

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batu Alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics” ini ditulis oleh Triana Nofita Sari, NIM 126405212161, dibawah bimbingan Siswahyudianto, M.M.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Daya Saing, Industri Mosaik Batu Alam

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan industri mosaik batu alam, khususnya di Kabupaten Tulungagung yang dikenal sebagai pusat pengrajin batu alam terbesar di Indonesia. CV Tulungagung Stone Mosaics sebagai salah satu pelaku industri ini menghadapi tantangan persaingan dari dalam maupun luar daerah. Untuk tetap kompetitif, perusahaan menerapkan strategi inovasi produk yang mencakup peningkatan kualitas, keberagaman varian, dan pengembangan desain produk.

Tujuan penelitian adalah (1) Untuk menganalisa bagaimana kualitas produk berkontribusi dalam meningkatkan daya saing industri batu alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics. (2) Untuk menganalisa bagaimana varian produk berkontribusi dalam meningkatkan daya saing industri batu alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics. (3) Untuk menganalisa bagaimana desain produk berkontribusi dalam meningkatkan daya saing industri batu alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Penelitian dilakukan langsung di lokasi CV Tulungagung Stone Mosaics untuk memperoleh gambaran konkret mengenai implementasi inovasi produk dalam meningkatkan daya saing perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Inovasi dalam kualitas memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing perusahaan. Penggunaan bahan baku berkualitas dan daya tahan produk yang optimal mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. (2) Inovasi dalam varian membantu perusahaan dalam menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Penyediaan ukuran produk yang beragam serta fleksibilitas harga mampu meningkatkan nilai jual dan memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan pasar. (3) Inovasi dalam desain menjadi strategi *branding* yang efektif. Pemilihan warna dan penerapan pola serta bentuk yang estetik sekaligus fungsional menjadikan produk memiliki keunikan tersendiri dan mampu memperkuat citra produk di pasar.

ABSTRACT

The thesis entitled "Implementation of Product Innovation to Enhance the Competitiveness of the Natural Stone Industry at CV Tulungagung Stone Mosaics" was written by Triana Nofita Sari, Student ID 126405212161, under the supervision of Siswahyudianto, M.M.

Keywords: Product Innovation, Competitiveness, Natural Stone Mosaic Industry

This research is motivated by the intense competition in the natural stone mosaic industry, especially in Tulungagung Regency, which is known as the largest center of natural stone artisans in Indonesia. CV Tulungagung Stone Mosaics, as one of the players in this industry, faces competitive challenges both from within and outside the region. To remain competitive, the company implements a product innovation strategy that includes improving quality, product variety, and design development.

The objectives of this study are: (1) To analyze how product quality contributes to enhancing the competitiveness of the natural stone industry at CV Tulungagung Stone Mosaics. (2) To analyze how product variety contributes to enhancing competitiveness at CV Tulungagung Stone Mosaics. (3) To analyze how product design contributes to enhancing competitiveness at CV Tulungagung Stone Mosaics.

This research employs a descriptive qualitative approach with data collection methods including in-depth interviews, field observations, and documentation. The study was conducted directly at the CV Tulungagung Stone Mosaics site to gain a concrete understanding of the implementation of product innovation in improving the company's competitiveness.

The research findings indicate that: (1) Innovation in quality significantly contributes to enhancing the company's competitiveness. The use of high-quality raw materials and optimal product durability increases customer satisfaction and loyalty. (2) Innovation in product variety helps the company reach a wider market segment. Offering a range of product sizes and flexible pricing enhances product value and strengthens the company's position amid market competition. (3) Innovation in design serves as an effective branding strategy. The selection of colors, patterns, and aesthetically functional shapes provides the product with distinctive uniqueness and strengthens its market image.