

ABSTRAK

Penelitian berjudul Analisis Pengembangan Produk Inovasi Terhadap *Competitive Advantage* (Studi Kasus: *Fish skin* di Kota Palembang). Tujuan penelitian untuk mengetahui pengembangan produk *fish skin* untuk meningkatkan *competitive advantage*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh informasi serta gambaran secara mendalam tentang pengembangan produk, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Wawancara dilakukan dengan pemilik usaha *fish skin* dan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa pengembangan produk inovasi terhadap *competitive advantage* produk dapat berkembang dengan baik, karena produk yang dibuat oleh Cek Aat sangat digemari oleh masyarakat khususnya di kota Palembang. Di samping rasanya yang gurih dan harganya yang terjangkau membuat masyarakat menggemarinya, masih jarang ada produk *fish skin* di kota Palembang. Dengan memiliki sedikit pesaing, produk *fish skin* Cek Aat dapat mengembangkan lagi usahanya sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan perusahaan pada awal perkembangannya. Ini dapat dibuktikan dengan adanya *competitive advantage* dari segi harga, kualitas, dan terpenting keunikan produk yang belum ada sebelumnya. Artinya secara tidak langsung CEK AAT menggunakan empat strategi untuk bersaing memperoleh *competitive advantage*, yaitu, strategi kepemimpinan harga, strategi inovasi, strategi diferensiasi, dan strategi pertumbuhan.

Kata kunci: Pengembangan Produk Inovasi, *Competitive Advantage*

ABSTRACT

Research entitled Analysis of Innovation Product Development Against Competitive Advantage (Case Study: Fish skin in Palembang City). The research objective is to determine the development of the products to increase competitive advantage. The research approach used is a descriptive qualitative approach to obtain information and in-depth descriptions of product development, while data collection techniques are carried out by triangulation (combined), data analysis is inductive, and qualitative research results emphasize more on meaning than generalization. Interviews were conducted with fish skin business owners and consumers.

The results of this study indicate that the development of innovative products against the competitive advantage of products carried out can develop well, because the products made by Cek Aat are very popular with the community, especially in the city of Palembang. Besides the its savory taste and affordable price that makes people love it , that is also the rarity of fish skin products in the city of Palembang. By having a few competitors, Cek Aat's fish skin product can further expand its business according to the goals set by the company at the beginning of its development. This can be proven by the existence of competitive advantage in terms of price, quality, and most importantly the uniqueness of the product that did not exist before. This means that Cek Aat indirectly uses four strategies to compete for competitive advantage, i.e., price leadership strategy, innovation strategy, differentiation strategy, and growth strategy.

Keywords: Innovation Product Development, Competitive Advantage

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II PEMBAHASAN	8
2.1 Entrepreneurship	8
2.2 Pengembangan Produk.....	12
2.2.1 Pengertian Pengembangan Produk.....	12
2.2.2 Pengertian Produk Baru	13
2.2.3 Tujuan Pengembangan Produk	14
2.2.4 Tahap-tahap Pengembangan Produk.....	15
2.2.5 Faktor-faktor yang Mendorong Perusahaan Melakukan Pengembangan Produk	17
2.2.6 Faktor-faktor yang Menghambat Perusahaan Melakukan Pengembangan Produk	19
2.2.7 Strategi Pengembangan Produk	20
2.3 Competitive Advantage.....	21
2.4 Penelitian Sebelumnya.....	25
BAB III KERANGKA PEMIKIRAN DAN MODEL PENELITIAN	28
3.1 Kerangka Pemikiran.....	28
3.2 Model Penelitian	29
BAB IV METODE PENELITIAN	30

4.1 Objek Penelitian.....	30
4.2 Metode Penelitian.....	30
4.3 Jenis Data	31
4.4 Teknik Penentuan Data	31
4.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
4.6 Analisis Data	39
4.7 Uji Keabsahan Data.....	40
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
5.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	42
5.2 Komponen Inovasi Produk.....	42
5.2.1 Pencarian gagasan	42
5.2.2 Penyaringan Gagasan.....	51
5.2.4. Analisis Bisnis.....	62
5.2.5 Prototipe.....	66
5.2.6 Pengujian Produk dan Uji Pemasaran.....	68
5.2.7 Komersialisasi	72
5.3 Pembahasan.....	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	92
6.1 Kesimpulan	92
6.2 Saran.....	93
6.3 Saran Perusahaan	93
6.4 Saran Penelitian Selanjutnya.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN - A.....	100
LAMPIRAN - B.....	112
LAMPIRAN - C.....	116
LAMPIRAN - D.....	120
LAMPIRAN - E.....	123

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	18
Tabel 2.1 <i>Blue Print</i> Penelitian	24
Tabel 2.2 Daftar Pertanyaan Pemilik	25
Tabel 2.2 Daftar Pertanyaan Konsumen	26
Tabel 4.1 <i>Blue Print</i> Penelitian	31
Tabel 4.2 Daftar Pertanyaan Pemilik	32
Tabel 4.3 Daftar Pertanyaan Staf/Manajer	33
Tabel 4.4 Daftar Pertanyaan Konsumen	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.1 Model penelitian kualitatif	21

