِي كِتَابٍ مُبِينٍ ٦

Artinya: “Dan tidak satupun makhluk bergerak (bernyawa) di bumi melainkan semuanya dijamin Allah rezekinya. Dia mengetahui tempat kediamannya dan tempat penyimpanannya. Semua (tertulis) dalam kitab yang nyata (Lauh Mahfuzh)”. Q.S. Hud (11) :6.

Dalam Qur'an Surat Hud ayat 6 menerangkan bahwasanya kerja keras yang dilakukan maka janji Allah untuk menjamin keberlangsungan hidup setiap hamba-Nya yang sudah melakukan kerja keras. Jaminan yang akan diberikan Allah kepada setiap hamba-Nya yaitu hamba-Nya yang senantiasa mau bergerak aktif, dinamis, kreatif serta inovatif.

Seorang pebisnis dituntut untuk dapat menjadi seorang yang inovatif. Inovatif disini yaitu dapat melahirkan ide-idenya serta strategi-strategi yang dimilikinya dapat mengembangkan usaha bisnisnya. Pada akhirnya seorang pebisnis yang memiliki mental inovatif nantinya akan dimunculkan pada sebuah karya-karya mereka yang inovasi dengan hasil dari produk-produk ataupun layanan jasa yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan.

Pada perspektif ekonomi Islam, inovasi produk ialah perwujudan yang berasal dari peningkatan pada pelayanan untuk kebutuhan dari masyarakat dengan ini tujuannya adalah untuk dapat memenuhi dari segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kegiatan ekonomi ini adalah perwujudan kegiatan ibadah secara individual selain itu memproduksi (inovasi produk) ialah kewajiban sosial.

Adapun dalil yang berkaitan dengan inovasi produk ini terdapat dalam Q.S ar-Ra'ad (13) : 11 :

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

Artinya : *Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan-keadaan yang ada pada dirim mereka sendiri (Q.S ar-Ra'd: 11).*

Ayat diatas menjelaskan bahwa ada anjuran untuk melakukan pembaharuan, salah satunya yaitu memproduksi. Pada hadits yang telah diriwayatkan oleh Baihaqi, menyebutkan bahwa Rasulullah SAW telah bersabda yang memiliki arti “Sesungguhnya Allah mencintai seseorang diantara kalian, jika ia melakukan pekerjaan, maka ia menyempurnakannya”. Hadits tersebut menjelaskan bahwa nilai dari suatu pekerjaan tidak hanya bergantung kepada kuantitas yang ada, akan tetapi pada metode yang digunakan hal ini juga termasuk inovasi produk dengan berkelanjutan. Rasulullah SAW bersabda: yang diriwayatkan oleh Ibn Mas'ud yang artinya “pekerjaan yang disukai oleh Allah Swt adalah yang berkelanjutan”. Hadits tersebut juga merupakan pengungkapan dari nilai pengembangan suatu produk serta inovasi dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia selain itu juga dapat membantu mewujudkan kesejahteraan umat baik lahir maupun batin (Asmoro & Indrarini, 2021).

Selain ayat tadi diatas,ada ayat lain yang menjelskan bahwa manusia dapat meningkatkan motivasi kerjanya, kreatif, berprestasi serta tidak menyia-nyiakan kesempatan yang yang ada sebagaimana terdapat pada Q.S al-Jumu'ah (62):10, sebagai berikut:

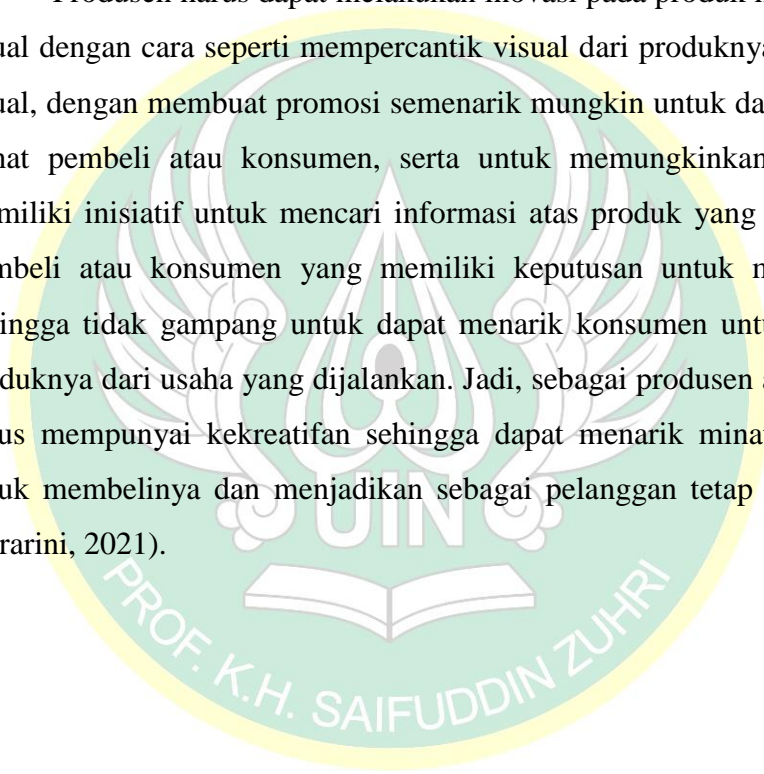
فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا

لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُونَ ۗ

Artinya :”*Apabila telah ditunaikan shalat. Maka, bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyaknya supaya kamu beruntung*”. Q.S al-jumu’ah (62) : 10.

Di dalam Al-Qur’an juga banyak sekali ayat-ayat yang menjelaskan terkait dengan etos kerja. Selain itu, juga mengenai inovasi. Inovasi merupakan bagian dari etos kerja, karena dengan bagaimana seorang wirausahawan dapat mengembangkan potensi yang ada untuk nantinya dapat mengelola dengan baik dari produk pada bisnis yang dimilikinya (Aisyah, 2017).

Produsen harus dapat melakukan inovasi pada produk mereka yang dijual dengan cara seperti mempercantik visual dari produknya yang akan dijual, dengan membuat promosi semenarik mungkin untuk dapat menarik minat pembeli atau konsumen, serta untuk memungkinkan konsumen memiliki inisiatif untuk mencari informasi atas produk yang ditawarkan. Pembeli atau konsumen yang memiliki keputusan untuk membelinya, sehingga tidak gampang untuk dapat menarik konsumen untuk membeli produknya dari usaha yang dijalankan. Jadi, sebagai produsen atau penjual harus mempunyai kekreatifan sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membelinya dan menjadikan sebagai pelanggan tetap (Asmoro & Indrarini, 2021).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Menurut Dedy Mulyana penelitian lapangan (*field research*) adalah jenis penelitian yang mempelajari fenomena dalam lingkungannya yang alamiah. Penelitian lapangan ini adalah penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala atau peristiwa yang terjadi pada kelompok masyarakat. Penelitian ini dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:9) menyatakan pada penelitian kualitatif peneliti memiliki peran sebagai instrumen kunci serta pada metode yang dilakukan pada saat melakukan sebuah penelitian adalah dengan meneliti sebuah objek yang memiliki sifat ilmiah. Metode kualitatif ini sangat mudah dikarenakan dapat menangkap persepsi dari seseorang hanya dengan melakukan sebuah kontak secara langsung (Siyoto & Sodik, 2015, p. 27).

Metode penelitian kualitatif juga merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih suka menggunakan teknik analisis mendalam (*indepth analysis*), yaitu mengkaji masalah secara kasus perkasus karena metodologi kualitatif yakni bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat dari masalah lainnya (Siyoto & Sodik, 2015, p. 28).

Penelitian ini ditandai dengan objek dalam penelitian yang secara langsung mendatangi atau berkunjung langsung untuk mendapatkan hasil yang maksimal terhadap aktivitas galeri usang Desa Cikidang Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas mengenai inovasi produk serta mencari data-data yang mendukung dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini penulis akan memfokuskan pada bagaimana analisis inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing pada galeri using Desa Cikidang Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat di mana peneliti melakukan penelitian untuk melakukan penyusunan skripsi. Adapun tempat yang digunakan sebagai tempat penelitian ini dilakukan di rumah Ukok Desa Cikidang RT 06 RW 04 Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas selaku dari pemilik galeri usang tersebut. Waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan Februari sampai Juli 2023.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Menurut Tatang M. Amirin, subjek penelitian merupakan sumber tempat untuk memperoleh keterangan penelitian atau lebih tepat dimaknai sebagai seseorang atau sesuatu yang mengenyainya ingin diperoleh keterangan. Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian adalah orang dalam pada latar penelitian yang menjadi sumber informasi. Subjek penelitian juga dimaknai sebagai orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Untuk menentukan siapa yang dipilih menjadi subjek penelitian, penelitian kualitatif menggunakan kriteria sebagai berikut: (1) mereka sudah cukup lama dan intensif menyatu dalam kegiatan atau bidang yang menjadi kajian penelitian, (2) mereka terlibat penuh dalam bidang atau kegiatan tersebut, dan (3) mereka memiliki cukup waktu untuk dimintai informasi (Rahmadi, 2011, p. 61).

Penelitian kualitatif tidak mengenal adanya jumlah sampel (*sample size*). Umumnya penelitian kualitatif menggunakan jumlah sampel kecil. Bahkan pada kasus tertentu menggunakan hanya 1 informan saja. Setidaknya ada dua syarat yang harus terpenuhi menurut Martha & Kresno, 2016 dalam menentukan jumlah informan yaitu kecukupan dan kesesuaian data (Heryana, n.d.).

Subjek dalam penelitian ini yaitu pemilik dan pembeli galeri usang peneliti mencari 3 orang yang sudah pernah membeli produk pada galeri usang.

2. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:39) pengertian objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sedangkan objek dalam penelitian ini yaitu inovasi produk galeri usang untuk menciptakan keunggulan bersaing.

D. Sumber Data

Sumber data yang maksud dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh dan memiliki informasi kejelasan tentang bagaimana mengambil data tersebut dan bagaimana data tersebut diperoleh. Pengertian sumber data menurut Suharsimi Arikunto (2013:172) adalah sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh. Sumber data adalah faktor yang paling penting dalam penemuan metode pengumpulan data untuk mengetahui darimana subjek data tersebut diperoleh. Menurut Moleong (2007), sumber data penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya. Data yang digunakan pada saat melakukan penelitian ini yaitu data primer serta data sekunder. Karena dalam penelitian kualitatif, supaya penelitiannya menjadi berkualitas maka membutuhkan suatu data yang lengkap yaitu dengan data primer serta data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti (Siyoto & Sodik, 2015).

Dalam hal ini sumber data primer yang diperoleh dari pemilik dan pembeli galeri usang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bisa diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, dan lain sebagainya), foto-foto, film, rekaman video, benda-benda, dan lain-lainnya yang dapat memperkaya data primer (Siyoto & Sodik, 2015).

Dalam penelitian ini yaitu data yang sejenis dengan penelitian yang akan diteliti, studi kepustakaan akan memperoleh suatu konsep maupun teori yang mengambil dari buku-buku, jurnal penelitian terdahulu, yang membahas tentang suatu masalah yang berkaitan dengan kasus yang akan diteliti. Data-data dari tempat galeri usang Desa Cikidang Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas.

E. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan penelitian yang terpenting adalah pengumpulan data. Menyusun instrumen adalah pekerjaan yang terpenting di dalam langkah pada saat melakukan penelitian, tetapi mengumpulkan data jauh lebih penting lagi, terutama jika peneliti menggunakan metode yang rawan terhadap unsur subjek peneliti. Itulah sebabnya menyusun instrumen pengumpulan data harus ditangani secara serius agar diperoleh hasil yang sesuai dengan kegunaannya yaitu pengumpulan variabel yang tepat (Siyoto & Sodik, 2015).

Untuk memperoleh sebuah data dan informasi yang dibutuhkan pada saat penelitian ini digunakan beberapa metode antara lain :

1. Teknik Observasi

Observasi atau pengamatan dapat diartikan sebagai melihat dengan penuh perhatian. Pada suatu konteks penelitian, observasi dalam hal ini dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mengadakan pencatatan-pencatatan secara sistematis tentang berbagai tingkah laku dengan cara melihat atau mengamati tingkah laku individu atau suatu kelompok yang sedang diteliti oleh peneliti secara langsung (Rahmadi, 2011).

Teknik observasi ini digunakan untuk mengetahui secara langsung mengenai inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah dengan cara observasi non partisipan dan observasi sistematis atau observasi terstruktur. Observasi non partisipan adalah observasi yang peneliti sendiri tidak terlibat dengan langsung dalam kehidupan serta aktivitas orang yang sedang diamati, peneliti sendiri hanya sebagai pengamat independen dan observasi terstruktur adalah peneliti harus menentukan terlebih dahulu apa yang akan diamati dengan cara sistematis

Peneliti mencatat, menganalisis serta membuat kesimpulan tentang analisis inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing.

2. Teknik Wawancara

Teknik dalam pengumpulan data-data dengan melalui beberapa pertanyaan yang nantinya akan ditanyakan secara lisan kepada subjek yang diwawancarai. Teknik wawancara juga dapat diartikan sebagai cara untuk bisa memperoleh suatu data yang dibutuhkan dengan bertanya secara langsung atau tatap muka dengan narasumber atau informan yang menjadi subjek dalam penelitian tersebut (Rahmadi, 2011).

Sebelum melakukan wawancara peneliti harus sudah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang nantinya akan ditanyakan kepada narasumber. Selain pertanyaan-pertanyaan yang disediakan sebagai bahan untuk wawancara mengenai hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti yaitu inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing.

3. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu teknik yang dalam pengambilan data berasal dari dokumen-dokumen. Menurut Sugiono (2015) dokumen adalah catatan suatu peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen-dokumen ini bisa berbentuk tulisan, gambar bahkan sebuah karya monumental dari seseorang. Pada saat menggunakan metode dokumentasi ini, peneliti membuat suatu instrumen dokumentasi yang berisi variabel-variabel yang akan didokumentasikan dengan cara menggunakan *check*

list supaya dapat mencatat variabel-variabel yang telah ditemukan dan setelahnya akan dibubuhkan tanda cek ditempat yang sesuai (Hardani et al., 2020, pp. 149–150).

Teknik ini peneliti gunakan untuk memperoleh data yang sifatnya dokumentatif yaitu meliputi sejarah serta letak geografis galeri usang.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis data kualitatif berkaitan dengan data berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek penelitian serta berkaitan dengan kejadian yang melingkupi sebuah objek penelitian (Siyoto & Sodik, 2015, p. 120). Analisis data penelitian kualitatif adalah dengan cara mengungkapkan makna yang ada pada suatu data penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan klasifikasinya. Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dimana analisis data yang disajikan dalam bentuk kalimat sampai paragraf, kata, dan dijelaskan menjadi bentuk deskriptif. Untuk menganalisis data dapat berupa keterangan maupun pernyataan yang bukan hitungan angka maupun semacamnya.

Analisis data dengan model Miles and Huberman sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses dari meringkas atau merangkum, memilih hal yang penting atau menjadi pokok, mencarikan sebuah tema pola serta nantinya akan membuang hal yang sekiranya dianggap tidak penting. Sehingga, bisa disimpulkan bahwa reduksi data peneliti harus terus-menerus pada saat melakukan suatu penelitian sehingga nantinya akan memperoleh catatan-catatan inti dari data penelitian yang telah diperoleh oleh peneliti dari suatu proses penggalihan data penelitian (Siyoto & Sodik, 2015).

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data-data penunjang untuk nantinya akan di rangkum atau disederhanakan data-data yang ada yang berkaitan dengan inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing pada galeri usang.

2. Penyajian Data

Penyajian data menurut Miles serta Huberman sebuah kumpulan informasi-informasi yang telah ada dan tersusun dengan memiliki kemungkinan adanya sebuah penarikan kesimpulan. Penelitian kualitatif berupa sebuah naratif dengan perlu adanya suatu penyedarhanaan tanpa harus mengurangi aslinya (Siyoto & Sodik, 2015).

Data-data yang sudah diperoleh peneliti yang berasal dari narasumber dengan harapan nantinya akan dilakukan penyusunan yang akan dilakukan oleh peneliti agar data yang telah diperoleh nantinya dapat untuk dipahami serta terbaca dengan jelas serta mudah, pembaca nantinya akan maksud atau paham apa yang peneliti sudah sajikan atau susun.

3. Kesimpulan atau Verifikasi

Pada tahap akhir dari analisis data yakni kesimpulan atau verifikasi. Dari tahap akhir ini peneliti harus membuat sebuah kesimpulan yang sudah diperoleh pada saat melakukan penelitian. Dari proses pembuatan kesimpulan ini dengan tujuan mendapatkan sebuah makna dari data-data yang sudah peneliti peroleh. Cara yang bisa peneliti lakukan dalam penarikan sebuah kesimpulan peneliti dengan membandingkan kesesuaian dari pernyataan yang ada dan dengan subjek penelitian dengan bermacam makna yang telah terkandung dalam konsep penelitian (Siyoto & Sodik, 2015).

Dalam hal ini peneliti akan mengutarakan atau membuat sebuah kesimpulan serta hasil dari penelitian ini mengenai analisis inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing.

G. Uji Keabsahan Data

Untuk dapat menguji dari keabsahan data peneliti menggunakan cara yaitu dengan triangulasi data. Di karenakan pada penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data sehingga di haruskan untuk melakukan triangulasi data. Dalam melakukan pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik observasi, wawancara, serta dokumentasi dengan tujuan untuk dapat meneliti kasus tunggal. Dalam memperoleh keakuratan dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Triangulasi menggunakan tiga macam cara dalam pengecekan data yaitu sumber, teknik, dan waktu (Pratiwi, 2017).

1. Triangulasi Sumber

Menurut Patton, bahwa triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik ini menguji kredibilitas dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Maka peneliti melakukan diskusi untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin semuanya benar karena dari sudut pandang yang berbeda. Misalnya, data diperoleh dengan wawancara kemudian dicek di observasi atau dokumentasi. Dengan teknik ini memastikan untuk mendapatkan data yang benar.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu juga yang mempengaruhi kredibilitas data. Triangulasi waktu menguji kredibilitas dengan cara melakukan pengecekan dengan observasi, wawancara atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda

maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai menemukan kepastian data.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Galeri Usang Desa Cikidang

1. Desa Cikidang

a. Sejarah Desa Cikidang

Dahulu kala Desa Cikidang masih berupa hutan belantara. Hanya ada beberapa segelintir orang saja yang menempati daerah tersebut, itupun bukan orang asli penduduk disini. Konon kabarnya orang tersebut adalah pendatang dari luar daerah. Ada yang berasal dari daerah timur, yang bisa kami korek keterangannya dari orang terdahulu kita. Orang tersebut bernama mbah Raga, setelah meninggal beliau dimakamkan di pemakaman umum desa tepatnya di kopak I. Ada juga pendatang yang asalnya dari Jawa Barat, dia seorang dalang golek yang merupakan kesenian Jawa Barat yang bernama Ki Sembang. Beliau adalah tentara dari kerajaan pajajaran yang diutus sang raja supaya mencari putranya yang dibawa kabur oleh perampok. Berbulan-bulan bahkan betahun-tahun Ki Sembang berkelana namun tidak dapat menemukan sang putra raja pajajaran tersebut. Di dalam pencariannya beliau sambil mementaskan kesenian wayang golek. Akhirnya sampailah di daerah kami dan beliau menjadi dalang yang kondang (Kusmantoro, 2010).

Kala itu daerah kami belum mempunyai nama walaupun sudah banyak penghuninya. Di suatu hari di kala Ki Sembang sedang mandi di sebuah sungai dan sedang asyik-asyiknya mandi dia melihat seekor kidang (hewan) tersebut melompat dan lari tidak jadi minum di sungai tersebut. Saat itu juga Ki Sembang berkata dalam hati karena daerah ini belum punya nama. Maka, desa ini saya beri nama Cikidang yang artinya Ci berarti sungai sedangkan kidang berarti nama hewan yang baru saja melompat dan lari. Setiap hari Ki Sembang terus berusaha mencari sang putra raja pajajaran. Di sebuah grumbul beliau melihat banyak

hewan sedang memakan daun waru yang muda spontan mengucap daerah ini saya beri nama grumbul Ciwaru (Kusmantoro, 2010).

Beliaupun tidak pantang menyerah tetap mencari dan tibalah di sebuah grumbul, disitu beliau tidak tahu arah sampai heran di tepi sungai kuyuk. Maka, dalam hati beliau memberi nama grumbul Cimangu yang sekarang terkenal dengan sebutan grumbul pabrik. Karena dikala itu ada sekelompok warga yang membuat pewarna kain batik yang bahannya dari tumbuhan tom dengan istilah mebel. Disitu dibuat bak besar yang digunakan untuk tempat merendam pohon tom menjadi nila yang berwarna biru kehitaman. Dengan adanya bak besar maka di situ dikenal dengan bak yang bertempat di daerah usaha seperti pabrik sehingga nama grumbul Cimangu diganti grumbul pabrik (Kusmantoro, 2010).

Karena waktu itu Ki Sembang tersesat maka beliau menyusuri sungai menuju ke Selatan dan beliau berhari-hari tidak makan dan minum sampai dia merasa lapar. Setelah sampai di suatu tempat beliau dalam hati menamai grumbul tersebut adalah grumbul Cilapar yang artinya ci sungai dan lapar karena tidak makan. Ki Sembang dalam berkelana sambil mementaskan wayang golek di tempat-tempat yang banyak penghuninya. Tidak lupa beliau memberikan nama-nama daerah yang baru saja dilewati. Setelah beliau usianya sudah lanjut akhirnya beliau meninggal dunia di grumbul Cilapar dan dimakamkan di pemakaman umum sampai sekarang masih ada nisannya (Kusmantoro, 2010).

b. Letak dan Luas Wilayah

Cikidang adalah salah satu nama desa yang berada di wilayah Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas. Desa Cikidang terletak tidak jauh dari pusat pemerintahan baik tingkat

kecamatan maupun pemerintahan tingkat kabupaten. Dengan jarak absolut Desa Cikidang dengan dari kecamatan kurang lebih sekitar 0,5 kilometer, sedangkan dari kota kabupaten sekitar 5 kilometer. Dengan jarak Desa Cikidang dengan pusat pemerintahan tidak terlalu jauh serta dengan ditunjangnya prasarana dan sarana transportasi yang cukup memadai sehingga jarak tempuh pun sudah sangat mudah dan relatif singkat. Dengan berjalan kaki dari Desa Cikidang sudah dapat di tempuh sekitar 20 menit sedangkan untuk ke kota kabupaten membutuhkan waktu sekitar 25 menit dengan menggunakan kendaraan.

Letak dan kedudukan Desa Cikidang sendiri itu berada di sebelah barat kota kecamatan yang hanya terbelah oleh jalan raya sehingga ada sebagian dusun Desa Cikidang atau gerumbul berada di sebelah utara jalan raya dan tergabung pada wilayah kadus I dan beberapa dusun gerumbul lainnya yang bersebelahan jalan raya yaitu pada sebelah selatan yang menjadi kadus II. Wilayah kadus I meliputi gerumbul : gerumbul Cikidang Wetan, Cikidang Kulon dan Cilapar. Sedangkan pada kadus II ada beberapa wilayah yang meliputi gerumbul : gerumbul pabrik, Cikidang Tengah dan Ciwaru (Hartati et al., 1993).

Luas wilayah Desa Cikidang adalah sekitar 172 hektar.

Memiliki batas-batas wilayah desa sebagai berikut:

1. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Pernasidi.
2. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Panembangan.
3. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Cipete.
4. Sebelah barat berbatasan dengan Desa Karanglo.

Desa Cikidang yang merupakan salah satu desa di Kecamatan Cilongok ini memiliki daerah yang dapat dikatakan sebagai daerah yang berada di dataran tinggi hal tersebut di

karenakan masih banyaknya lereng-lereng perbukitan. Bahkan Desa Cikidang mempunyai wilayah seperti hutan, hutan yang ada di Desa Cikidang juga cukup lumayan luas seperti desa-desa lainnya yang masuk ke dalam desa Kecamatan Cilongok.

c. Keadaan Sosial Ekonomi Penduduk

Keadaan sosial ekonomi penduduk di Desa Cikidang pada golongan menengah atau sedang. Sebagian besar penduduk Desa Cikidang hidup dan bergantung pada sektor pertanian baik petani padi, pekebun ketela, dan hasil kebun lainnya, ada juga yang berdagang, sebagai penderes nira. Aktivitas yang dilakukan pada sektor ini tidak hanya di tanah persawahan melainkan di tanah yang kering atau pekarangan. Dengan keadaan di Desa Cikidang yang semakin banyak rumah tangga yang melaksanakan kegiatannya sebagai penderes dan nantinya hasil dari penderes tersebut di buat gula kelapa (Wawancara: Perangkat Desa, 2023).

d. Tingkat Pendidikan

Di Desa Cikidang terdapat 2 sekolah landasan yaitu SD Negeri 1 Cikidang dan SD Negeri 2 Cikidang. Terdapat juga sekolah menengah pertama PGRI. Namun, untuk angka kesadaran akan pendidikan tinggi masih rendah, tetapi untuk pendidikan menengah sudah cukup tinggi. Tingkat pendidikan masyarakat Desa Cikidang masih tergolong cukup dengan rata-rata masyarakat memiliki lulusan SMP Sekolah Menengah Pertama (Wawancara: Perangkat Desa, 2023).

e. Mata Pencaharian

Di Desa Cikidang kebanyakan masyarakatnya memiliki mata pencaharian sebagai pedagang seperti pedagang sembako, pedagang keliling, dan dagang-dagang yang lain sebagainya. Sebagai petani seperti petani padi sekaligus juga sebagai pekebun singkong, jagung dan lain sebagainya. Sebagai

penderes dan juga membuat gula kelapa. Di Desa Cikidang juga sudah terdapat industri rumahan gula merah (Wawancara: Perangkat Desa, 2023).

f. Pola Pengembangan Lahan

Desa Cikidang memiliki luas wilayah seluruhnya adalah sebesar 172 hektar dan penduduk Desa Cikidang pada umumnya memiliki pekerjaan yaitu petani. Terdapat sekitar 117,051 hektar luas tanah sawah Desa Cikidang, dari 117,051 hektar terbagi ke dalam tanah yang memiliki luas 99,576 hektar dan seluas 17,475 hektar yang merupakan tanah desa. Tanah desa dibagi menjadi dua tipe tanah untuk yang pertama itu merupakan tanah kas desa yang memiliki luas sebesar 0,935 hektar dan yang kedua merupakan tanah bengkok yang memiliki luas 16,540 hektar. Desa Cikidang terdapat tanah sawah dapat dibedakan menjadi dua yaitu dengan berdasarkan jenis irigasinya yaitu yang pertama, tanah sawah dengan irigasi teknis dan yang kedua, tanah sawah dengan irigasi sederhana yang masing-masing dari kedua jenis tersebut memiliki luas sebesar 94,956 dan 4,620 hektar (Hartati et al., 1993).

Desa Cikidang juga terdapat jenis tanah kering yang memiliki luas 70 hektar dengan dibedakan menjadi tanah pekarangan yang seluas 24,144 hektar yang meliputi tanah tegelan yang ada yaitu seluas 36,226 hektar serta tambak atau kolam seluas 00,630 hektar. Sedangkan untuk tanah yang berupa jalan-jalan, sungai serta makam seluas 9,564 hektar. Dengan melihat komposisi jenis tanah Desa Cikidang menggambarkan bahwasanya Desa Cikidang berupa tanah sawah sebesar 68,82%. Pemanfaatan lahan di Desa Cikidang ini untuk menanam ketela dan padi. Desa Cikidang termasuk desa yang asri dan strategis karena dekat dengan jalan raya (Hartati et al., 1993).

g. Struktur Organisasi Desa Cikidang

Tabel 4.1

Struktur Organisasi Desa Cikidang

No	Nama	Jabatan
1	Rusi Guntarto	Kepala Desa
2	Fatkhurohman	Sekretaris Desa
3	Martindyah, SH	Kepala Seksi Pemerintahan
4	Taryoto	Kepala Seksi Kesejahteraan
5	M. Haqqul H	Kepala Seksi Pelayanan
6	Zainal Arilin, S.Pd	Kepala Urusan Tata Usaha dan Umum
7	Dwi Umi K	Kepala Urusan Keuangan
8	Wuryan P, SE.	Kepala Urusan Perencanaan
9	Surono	Kepala Dusun I
10	Sukheri	Kepala Dusun II

(Sumber: Struktur Organisasi di Balai Desa Cikidang, 2023)

2. Galeri Usang

a. Sejarah Galeri Usang

Gambar 4.1

Logo Galeri Usang



Sumber: Instagram Galeri Usang, 2023

Galeri usang adalah sebuah unit usaha yang bergerak di bidang kerajinan tangan yaitu mengolah barang yang sudah tidak terpakai menjadi barang baru yang memiliki nilai yaitu nilai kesenian dan nilai ekonominya. Galeri usang fokus pada pemanfaatan daun yang sudah tidak terpakai sampah organik dan sampah anorganik dari pita kaset (Wawancara Pemilik Galeri Usang: Ucok, 2023).

Sejak tahun 2018, lihat disekolahan banyak daun-daun yang menumpuk disekitaran kampus, kepikiran untuk memanfaatkan jadi suatu yang baru. Mencari media dari sketsa dari pensil atau digital, jadi mencoba buat dari sketsa dari daun sampai akhirnya keterusan. Awalnya dikasih kepada teman dan mendapatkan apresiasi yang positif setelah itu memberanikan diri untuk posting di instagram sampai akhirnya juga mendapatkan respon yang positif setelah itu lanjut sampai sekarang. Pemberian nama Galeri Usang (Wawancara Pemilik Galeri Usang: Ucok, 2023).

Galeri usang juga seiring berjalannya produk sudah melakukan pengembangan yang awalnya baru sampah dedaunan sekarang nambah ada dari lukisan pita kaset bekas radio. Dan yang ketiga yang masih harus betul-betul dimaksimalin lukisan dari sampah plastik (Wawancara Pemilik Galeri Usang: Ucok, 2023).

b. Visi Galeri Usang

Bisa memberikan kemandirian kepada masyarakat untuk bisa mengelola sampah terutama sampah plastik secara berkelanjutan. Harapannya melalui langkah kecil yang sedang kami lakukan ini bisa mengetuk hati masyarakat bahwa sampah apabila dimanfaatkan dengan lebih tepat ini bisa memberikan manfaat ke kita.

Untuk visi kedepannya penginnya galeri usang mampu memberikan kemandirian kepada masyarakat dalam hal pengelolaan sampah plastik secara berkelanjutan dan juga bisa menginspirasi gerakan-gerakan serupa supaya seperti ini pemanfaatan sampah biar lebih banyak dan lebih masif untuk lingkungan sekitar dulu (Wawancara, 2023).

c. Identifikasi Tenaga Kerja Galeri Usang

Tenaga kerja pada galeri usang kebetulan masih satu yaitu Ucok. Ucok melakukan semua proses produksi sendiri. Mulai dari mencari bahan sampai dengan produk galeri usang jadi.

d. Proses Produksi Galeri Usang

Dalam melakukan produksi produk-produk dari galeri usang menggunakan bahan-bahan diantaranya yaitu untuk bahan utama daun jati dan pita kaset, untuk alat yang digunakan seperti pigura, catter, lem, kertas, pewarna (cat pernis).

Adapun untuk proses pembuatan produk galeri usang yaitu sebagai berikut:

1. Awalan itu dengan melakukan editing foto diedit digital.
2. Membuat *silhouette* (hitam putih) setelah diprinting dan dipotong selanjutnya ditempel di kertas untuk dibuat sektsanya.
3. Untuk sektsa pita harus memiliki ketelitian yang cukup karena dilakukan satu persatu.
4. Untuk daun jati juga tidak sembarang daun jati karena harus ada pemilihan daun yang cocok seperti apa.
5. Pengeringan pada daun jati juga dilakukan penyemprotan atau diberi pengaman warna (cat pernis).

e. Produk-produk Galeri Usang

Galeri Usang merupakan unit usaha yang bergerak dalam bidang kerajinan tangan yang memanfaatkan barang bekas atau sampah. Untuk produk dari galeri usang sendiri itu sebuah lukisan sketsa wajah, untuk varian produknya ada dua yaitu sketsa wajah dari daun jati dan pita kaset. Untuk ukuran dari lukisan sketsa daun jati ukuran 25 cm x 30 cm dan 30 cm x 40 cm, untuk ukuran dari sketsa pita kaset 20 cm x 30 cm dan 25 cm x 35 cm. Ada 1 lagi produk yaitu yang berasal dari sampah plastik.

Gambar 4.2
Produk-produk Galeri Usang



Sketsa Wajah Daun Jati



Sketsa Wajah Pita Kaset



Sketsa Wajah Sampah Plastik

B. Analisis Inovasi Produk untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing pada Galeri Usang Desa Cikidang

Bagi perusahaan atau organisasi inovasi dianggap sebagai faktor kritis dalam menciptakan nilai dan keunggulan kompetitif berkelanjutan dilingkungan yang berubah dan kompleks seperti sekarang. Seperti yang dikemukakan oleh Sutomo (2012), bahwasanya inovasi produk ialah suatu proses dari hasil pengembangan juga pemanfaatan, keterampilannya serta dalam memperbaiki produk yang sudah ada baik berupa barang atau jasa, bisa juga dengan proses atau sistem yang masih baru yang dapat memberikan nilai lebih serta bersifat signifikan.

Suatu proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan solusi dari berbagai macam persoalan yang ada seperti kebutuhan atau

permintaan akan konsumen, perusahaan harus dapat membuat produk yang baru atau produk yang ada untuk dilakukan sesuatu inovasi pada produknya. Selain, itu tujuan dari inovasi produk adalah untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang terus-menerus akan mengalami perkembangan. Banyak hal yang berkaitan dengan inovasi produk, seperti misalnya proses pencapaian, ide yang muncul dan atribut dari inovasi produk Kotler dan Armstrong (2010) menyebutkan bahwa terdapat tiga atribut yang menempel pada inovasi produk yaitu sebagai fitur atau varian produk, desain dan rancangan produk, dan kualitas produk.

Dengan inovasi tersebut bisa dijadikan sebagai salah satu cara yang digunakan untuk dapat memperoleh keunggulan bersaing. Karena seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa tujuan dari inovasi adalah untuk bisa memenuhi dari permintaan-permintaan yang ada di pasar. Maka produk yang telah di inovasi memiliki nilai lebih. Pelanggan banyak yang menginginkan produk-produk yang inovatif untuk memenuhi kebutuhan mereka dan mereka juga bahkan menginginkan produk yang belum ada sebelumnya. Dengan perusahaan yang telah melakukan inovasi tersebut dan juga telah memenuhi permintaan kebutuhan di pasar maka sudah jelas perusahaan tersebut dapat bersaing di pasaran sehingga dapat memperoleh keunggulan bersaing.

Inovasi produk yang dilakukan oleh galeri usang mengeluarkan atau membuat produk baru yang mungkin belum ada sebelumnya. Galeri usang membuat lukisan sketsa dari barang-barang bekas dan sampah. Sampah-sampah yang berserakan yang mungkin untuk sebagian orang sampah atau barang-barang bekas tidak memiliki manfaatnya. Namun, dari pemilik galeri usang yaitu mas Ucok berinovasi dengan barang-barang atau sampah-sampah tersebut diolah menjadi sesuatu yang cantik dan memiliki nilai keindahan. Sampah dan barang bekas tersebut diolah menjadi lukisan sketsa wajah yang hampir persis dan mungkin sangat mirip dengan wajah aslinya. Galeri usang

membuat lukisan sketsa wajah yang pertama itu ada dari daun jati yang sudah dikeringkan, yang kedua ada dari pita kaset. Dan yang ketiga yang masih dalam proses pengembangan itu yang dari limbah plastik. Dengan inovasi yang dibuat oleh pemilik galeri usang tersebut tentunya dengan banyaknya lukisan yang ada, lukisan dari galeri usang bisa menjadi lukisan yang bisa unggul di pasar-pasaran.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, pada pelaksanaannya inovasi produk di galeri usang telah sesuai teori Kotler dan Amstrong (2010). Hal ini dapat peneliti jelaskan lebih lanjut mengenai inovasi produk yang diterapkan oleh galeri usang, sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah tingkatan-tingkatan pada produk yang ada dengan cara memberikan pada fungsinya masing-masing sebagaimana mestinya dengan cara semaksimal mungkin. Fungsi yang dimaksudkan pada kualitas produk adalah seperti halnya daya tahan dari produk itu sendiri karena daya tahannya nantinya akan mencerminkan seberapa umur ekonomis dari produk yang telah dihasilkan, keandalannya adalah sebuah konsistensi dari kinerja yang telah dihasilkan atas produk pada setiap pembeliannya, serta produk yang dihasilkan harus teliti karena ketelitian pada produk yang dihasilkan. Dengan kata lain sebuah produk yang berkualitas merupakan produk yang terbebas dari kecacatan, memiliki kesesuaian kinerja dan konsistensi kemampuan yang sesuai dengan fungsinya. Menjaga kualitas produk sangat bermanfaat bukan hanya untuk membangun kepercayaan konsumen yang sudah dimiliki sebelumnya. Namun demikian, permasalahan yang sering terjadi di dalam bisnis terjadi ketika sebuah produk yang memiliki kualitas yang baik dan bagus, tetapi harga yang ditawarkan sangat mahal (Dhewanto et al., 2015, pp. 108–109).

Galeri usang sangat mengutamakan pada kualitas produk yang dihasilkan. Untuk ketahanan dari produk galeri usang itu berbeda. Untuk

ketahanan yang dari pita kaset yang lebih awet ketimbang daun jati. Namun, ketika dijaga dan dirawat maka akan ketahanannya lama. Untuk kerapihan dari produk galeri usang sudah rapi dan detail. Ketelitianpun saat membuatnya juga harus benar-benar teliti. Dari penjual dan pembeli juga pembuatannya sudah sesuai dengan kesempatan penjual dan pembeli.

Hal ini berdasarkan dari wawancara mengenai pertanyaan kualitas produk dari galeri usang sebagai berikut:

“Galeri usang dalam membuat suatu produk sangat mengutamakan pada kualitas produk yang dihasilkan. Untuk ketahanan dari produk-produk yang ada di galeri usang memiliki ketahanan yang berbeda dari setiap jenisnya. Banyak pembeli yang menanyakan akan hal ketahanan produk dari galeri usang khususnya yang dari daun jati. Mereka menanyakan apakah ngga busuk mas? Apa ngga pudar nanti warnanya? Untuk produk yang dari daun jati, daun jatinya sendiri sudah dikeringkan terlebih dahulu dan juga telah melalui tahapan khusus yaitu penyemprotan atau diberi pengaman warna (cat pernis). Untuk produk dari galeri usang yang terbuat dari daun jati. Karena pita kaset itu terbuat dari daun jati jadi lebih awet. Namun, untuk produk yang terbuat dari daun jati kalau ditanya bisa bertahan berapa lama? Saya sendiri waktu itu membuat yang pertama kali membuat yang daun jati sekitar Agustus 2018 untuk produknya masih ada dan masih tetap sama seperti awal saya buat. Dari produk galeri usang yang terpenting ada pada perawatannya jangan sampai terkena air dan untuk bisa diusahakan disimpan pada tempat yang kering. Terkait pada masalah gambar kadang-kadang pada bagian belakangnya berjamur, dengan itu saya menyasati dengan diganti papan untuk background belakangnya itu pakai triplek jati jadi tidak mudah terkena jamur. Untuk ketelitian galeri usang sangat teliti dalam membuat produk-produknya apalagi produk yang dihasilkan harus benar-benar teliti dalam pembuatannya. Selain itu juga galeri usang telah memiliki brand image” (Wawancara: Ucok tanggal 16 Juni 2023).

Serta berdasarkan wawancara dengan pembeli galeri usang sebagai berikut:

“Waktu itu saya ingin membeli lukisan yang memiliki ketahanan yang cukup bagus, ketika itu saya bertanya ke teman saya Ajiz memberitahu saya untuk membeli dan memesan di galeri usang. Dan kebetulan ketahanan dari produk galeri usang cukup lama. Waktu itu saya membeli produk galeri usang yang pita kaset. Saya

membeli sekitar 2 tahun yang lalu dan sampai sekarang masih tahan dan masih bagus. Waktu itu memesan dalam waktu 1 minggu dan alhamdulillah sesuai waktu kesepakatan. Ketelitian dari hasil produk galeri usang sudah sangat bagus rapih” (Hasil wawancara: Nur Afifah tanggal 18 Juni 2023).

“Untuk kualitas dari galeri usang menurut saya bagus. Daya tahanpun cukup lama yaa masih aman saja untuk kerapihan dari produk galeri usang menurut saya rapi detail dan untuk pemotongan tidak asal potong overall bagus pokoknya untuk produk galeri usang ini. Waktu pengerjaan juga telah sesuai dengan yang saya inginkan atau sesuai dengan kesepakatan waktu awal melakukan pembelian” (Hasil wawancara: Mohammad Fahmi Fauzi Puarada tanggal 26 Juni 2023).

“Kualitasnya sangat bagus dan sangat rapi, kontras warnanya juga bagus pas gitu antara background, daun jati hingga figuranya. Untuk ketahanan dari produknya juga lama ya saya waktu itu membeli pada tahun 2022 sampai sekarang masih bagus masih sama waktu awal membelinya. Untuk waktu pengerjaanpun juga sesuai dengan kesepakatan” (Hasil wawancara: Kamila tanggal 17 Juli 2023).

Jadi berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dari galeri usang sudah baik. Mulai dari ketahanan produknya, ketelitian, kerapihan dan proses dalam pengerjaan dari produk galeri usang tersebut. Serta ditambah galeri usang telah memiliki sebuah *brand image*.

2. Fitur Produk atau Varian Produk

Varian yang ada pada produk bisa dianggap sebagai sebuah sarana atau alat yang kompetitif serta sebagai pembeda dari produk-produk pesaingnya. Fitur produk merupakan cara untuk dapat menarik perhatian konsumen sehingga produk dapat bersaing. Fitur produk adalah sesuatu yang dianggap memiliki keunikan, keistimewaan, serta kekhasan yang dimiliki dari produk tersebut sehingga nantinya dapat menjadi nilai jual tambah untuk bersaing. Mempunyai karakteristik yang melekat sempurna pada produk dimana merupakan sebuah hasil

dari pengembangan dan penyempurnaan secara terus menerus (Dhewanto et al., 2015, pp. 108–109).

Dengan media yang digunakan oleh galeri usang yaitu daun kering dan pita kaset sehingga diharapkan dapat menjadi sesuatu yang beda dari yang lain. Selain media daun jati dan pita kaset galeri usang juga ada produk yang berasal dari sampah plastik. Dengan media yang digunakan berbeda dari yang lain hal ini bisa menjadi keunikan, keistimewaan, dan kekhasan dari produk galeri usang.

Hal ini berdasarkan wawancara dengan pemilik galeri usang mengenai fitur produk atau varian produk dari galeri usang yang menyatakan bahwa:

“Untuk galeri usang sendiri fokusnya adalah untuk di sketsa. Nah, kebanyakan dari sketsa yang ada dipasaran itu biasa ditemukan dengan media yang paling mudah seperti pensil atau media digital. Galeri usang melakukan inovasi dengan menggunakan media lain yang masih jarang ditemui dan digunakan yaitu media daun kering dan pita kaset. Dan yang terakhir itu dari sampah plastik yang masih perlu untuk dikembangkan lagi. Produk dari galeri usang sampai sekarang masih ada dua produk yaitu sketsa wajah daun jati dan sketsa wajah pita kaset. Dan ada tambahan satu dari sampah plastik. Untuk ukuran sketsa daun jati 25 cm x 30 cm dan 30 cm x 40 cm, ukuran pita kaset 20 cm x 30 cm dan 25 x 35 cm. Harga produk galeri usang sketsa daun jati 25 cm x 30 cm harga Rp 150.000, dan 30 cm x 40 cm harga Rp 180.000, sketsa pita kaset 20 cm x 30 cm harga Rp 220.000, dan 25 x 35 cm harga Rp 250.000,.” (Hasil wawancara: Ucok tanggal 16 Juni 2023).

Serta berdasarkan wawancara dengan pembeli galeri usang yang mengatakan bahwa:

“Dari produk yang dihasilkan galeri usang memiliki beberapa jenis jadi kita bisa memilih sesuai keinginan dari kita bisa produk dari daun jati kering atau yang pita kaset. Satu lagi mungkin kalau sudah diperjual belikan bisa nanti saya pengen membeli yang dari sampah plastik. Keunikan, keistimewaan dari produk galeri usang ini berasal dari bahan-bahan yang digunakan untuk membuat lukisan sketsa wajah ini dan setiap orang itu bakal tahu oh iya lukisan sketsa wajah dari daun dan sampah itu hanya ada digaleri usang” (Hasil wawancara: Nur Afifah tanggal 18 Juni 2023).

“Untuk produk dari galeri usang menurut saya mungkin nanti bisa diperbanyak karena sekarang baru ada 2 yaitu dari daun jati, pita kaset. Namun, setelah itu akhirnya galeri usang menambah lagi yaitu yang dari sampah plastik yang belum diperjualbelikan. Mungkin nanti bisa tambah lagi dan bisa memanfaatkan barang-barang atau sampah-sampah plastik karena dengan itu bisa menarik perhatian pembeli” (Hasil wawancara: Mohammad Fahmi Fauzi Puarada tanggal 26 Juni 2023).

“Produk galeri usang yang saya kenal itu ada dua ya, yang pertama itu dari daun jati dan pita kaset. Namun, saya dengar-dengar galeri usang juga telah menambah produknya lagi yaitu yang berasal dari sampah plastik namun belum diperjualbelikan, ya semoga saja galeri usang terus menambah produk-produknya terus” (Hasil wawancara: Kamila tanggal 17 Juli 2023).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah diungkapkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa fitur atau varian produk pada galeri usang telah menghadirkan produk-produk yang berbeda dari yang lain dengan keunikan yang dimiliki dari produk galeri usang sendiri yaitu dengan bahan yang digunakan untuk membuat produk galeri usang sampah daun-daunan, bekas kaset, serta plastik yang mungkin menurut orang lain tidak ada gunanya namun dengan galeri usang ini menjadikan sampah menjadi barang yang memiliki manfaat serta nilai jual maka dengan demikian hal bisa menjadikan keistimewaan tersendiri. Nantinya juga dengan hadirnya produk yang dari sampah plastik yang masih dalam proses pengembangan akan lebih bisa jadi pembeda dari pesaing yang lain serta dapat menarik perhatian pembeli. Galeri usang yang awalnya baru yang sketsa wajah dari daun jati akhirnya nambah lagi sketsa wajah dari pita kaset dan yang masih dalam pengembangan yaitu dari sampah plastik. Lukisan sketsa wajah yang unik ini hanya ada di galeri usang.

Gambar 4.3
Varian Produk Galeri Usang



Untuk produk ini merupakan sketsa wajah dari daun jati



Untuk produk ini merupakan sketsa wajah dari pita kaset



Untuk produk ini merupakan sketsa wajah dari sampah plastik

3. Desain dan Rancangan Produk

Dengan cara desain produk pengguna dapat memberikan nilai tambah suatu produk. Desain merupakan suatu konsep yang bisa mewakilkan serta menggambarkan sebuah produk yang dibuat. Selain penampilan yang ada nilai kegunaan juga merupakan kontribusi yang ada pada desain. Tujuan dari produk yang didesain yaitu untuk menarik perhatian konsumen, selain itu juga sebagai strategi yang digunakan untuk memotong biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, dengan desain juga bisa menciptakan keunggulan dalam bersaing. Kotler dan Armstrong (2010) mengartikan bahwasanya desain atau rancangan produk sebagai sebuah keistimewaan yang dapat mempengaruhi tidak hanya pada penampilannya saja namun juga dari segi fungsi produk untuk kebutuhan konsumen (Dhewanto et al., 2015, pp. 108–109).

Untuk menarik perhatian konsumen galeri usang telah memiliki *brand image* di media sosial. Dengan adanya *brand image* ini akan memberikan daya tarik sendiri atau minat pembeli akan terus meningkat. *Brand image* juga membantu konsumen dalam mencari atau memilih produk yang mereka inginkan demi memenuhi kebutuhannya dengan melihat *track record* yang baik dari sebuah produk. *Brand image*

yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan bersaing dan juga produk yang memiliki citra merek yang baik cenderung lebih mudah diterima oleh konsumen (Abdullah & Rahman, 2021). Galeri usang juga masih sangat menjaga eksklusivitas produknya. Selain itu, galeri usang telah menarik perhatian konsumen karena memiliki keunikan tersendiri yaitu terbuat dari sampah-sampah atau barang bekas yang disulap menjadi lukisan sketsa wajah. Biasanya pelukis lain menggunakan media seperti cat air atau pensil. Pemilihan warna tone juga bagus, piguranya juga menggunakan kualitas premium. Dan lukisan sketsa wajah ini memiliki nilai kegunaan yaitu sebagai pajangan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik galeri usang yang menyatakan bahwa:

“Galeri usang untuk menarik perhatian pembeli yang pertama itu jelas brand image di media sosial. Dimana tahun 2023 era informasi makin banyak berkembang seperti tiktok shop mulai masuk ke tiktok shop, instagram juga terdapat fitur reels melakukan postingan lewat reels, membuat halaman di facebook. Yang awalnya baru dengan melakukan postingan di instagram sekarang sudah masuk ke facebook dan tiktok. Namun, sayangnya galeri usang belum masuk ke marketplace seperti tokopedia, buka lapak, shopee, dan lain sebagainya. Karena galeri usang masih menjaga eksklusivitas produknya. Produk galeri usang telah menarik perhatian pembeli. Dengan keunikan yang dimiliki oleh produk galeri usang itu sendiri yakni sampah-sampah atau barang bekas yang disulap menjadi sketsa wajah. Pemilihan warna tone yang bagus, bentuknya juga pas, pigura yang digunakan pigura yang berkualitas premium” (Hasil wawancara: Ucok tanggal 16 Juni 2023).

Serta berdasarkan hasil wawancara dari pembeli produk galeri usang yang mengatakan bahwa:

“Dari produk-produk yang ada pada galeri usang sudah bisa menarik perhatian pembeli, seperti keunikan tersendiri karena terbuat dari sampah-sampah yang dibuat menjadi produk yang bagus serta memiliki nilai kegunaan yaitu sebagai pajangan” (Hasil wawancara: Nur Afifah tanggal 18 Juni 2023).

“Awalnya saya melihat postingan di instagram setelah melihat postingan di instagram tersebut saya melihat bahwa produk dari galeri usang ini merupakan suatu produk lukisan yang dikatakan sangat menarik karena membuat sketsa wajah dari barang-barang bekas. Untuk tone warna sesuai sama warna yang saya suka, dari segi bentuk saya memesan yang ukuran sedang jadi pas kalau dipasang dikamar tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil. Untuk pigura yang dipakai pun pigura yang premium. Karena menggunakan pigura 3D jadi ketika dipajang menambah keestetikannya” (Hasil wawancara: Mohammad Fahmi Fauzi Puarada tanggal 26 Juni 2023).

“Lukisan sketsa wajah galeri usang ini sangat unik ya, biasanya melukis diatas kanvas menggunakan cat air ataupun pensil, tapi ini malah melukis diatas daun jati, sangat keren” (Hasil wawancara: Kamila tanggal 17 Juli 2023).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah diungkapkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa galeri usang selain dari *brand image* juga dengan hasil produk yang dihasilkan itu terbuat dari sampah-sampah atau barang-barang bekas selanjutnya ada warna tone yang bagus dan pigura yang digunakanpun menggunakan pigura premium. Dan memiliki kegunaan yaitu sebagai pajangan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk merupakan salah satu cara untuk bisa memperoleh keunggulan bersaing. Dengan melakukan penyesuaian terhadap ciri khas galeri usang yaitu pemanfaatan barang bekas. Untuk varian produk yang disediakan oleh galeri usang atau diproduksi oleh galeri usang juga tidak hanya satu produk saja. Dengan beberapa varian produk tersebut bisa memenuhi keinginan konsumen atau dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Selain hal tersebut galeri usang juga telah memiliki *brand image* sehingga bisa menjadi daya tarik tersendiri dan juga karena dibarengi oleh kualitas produk yang sangat bagus. Semua hal tersebut bisa unggul di mata konsumen. Sehingga dapat memperoleh keunggulan bersaing. Teori menurut (Abdjul et., 2018) juga menyebutkan bahwasanya inovasi produk yaitu salah satu cara untuk memberikan poin tambahan yang

merupakan salah satu komponen kunci keberhasilan operasional bisnis yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan sehingga membutuhkan produk yang berkualitas.

Dari penjelasan diatas mengenai inovasi produk yang digunakan untuk menciptakan keunggulan bersaing pada galeri usang dengan menggunakan tiga indikator dari inovasi produk. Peneliti menyimpulkan bahwa indikator-indikator dari inovasi produk yaitu kualitas produk, fitur produk atau varian produk, desain dan rancangan produk, sudah sangat berperan dalam menciptakan keunggulan bersaing. Kualitas yang dimiliki oleh galeri usang itu berasal dari ketahanan produknya lama, kehandalan, tidak adanya kecacatan dari produknya. Selanjutnya, dalam fitur produk atau varian produk galeri usang menghadirkan produk lukisan yang tidak hanya satu macam saja, namun ada 3 macam yaitu berasal dari daun jati, pita kaset, dan sampah plastik, dengan bahan yang digunakan tersebut akhirnya galeri usang memiliki keunikan, keistimewaa, dan kekhasan tersendiri. Lalu ada desain dan rancangan produk, penampilan dari galeri usang baik dari segi pigura yang digunakan menggunakan pigura yang berkualitas premium, serta bahan-bahan yang lain seperti galeri usang memilih bahan yang berkualitas bagus sehingga tidak berjamur dan bisa awet lama, nilai kegunaan yang dimiliki juga selain sebagai hiasan pajangan manun juga memiliki nilai keindahan, logo yang telah dimiliki oleh galeri usang Dengan ketiga indikator dari inovasi produk yang telah dimiliki oleh galeri usang selanjutnya yaitu menurut Porter (1980), juga melakukan studinya dengan memuat beberapa cara untuk dapat memperoleh keunggulan bersaing diantaranya dengan melakukan penawaran produk atau jasa dengan harga minimum (*cost leadership*) hal ini telah diterapkan pada galeri usang yaitu dengan harga Rp 150.000 – Rp 250.000. Selanjutnya, dengan menawarkan produk atau jasa dengan yang berbeda dari yang lain atau memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan pesaingnya (*differentiation*), galeri usang telah

membuat atau mengubah daun-daun dan sampah-sampah diubah menjadi lukisan sketsa wajah yang sangat bagus sehingga galeri usang telah memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan lukisan atau pesaing-pesaing yang lain. Terakhir dengan cara memfokuskan diri pada segmen-segmen tertentu (fokus), yaitu dengan galeri usang memproduksi lukisan sketsa wajah untuk memenuhi kebutuhan dari pelanggan, walaupun hanya sebuah lukisan namun lukisan memiliki nilai keindahan tersendiri sebagai pajangan.

Selain itu, dalam mencapai keunggulan bersaing galeri usang sudah memberikan pelayanan kepada konsumen atau pembeli dengan baik ramah kepada pembeli sehingga membuat pembeli akan merasa puas dan nyaman dengan diberikan pelayanan yang baik. Galeri usang sudah siap menerima pesanan dari luar kota bahkan sampai luar negeri.

Galeri usang dalam persaingan merek telah memiliki *brand image* salah satunya yaitu logo galeri usang sehingga dengan begitu akan memperkuat merek yang dimilikinya oleh galeri usang. Dengan cara logo yang telah dimiliki oleh galeri usang dapat menjadi kesan sendiri bagi pembeli dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan begitu galeri usang dapat mengambil perhatian pembeli untuk membeli dan sehingga dapat memperoleh keunggulan bersaing.

Perbedaan galeri usang dengan lukisan-lukisan yang lain seperti lukisan pelepah pisang dan pelukis jalanan Purwokerto Ki Mugo Sumedi. Untuk galeri usang telah memiliki kualitas produk yang sangat bagus dengan bahan-bahan yang digunakan pun dengan bahan yang kualitasnya bagus, pelayanan yang diberikan dalam arti proses pengerjaan pun sudah sesuai dengan kesepakatan dengan pembeli atau konsumen pengiriman sudah bisa sampai keluar kota bahkan bisa sampai ke luar negeri. Galeri usang juga telah memiliki *brand image* karyanya dengan menggunakan bahan-bahan yang unik yaitu dengan sampah-sampah atau bahan bekas yang sudah tidak bisa bermanfaat,

namun bisa dibuat lukisan sketsa wajah yang amat cantik. Untuk harga pun pada produk galeri usang ini tidaklah mahal dengan kisaran harga Rp 150.000 – Rp 250.000.

Sedangkan lukisan pelepah pisang harganya yang terbilang cukup mahal yaitu sekitar Rp 250.000 – Rp 850.000. Lukisan pelepah pisang itu tidak ada varian produknya karena hanya satu varian produk saja bahan utama yang digunakan pun hanya satu yaitu pelepah pisang.

Sedangkan pelukis jalanan Purwokerto Ki Mugo Sumedi dengan bahan lukisan yang masih bisa yaitu dengan kuas dan pewarna merupakan media-media lukis yang sudah biasa, sangat berbeda dengan galeri usang. Pelukis jalanan Purwokerto Ki Mugo Sumedi biasanya membuat karikatur hitam putih atau karikatur yang berwarna. Namun, untuk harga lumayan mahal satu lukisan dihargai Rp 350.000 dan itu merupakan harga yang paling murah (Sejati, 2023).

4. Kendala dan Solusi

Kendala ialah suatu keadaan yang membatasi, menghalangi serta mencegah untuk dapat tercapainya sasaran. Dalam melakukan berbagai hal pasti terdapat kendala yang akan dihadapinya. Galeri usang sendiri merupakan usaha yang melakukan sebuah inovasi. Tentunya terdapat kendala-kendala yang dialami oleh galeri usang selama proses inovasi tersebut. Jika dalam inovasi tersebut terdapat kendala maka akan dicari solusi atas kendala yang dialami oleh galeri usang.

Adapun kendala yang dihadapi oleh galeri usang dalam melakukan inovasi produk lukisan sketsa wajah adalah bahan yang susah dicari. Bahan yang sekarang sudah yaitu bahan utama dari lukisan sketsa wajah pita kaset. Sekarang kaset itu sudah sangat jarang dijumpai, ya karena sekarang orang-orang itu kebanyakan memakai youtube dan lain sebagainya, hal tersebut sangat wajar karena mengikuti zaman yang semakin maju maka dari itu kaset sudah sangat jarang ditemui. Yang awalnya itu di barang loakan sangat banyak namun sekarang sudah

sangat jarang bahwa sudah tidak ada. Hal ini berhubungan dengan fitur dan varian produk yang ada di galeri usang yang mana salah satu varian produknya itu terbuat dari pita kaset.

Solusi yang diberikan itu paling bisa mencari kaset-kaset tersebut misal di toko online seperti di shopee, namun karena belinya di online harus bisa pintar-pintar dalam memilihnya karena nantinya sangat berpengaruh terhadap kualitas dari produk yang dihasilkan. Hal ini berhubungan dengan desain dan rancangan produk serta dari kualitas produk yang mana desain itu mempengaruhi penampilan serta kualitas seperti ketahanan produk.

C. Inovasi Produk Galeri Usang Perspektif Ekonomi Islam

Pada perspektif ekonomi Islam, inovasi produk ialah perwujudan yang berasal dari peningkatan pada pelayanan untuk kebutuhan dari masyarakat dengan ini tujuannya adalah untuk dapat memenuhi dari segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kegiatan ekonomi ini adalah perwujudan kegiatan ibadah secara individual selain itu memproduksi (inovasi produk) ialah kewajiban sosial. Adapun dalil yang berkaitan dengan inovasi produk ini terdapat dalam Q.S ar-Ra'ad (13) : 11 :

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

Artinya : *Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan-keadaan yang ada pada dirim mereka sendiri (Q.S ar-Ra'd: 11).*

Ayat diatas menjelaskan bahwa ada anjuran untuk melakukan pembaharuan, salah satunya yaitu memproduksi. Pada hadits yang telah diriwayatkan oleh Baihaqi, menyebutkan bahwa Rasulullah SAW telah bersabda yang memiliki arti “Sesungguhnya Allah mencintai seseorang diantara kalian, jika ia melakukan pekerjaan, maka ia menyempurnakannya”. Hadits tersebut menjelaskan bahwa nilai dari suatu pekerjaan tidak hanya bergantung kepada kuantitas yang ada, akan tetapi pada metode

yang digunakan hal ini juga termasuk inovasi produk dengan berkelanjutan. Rasulullah SAW bersabda: yang diriwayatkan oleh Ibn Mas'ud yang artinya “pekerjaan yang disukai oleh Allah Swt adalah yang berkelanjutan”. Hadits tersebut juga merupakan pengungkapan dari nilai pengembangan suatu produk serta inovasi dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia selain itu juga dapat membantu mewujudkan kesejahteraan umat baik lahir maupun batin (Asmoro & Indrarini, 2021).

Pada inovasi yang dilakukan oleh galeri usang sudah sesuai dengan anjuran dalam Islam. Seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa melakukan pembaharuan salah satunya produksi itu sudah ada dalam QS ar-Rad ayat 11. Dalam hal ini berarti melakukan penyempurnaan dalam produksi atau memperbaharui produknya. Hal ini yang telah dilakukan oleh galeri usang yaitu membuat sebuah produk baru yaitu lukisan sketsa wajah. Dan galeri usang juga telah melakukan inovasi yang awalnya hanya dari satu produk yaitu daun jati juga telah berinovasi dari pita kaset, dan yang masih terbaru yaitu melakukan inovasi dari sampah plastik. Hal ini juga seperti hadist Rasulullah SAW yang mengungkapkan dari nilai pengembangan produk dan inovasi produk dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia serta membantu mewujudkan kesejahteraan umat baik lahir maupun batin. Seperti halnya inovasi yang dilakukan oleh galeri usang yaitu terus berinovasi untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta keinginan dari konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa galeri usang yang terletak di Desa Cikidang Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas bahwasanya inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

kualitas produk dari galeri usang sudah baik. Mulai dari ketahanan produknya, ketelitian, kerapihan dan proses dalam pengerjaan dari produk galeri usang tersebut. Serta ditambah galeri usang telah memiliki sebuah *brand image*.

2. Fitur Produk atau Varian Produk

Fitur atau varian produk pada galeri usang telah menghadirkan produk-produk yang berbeda dari yang lain dengan keunikan yang dimiliki dari produk galeri usang sendiri yaitu dengan bahan yang digunakan untuk membuat produk galeri usang sampah daun-daunan, bekas kaset, serta plastik yang mungkin menurut orang lain tidak ada gunanya namun dengan galeri usang ini menjadikan sampah menjadi barang yang memiliki manfaat serta nilai jual maka dengan demikian hal bisa menjadikan keistimewaan tersendiri. Nantinya juga dengan hadirnya produk yang dari sampah plastik yang masih dalam proses pengembangan akan lebih bisa jadi pembeda dari pesaing yang lain serta dapat menarik perhatian pembeli. Galeri usang yang awalnya baru yang sketsa wajah dari daun jati akhirnya nambah lagi sketsa wajah dari pita kaset dan yang masih dalam pengembangan yaitu dari sampah plastik. Lukisan sketsa wajah yang unik ini hanya ada di galeri usang.

3. Desain dan Rancangan Produk

Galeri usang selain dari *brand image* juga dengan hasil produk yang dihasilkan itu terbuat dari sampah-sampah atau barang-barang bekas selanjutnya ada warna tone yang bagus dan pigura yang digunakanpun

menggunakan pigura premium. Dan memiliki kegunaan yaitu sebagai pajangan.

Untuk dapat memperoleh keunggulan bersaing juga galeri usang melakukan penawaran produk atau jasa dengan harga yang minimum yaitu dengan harga Rp 150.000 – Rp 250.000. Selanjutnya, galeri usang telah melakukan *differentiation* dengan mewarakan produk atau jasa dengan yang berbeda dari yang lain atau keunikan tersendiri. Galeri usang telah membuat atau mengubah sampah dan barang-barang bekas menjadi lukisan sketsa wajah yang sangat bagus dengan begitu galeri usang telah memiliki keunikan tersendiri. Terakhir yaitu fokus yaitu dengan memfokuskan pada segmen-segmen tertentu yaitu dengan memenuhi kebutuhan konsumen.

Galeri usang dalam persaingan merek telah memiliki *brand image* salah satunya yaitu logo galeri usang sehingga dengan begitu akan memperkuat merek yang dimilikinya oleh galeri usang. Dengan cara logo yang telah dimiliki oleh galeri usang dapat menjadi kesan sendiri bagi pembeli dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan begitu galeri usang dapat mengambil perhatian pembeli untuk membeli dan sehingga dapat memperoleh keunggulan bersaing.

B. Saran

Sesuai dengan hasil penelitian pada pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka peneliti akan menyampaikan sarannya, sebagai berikut:

1. Bagi Galeri Usang Desa Cikidang Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas.

Dengan galeri usang yang telah memiliki *brand image*, dengan keunikannya harus terus bisa dipertahankan sehingga bisa menjadi daya tarik pembeli atau konsumen untuk membelinya. Untuk inovasi produk-produknya bisa ditambah lagi apalagi pembeda dari galeri usang ini karena terbuat dari sampah-sampah atau barang-barang bekas jadi sangat menarik. Galeri usang harus melindungi lukisan sketsa wajah ini

dengan melalui hak cipta, sehingga tidak ada seseorang yang bisa membuat lukisan seperti galeri usang ini atau dengan istilah lain yaitu membajak karya orang lain. Hak cipta tersebut juga telah dilindungi oleh undang-undang sehingga dapat melindungi reputasi, mendorong serta menghargai setiap inovasi serta penciptaannya melalui sistem insentif dan mencegah adanya duplikasi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan uraian tersebut maka diharapkan para penelitian selanjutnya dapat menambah variabel diluar penelitian ini yang dapat mempengaruhi inovasi produk dan keunggulan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Rahman, M. A. (2021). Hubungan Antara Daya Tarik Iklan dan Desain Kemasan Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang Wardah Cosmetic yang Dimoderasi Brand Image. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 2(2), 37.
- Aisyah. (2017). Inovasi Dalam Perspektif Hadis. *Tahdis*, 8(1), 97–99.
- Al Rasyid, H., & Tri Indah, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, XVI(1), 39–49.
- Andayaningsih, S., Nurinaya, & Marhumi, S. (2022). Analisis keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Penjualan pada PT Wicaksana Overseas International. Tbk Cabang Gowa. *Mirai Management*, 7(3), 541.
- Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 61–62.
- Biola Hitam Gallery, diakses 10 Juni 2023 dari <https://bkppkutim.com/biola-hitam-gallery-6698226013790404151/>, diakses Pukul 10.40.
- Curatman, A., Rahmadi, Maulany, S., & Ikhsani, M. M. (2016). Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika*, XVIII(3), 62.
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Konsep Dan Manajemen*, 3(1), 20.
- Dewi, A. A. A. M. W., Indrayani, L., & Tripalupi, L. E. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Kerajinan Perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 466–475.
- Dhewanto, W., Indradewa, R., Ulfah, N. U., Rahmawati, S., Yoshanti, G., & Zendry, C. (2015). *Manajemen Inovasi: Untuk Usaha Kecil & Mikro* (Cetakan ke). Alfabeta, CV.
- Dhewanto, W., Mulyaingsih, H. D., Permatasari, A., Anggadwita, G., & Ameka, I. (2020). *Manajemen Inovasi: Peluang Sukses Menghadapi Perusahaan* (M. Bendatu (ed.); Ed. I). CV Andi Offset.
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1217.
- Farhas, R. J. (2019). Analisis Orientasi Pasar dan Inovasi dalam Mencapai Keunggulan Bersaing pada Usaha Ritel 212 Mart di Kota Pekanbaru. *Jurnal*

Pendidikan Tambusai, 3(6), 1673–1685.

- Febryansyah, & Kasuma, G. (2015). Seni Lukis Indonesia dan Karya Rudi Isbandi Tahun 1975-1977. *Jurnal Kesejahteraan*, 3(2), 154.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian: Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); Cetakan 1). CV Pustaka Ilmu Grup.
- Hartati, P., Suyatno, Sumardi, & Santoso, D. (1993). *Dampak Masuknya Media Komunikasi terhadap Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Pedesaan Daerah Jawa Tengah*.
- Haryono, T. (2017). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 51–68.
- Heryana, A. (n.d.). *Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif*. 7.
- K. Sumual, A. (2013). Pengaruh Knowledge Management dan Corporate Culture terhadap Inovasi (Study pada Bank Sulut Cabang Utama Manado). *Jurnal EMBA*, 1(3), 617–625.
- Khasanah, Y. N. (2022). *Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Industri Bakso dan Tahu Bakso UD Maju Mapan Desa Wiradadi Kecamatan Sokaraja*.
- Kurniasari, R. D., & Utama, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Kerajinan Enceng Gondok “Akar”). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 468.
- Kusmanto. (2010). *Sejarah (Asal-Usul) Desa Cikidang*.
- Laily, I. N. (2022). *Seni Lukis: Pengertian Menurut Para Ahli, Aliran, Unsur, dan Teknik*.
- Lukisan, S. 2020 "Lukisan Keluarga," diakses 10 Juni 2023 dari <https://instagram.com/sanggar.lukisan?igshid=MzRIODBiNWFIZA>, 2020, diakses Pukul 10.20.
- Lukisan Wajah Karikatur. diakses 10 Juni 2023 "https://www.google.com/search?q=LukisWajahKarikaturPakMugo. diakses Pukul 10.45.
- Martina, S., & Adimulya, R. P. (2013). Strategi Inovasi Produk Wisata dalam upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan ke Grama Tirta Jatiluhur Purwakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 4(2), 57–71.
- Maryani, L., & Chaniago, H. (2019). Peran Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*,

5(1), 52.

- Niode, I. Y. (2012). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo (Studi Kasus Industri Meubel di Kota Gorontalo). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (BISMA)*, 4(2).
- Noviansyah, D. A., Sunarya, E., & Komariah, K. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing di Masa Pandemi Covid-19. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 124–133.
- Nurussakinah, F., Supriyanto, A., & Faidah, N. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Industri Sasirangan di Wilayah Kota Banjarmasin). *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 1(1), 39–54.
- Pattipeilohy, V. R. (2018). Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Maneksi*, 7(1), 68.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmu Dinamika Sosial*, 1(2), 202–224.
- Rachmahsari, A., Tambunan, D. B., & Sumiaji, Y. M. P. (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Product Knowledge terhadap Brand Awareness Letterpress.co. *Jurnal Manajemen Dan Star-up Bisnis*, 6(2), 115.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metode Penelitian* (Syahrani (ed.); Cet I). Antasari Press.
- Rashin, M. A., & Ghina, A. (2018). Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 215.
- Riadi, M. (2022). *Inovasi Produk (Aspek, Jenis, Indikator, dan Penyebab)*.
- Rifa'i, M., Sasongko, T., & Indrihastuti, P. (2019). Meningkatkan keunggulan Bersaing Produk Melalui Inovasi dan Orientasi Pasar pada Usaha Sektor Industri Kreatif di Kota Malang. *EKBIS*, XX(1), 1196.
- Rosyida, R. H., & Yamit, Z. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada PT Paragn Technology and Innovation di Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(02), 119–130.
- Sarjana, Mural. 2023 "Lukisan Canvas," diakses 10 Juni 2023 dari <https://instagram.com/loekisancanvas?igshid=MzRIODBiNWFIZA>, 2023, diakses Pukul 10.25.
- Sari, A. Y., Sasongko, & Wahyuni, S. (2013). Inovasi Produk dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Pia Warung Glenmore Banyuwangi. *Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa*, 3.
- Sejati, P. P. (2023). Mengenal Pelukis Jalanan Purwokerto Ki Mugo Sumedi, Garap

Alih Lukis Foto hingga Nyi Roro Kidul. *Tribun Banyumas*.

- Sejati, P. P. 2023 "Ki Mugo Sumedi, Puluhan Tahun Jadi Pelukis Karikatur Jalanan di Purwokerto, Kerap Lukis Gesang," diakses 10 Juni 2023 dari <https://www.google.com/amp/s/muria.tribunews.com/amp/2023/01/11/ki-mugo-sumedi-puluhan-tahun-jadi-pelukis-karikatur-jalanan-di-purwokerto-kerap-lukis-gesang>, 2023, diakses Pukul 10.10.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi: Penelitian* (Ayup (ed.); Cetakan 1). Literasi Media Publishing.
- Sugiarno. (2021). Membangun Model Strategi Inovasi Pada Kinerja Industri Media Siber Di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 6(1), 106.
- Teneka, G. N. K., & Hasin, A. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing serta Implikasinya pada Kinerja UKM Batik di Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 4(1), 146–167.
- Utomo, D. 2022 "Ragam Art," diakses 10 Juni 2023 dari <https://instagram.com/ragamart?igshid=MzRIODBiNWFIZA>, 2023, diakses Pukul 10.30.
- Wicaksono, W. 2021 "Lukisan Pelepah Pisang Kalibagor Banyumas," diakses 10 Juni 2023 dari <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/07/06/lukisan-pelepah-pisang-kalibagor-banyumas>, 2021, diakses Pukul 10.00.
- Wijaya, H. 2017 "Pusat Kegiatan Seni Purwokerto", diakses 10 Juni 2023 dari instagram.com/imstudyingart, 2017, diakses Pukul 10.15.
- Yonatan, A. (2022). *Seni Lukis Adalah: Fungsi, Tujuan, dan Tema*. Detikbali.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran I

Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 2862/Un.19/FEBI.JES/PP.009/6/2023

Purwokerto, 15 Juni 2023

Lamp. :-

Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.
 Mas Ucok (Pemilik Galeri Usang)
 Di
 Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Isnatul Fariah
2. NIM : 1917201283
3. Semester / Program Studi : VIII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022/2023
5. Alamat : Desa Cikidang Kecamatan Banyumas
6. Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing pada Galeri Usang Desa Cikidang Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Inovasi Produk untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing
2. Tempat/ Lokasi : Desa Cikidang Kecamatan Cilongok
3. Waktu Penelitian : 19 Juni s/d 19 Juli 2023
4. Metode Penelitian : Observasi, Wawancara, dan Pengumpulan Data

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.



Kend. Prodi Ekonomi Syariah

Ba Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
 NIP. 19851112 200912 2 007

- Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
 2. Kasubbag Akademik
 3. Arsip

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik Galeri Usang, menerangkan bahwa:

Nama : Isnatul Fariah
NIM : 1917201283
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian dengan judul “Analisis Inovasi Produk Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing pada Galeri Usang Desa Cikidang Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas” di Galeri Usang terhitung dari bulan Februari-Juli 2023.

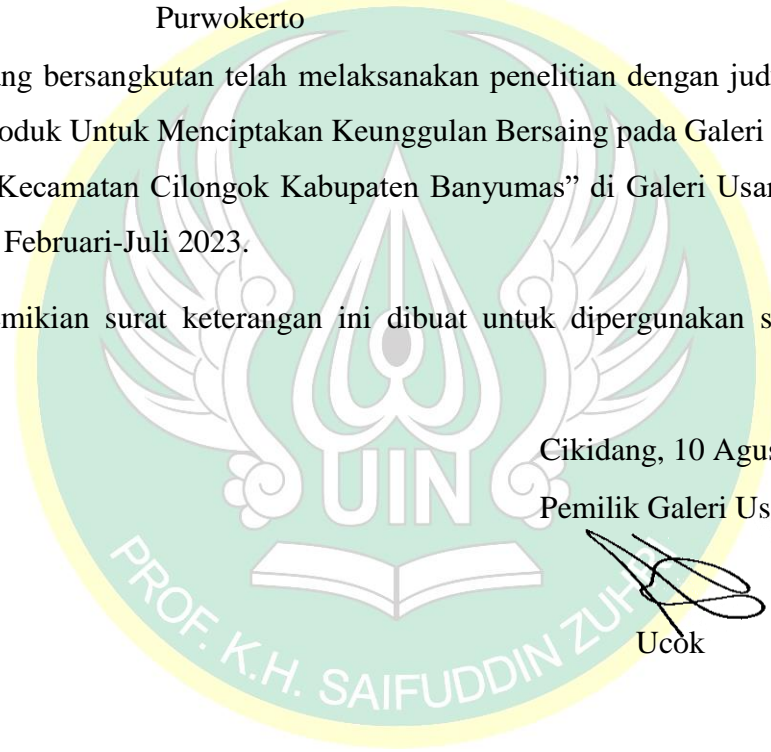
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cikidang, 10 Agustus 2023

Pemilik Galeri Usang,



Ucok



Lampiran 2

Hasil Cek Similaritas

skripsi_isnatul_fariah_B

ORIGINALITY REPORT

24%	24%	9%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	4%
2	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	2%
3	dspace.uui.ac.id Internet Source	1%
4	jurnal.uui.ac.id Internet Source	1%
5	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1%
6	jptam.org Internet Source	1%
7	ejournal.undiksha.ac.id Internet Source	1%
8	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
9	journal.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%

*Lampiran 3**Pedoman Wawancara***Pedoman Wawancara****A. Pedoman wawancara dengan pemilik galeri usang**

1. Bagaimana sejarah galeri usang ?
2. Apa visi dari galeri usang ?
3. Apasaja produk-produk dari galeri usang ?
4. Bagaimana proses produksi galeri usang?
5. Apasaja fitur atau varian produk serta bagaimana keunikan, keistimewaan dan kekhasan galeri usang ?
6. Bagaimana desain dan rancangan produk dari galeri usang ?
7. Bagaimana kualitas produk galeri usang meliputi ketahanan, kehandalan, keterlitian, dan kerapihan ?
8. Apakah ada kendala dalam melakukan inovasi pada galeri usang ?
9. Jika ada kendala pada galeri usang tersebut, bagaimana cara mengatasi kendala tersebut ?
10. Bagaimana cara mengimplementasikan inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing ?

B. Pedoman wawancara dengan pembeli galeri usang

1. Nama pembeli ?
2. Dari mana Anda tahu galeri usang ?
3. Kapan membeli produk dari galeri usang ?
4. Menurut Anda, bagaimana fitur dan varian yang ada di galeri usang ?
5. Menurut Anda, bagaimana desain dan rancangan produk dari galeri usang ?
6. Menurut Anda, bagaimana kualitas dari galeri usang baik dari ketahanan, kerapihan, kehandalan, serta ketelitiannya?
7. Apakah sudah pernah membeli lukisan dari pelukis atau lukisan yang lain ?

HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan pemilik galeri usang

Nama Informan : Ucok

Hari, tanggal : Jumat, 16 Juni 2023

Pukul : 10.00 - selesai

1. Bagaimana sejarah galeri usang ?

Sejak tahun 2018, lihat disekolahan banyak daun-daun yang menumpuk disekitaran kampus, kepikiran untuk memanfaatkan jadi suatu yang baru. Mencari media dari sketsa dari pensil atau digital, jadi mencoba buat dari sketsa dari daun sampai akhirnya keterusan. Awalnya dikasih kepada teman dan mendapatkan apresiasi yang positif setelah itu memberanikan diri untuk posting di instagram sampai akhirnya juga mendapatkan respon yang positif setelah itu lanjut sampai sekarang. Pemberian nama Galeri Usang. Galeri usang juga seiring berjalannya produk sudah melakukan pengembangan yang awalnya baru sampah dedaunan sekarang nambah ada dari lukisan pita kaset bekas radio. Dan yang ketiga yang masih harus betul-betul dimaksimalin lukisan dari sampah plastik

2. Apa visi dari galeri usang ?

Bisa memberikan kemandirian kepada masyarakat untuk bisa mengelola sampah terutama sampah plastik secara berkelanjutan. Harapanya melalui langkah kecil yang sedang kami lakukan ini bisa mengetuk hati masyarakat bahwa sampah apabila dimanfaatkan dengan lebih tepat ini bisa memberikan manfaat ke kita.

Untuk visi kedepanya penginnnya galeri usang mampu memberikan kemandirian kepada masyarakat dalam hal pengelolaan sampah plastik secara berkelanjutan dan juga bisa menginspirasi gerakan-gerakan serupa supaya seperti ini pemanfaatan sampah biar lebih banyak dan lebih masif untuk lingkungan sekitar dulu.

3. Apasaja produk-produk dari galeri usang ?

Untuk produk dari galeri usang sendiri itu sebuah lukisan sketsa wajah, untuk varian produknya ada dua yaitu sketsa wajah dari daun jati dan pita kaset. Satu lagi yang masih dalam proses pengembangan yaitu dari sampah plastik.

4. Bagaimana proses produksi galeri usang?

Dalam melakukan produksi produk-produk dari galeri usang menggunakan bahan-bahan diantaranya yaitu untuk bahan utama daun jati dan pita kaset, untuk alat yang digunakan seperti pigura, cutter, lem, kertas, pewarna (cat pernis). Adapun untuk proses pembuatan produk galeri usang yaitu sebagai berikut:

- a. Awalan itu dengan melakukan editing foto diedit digital.
 - b. Membuat *silhouette* (hitam putih) setelah diprinting dan dipotong selanjutnya ditempel di kertas untuk dibuat sektsanya.
 - c. Untuk sektsa pita harus memiliki ketelitian yang cukup karena dilakukan satu persatu.
 - d. Untuk daun jati juga tidak sembarang daun jati karena harus ada pemilihan daun yang cocok seperti apa.
 - e. Pengeringan pada daun jati juga dilakukan penyemprotan atau diberi pengaman warna (cat pernis).
5. Apasaja fitur atau varian produk serta bagaimana keunikan, keistimewaan dan kekhasan galeri usang ?

Untuk galeri usang sendiri fokusnya adalah untuk di sketsa. Nah, kebanyakan dari sketsa yang ada dipasaran itu biasa ditemukan dengan media yang paling mudah seperti pensil atau media digital. Galeri usang melakukan inovasi dengan menggunakan media lain yang masih jarang ditemui dan digunakan yaitu media daun kering dan pita kaset. Dan yang terakhir itu dari sampah plastik yang masih perlu untuk dikembangkan lagi. Produk dari galeri usang sampai sekarang masih ada dua produk yaitu sketsa wajah daun jati dan sketsa wajah pita kaset. Dan ada tambahan satu dari sampah plastik. Untuk ukuran sketsa daun jati 25

cm x 30 cm dan 30 cm x 40 cm, ukuran pita kaset 20 cm x 30 cm dan 25 x 35 cm. Harga produk galeri usang sketsa daun jati 25 cm x 30 cm harga Rp 150.000, dan 30 cm x 40 cm harga Rp 180.000, sketsa pita kaset 20 cm x 30 cm harga Rp 220.000, dan 25 cm x 35 cm harga Rp 250.000,.

6. Bagaimana desain dan rancangan produk dari galeri usang ?

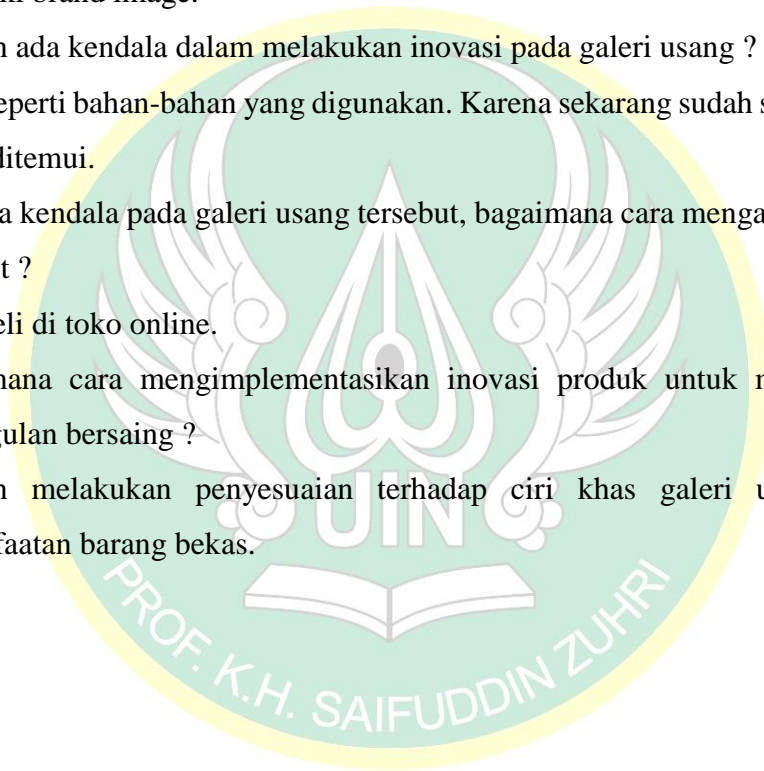
Galeri usang untuk menarik perhatian pembeli yang pertama itu jelas brand image di media sosial. Dimana tahun 2023 era informasi makin banyak berkembang seperti tiktok shop mulai masuk ke tiktok shop, instagram juga terdapat fitur reels melakukan postingan lewat reels, membuat halaman di facebook. Yang awalnya baru dengan melakukan postingan di instagram sekarang sudah masuk ke facebook dan tiktok. Namun, sayangnya galeri usang belum masuk ke marketplace seperti tokopedia, buka lapak, shopee, dan lain sebagainya. Karena galeri usang masih menjaga eksklusivitas produknya. Produk galeri usang telah menarik perhatian pembeli. Dengan keunikan yang dimiliki oleh produk galeri usang itu sendiri yakni sampah-sampah atau barang bekas yang disulap menjadi sketsa wajah. Pemilihan warna tone yang bagus, bentuknya juga pas, pigura yang digunakan pigura yang berkualitas premium.

7. Bagaimana kualitas produk galeri usang meliputi ketahanan, kehandalan, keterlitian, dan kerapihan ?

Galeri usang dalam membuat suatu produk sangat mengutamakan pada kualitas produk yang dihasilkan. Untuk ketahanan dari produk-produk yang ada di galeri usang memiliki ketahanan yang berbeda dari setiap jenisnya. Banyak pembeli yang menanyakan akan hal ketahanan produk dari galeri usang khususnya yang dari daun jati. Mereka menanyakan apakah ngga busuk mas? Apa ngga pudar nanti warnanya? Untuk produk yang dari daun jati, daun jatinya sendiri sudah dikeringkan terlebih dahulu dan juga telah melalui tahapan khusus yaitu penyemprotan atau diberi pengaman warna (cat pernis). Untuk produk dari galeri usang yang terbuat dari daun jati. Karena pita kaset itu terbuat dari daun jati jadi lebih awet. Namun, untuk produk yang terbuat dari daun jati kalau ditanya bisa bertahan berapa lama? Saya sendiri waktu itu membuat yang pertama kali membuat yang daun jati sekitar Agustus 2018 untuk produknya

masih ada dan masih tetap sama seperti awal saya buat. Dari produk galeri usang yang terpenting ada pada perawatannya jangan sampai terkena air dan untuk bisa diusahakan disimpan pada tempat yang kering. Terkait pada masalah gambar kadang-kadang pada bagian belakangnya berjamur, dengan itu saya menyasati dengan diganti papan untuk background belakangnya itu pakai triplek jati jadi tidak mudah terkena jamur. Untuk ketelitian galeri usang sangat teliti dalam membuat produk-produknya apalagi produk yang dihasilkan harus benar-benar teliti dalam pembuatannya. Selain itu juga galeri usang telah memiliki brand image.

8. Apakah ada kendala dalam melakukan inovasi pada galeri usang ?
Ada. Seperti bahan-bahan yang digunakan. Karena sekarang sudah sangat susah untuk ditemui.
9. Jika ada kendala pada galeri usang tersebut, bagaimana cara mengatasi kendala tersebut ?
Membeli di toko online.
10. Bagaimana cara mengimplementasikan inovasi produk untuk menciptakan keunggulan bersaing ?
Dengan melakukan penyesuaian terhadap ciri khas galeri usang yaitu pemanfaatan barang bekas.



HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan pembeli galeri usang

Nama Informan : Nur Afifah

Hari, tanggal : Minggu, 18 Juni 2023

Pukul : 15.30 – selesai

1. Nama pembeli ?

Nur Afifah

2. Dari mana Anda tahu galeri usang ?

Dari teman.

3. Kapan membeli produk dari galeri usang ?

Sekitar 2021 kalo ngga salah.

4. Menurut Anda, bagaimana fitur dan varian yang ada di galeri usang ?

Dari produk yang dihasilkan galeri usang memiliki beberapa jenis jadi kita bisa memilih sesuai keinginan dari kita bisa produk dari daun jati kering atau yang pita kaset. Satu lagi mungkin kalau sudah diperjual belikan bisa nanti saya pengen membeli yang dari sampah plastik. Keunikan, keistimewaan dari produk galeri usang ini berasal dari bahan-bahan yang digunakan untuk membuat lukisan sketsa wajah ini dan setiap orang itu bakal tahu oh iya lukisan sketsa wajah dari daun dan sampah itu hanya ada digaleri usang.

5. Menurut Anda, bagaimana desain dan rancangan produk dari galeri usang ?

Dari produk-produk yang ada pada galeri usang sudah bisa menarik perhatian pembeli, seperti keunikan tersendiri karena terbuat dari sampah-sampah yang dibuat menjadi produk yang bagus serta memiliki nilai kegunaan yaitu sebagai pajangan.

6. Menurut Anda, bagaimana kualitas dari galeri usang baik dari ketahanan, kerapian, kehandalan, serta ketelitiannya?

Waktu itu saya ingin membeli lukisan yang memiliki ketahanan yang cukup bagus, ketika itu saya bertanya ke teman saya Ajiz memberitahu saya untuk membeli dan memesan di galeri usang. Dan kebetulan ketahanan dari produk

galeri usang cukup lama. Waktu itu saya membeli produk galeri usang yang pita kaset. Saya membeli sekitar 2 tahun yang lalu dan sampai sekarang masih tahan dan masih bagus. Waktu itu memesan dalam waktu 1 minggu dan alhamdulillah sesuai waktu kesepakatan. Ketelitian dari hasil produk galeri usang sudah sangat bagus rapih.

7. Apakah sudah pernah membeli lukisan dari pelukis atau lukisan yang lain ?
Sudah pernah, tapi ya begitu deh gambar dari lukisan tersebut sudah buram.



Nama Informan : Mohammad Fahmi Fauzi Puarada

Hari, tanggal : Jumat, 23 Juni 2023

Pukul : 18.30 – selesai

1. Nama pembeli ?

Mohammad Fahmi Fauzi Puarada

2. Dari mana Anda tahu galeri usang ?

Saya tahu tentang galeri usang itu dari postingan instagram dari galeri usang sendiri mba, ga sengaja liat postingannya karena menarik

3. Kapan membeli produk dari galeri usang ?

Untuk membeli produk dari galeri usang sendiri kalo ga salah tanggal 12 November 2022.

4. Menurut Anda, bagaimana fitur dan varian yang ada di galeri usang ?

Untuk produk dari galeri usang menurut saya mungkin nanti bisa diperbanyak karena sekarang baru ada 2 yaitu dari daun jati, pita kaset. Namun, setelah itu akhirnya galeri usang menambah lagi yaitu yang dari sampah plastik yang belum diperjualbelikan. Mungkin nanti bisa tambah lagi dan bisa memanfaatkan barang-barang atau sampah-sampah plastik karena dengan itu bisa menarik perhatian pembeli.

5. Menurut Anda, bagaimana desain dan rancangan produk dari galeri usang ?

Awalnya saya melihat postingan di instagram setelah melihat postingan di instagram tersebut saya melihat bahwa produk dari galeri usang ini merupakan suatu produk lukisan yang dikatakan sangat menarik karena membuat sketsa wajah dari barang-barang bekas. Untuk tone warna sesuai sama warna yang saya suka, dari segi bentuk saya memesan yang ukuran sedang jadi pas kalau dipasang dikamar tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil. Untuk pigura yang dipakai pun pigura yang premium. Karena menggunakan pigura 3D jadi ketika dipajang menambah keestetikannya.

6. Menurut Anda, bagaimana kualitas dari galeri usang baik dari ketahanan, kerapihan, kehandalan, serta ketelitiannya?

Untuk kualitas dari galeri usang menurut saya bagus. Daya tahanpun cukup lama yaa masih aman saja untuk kerapihan dari produk galeri usang menurut saya rapi detail dan untuk pemotongan tidak asal potong overall bagus pokoknya untuk produk galeri usang ini. Waktu pengerjaan juga telah sesuai dengan yang saya inginkan atau sesuai dengan kesempatan waktu awal melakukan pembelian.

7. Apakah sudah pernah membeli lukisan dari pelukis atau lukisan yang lain ?
Kalau saat ini belum mba, saya masih tetap pakai galeri usang mba.



Nama Informan : Kamila

Hari, tanggal : Senin, 17 Juli 2023

Pukul : 09.30 – selesai

1. Nama pembeli ?

Kamila.

2. Dari mana Anda tahu galeri usang ?

Tau karena kebetulan mas Ucok teman sekolah.

3. Kapan membeli produk dari galeri usang ?

Tahun 2022.

4. Menurut Anda, bagaimana fitur dan varian yang ada di galeri usang ?

Produk galeri usang yang saya kenal itu ada dua ya, yang pertama itu dari daun jati dan pita kaset. Namun, saya dengar-dengar galeri usang juga telah menambah produknya lagi yaitu yang berasal dari sampah plastik namun belum diperjualbelikan, ya semoga saja galeri usang terus menambah produk-produknya terus.

5. Menurut Anda, bagaimana desain dan rancangan produk dari galeri usang ?

Lukisan sketsa wajah galeri usang ini sangat unik ya, biasanya melukis diatas kanvas menggunakan cat air ataupun pensil, tapi ini malah melukis diatas daun jati, sangat keren.

6. Menurut Anda, bagaimana kualitas dari galeri usang baik dari ketahanan, kerapihan, kehandalan, serta ketelitiannya?

Kualitasnya sangat bagus dan sangat rapi, kontras warnanya juga bagus pas gitu antara background, daun jati hingga figuranya. Untuk ketahanan dari produknya juga lama ya saya waktu itu membeli pada tahun 2022 sampai sekarang masih bagus masih sama waktu awal membelinya. Untuk waktu pengerjaanpun juga sesuai dengan kesepakatan.

7. Apakah sudah pernah membeli lukisan dari pelukis atau lukisan yang lain ?

Belum pernah.

Lampiran 4

Dokumentasi Penelitian

DOKUMENTASI PENELITIAN

Wawancara pemilik Galeri Usang



Wawancara pembeli Galeri Usang



Produk-produk Galeri Usang



*Lampiran 5**Daftar Riwayat Hidup***DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Isnatul Fariah
2. NIM : 1917201283
3. Tempat/Tgl.Lahir : Banyumas/ 8 April 2000
4. Alamat Rumah : Desa Cipete RT 01 RW 02 Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas
5. Nama Orangtua
 Nama Ayah : Abdul Aziz Disun
 Nama Ibu : Karsitin (alhm)

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK, tahun lulus : TK Pertiwi 01 Cipete, tahun lulus 2006
 - b. SD/MI, tahun lulus : SD Negeri 1 Cipete, tahun lulus 2013
 - c. SMP/MTs, tahun lulus : SMP Ma'arif NU 1 Cilongok, tahun lulus 2017
 - d. SMA/SMK/MA, tahun lulus : SMK Ma'arif NU 1 Cilongok, tahun lulus 2019
 - e. S.1 tahun masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, tahun masuk 2019
2. Pendidikan Non Formal
 - a. TPQ Hidayatus Sibyan
 - b. Pondok Pesantren Darul Abror

C. Pengalaman Organisasi

1. IPNU IPPNU Ranting Cipete
2. Komunitas Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Purwokerto, 14 September 2023



Isnatul Fariah