IMPLIKASI INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PRODUK GULA KRISTAL ORGANIK KELOMPOK TANI SEKAR MANCUNG DI DESA KEMAWI KECAMATAN SOMAGEDE

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Disusun Oleh:
AMALYA NUR LAILI
NIM: 1423203085

JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2018

IMPLIKASI INOVASI PRODUK TERHADAP KEUGGULAN BERSAING PRODUK GULA KRISTAL ORGANIK KELOMPOK TANI SEKAR MANCUNG DI DESA KEMAWI KECAMATAN SOMAGEDE

AMALYA NUR LAILI
NIM.1423203085

E-mail: Amalyanurlaili@gmail.com
Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Gula kelapa merupakan produk rumahan yang sudah turun temurun dilakukan oleh masyarakat di Desa Kemawi. Pada umumnya kebanyakan dari masyarakat tersebut hanya memproduksi gula kelapa seperti generasi terdahulu yaitu dicetak biasa seperti pada umumnya. Sehingga menyebabkan rendahnya nilai dari gula kelapa. Dari keadaan tersebut Kelompok Tani Sekar Mancung melakukan upaya untuk meningkatkan nilai dari gula kelapa, dengan melakukan inovasi. Yaitu menciptakan produk gula kelapa yang tadinya hanya dicetak biasa menjadi gula kelapa kristal organik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implikasi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing gula kelapa kristal organik di Desa Kemawi Kecamatan Somagede. Inovasi produk memiliki tiga atribut yang dikatakan oleh Kotler dan Armstrong yaitu, kualitas produk, fitur produk, gaya atau desain produk.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research,* dengan jenis penelitian adalah kualitatif. Tekhnik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari data yang diperoleh kemudian disajikan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang terdiri dari tiga alur yaitu: reduksi data, display data, pengambilan keputusan dan verifikasi data. Tekhnik ini digunakan sebagai acuan untuk penulisan hasil penelitian dan mempermudah memahami deskripsi yang disajikan sebagai hasil akhir dari penelitian sehingga mendapat pemahaman semestinya.

Hasil penelitian ini menyatakan adanya implikasi dari inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk, yaitu nilai dari gula kelapa cetak yang rendah setelah dilakukannya inovasi mampu meningkat dan stabil. Bahkan mampu menembus pasar ekspor. Inovasi yang dilakukan oleh Kelompok Tani Sekar Mancung dari segi fitur memiliki keistimewaan produk yang dihasilkan tidak tercampur dengan bahan kimia, memiliki desain atau rancangan yang lebih baik dan lebih mudah diaplikasikan, dari segi kualitas memiliki standar sendiri seperti kadar air yang terkandung harus dibawah 2%, sehingga gula kristal yang kering dan mampu bertahan lebih lama.

Kata kunci: Implikasi, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Gula Kristal Organik

IMPLICATION OF PRODUCT INNOVATION ON COMPETITIVE ADVANTAGES OF ORGANIC CRYSTAL SUGAR PRODUCTS GROUPS OF TANI SEKAR MANCUNG IN KEMAWI VILLAGE, SOMAGEDE

Amalya Nur Laili
NIM. 1423203085

E-mail: Amalyanurlaili@gmail.com
Departement of Islamics Faculty of Economics and Islamic Business
Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

Coconut sugar is a home product that has been passed down from generation to generation by the people in Kemawi Village. In general, most of these people only produce coconut sugar like the previous generation, which is usually printed as usual. So that causes the low value of coconut sugar. From this situation Sekar Mancung Farmers Group made an effort to increase the value of coconut sugar, by innovating. That is creating a coconut sugar product which was only printed normally into organic crystal coconut sugar.

This study aims to find out how the implications of product innovation on the competitive advantage of organic crystalline coconut sugar in Kemawi Village, Somagede District. Product innovation has three attributes that are said by Kotler and Armstrong namely, product quality, product features, style or product design.

This research is a field research, with this type of research is qualitative. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. From the data obtained then presented using qualitative descriptive analysis consisting of three lines, namely: data reduction, data display, decision making and data verification. This technique is used as a reference for writing research results and makes it easier to understand the description presented as the final result of the study so that it gets proper understanding.

The results of this study state that there are implications of product innovation on product competitive advantage, namely the value of low-printed coconut sugar after innovation is able to increase and stabilize. Even able to penetrate the export market. The innovations made by Sekar Mancung Farmers Group in terms of features have the features of the products that are not mixed with chemicals, have designs or designs that are better and easier to apply, in terms of quality have their own standards such as the water content contained must be below 2%, so that crystalline sugar is dry and can last longer.

Keywords: Implications, Product Innovation, Competitive Advantages, Organic Crystal Sugar.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ii
PENGESAHAN iii
NOTA DINAS PEMBIMBING iv
ABSTRAK v
MOTTO vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN ix
KATA PENGANTAR xiii
DAFTAR ISI xvi
DAFTAR TABEL xviii
DAFTAR GAMBAR xix
DAFTAR LAMPIRAN xx
BAB I : PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Definisi Operasional 6
C. Rumusan Masalah 7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 7
E. Kajian Pustaka 8
F. Sistematika Penulisan 12
BAB II : LANDASAN TEORI
A. Inovasi Produk 14
1. Pengertian Inovasi 14
2. Karakteristik Inovasi 16
3. Jenis Inovasi 16
4. Tahapan Proses Inovasi 17
5. Dimensi Inovasi 21
6. Pentingnya Inovasi 23

B. Strategi Produk 24
1. Produk 24
2. Diferensiasi 27
C. Kreativitas 27
D. Keunggulan Bersaing 30
E. Landasan Teologis 32
BAB III : METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 39
C. Subjek dan Objek Penelitian 40
D. Sumber Data Penelitian 40
E. Metode Pengumpulan Data 41
F. Teknik Analisis Data 42
G. Uji Keabsahan Data 43
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gmbaran Umum 44
1. Sejarah Kelompok Tani Sekar Mancung 44
2. Visi dan Misi Kelompok Tani Sekar Mancung 45
3. Struktur Organisasi Kelompok Tani Sekar Mancung 46
4. Keanggotaan Kelompok Tani Sekar Mancung 46
B. Inovasi Produk Gula Kelapa pada Kelompok Tani Sekar Mancung 48
F. Analisis Implikasi Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk pada Kelompok Tani Sekar Mancung 52
BAB V : PENUTUP
A. Kesimpulan 61
B. Saran 62
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, di mana persaingan dalam lingkungan bisnis sangat kompetitif, menuntut suatu usaha ataupun perusahaan untuk memiliki keunggulan atau nilai tambah dari suatu produk yang dihasilkan. Produk yang dihasilkan harus memiliki karakteristik, karakteristik inilah yang menjadi kunci dalam mempengaruhi konsumen sehingga menjadi produk yang spesial. Dengan demikian, keunggulan bersaing hanya dicapai dengan mengembangkan produk dengan sangat spesial dan lebih menguntungkan dibandingkan dengan para pesaing.

Konsep keunggulan bersaing yang digambarkan oleh Porter sebagai inti dari strategi bersaing, ada tiga strategi bersaing yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu: (1) Strategi inovasi, yaitu digunakan untuk mengembangkan produk atau jasa yang berbeda dari para pesaing; (2) Strategi penurunan biaya, yaitu menekankan pada usaha perusahaan untuk menjadi produsen dengan penawaran harga produk yang rendah; (3) Strategi peningkatan mutu, yaitu lebih mengutamakan pada penawaran produk atau jasa yang lebih berkualitas, meskipun produknya sama dengan pesaing.

Selain dari tiga strategi bersaing yang dikemukakan di atas terdapat lima dimensi yang dapat digunakan untuk menentukan keunggulan bersaing sebuah perusahaan. Kelima dimensi tersebut adalah harga, kualitas, pengiriman yang dapat diandalkan, inovasi produk, dan *time to market.* Harga yang dibebankan pada pelanggan merupakan atribut yang paling mempengaruhi keunggulan bersaing. Kualitas dapat digunakan sebagai alat strategis untuk mencapai keunggulan bersaing dan merupakan elemen penting dalam penentuan nilai bagi pelanggan. Pengiriman yang dapat diandalkan adalah kemampuan perusahaan untuk mengirimkan atau menyediakan produk/ jasa tepat waktu, dalam tipe dan volume yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Inovasi merupakan konsep lebih luas yang meliputi penerapan dari ide, produk, atau proses yang baru. Semakin tepat sebuah produk/jasa dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, maka semakin besar nilai yang akan diberikan pelanggan untuk produk/jasa tersebut. *Time to market*

IAIN PURWOKERTO

adalah sejauh mana sebuah perusahaan mampu untuk meluncurkan produk baru lebih cepat dari pesaingnya.[1]

Di era perekonomian global saat ini, tidak cukup bagi sebuah perusahaan jika hanya menempuh jalur tunggal tradisional saja. Namun pelaku bisnis kini dituntut menempuh jalur lain yang lebih cerdas dengan memasukkan kreativitas dan inovasi ke dalam kerja operasionalnya. Namun, perlu diketahui bahwa inovasi tidak terjadi dalam keadaan vakum, ia berkembang dari interaksi antara tiga pendorong perubahan kreatif yang saling memengaruhi, yaitu riset, pengembangan, dan aplikasi. Inovasi bermula dari lahirnya gagasan-gagasan baru. Sementara kemampuan untuk membangkitkan gagasan-gagasan baru yang berguna disebut sebagai kreativitas. Proses kreativitas yang melahirkan inovasi terbentuk melalui tahapan "mencari" *search,* "membenturkan" *collision,* "memutuskan" *decision,* dan "mencoba" *trial.*[2]

Inovasi produk itu sendiri berarti sebuah bentuk pencapaian dari produk baru yang dihasilkan perusahaan atau produsen, namun dapat diartikan pula sebagai peningkatan mutu baik dari segi bahan baku, bentuk fisik ataupun kemampuan barang yang sebelumnya sudah pernah dipasarkan.[3]

Dari pemaparan di atas sudah jelas bahwa inovasi produk merupakan sebuah proses yang kompleks. Asal usul dari inovasi produk tersebut juga berasal dari berbagai sumber, yaitu berasal dari ide, kebutuhan dorongan, kesempatan, dan lain sebagainya. Banyak hal yang berkaitan dengan inovasi produk, penulis buku *"Principles of Marketing"*, yaitu Kotler dan Armstrong menyebutkan bahwa terdapat 3 atribut yang menempel pada inovasi produk, yaitu kualitas produk, gaya atau desain produk, dan fitur produk.[4]

IAIN PURWOKERTO

Di daerah Banyumas selain mendoan yang menjadi identitas dari Kota Banyumas terdapat item lain yang tidak kalah terkenal di masyarakat, yaitu gula kelapa. Di mana pembuatan gula kelapa ini sudah menjadi hal yang turun temurun yang dilakoni oleh masyarakatnya, bahkan sudah menjadi mata pencaharian untuk kehidupan sehari-hari. Gula kelapa sangat terkenal karena memiliki banyak manfaat untuk kebutuhan sehari-hari. Selain itu gula kelapa yang memiliki aroma yang khas dan cita rasa yang

---

[1] Danang Sunyoto, *Keunggulan Bersaing,* (Yogyakarta: CAPS, 2015), hlm. 1-3.

[2] Zuhal, *Knowledge Platform Kekuatan Daya Saing & Innovation,* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 76-77.

[3] Wawan Dhewanto, dkk, *manajemen Inovasi untk Usaha Kecil dan Mikro,* (Bandung: ALFABETA, 2015), hlm. 105-106.

[4] *Ibid,* hlm. 108.

khas dari karamel palma sangat cocok untuk menambah citarasa pada makanan, yang tidak bisa digantikan dengan jenis gula lain seperti gula tebu. Saat ini gula kelapa semakin terkenal bahkan sampai merambah pasar ekspor. Yang di mana dulunya hanya di cetak biasa kemudian bentuknya dirubah menjadi serbuk atau lebih dikenal dengan sebutan gula kristal organik atau gula semut organik. Dinamakan gula kristal organik karena bentuknya yang menyerupai kristal yang kecil-kecil, dan dikatakan organik karena dalam proses pembuatannya tidak ada satupun bahan kimia yang dicampurkan kedalam nira tersebut.

Gula kristal organik ini memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan gula cetak biasa, diantaranya gula kristal organik lebih tahan lama disimpan dalam jangka waktu yang lama hingga dua tahunan tanpa mengalami perubahan warna dan rasa jika dibungkus dalam tempat yang rapat. Hal tersebut bisa terjadi karena kadar air yang tersimpan pada gula Kristal organik lebih sedikit.

Salah satu daerah Banyumas yang memproduksi gula Kristal organik adalah Kecamatan Somagede. Yang dimana letak geografisnya yang sangat tepat, yaitu berupa pegunungan dan berbukit-bukit, sehingga tanaman yang tumbuh didaerah tersebut kebanyakan pohon berkayu yang sifatnya tahunan. Seperti pohon mirah, mahoni, jati, kelapa, dan masih banyak lagi. Salah satu yang berpotensi dan menjadi mata pencaharian sehari-hari adalah pohon kelapa. Pohon kelapa ini diambil niranya untuk bahan utama membuat gula kelapa cetak pada mulanya, yang kemudian mulai diinovasi menjadi gula kristal organik.

Dalam hal ini di kecamatan Somagede, Desa Kemawi yang mayoritas masyarakatnya menggantungkan hidup dari bertani kelapa. Keahlian membuat gula kelapa tersebut dilakukan turun temurun dari generasi ke generasi. Sejak dahulu bisa dikatakan tidak ada perubahan baik itu dari sisi budidaya tanaman kelapa, pengolahan dan produk yang di hasilkan. 5 Januari 2010, 12 orang petani penderes di Desa Kemawi mendirikan kelompok dengan nama Kelompok Tani Sekar Mancung. Tujuan awal didirikannya kelompok ini adalah untuk melakukan budidaya pertanian tanaman kelapa secara organik dan memproduksi gula berkualitas agar harganya lebih meningkat sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan petani penderes kelapa dan untuk mengurangi sistem ijon yang sangat memberatkan bagi pengrajin. Produk yang dihasilkan yaitu gula kristal (gula semut).

IAIN PURWOKERTO

Data jumlah petani gula kelapa dan hasil produksi gula kelapa Kecamatan Somagede per hari.

Tabel 1.1

No	Kelurahan/ Desa	Jumlah Penderes (orang)	Jumlah Pohon	Jumlah Produksi (Kg)
1.	Sokawera	90	759	265
2.	Somagede	157	827	289
3.	Kanding	79	1.283	449
4.	Plana	160	1.905	666
5.	Somakaton	10	165	57
6.	Klinting	412	6.323	2.213
7.	Kemawi	626	9.382	3.283
8.	Piasa Kulon	42	457	159
9.	Tanggeran	418	6.986	2.445
Jumlah		1.994	28.087	9.826

Sumber: Data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyumas

Bekerjasama dengan P3R (Pusat Pegembangan Produk Rakyat, pada Desember 2010 kelompok ini mendaftarkan diri menjadi anggota Internal Control Sistem (ICS) untuk disertifikasi organik ke lembaga sertifikasi *Control Union Certification* dengan luas lahan 10,5 Ha. Dengan semakin banyaknya kebutuhan konsumen akan gula kristal, banyak Negara di Eropa, seperti Amerika, Korea dan Jepang mengimpor gula kristal atau gula semut dari Kabupaten Banyumas. Salah satu Produk yang diimpor ke negara tersebut adalah produk dari Desa Kemawi yang dikembangkan oleh Kelompok Tani Sekar Mancung atau bisa disebut UKM (Usaha Kecil Menengah) Sekar Mancung. Kelompok Sekar Mancung ini mulai tersertifikasi *control Union Certification* pada tahun 2013. Kemudian terus berkembang pesat pada tahun 2014, 2015, dan pertengahan 2016 yang pada saat itu permintaan sampai delapan ton yang diminta oleh eksportir PT. Holos dan juga ekspor sendiri ke Korea. Pada mulanya bisa ekspor ke Korea dikarenakan ada seorang pengusaha Korea yang beberapa kali order gula kristal organik atau gula semut tersebut dan di pasarkan di sana. Setelah dipasarkan di sana ada pengusaha lain yang melirik produk gula kristal tersebut datang sendiri ke Kelompok Tani Sekar Mancung yang kemudian bekerja sama dengan *Coco Harum* hingga saat ini.[5]

[5] Wawancara dengan Bapak Teguh Prayono selaku Ketua Kelompok Tani Sekar Mancung, pada Selasa 31 Juli 2018.

Selain gula kristal organik yang di ekspor ke Luar negara, gula kristal organik juga di pasarkan dalam negeri seperti café, hotel, maupun supermarket. Dalam Liputan Radar Banyumas bapak Teguh Mengatakan bahwa dengan adanya gula kristal harga gula cetak ikut terdongkrak. Harga gula cetak yang dulunya sangat murah sekarang hampir stabil.[6]

Selain di Desa Kemawi di Kecamatan Somagede ada Desa lain yang membuat gula kristal yaitu Desa Tanggeran yang juga mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian petani gula. Salah satunya adalah Kelompok Tani Manggar Buana yang mulai terbentuk tahun 2012 namun kurang berjalan dan belum ekspor dikarenakan barang yang masih sedikit.[7] Setelah beberapa waktu kelompok tersebut fakum, kini beberapa anggota tersebut membuat anggota baru dan kelompok baru yang bernama Kelompok Tani Sari Manggar Barokah yang terbentuk mulai tahun 2016. Pendistribusian gula Kristal ini hanya untuk masyarakat sekitar dan juga eksportir, belum ekspor sendiri.[8]

Dengan uraian latar belakang di atas membuat penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian yang diajukan sebagai judul skripsi yang berjudul "**Implikasi Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Gula Kristal Organik Kelompok Tani Sekar Mancung di Desa Kemawi Kecamatan Somagede"**.

B. Definisi Operasional

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan agar tidak terjadi perbedaan penafsiran. Juga memberikan arah, tujuan, dan apa yang ingin dicapai dalam penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Inovasi Produk

   Dikutip dari buku Suryana Avanti Fontana, mengatakan bahwa inovasi adalah pengenalan cara-cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi *input* menjadi *output* sehingga menghasilkan perubahan besar dalam perbandigan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen atau pengguna. Dikutip dari buku Suryana Zimmerer mengatakan Inovasi juga bisa diartikan bahwa inovasi merupakan kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka

IAIN PURWOKERTO

[6] http://radarbanyumas.co. id/ gula kristal kemawi rambah Korea Selatan.

[7] Wawancara dengan Bapak Sukur selaku Bendahara Kelompok Tani Manggar Buana, pada Selasa 31 Juli 2018.

[8] Wawancara dengan Ibu Suwarti selaku Sekertaris Kelompok Tani Sari Manggar Barokah, pada Selasa 31 Juli 2018.

memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi dan menciptakan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan.[9] Dikutip dari buku Wawan Dewanto dkk, Kotler dan Armstrong menyebutkan 3 atribut yang menempel pada inovasi produk, yaitu:[10]

a. Fitur produk
b. Desain atau rancangan produk
c. Kualitas produk

2. Keunggulan Bersaing Produk

Keunggulan bersaing digambarkan suatu strategi benefit yang lebih efektif dalam pasarnya. Strategi ini dirancang sedemikian rupa untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh produsen untuk pembelinya. Pembeli akan lebih memilih produk yang memiliki nilai lebih dari yang diharapkannya. Keunggulan bersaig merupakan kemampuan suatu produsen memberikan nilai lebih pada produknya dibandingkan dengan produsen lainnya, dan nilai tersebut dapat mendatangkan manfat bagi pembelinya. Keunggulan bersaing dapat diukur dengan menggunakan indikator harga, kualitas, *delivery dependability*, dan *time to market.*[11]

3. Gula Kristal Organik

Gula Kristal organik atau dikenal juga dengan nama gula semut organik adalah gula kelapa yang di olah menjadi serbuk kecil-kecil seperti Kristal maupun seperti rumah semut yang ada di tanah. Gula Kristal organik juga memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan gula cetak pada umumnya. Diantaranya adalah gula Kristal organik dapat disimpan dalam jangka waktu yang lebih lama tanpa mempengaruhi warna dan rasanya, jika dibungkus dalam tempat yang rapat. Hal ini terjadi karena kadar air yang terdapat pada gula semut hanya berkisar 2-3 persen. Selain itu gula Kristal juga terdapat varian rasa seperti rasa jahe, kunyit, dan juga vanila.[12]

C. Rumusan Masalah

---

[9] Suryana, *Ekonomi Kreatif: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang,* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 31-33.

[10] Wawan Dhewanto dkk, *Manajemen Inovasi untuk*…, hlm. 108-109.

[11] Gita Sugiyarti, *Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk,* (Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang), 2015, hlm. 111.

[12] https://m.detik.com, *Menengok Cara Pembuatan Gula Semut Organik di Banyumas,* 2013.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Implikasi Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Gula Kristal Organik Kelompok Tani Sekar Mancung Kecamatan Somagede?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implikasi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk.

2. Manfaat Penelitian

   a. Manfaat Akademis

      Dapat menjadi hal untuk menambah pengetahuan tentang Implikasi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk, dan diharapkan dapat menjadi sebuah referensi serta pengembangan teori pada penelitian selanjutnya mengenai implikasi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk.

   b. Manfaat Praktisi

      Sebagai referensi bagi produsen gula Kristal organik untuk lebih mengenal dimensi inovasi produk, agar mampu bersaing dengan produsen lainnya dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang lebih efektif.

E. Kajian Pustaka

Inovasi biasanya mengacu pada kata sifat seperti memperbaharui, mengubah, atau membuat proses maupun produk, serta cara dalam melakukan sesuau sehingga menjadi lebih efektif. Dalam konteks bisnis atau usaha, hal ini bisa berarti menerapkan ide-ide baru, meningkatkan layanan yang ada, serta membuat produk lainnya yang lebih dinamis. Dikutipa dari bukunya Wawan Dewanto dkk, Schumter mengartikan inovasi sebagai penciptaan atas kombinasi-kombinasi baru, kualitas produk yang baik, atau metode produksi baru, pembukaan pasar baru, mendapat sumber baru untuk pasokan bahan baku atau barang setengah jadi, dan akhirnya melaksanakan organisasi baru, dan hal tersebut berlaku di industri manapun.[13]

[13]Wawan Dhewanto dkk, *Manajemen Inovasi untuk…*, hlm. 41-42.

Dikutip dari buku Suryana Avanti Fontana, mengatakan bahwa inovasi adalah pengenalan cara-cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi *input* menjadi *output* sehingga menghasilkan perubahan besar dalam perbandigan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen atau pengguna. Dikutip dari buku Suryana Zimmerer mengatakan Inovasi juga bisa diartikan bahwa inovasi merupakan kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi dan menciptakan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan.[14]

Banyak yang mendefinisikan inovasi, namun satu hal yang pasti bahwa inovasi dapat menjadi katalis bagi pertumbuhan dan keberhasilan bisnis, dan membatu beradaptasi dan tumbh di pasar. Menjadi inovatif tidak berarti menciptakan, inovasi dapat berarti mengubah model maupun rancangan bisnis sehingga mampu beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan, yang akhirnya dapat memberikan produk atau layanan yang lebih baik.[15]

Inovasi produk itu sendiri berarti bukan hanya merupakan bentuk dari penciptaan produk baru yang dihasilkan perusahaan, namun dapat diartikan pula sebagai peningkatan mutu baik dari segi bahan baku, bentuk fisik ataupun kemampuan barang yang sudah pernah dipasarkan.[16]

Banyak hal yang berkaitan dengan inovasi produk, seperti misalnya proses pencapaian, ide yang muncul dan atribut dari inovasi produk. Penulis buku *"Principles of Marketing",* yaitu Kotler dan Armstrong menyebutkan 3 atribut yang menempel pada inovasi produk, yaitu:[17]

1. Fitur produk
2. Desain atau rancangan produk
3. Kualitas produk

Mengkaji hasil penelitian terdahulu adalah mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan atau hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang telah ada dan belum ada.[18] Fenomena yang berkaitan dengan inovasi produk sudah pernah dikaji oleh beberapa orang. Akan tetapi masih terdapat perbedaan baik dalam variabel, metode, subjek penelitian dan lain sebagainya. Dengan demikian, untuk

IAIN PURWOKERTO

[14] Suryana, *Ekonomi Kreatif: Mengubah*…, hlm. 31-33.
[15] Wawan Dhewanto dkk, *Manajemen Inovasi untuk*…, hlm.
[16] *Ibid,* hlm. 105.
[17] *Ibid*, hlm. 108-109.
[18] Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta. 2000), hlm. 75.

mengetahui bagian apa dari penelitian yang telah diteliti dan bagian apa yang belum diungkap, diperlukan kajian hasil penelitian terdahulu untuk menentukan fokus penelitian yang dikaji.

Aang Curatman dkk dalam penelitiannya, tentang *analisis factor-faktor pengaruh inovasi produk yang berdampak pada keunggulan bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Cirebon".* Menunjukkan bahwa orientasi strategik berpengaruh terhadap inovasi produk sebesar 16,2%. Dalam penelitian ini terlihat bahwa UKM menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menawarkan harga dan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen, dan menciptakan produk yang inovatif. Inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing sebesar 13,1%, yang berarti bahwa apabila produsen ingin mempunyai keunggulan bersaing, maka produsen dapat menciptakannya dengan cara kegiatan-kegiatan inovasi terhadap produk yang dihasilkan.[19]

Gita sugiyarti dalam penelitiannya yang berjudul "*Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk"* yang dalam penelitiiannya menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing produk. Yang dimana digambarkan atau diperoleh nilai t hitung variabel inovasi produk sebesar 0,860 dengan taraf signifikansi 0,002<0,05. Yang dalam hal ini menyatakan bahwa inovasi produk berbengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.[20]

Rika Devi Kurniasari, *"Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing".* Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa variabel inovasi produk diperoleh nilai t hitung sebesar 6,404 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,416. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa "Inovasi produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing".

Faktor pertama yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah inovasi produk. Hills mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seseorang individu atau unit pengguna lainnya. Inovasi produk akan menciptakan

---

[19] Aang Curatman, dkk, *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon,* Vol. XVIII, 2016, hlm. 73.

[20] Gita Sugiyarti, *Membangun Keunggulan Bersaing…*, hlm. 119.

berbagai desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Perusahaan dapat melakukan berbagai inovasi dengan membuat berbagai macam desain produk, dan menambah nilai guna suatu barang.[21]

Tabel 1.2

Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan/ Perbedaan
1	Aang Curatman, dkk, "*Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon"*	Inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, yang berarti bahwa apabila produsen ingin mempunyai keunggulan bersaing, maka produsen dapat menciptakannya dengan cara kegiatan-kegiatan inovasi terhadap produk yang dihasilkan.	Faktor-faktor pengaruh inovasi produk yang berdampak pada keunggulan bersaing sedangkan milik peneliti implikasi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing, metode penelitian yang digunakan kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.
2	Gita Sugiyarti "*Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk*	inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing produk. Yang dalam hal ini menyatakan bahwa inovasi produk berbengaruh signifikan	Membangun keunggulan bersaing produk melalui orientasi pembelajaran, orientasi pasar dan inovasi produk sedangkan peneliti

[21] Rika Devi Kurniasari, *Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing,* 2018 , hlm. 87.

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan/ Perbedaan
		terhadap keunggulan bersaing.	implikasi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk.
3	Rika Devi Kurniasari, *"Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing"*	Inovasi produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, Faktor pertama yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah inovasi produk.	Pengaruh inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing sedangkan peneliti implikasi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk.

F. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan dalam rencana penulisan skripsi, penyusun membagi skripsi menjadi tiga bagian, yaitu: bagian awal, bagian isi dan bagian akhir.

Bagian awal dari skripsi memuat tentang pengantar yang didalamnya terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, transliterasi dan daftar isi.

Bagian isi dari skripsi ini terdiri dari lima bab, dimana gambaran dari tiap bab dapat penyusun paparkan sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan dan sistematika penulisan.

Bab kedua, merupakan tinjauan umum mengenai bagaimana teori dimensi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk gula Kristal organik.

Bab ketiga merupakan metode penulisan yang berisi tentang penentuan jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan penyusun dalam penulisan skripsi.

Bab keempat merupakan hasil penulisan yang berisi tentang gambaran umum obyek penelitian dan pembahasan serta penemuan-penemuan dilapangan yang kemudian

dikomparasikan dengan apa yang selama ini ada dalam teori. Kemudian data tersebut dianalisis sehingga mendapatkan hasil data yang valid dari penelitian yang dilakukan pada gula Kristal organik di Desa Kemawi.

Bab kelima, merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penulisan yang dilakukan penyusun serta kata penutup sebagai akhir dari pembahasan. Kemudian pada bagian akhir penyusun mencantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi ini beserta lampiran-lampian dan daftar riwayat hidup.

IAIN PURWOKERTO

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukkan oleh peneliti, dari observasi awal, dari data-data yang dikumpulkan, baik data tertulis maupun data wawancara selama penelitian sampai akhir tentang implikasi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing gula kristal organik.

Peneliti mendapati hasil bahwa gula kelapa cetak pada tahun 2009 tidak memiliki nilai jual yang tinggi, dikarenakan produk gula kelapa yang monoton dan kualitas yang masih rendah. Sehingga membuat para petani gula resah, kemudian kelompok tani sekar mancung melakukan upaya untuk meningkatkan nilai jual gula kelapa dengan cara melakukan inovasi. Yaitu merubah gula cetak menjadi gula kristal organik yang dilakukan mulai tahun 2012.

Teori Kotler mengatakan terdapat tiga atribut yang menempel pada inovasasi produk, yaitu fitur dari suatu produk, desain atau rancangan produk, dan kualitas. Pada Kelompok Tani Sekar Mancung dilihat dari atribut yang pertama yaitu fitur atau keistimewaan, inovasi yang dilakukan adalah membuat gula kristal organik, dimana pembuatannya tidak dicampur dengan bahan kimia, namun menggunakan bahan alami seperti gamping yang dicampur dengan kulit manggis sehingga menghasilkan warna dan aroma yang khas.

Atribut yang kedua yaitu desain atau rancangan produk, dimana produk gula yang sebelumnya hanya dicetak biasa kemudian divariasikan menjadi bentuk kristal atau serbuk yang sangat halus, sehingga lebih mudah untuk diaplikasikan. Atribut yang ketiga adalah dilihat dari kualitas. Kelompok Tani Sekar Mancung memiliki standar kualitas sendiri seperti kadar air yang berada dibawah 2% sehingga gula kristal yang dihasilkan kering dan mampu bertahan cukup lama. Butiran gula kristal organik yang digunakan adalah nomor 16. Gula kristal organik juga aman dikonsumsi oleh penderita diabetes, karena kandungan indeks glikemik pada gula kelapa sebesar 54. Gula kristal organik juga terjaga kebersihannya dari kotoran-kotoran yang berasal dari pohon kelapa dan serangga-serangga.

Setelah dilakukannya inovasi tersebut mampu menghasilkan produk gula kelapa yang berkualitas lebih baik, dari yang awalnya gula kelapa dicetak biasa-biasa

IAIN PURWOKERTO

saja menjadi gula kelapa berbentuk serbuk (gula kristal organik) yang lebih mudah diaplikasikan dan kualitas yang lebih baik. Sehingga mampu berdaya saing di pasar dalam negeri maupun luar negeri. Nilai dari gula kelapapun mengalami kenaikan.

B. Saran

1. Bagi kelompok tani sekar mancung sebaiknya dilakukan pembukuan atau pengadministrasian secara tertulis dan terperinci.
2. Bagi Dinas Perindustrian dan Perdagangan hendaknya lebih memperhatikan lagi industri-industri kecil yang diciptakan oleh masyarakat, dan dilakukannya pemantauan dan pembukuan yang lebih terperinci.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk menambah wawasan dan dapat lebih mengkritisi masalah yang ada di lingkungan sekitar.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

Aang Curatman, dkk. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon,* Vol. XVIII.

Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

_____. 2012 *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Azwar, Saifuddin. 2001. *Metode Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Dhewanto, Wawan dkk. 2015. *Manajemen Inovasi untk Usaha Kecil dan Mikro.* Bandung: ALFABETA.

Fathoni, Abdurrahman. 2006. *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Kotler, Philip & Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia.* Jakarta: Salemba Empat.

Kurniasari, Rika Devi 2018. *Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing,*

Lane Keller, Philip Kotler and Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Bahasa Indonesia: PT INDEKS.

Machfoedz, Mas'ud. tt. *Kewirausahaan Suatu Kontemporer.* Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

Nur Diana, Ilfi. 2012. *Hadis-Hadis Ekonomi.* Malang: UIN- Maliki Pres.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2014. *Ekonomi Islam.*Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Setiady Akbar, Husaini Usman dan Purnomo. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksar.

Sugiyarti, Gita. 2015. *Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk,* Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

IAIN PURWOKERTO

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2015. *Keunggulan Bersaing.* Yogyakarta: CAPS.

Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang.* Jakarta: Salemba Empat,

Tampubolon, Manahan P. 2004. *Manajemen Operasional.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis.* Yogyakarta: Teras.

Zuhal. 2010. *Knowledge Platform Kekuatan Daya Saing & Innovation.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Non Buku:

https://m.detik.com, *Menengok Cara Pembuatan Gula Semut Organik di Banyumas,* 2013.

http://radarbanyumas.co. id/ gula kristal kemawi rambah Korea Selatan.

IAIN PURWOKERTO