

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan ekonomi suatu negara sangat dipengaruhi oleh dinamika berbagai sektor industri yang beroperasi di dalamnya. Di antara sektor-sektor tersebut, industri manufaktur memegang peranan penting dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Industri manufaktur tidak hanya berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, tetapi juga berfungsi sebagai penggerak inovasi dan peningkatan produktivitas. Kemenperin menyatakan bahwa industri manufaktur merupakan sektor penting karena menjadi sektor tertinggi yang berkontribusi dalam perekonomian di Indonesia.<sup>2</sup> Dalam konteks global, industri manufaktur menjadi tulang punggung bagi suatu negara dan memberikan dampak yang signifikan terhadap PDB (Produk Domestik Bruto).

Namun, data menunjukkan bahwa laju pertumbuhan PDB industri manufaktur di Jawa Timur mengalami fluktuasi. Berdasarkan grafik berikut dapat dilihat bahwa laju pertumbuhan PDB industri manufaktur di Jawa Timur mengalami peningkatan dari tahun 2020 hingga 2022 sebesar 8,35%. Pada tahun 2022 hingga tahun 2023, laju pertumbuhan PDB Industri manufaktur mengalami penurunan sebesar 2,19%. Penurunan laju

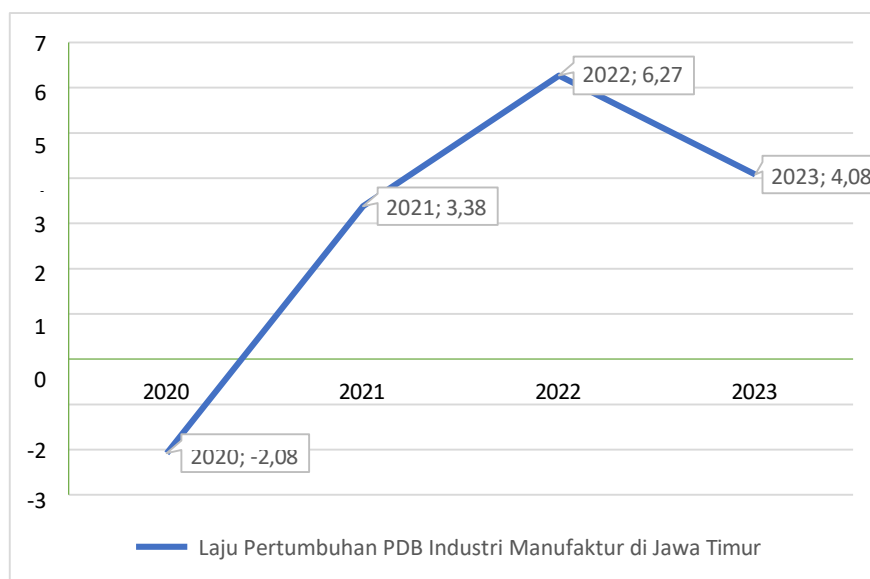
---

<sup>2</sup> Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Kemenperin: Jadi Penggerak Ekonomi, Kontribusi Manufaktur Masih Tertinggi", [Kemenperin.go.id](https://kemenperin.go.id), Agustus 8, 2023.

pertumbuhan PDB industri manufaktur tersebut merupakan indikasi dari keterbatasan sumber daya manusia, infrastruktur yang kurang baik, serta rendahnya tingkat inovasi.

**Tabel 1. 1**

**Laju Pertumbuhan PDB Industri Manufaktur di Jawa Timur**



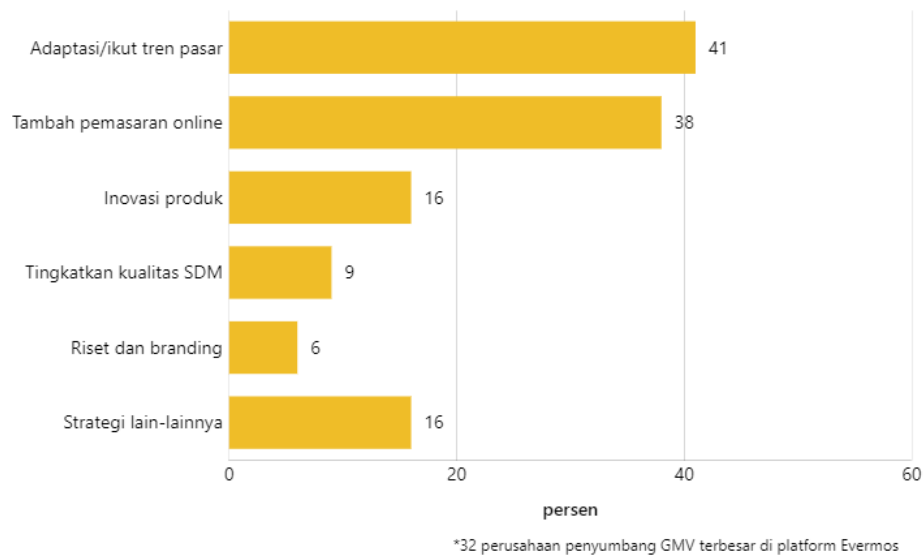
(Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia, 2024)<sup>3</sup>

Pernyataan tersebut didukung oleh hasil survei KIC (*Katadata Insight Center*) yang menjelaskan bahwa banyak pelaku usaha lebih memilih untuk mengikuti tren daripada melakukan inovasi produk. Tabel berikut menunjukkan hasil survei KIC terhadap 32 perusahaan berkembang yang menyumbang nilai penjualan bruto terbesar di aplikasi Evermos, bahwa 41% perusahaan lebih memprioritaskan strategi adaptasi dan mengikuti tren pasar. Selanjutnya 38% memprioritaskan dalam menambah saluran online seperti

<sup>3</sup> Badan Pusat Statistik Indonesia, "Laju Pertumbuhan PDB Industri Manufaktur – Tabel Statistik", Bps.go.id; Badan Pusat Statistik Indonesia, Mei 15, 2024.

melalui media sosial dan sistem digital lainnya. Sedangkan perusahaan yang mengutamakan inovasi produk serta strategi lainnya memiliki proporsi yang jauh lebih kecil. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penurunan laju pertumbuhan PDB industri manufaktur yang terjadi di Jawa Timur, merupakan indikasi dari rendahnya tingkat inovasi yang dilakukan perusahaan.

**Tabel 1. 2**  
**Hasil Survei KIC (*Katadata Insight Center*)**



(Sumber: Ahdiat, 2023)<sup>4</sup>

Tulungagung merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang dikenal sebagai pusat industri kerajinan batu alam terbesar di Indonesia. Kabupaten Tulungagung didominasi oleh struktur batuan yang beraneka

<sup>4</sup> Adi Ahdiat, "Survei KIC: Banyak Pelaku Usaha Pilih Ikut Tren Ketimbang Inovasi Produk", Katadata.co.id; Databoks, Oktober 6, 2023.

ragam, termasuk marmer, batu gamping, dan fosfat. Melalui potensi sumber daya alam yang dimiliki, Kabupaten Tulungagung mampu menjadi penghasil kerajinan marmer terbesar di Indonesia, bahkan terkenal hingga mancanegara. Selain marmer, Kabupaten Tulungagung juga memiliki potensi besar dalam pengolahan batuan alam lainnya, seperti onyx, granit, dan mosaik batu alam.<sup>5</sup> Produk-produk kerajinan dari berbagai jenis batu ini turut berkontribusi dalam memperkuat industri kerajinan di wilayah Tulungagung, menjadikan Tulungagung sebagai salah satu sentra pengrajin yang menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi dan bernilai estetis tinggi yang diminati oleh pasar domestik maupun internasional.

Salah satu perusahaan yang beroperasi dalam bidang industri ini adalah CV Tulungagung Stone Mosaics. CV Tulungagung Stone Mosaics merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan ekspor mosaik batu alam, yang didirikan pada tahun 2010 di Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung. Pemilihan lokasi penelitian di CV Tulungagung Stone Mosaics ini didasarkan pada potensi yang dimiliki Kabupaten Tulungagung sebagai pusat pengrajin batu alam terbesar di Indonesia. Dengan ketersediaan sumber daya alam yang melimpah, Kabupaten Tulungagung menjadi salah satu daerah yang secara strategis memiliki kekuatan untuk menopang industri kerajinan batu alam. Selain itu, CV Tulungagung Stone Mosaics juga aktif dalam kegiatan ekspor,

---

<sup>5</sup> Wahyu Rizki Aris Suseno, "Upaya Pertahanan Keberlangsungan Industri Kerajinan Onix dan Marmer Kabupaten Tulungagung," *Jurnal Ekonomi & Pendidikan* 18, No. 2 (2021): hlm. 195.

menjadikannya pelaku industri yang terlibat langsung dalam persaingan pasar global.

Melalui keahlian dalam memanfaatkan sumber daya alam lokal, CV Tulungagung Stone Mosaics mampu menciptakan produk-produk yang bernilai estetik dan fungsional, sehingga memiliki peluang besar untuk bersaing di pasar domestik maupun internasional. Namun dalam perkembangannya, CV Tulungagung Stone Mosaics menghadapi tantangan yang cukup signifikan. Melonjaknya jumlah pelaku usaha di industri batu alam, tentunya mengakibatkan persaingan pasar yang semakin ketat, sehingga CV Tulungagung Stone Mosaics kini berlomba dengan pelaku usaha lain untuk mempertahankan eksistensinya di pasar.<sup>6</sup>

Selain CV Tulungagung Stone Mosaics, terdapat sejumlah pelaku usaha lain di Tulungagung yang turut bergerak dalam industri mosaik batu alam. Persaingan yang semakin ketat di sektor ini mendorong para pengusaha untuk terus membuat strategi baru agar tetap relevan di pasar.<sup>7</sup> Beberapa pengusaha lokal mulai mengembangkan desain mosaik yang lebih variatif, serta memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran yang lebih efektif. Salah satu strategi yang diterapkan adalah menciptakan motif-motif

---

<sup>6</sup> Ayut Isroh Saptaningtyas dan Sri Indrahti, "Dari Industri Jamu Tradisional ke Industri Jamu Modern: Perkembangan Industri Jamu Sido Muncul dalam Mempertahankan Eksistensi Perusahaan Tahun 1951-2000," *Jurnal Historiografi* 1, No. 2 (2020): hlm. 179.

<sup>7</sup> Oktavia, et al., "Beradaptasi dengan Perubahan Pasar dalam Strategi Bersaing yang Fleksibel dan Dinamis," *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (DINAMIKA)* 4, No. 2 (2024): hlm. 25.

khas yang belum banyak ditemukan di pasaran, sehingga memberikan nilai tambah bagi produk mereka.

**Tabel 1. 3**  
**Data Pengusaha Mosaik**

No.	Nama	Alamat
1.	Batu Persada	Desa Tenggarejo - Campurdarat
2.	Surya Jaya Stone	Desa Tamban - Pakel
3.	Pulau Batu (Islan Stone)	Tulungagung
4.	Rudy Stone Art Center	Kuta - Badung Bali
5.	Erom Galery	Bali
6.	NKR	Bali
7.	Karang Stone	Jogja
8.	CV Bestone Indonesia	Magelang - Jawa Tengah
9.	Kesna Stone	Desa Sawo - Campurdarat
10.	Batu Alam	Perumahan Puri Permata - Sembung
11.	Marmer Stones	Desa Kedungsoko - Tulungagung
12.	EastJava Stone (Batu Alam Marmer Tulungagung)	Desa Besole - Besuki
13.	CV Abadi Gemilang Sentosa	Desa Gombang - Pakel
14.	Pabrik Batu Wall Cladding	Desa Sawo - Campurdarat
15.	Arjuna Stone	Desa Sawo - Campurdarat
16.	BM Stone Tulungagung	Desa Sawo - Campurdarat
17.	Artasela Stone	Desa Sodo - Pakel
18.	Aini Stone	Desa Ngentrong - Campurdarat
19.	UD Indo Karya Stone	Desa Gamping - Campurdarat
20.	Natural Stone Tulungagung	Desa Campurjanggrang - Campurdarat
21.	UD Abimanyu Stone	Desa Ngebong - Campurdarat
22.	UD Batu Licin	Desa Gamping - Campurdarat
23.	PT Dream Mosaics Indonesia	Desa Campurdarat - Campurdarat
24.	PT Tujuh Cakra Manunggal	Jakarta Barat
25.	PT Mosaic	Kota Tangerang - Banten

(Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia, 2019)<sup>8</sup>

Meskipun strategi inovasi tersebut penting dalam meningkatkan daya saing, implementasinya di CV Tulungagung Stone Mosaics masih menghadapi berbagai kendala. Perusahaan ini telah berupaya melakukan inovasi dalam desain dan varian produk, namun perkembangan pasar yang

---

<sup>8</sup> Badan Pusat Statistik Indonesia, "Ekspor menurut Eksportir dan Jenis Komoditi di Kabupaten Tulungagung 2018", Bps.go.id; Badan Pusat Statistik Indonesia, Oktober 01, 2019.

dinamis serta meningkatnya jumlah kompetitor membuat daya saingnya belum optimal. Beberapa kompetitor utama seperti Rudy Art Stone Centre dan CV Bestone Indonesia, telah lebih dahulu mengadopsi strategi inovasi berbasis teknologi dengan memanfaatkan platform digital serta penggunaan mesin produksi untuk meningkatkan efisiensi, dan juga diversifikasi produk serta pemasaran yang memungkinkan mereka menjangkau pasar yang lebih luas.

Tidak hanya dalam skala lokal, persaingan usaha mosaik batu alam juga terjadi di tingkat nasional. Industri ini tidak hanya didominasi oleh pelaku usaha di Tulungagung, tetapi juga oleh perusahaan dari daerah lain seperti Bali, Jogja, Jakarta dan Jawa Tengah yang memiliki sumber daya alam serta keahlian dalam pengolahan batu. Beberapa perusahaan nasional bahkan telah mengadopsi teknologi pemotongan dengan mesin produksi yang lebih canggih untuk meningkatkan efisiensi produk mereka. Dengan kemajuan teknologi tersebut, persaingan semakin ketat karena perusahaan yang mampu mengoptimalkan inovasi berbasis teknologi memiliki daya saing lebih tinggi.

Namun, di tengah tantangan tersebut, CV Tulungagung Stone Mosaics tetap memiliki keunggulan kompetitif yang dapat menjadi faktor pembeda dalam industri. Keunggulan tersebut terletak pada konsistensi kualitas produknya, desain yang mengikuti tren global, serta pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Meskipun masih menghadapi keterbatasan dalam penerapan teknologi produksi modern,

perusahaan ini telah memanfaatkan strategi pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Seiring dengan ketatnya persaingan di industri batu alam, perusahaan-perusahaan dituntut untuk terus melakukan inovasi guna mempertahankan eksistensinya di pasar.<sup>9</sup> Kompetisi yang semakin ketat, baik di pasar domestik maupun internasional, mendorong perusahaan seperti CV Tulungagung Stone Mosaics untuk terus berinovasi agar mampu bersaing. Apabila perusahaan tidak mampu bersaing dengan menyesuaikan diri terhadap dinamika pasar yang cepat berubah, maka perusahaan dapat kehilangan peluang dan akan kalah dalam menghadapi persaingan. Inovasi produk menjadi salah satu strategi penting yang dilakukan untuk menciptakan keunikan produk, meningkatkan daya tarik di mata konsumen, dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Secara umum, inovasi produk merupakan proses pengembangan, perbaikan, atau penciptaan produk baru yang bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah, kepuasan pelanggan, dan daya saing.<sup>10</sup> Penerapan inovasi produk menjadi penting untuk menciptakan diferensiasi di pasar. Produk yang inovatif dan berkualitas tinggi tidak hanya mampu menarik perhatian konsumen, tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, inovasi

---

<sup>9</sup> Dinda Ayu Darma, *et al.*, “Pengaruh Strategi Inovasi Produk dan Pemasaran Media Sosial terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Kuliner di Kota Gorontalo,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 5, No. 1 (2022): hlm. 238.

<sup>10</sup> Hari Nugroho Sujiono dan Aurelia Widya Astuti, “Peran Corporate Entrepreneurship dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan,” *Jurnal LOCUS: Penelitian & Pengabdian* 2, No. 12 (2023): hlm. 1219.



produk dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, yang pada akhirnya dapat mengurangi biaya dan meningkatkan profitabilitas.

Keberhasilan inovasi produk tidak terlepas dari beberapa indikator penting, yang pertama adalah kualitas. Kualitas merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Produk berkualitas tinggi cenderung lebih menarik dan lebih mungkin direkomendasikan oleh pelanggan, sehingga menciptakan efek positif dalam pemasaran.<sup>11</sup> Selain itu, varian produk juga memainkan peran penting dalam inovasi. Dengan menawarkan berbagai varian, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi segmen pasar yang berbeda. Terakhir, desain produk yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan nilai produk serta menciptakan diferensiasi yang diperlukan untuk bersaing di pasar yang padat.<sup>12</sup>

Dalam menghadapi tantangan persaingan, CV Tulungagung Stone Mosaics telah melakukan berbagai inovasi untuk meningkatkan daya saingnya. Inovasi tersebut tidak hanya mencakup pengembangan produk yang berkualitas, tetapi juga dalam hal desain dan variasi produk yang ditawarkan. Inovasi yang dilakukan oleh perusahaan mencakup peningkatan kualitas, pembuatan variasi produk yang lebih beragam, serta pengembangan

---

<sup>11</sup> Muhammad Riadi, Jeni Kamase dan Mapparenta, "Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin)," *Journal of Management Science (JMS)* 2, No. 1 (2021): hlm. 48.

desain yang unik dan menarik, sehingga CV Tulungagung Stone Mosaics dapat mempertahankan posisinya di industri pasar yang kompetitif.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membuktikan pentingnya inovasi dalam meningkatkan daya saing. Penelitian yang dilakukan oleh Lawitani, *et al.*, tahun 2024, menyoroti bahwa inovasi produk berperan penting dalam memperluas pangsa pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen di industri makanan dan minuman. Penelitian tersebut menekankan bahwa inovasi produk memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing, dimana inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk baru atau memperbaiki produk yang sudah ada, sehingga dapat bersaing lebih efektif di pasar.<sup>13</sup>

Selanjutnya penelitian oleh Wahyuni dan Kusumasari tahun 2023, menekankan peran kreativitas dan inovasi dalam memperkuat keunggulan bersaing UMKM Sandalku Handmade di Surabaya. Inovasi tersebut diaplikasikan melalui strategi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan *platform e-commerce*. Secara keseluruhan, inovasi yang telah diterapkan berperan signifikan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM Sandalku *Handmade*, membantu memenuhi tuntutan

---

<sup>13</sup> Kafah Dewantara Lawitani, *et al.*, "Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis: Studi Kasus pada Industri Makanan dan Minuman Perusahaan Indonesia," *IJESPG Journal* 2, No. 1 (2024): hlm. 1.

pasar yang dinamis, serta membantu meningkatkan visibilitas dan akses konsumen.<sup>14</sup>

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Istifa tahun 2024 menunjukkan bahwa inovasi memiliki peran yang signifikan, dimana inovasi tidak hanya berperan dalam menciptakan nilai tambah bagi konsumen, namun juga membantu perusahaan dalam membedakan diri dengan kompetitor. Selain itu, pemanfaatan teknologi berperan penting dalam mempercepat proses inovasi dan respon pasar, sehingga memungkinkan perusahaan lebih adaptif terhadap perubahan global.<sup>15</sup>

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah menegaskan pentingnya inovasi dalam meningkatkan daya saing usaha, sebagian besar fokus penelitian tersebut masih terbatas pada sektor makanan dan minuman, serta sektor kerajinan UMKM berbasis produk *fashion*. Inovasi dalam konteks tersebut banyak diarahkan pada pengembangan produk konsumtif dan strategi pengembangan digital seperti pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial. Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik menggali implementasi inovasi produk dari segi kualitas, varian, dan desain pada industri batu alam, khususnya dalam konteks industri kreatif berbasis sumber daya alam seperti yang dijalankan oleh CV Tulungagung Stone Mosaics.

---

<sup>14</sup> Nurul Dwi Wahyuni dan Indah Respati Kusumasari, "Peran Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing pada UMKM Sandalku Handmade," *Journal of Community Service (JCOS)* 1, No. 3 (2023): hlm. 289.

<sup>15</sup> Much Al Khaqqoh Istifa, "Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Pasar Global," *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)* 7, No. 4 (2024): hlm. 13760.

Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih lanjut yang berfokus pada bagaimana inovasi produk diterapkan dalam konteks industri batu alam, serta bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap peningkatan daya saing perusahaan di tengah kompetisi pasar global dan tuntutan tren desain yang terus berkembang. Berdasarkan uraian konteks penelitian tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Implementasi Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batu Alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics”**.

#### **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian pada konteks penelitian diatas, penelitian ini akan berfokus pada:

1. Bagaimana kualitas produk berkontribusi dalam meningkatkan daya saing industri batu alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics?
2. Bagaimana varian produk berkontribusi dalam meningkatkan daya saing industri batu alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics?
3. Bagaimana desain produk berkontribusi dalam meningkatkan daya saing industri batu alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan fokus penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa bagaimana kontribusi kualitas produk dalam meningkatkan daya saing industri batu alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics.

2. Untuk menganalisa bagaimana kontribusi varian produk dalam meningkatkan daya saing industri batu alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics.
3. Untuk menganalisa bagaimana kontribusi desain produk dalam meningkatkan daya saing industri batu alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics.

#### **D. Batasan Masalah**

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, terdapat keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi faktor yang akan dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti selanjutnya dalam menyempurnakan penelitiannya, karena penelitian ini tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam penerapan teknik triangulasi data yang idealnya melibatkan minimal tiga informan sebagai sumber pembandingan untuk memperoleh validitas data yang lebih kuat. Namun, dalam penelitian ini triangulasi hanya dilakukan terhadap dua informan, yaitu pihak manajemen dan konsumen. Keterbatasan ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Sebagian besar konsumen produk CV Tulungagung Stone Mosaics berada di luar kota, bahkan di luar provinsi, sehingga sulit dijangkau secara langsung untuk diwawancarai.

2. Harga produk yang relatif tinggi menjadikan segmentasi konsumennya terbatas dan tersebar, sehingga menyulitkan peneliti untuk memperoleh informan tambahan dari sisi konsumen.
3. Industri mosaik batu alam di Tulungagung belum memiliki wadah atau paguyuban resmi yang dapat dijadikan sumber informasi tambahan, seperti asosiasi atau komunitas pelaku usaha sejenis, yang seharusnya bisa memperkaya perspektif dalam proses triangulasi data. Hal ini menyebabkan keterbatasan pada sudut pandang yang diangkat dalam penelitian dan menjadi catatan penting bagi penelitian selanjutnya untuk memperluas cakupan informan demi memperoleh data yang lebih komprehensif.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, adapun manfaat penelitian yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur terkait inovasi produk sebagai salah satu strategi kunci dalam meningkatkan daya saing perusahaan, khususnya dalam industri mosaik batu alam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori inovasi dengan menyoroti terkait implementasi inovasi produk dalam meningkatkan daya saing industri batu alam. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi studi-

studi selanjutnya yang berhubungan dengan inovasi produk, penguatan daya saing, dan keberlanjutan usaha di sektor ekonomi kreatif.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan mendalam terkait implementasi inovasi produk dalam meningkatkan daya saing industri batu alam, serta menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang ekonomi dan bisnis.
- b. Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis mengenai pentingnya inovasi produk dalam meningkatkan daya saing industri batu alam. Hasil penelitian dapat diadaptasi oleh pelaku usaha di sektor kerajinan atau industri kreatif lainnya untuk mengembangkan strategi inovatif yang relevan dengan kebutuhan pasar.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk memperdalam pemahaman tentang hubungan antara inovasi produk dengan daya saing, khususnya dalam industri kerajinan atau manufaktur. Temuan penelitian ini juga dapat memberikan landasan empiris bagi peneliti selanjutnya untuk mengeksplorasi aspek lain, seperti dampak inovasi terhadap loyalitas pelanggan atau efisiensi produksi, sehingga memperluas cakupan riset di bidang inovasi strategi bisnis.

## **F. Penegasan Istilah**

Agar pembaca lebih mudah dalam mempelajari serta memahami penelitian dengan judul “Implementasi Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batu Alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics”, maka penulis memberikan penegasan istilah dalam penelitian sebagai berikut:

### **1. Penegasan Konseptual**

#### **a. Inovasi**

Inovasi merupakan suatu ide, gagasan, atau objek yang dibuat secara sadar dan diterima sebagai satu hal baru oleh masyarakat untuk diadopsi.<sup>16</sup> Dengan kata lain, inovasi dapat didefinisikan sebagai proses menciptakan sesuatu yang baru atau meningkatkan sesuatu yang sudah ada untuk memberikan nilai tambah.

#### **b. Inovasi Produk**

Inovasi produk merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperbaiki, meningkatkan, atau mengembangkan kualitas suatu produk. Proses inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk atau jasa baru, tetapi juga mencakup pemikiran bisnis yang inovatif. Keberadaan inovasi sangat penting bagi perusahaan agar dapat bertahan dan bersaing dengan lebih baik. Dengan demikian, inovasi berfungsi sebagai mekanisme bagi

---

<sup>16</sup> Clarina Meisya Anjarani, “Inovasi Batik yang Dilakukan Batik Komar terhadap Branding Batik Komar,” *Jurnal MODA* 6, No. 1 (2024): hlm. 5.



perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang selalu berubah. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menciptakan ide-ide dan gagasan baru yang menawarkan produk inovatif serta meningkatkan layanan demi kepuasan pelanggan.<sup>17</sup>

c. Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan suatu entitas, baik itu perusahaan, produk atau negara untuk menawarkan produk atau jasa yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing di pasar, baik di tingkat domestik maupun internasional.<sup>18</sup>

2. Penegasan Operasional

Secara operasional dalam penelitian yang berjudul “Implementasi Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batu Alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics” merujuk pada implementasi inovasi produk yang mencakup kualitas, varian, dan desain, serta daya saing yang dioperasionalkan sebagai kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasarnya, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

**G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan proposal skripsi pada penelitian ini disajikan dalam tiga bab dan di dalam setiap bab tersebut memiliki beberapa sub bab

---

<sup>17</sup> Burhan Murdani, *et al.*, “Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Studi Kasus Showroom The King Cobra Auto Jakarta Timur),” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)* 10, No. 2 (2023): hlm. 869.

<sup>18</sup> Rifki Mohamad dan Idris Yanto Niode, “Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo,” *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis* 13, No. 1 (2020): hlm. 4.

sebagai penjelasan yang lebih rinci dari bab tersebut. berikut sistematika penulisan skripsi pada penelitian ini:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas mengenai konteks penelitian yang menjadi obyek penelitian serta alasan diangkatnya judul penelitian, membahas fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta penegasan istilah terkait Implementasi Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batu Alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics.

## **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjelaskan mengenai uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku, jurnal yang berisi teori-teori besar (*Grand Theory*) dan teori-teori yang dihasilkan oleh penelitian terdahulu terkait Implementasi Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batu Alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai cara ataupun tahapan dari penelitian yang dilakukan yang di dalamnya membahas terkait pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan

keabsahan temuan, serta tahap-tahap penelitian untuk merancang hasil yang dilakukan dalam penelitian mengenai. Implementasi Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batu Alam pada CV Tulungagung Stone Mosaics

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan hasil dari penelitian yang dilakukan yang di dalamnya berisi deskripsi objek penelitian, paparan data dan temuan hasil penelitian.

#### **BAB V : PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan hasil pembahasan penelitian yang diteliti nantinya dengan membandingkan teori maupun studi empiris yang telah dilakukan peneliti lainnya.

#### **BAB VI : PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan tentang bagian akhir penelitian berupa bagian penutup yang berisi kesimpulan, implikasi penelitian dan saran.