

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN PUBLIKASI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian	8
1.3. Rumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1. Kegunaan Teoritis.....	10
1.5.2. Kegunaan Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
 HIPOTESIS	12
2.1. Kajian Pustaka.....	12

2.1.1.	Manajemen	12
2.1.2.	Manajemen Pemasaran	13
2.1.1.1.	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.1.2.	Fungsi Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.1.3.	Tujuan Manajemen Pemasaran	17
2.1.3.	Strategi Pemasaran.....	17
2.1.4.	Strategi Inovasi dalam Bauran Produk	19
2.1.4.1.	Konsep Strategi Inovasi	19
2.1.4.2.	Konsep Bauran Produk	20
2.1.4.3.	Strategi Inovasi Bauran Produk	21
2.1.4.4.	Indikator Strategi Inovasi Bauran Produk.....	22
2.1.5.	Kolaborasi Strategis.....	24
2.1.5.1.	Pengertian Kolaborasi Strategis.....	24
2.1.5.2.	Indikator Kolaborasi Strategis	25
2.1.5.3.	Model Kolaborasi Penta-Helix (ABCGM)....	24
2.1.5.4.	Dimensi Kolaborasi Horizontal dan Vertikal.	31
2.1.6.	Keunggulan Bersaing.....	30
2.1.6.1.	Pengertian Keunggulan Bersaing.....	30
2.1.6.2.	Sumber Keunggulan Bersaing	31
2.1.6.3.	Indikator Keunggulan Bersaing.....	32
2.1.6.4.	Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) dalam Keunggulan Bersaing.....	31
2.1.7.	Era Hiperkompetitif.....	36

2.2. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	38
2.3. Pendekatan Masalah	41
2.4. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1. Metode yang Digunakan.....	46
3.2. Desain Penelitian	46
3.3. Sumber Data	48
3.4. Alat Pengumpulan Data.....	48
3.5. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	49
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Hasil Penelitian.....	54
4.1.1. Gambaran Umum CV. Buhanesia Kreatif	54
4.1.2. Karakteristik Responden.....	63
4.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti	67
4.1.3.1. Deskripsi Hasil Penelitian Strategi Inovasi Bauran Produk Di CV. Buhanesia Kreatif ..	68
4.1.3.2. Deskripsi Hasil Penelitian tentang Kolaborasi Strategis di CV. Buhanesia Kreatif	78
4.1.3.3. Deskripsi Hasil Penelitian tentang Keunggulan Bersaing Di CV. Buhanesia Kreatif	89
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis.....	99

4.1.4.1. Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk (X_1) Terhadap Keunggulan Bersaing (Y) Di CV. Buhanesia kreatif	99
4.1.4.2. Pengaruh Kolaborasi Strategis (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) Di CV. Buhanesia kreatif.....	101
4.1.4.3. Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk (X_1) dan Kolaborasi Strategis (X_2) Terhadap Keunggulan Bersaing (Y) di CV. Buhanesia Kreatif.....	102
4.1.5. Hasil Wawancara (Data Kualitatif).....	105
4.1.5.1. Karakteristik Informan	105
4.1.5.2. Strategi Inovasi Bauran Produk yang Diterapkan Oleh CV. Buhanesia Kreatif dalam Menghadapi Persaingan di Era Hiperkompetitif Tahun 2025	106
4.1.5.3. Kolaborasi Strategis yang Dilakukan oleh CV. Buhanesia dalam Mendukung Pengembangan Produk dan Perluasan Pasar	127
4.1.5.4. Tingkat Keunggulan Bersaing CV. Buhanesia kreatif di era hiperkompetitif tahun 2025	138

4.1.5.5. Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing di CV. Buhanesia kreatif.....	149
4.1.5.6. Pengaruh Kolaborasi Terhadap Keunggulan Bersaing di CV. Buhanesia kreatif.....	151
4.1.5.7. Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi Terhadap Keunggulan Bersaing di CV. Buhanesia kreatif.....	153
4.2. Pembahasan	155
4.2.1. Strategi Inovasi Bauran Produk yang Diterapkan oleh CV. Buhanesia Kreatif Dalam Menghadapi Persaingan Di Era Hiperkompetitif Tahun 2025	155
4.2.2. Kolaborasi Strategis yang Dilakukan Oleh CV. Buhanesia Dalam Mendukung Pengembangan Produk Dan Perluasan Pasar.....	157
4.2.3. Tingkat Keunggulan Bersaing CV. Buhanesia Kreatif Di Era Hiperkompetitif Tahun 2025.....	161
4.2.4. Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Di CV. Buhanesia Kreatif.....	165
4.2.5. Pengaruh Kolaborasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di CV. Buhanesia Kreatif.....	168
4.2.6. Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk Dan Kolaborasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di CV. Buhanesia Kreatif	171

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	175
	5.1. Simpulan.....	175
	5.2. Saran.....	178
DAFTAR PUSTAKA		180

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Jenis Produk dan Jasa CV. Buhanesia Kreatif.....	5
Tabel 1. 2	Pengembangan Produk dan Kolaborasi CV.Buhanesia Kreatif.	6
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu yang Relevan	38
Tabel 3. 1	Interpretasi Koefisien Korelasi	50
Tabel 3. 2	Jadwal Penelitian.....	53
Tabel 4. 1	Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jenis Kelamin pada Mitra CV. Buhanesia Kreatif	64
Tabel 4. 2	Distribusi Frekuensi Responden Menurut Usia pada CV. Buhanesia Kreatif.....	64
Tabel 4. 3	Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pendidikan Terakhir pada CV Buhanesia Kreatif.....	65
Tabel 4. 4	Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jenis Instansi/Klien pada CV Buhanesia Kreatif.....	66
Tabel 4. 5	Distribusi Frekuensi Responden Menurut Lama Menjadi Klien pada CV Buhanesia Kreatif.....	66
Tabel 4. 6	Klasifikasi Kriteria Nilai.....	68
Tabel 4. 7	CV. Buhanesia Kreatif mengembangkan Layanan Interior, Branding, Konstruksi, <i>Digital Agency</i> , dan Edukasi sesuai Kebutuhan Proyek Pelanggan	68
Tabel 4. 8	Perusahaan Mampu Menyesuaikan Konsep Desain Interior, Branding, dan Konstruksi Sesuai Karakter dan Kebutuhan Klien.....	69

Tabel 4. 9	Layanan yang Diberikan CV. Buhanesia Kreatif Memiliki Konsep Kreatif dan Terintegrasi Dibanding Penyedia Jasa Lain	69
Tabel 4. 10	Harga Layanan Interior, Branding, dan Konstruksi Ditetapkan Sesuai Tingkat Kompleksitas Proyek.....	70
Tabel 4. 11	CV. Buhanesia Kreatif Memberikan Fleksibilitas Harga Sesuai Kebutuhan dan Anggaran Klien.....	71
Tabel 4. 12	Harga Layanan Perusahaan Tetap Kompetitif Dibanding Penyedia Jasa Sejenis Di Bidang Kreatif dan Konstruksi.....	71
Tabel 4. 13	CV. Buhanesia Kreatif aktif mempromosikan layanan melalui media digital (Instagram, TikTok, dan <i>Marketplace</i>)	72
Tabel 4. 14	Informasi Layanan Perusahaan Mudah Ditemukan oleh Calon Pelanggan Melalui Media Digital	73
Tabel 4. 15	Konten Promosi (Hasil Desain Interior, Branding, dan Proyek) Menarik Dan Meningkatkan Minat Pelanggan	73
Tabel 4. 16	Saluran Konsultasi dan Pemesanan Layanan Perusahaan Sangat Mudah Diakses oleh Klien, Baik Secara <i>Online</i> maupun <i>Offline</i>	74
Tabel 4. 17	CV. Buhanesia Kreatif Memiliki Jaringan Kemitraan atau Jangkauan Wilayah Layanan yang Luas untuk Memenuhi Proyek di Berbagai Lokasi	75
Tabel 4. 18	Perusahaan Menyediakan Platform Digital atau Kantor Fisik yang Representatif dan Nyaman Bagi Pelanggan untuk Berkoordinasi	75

Tabel 4. 19	Rekapitulasi Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Strategi Inovasi Bauran Produk di CV. Buhanesia Kreatif.....	76
Tabel 4. 20	Interpretasi Mengenai Strategi Inovasi Bauran Produk di CV. Buhanesia Kreatif.....	78
Tabel 4. 21	Tim Desain, Marketing, dan Produksi Bekerja Sama Secara Efektif Dalam Menyelesaikan Proyek	79
Tabel 4. 22	Komunikasi Antar Bagian Dalam Perusahaan Berjalan Lancar dan Terkoordinasi	79
Tabel 4. 23	Koordinasi Internal Mempercepat Penyelesaian Proyek Interior, Branding, dan Konstruksi.....	80
Tabel 4. 24	Kerja Sama Tim Meningkatkan Kualitas Hasil Pekerjaan Perusahaan	81
Tabel 4. 25	CV. Buhanesia Kreatif Menjalin Hubungan Baik dengan Klien dari Berbagai Sektor.....	81
Tabel 4. 26	Perusahaan Responsif Terhadap Kebutuhan dan Masukan Pelanggan Dalam Setiap Proyek	82
Tabel 4. 27	Komunikasi Perusahaan dengan Klien Berjalan Efektif Selama Proses Pengerjaan Proyek	83
Tabel 4. 28	Perusahaan Menjaga Hubungan Kerja Sama Jangka Panjang dengan Pelanggan	83
Tabel 4. 29	Perusahaan Rutin Melakukan Diskusi Internal Untuk Berbagi Ide Desain dan Solusi Proyek	84
Tabel 4. 30	Karyawan Saling Berbagi Pengetahuan Terkait Desain, Branding, dan Pelaksanaan Proyek.....	85

Tabel 4. 31	<i>Knowledge Sharing</i> Meningkatkan Kreativitas Dalam Pengembangan Konsep Layanan Perusahaan	85
Tabel 4. 32	Pertukaran Pengalaman Antar Tim Membantu Meningkatkan Kualitas Hasil Pekerjaan	86
Tabel 4. 33	Rekapitulasi Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Kolaborasi Strategis di CV. Buhanesia Kreatif.....	87
Tabel 4. 34	Interpretasi Mengenai Kolaborasi Strategis di CV. Buhanesia Kreatif	88
Tabel 4. 35	CV. Buhanesia Kreatif Memiliki Layanan Desain Interior, Branding, Dan Konstruksi Yang Berbeda Dari Pesaing	89
Tabel 4. 36	Hasil Pekerjaan Perusahaan Memiliki Ciri Khas Kreatif dan Estetika yang Kuat	90
Tabel 4. 37	Perusahaan Mampu Memberikan Solusi Desain dan Branding yang Inovatif Sesuai Kebutuhan Klien	90
Tabel 4. 38	Layanan Perusahaan Lebih Fleksibel Dibanding Penyedia Jasa Sejenis	91
Tabel 4. 39	Hasil Pekerjaan Perusahaan Sesuai dengan Harapan dan Kebutuhan Pelanggan	92
Tabel 4. 40	Perusahaan Memberikan Kualitas Layanan yang Baik dengan Biaya yang Sesuai	92
Tabel 4. 41	Proses Pengerjaan Proyek Dilakukan Secara Efisien dan Tepat Waktu	93
Tabel 4. 42	CV. Buhanesia Kreatif Memberikan Nilai Tambah Melalui Hasil Pekerjaan yang Berkualitas.....	94

Tabel 4. 43	CV. Buhanesia Kreatif Mampu Bertahan Dalam Persaingan Industri Kreatif dan Konstruksi.....	94
Tabel 4. 44	Perusahaan Terus Melakukan Inovasi untuk Menjaga Keberlanjutan Usaha	95
Tabel 4. 45	Perusahaan Mampu Mengikuti Perkembangan Teknologi Desain dan Kebutuhan Pasar.....	96
Tabel 4. 46	Pelanggan Memiliki Kepercayaan Tinggi terhadap Keberlanjutan Perusahaan.....	96
Tabel 4. 47	Rekapitulasi Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Keunggulan Bersaing Di CV. Buhanesia Kreatif.....	97
Tabel 4. 48	Interpretasi Mengenai Keunggulan Bersaing Di CV. Buhanesia Kreatif	98
Tabel 4. 49	Coefficientsa	99
Tabel 4. 50	Model Summary.....	103
Tabel 4. 51	ANOVA ^a	104
Tabel 4. 52	Karakteristik Informan.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Nama Perusahaan Industri Kreatif di Wilayah Kecamatan Majenang.....	4
Gambar 2. 1	Paradigma Penelitian.....	44
Gambar 3. 1	Desain Penelitian.....	47
Gambar 4. 1	Struktur Organisasi CV Buhanesia Kreatif	59
Gambar 4. 2	Struktur Hubungan Antar Variabel.....	105
Gambar 4. 3	Hasil Pekerjaan Interior dan Branding	118
Gambar 4. 4	Produk Pemanfaatan Sisa Bahan	119
Gambar 4. 5	Mendesain Logo Branding Universitas Darussalam	119
Gambar 4. 6	Harga Produk Interior.....	120
Gambar 4. 7	Promosi Digital melalui Instagram, Shopee, dan TikTok	120
Gambar 4. 8	Promosi Dengan Sekolah & Desa Se- Kecamatan Wanareja..	121
Gambar 4. 9	Sosialisasi Di Larisa Metal di Kecamatan Wanareja.....	121
Gambar 4. 10	Diskusi Project Interior Aula BRI BO Majenang.....	121
Gambar 4. 11	Diskusi Konsep Project Interior Lobby SMKN 2 Ciamis	122
Gambar 4. 12	Diskusi Project Interior Kantor IDI Cilacap.....	122
Gambar 4. 13	Diskusi Project Bersama Bank Jateng Majenang	122
Gambar 4. 14	Survey & Diskusi Project Ruang BRImen	123
Gambar 4. 15	Diskusi Simulasi Digital Meeting Room.....	123
Gambar 4. 16	Pengecekan dan Proses Penempelan HPL.....	124
Gambar 4. 17	Monitoring Project Ulang Tahun BRI	124
Gambar 4. 18	Monitoring Project Interior BRI BO Majenang	124

Gambar 4. 19	Monitoring Project Puskesmas Wanareja 2.....	125
Gambar 4. 20	Monitoring Interior Projek Klinik ABC	125
Gambar 4. 21	Monitoring project Plafon Hotel DS	125
Gambar 4. 22	Monitoring Progres Pembangunan Mushola Ruang Tunggu ..	126
Gambar 4. 23	Penyerahan Hasil Interior Kepada Klien Bidan Cahyo	126
Gambar 4. 24	Penyerahan Project Konstruksi Perbaikan Lantai dan atap IGD.....	126
Gambar 4. 25	Penyerahan Backdrop Interior Desa Madusari.....	127
Gambar 4. 26	Diskusi bersama SPV Divisi Konstruksi.....	134
Gambar 4. 27	Diskusi Bersama <i>General Contractor</i>	134
Gambar 4. 28	Kolaborasi Bisnis Bersama PT. Iemahkai	135
Gambar 4. 29	Kolaborasi Bisnis SPV Divisi Advertising dengan Sekolah SMK	135
Gambar 4. 30	Kolaborasi Bisnis SPV Divisi Advertising Bersama Inna Wedding planer dalam acara PHS BRI BO Majenang.....	135
Gambar 4. 31	Diskusi Bersama Supplier Interior TACO.....	136
Gambar 4. 32	Kolaborasi Bisnis Bidang Advertising Bersama Ryo Digital Print Lumajang	136
Gambar 4. 33	Diskusi Kerjasama Pembahasan DUDI Sekolah	137
Gambar 4. 34	Seminar dalam Event Arch : ID untuk Peningkatan Skill & Kolaborasi Bisnis Bersama CV. Colibri Bekasi – Jakarta.....	137
Gambar 4. 35	Portopolio Interior Design.....	145
Gambar 4. 36	Portofolio Advertising.....	145
Gambar 4. 37	Portofolio <i>General Contractor</i>	146

Gambar 4. 38	Program Pelatihan Desain Gratis Bagi Sekolah	146
Gambar 4. 39	Garansi <i>After Sales</i>	147
Gambar 4. 40	Testimoni Klien Terhadap Produk	148
Gambar 4. 41	Produk Portable Hasil Pengembangan Material Sisa pada CV. Buhanesia Kreatif di Marketplace Digital	148

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	185
Lampiran 2	Data Uji Validitas dan Reliabilitas.....	192
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas.....	195
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas.....	198
Lampiran 5	Data Hasil Penyebaran Kuesioner.....	199
Lampiran 6	Hasil Uji Regresi Berganda.....	205
Lampiran 7	Titik Persentase Distribusi T (DF=41-80).....	206
Lampiran 8	Titik Persentase Distribusi F Untuk Probabilita = 0,05	207
Lampiran 9	Transkrip Wawancara	208
Lampiran 10	Jenis Produk CV. Buhanesia Kreatif.....	231
Lampiran 11	Rekapitulasi Penjualan CV Buhanesia Kreatif Tahun 2025– 2026.....	238
Lampiran 12	Dokumentasi Wawancara dengan Informan	239