

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdullah dan Tantri. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anjaningrum, E., & Hermawati, D. 2022. *Kolaborasi strategis dalam industri kreatif: Model penta-helix untuk peningkatan daya saing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Aryanti, R., Suryana, D., & Hendrayati, R. 2023. *Strategi inovasi digital dan keunggulan bersaing berkelanjutan di Asia Tenggara*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Budianto, A. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Ombak.
- _____. 2017. *Manajemen Operasional: Studi Manajemen Operasi Industri, Jasa, dan Publik*. Yogyakarta : Ombak.
- Bungin, B. 2020. *Post-Quantitative: Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Darna, N., Mulyatini, N., Setiawan, I., Budianto, A., & Sukomo. 2023. *Bahan Ajar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Deepublish Digital.
- Dewantara, F., Putra, I., & Wibowo, T. 2024. *Kolaborasi lintas aktor dalam inovasi teknologi dan kreatif*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Enas, Sukmara, A. R., Bastaman, I. D., & Tauhid, A. B. 2025. *Manajemen Kreativitas dan Keinovasian*. Surabaya : Cipta Media Nusantara.
- Fatmawati, N., & Nurbayani, D. 2025. *Inovasi strategis perusahaan di era hiperkompetitif*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. 2020. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hardianto, T. (2024). *Regulasi dan Kepemimpinan Pemerintah dalam Model Penta-Helix*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. 2017. *Manajemen Strategis: Daya Saing dan Globalisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P & Keller, K., L. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Salemba empat.
- Kotler, P., and Armstrong, G. 2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lizardo, M., & Colline, R. 2023. *Strategic collaboration in creative industries*. London: Routledge.
- Mangkunegara, A. P. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Masruchan, M. 2024. *Integrasi inovasi produk dan branding digital untuk keunggulan bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. 2018. *Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode-metode baru (terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi & Mulyarto)*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).
- Panjaitan, R. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Sukarno Pressindo
- Porter, M. E. 2018. *Strategi bersaing: Teknik menganalisis industri dan pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Pratama, R. (2023). *Strategi Pemasaran Kontemporer: Konsep dan Aplikasi dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Priansa, D. 2017. *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, F. 2019. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2019. *Strategi pemasaran: Analisis, perencanaan, dan implementasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Schermerhorn, J. R. 2019. *Management* (13th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. (Asumsi edisi dan penerbit standar internasional)
- Sholahuddin, M. 2017. *Inovasi bauran produk dan strategi diferensiasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sikula, A., E. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Sindoro, A., & Tarigan, J. 2017. *Manajemen Pemasaran Global*. Jakarta : Indeks.

- Solihin, I. 2018. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Subagyo, Ahmad. 2020. *Marketing In Business*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Sucidha, D., Diany, F., & Irayana, A. (2025). *Customer engagement dan keunggulan bersaing sektor kreatif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryono. 2018. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sudiana, K., Firdaus, M., & Rahman, A. (2023). *Penta Helix Inovasi: Mengurai Ego Sektoral Menuju Kemandirian Daerah*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmara, A. R., Budianti, A., Bastaman, I. D., & Harriswan, M. 2018. *Manajemen Perubahan & Budaya Organisasi*. Padang : Takaza Innovatix Labs
- Sunyoto, D. 2018. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Yogyakarta : CAPS.
- Terry, G., R. 2018. *Dasar-dasar Manajemen*, Terj. J. Smith, Jakarta: Bumi Aksara
- Tjiptono, F. 2020. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2020. *Strategi Pemasaran* (4th Edition). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, M., Putra, A. R., & Lestari, S. (2024). *Manajemen Strategis dan Keunggulan Bersaing di Era Digital*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal :

- Anggai, A. M., Wolok, T., & Niode, I. Y. (2021). *Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk (Studi Empiris Pada Industri Pengolahan Makanan Jadi Skala Kecil Dan Menengah Di Kotamobagu)*. JAMBURA, 3(3), 147–157.
- Gunawan, A., & Wahyuni, S. (2024). *Tata Kelola Kolaboratif dan Peran Akademisi dalam Ekosistem Inovasi*. Jurnal Administrasi Publik dan Kebijakan Daerah, 12(2), 110-123.

- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2018). *Analisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UKM Duren Kamu Pasti Kembali di Kota Serang*. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, 4(3), 1–9.
- Hassydiqi, H., Darna, N., & Suhendi, R. M. 2021. *Pengaruh Lokasi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Cato Sportwear Tasikmalaya)*. Business Management and Entrepreneurship Journal, 3(2) : 114-122.
- Juliawati, I. (2025). *Analisis strategi inovasi produk dalam menghadapi persaingan pasar pada UMKM Keripik Sayur YU MI*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi, 2(6), 97–106.
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. 2020. *Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya)*. Business Management and Entrepreneurship Journal, 2(1) : 38-48.
- Mugni, K. A., Danial, D. M., & Norisanti, N. 2024. *Pengaruh Inovasi Dan Kolaborasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Umkm Industri Makanan Kota Sukabumi*. COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting 5(2):1650-1654.
- Nazareina, L. P. 2024. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing di Sektor Manufaktur*. Jurnal Multidisiplin West Science, 3(9) : 1296-1301
- Nugroho, R. (2023). *Peran Media Massa Sebagai Akselerator Pembangunan Berkelanjutan*. Jurnal Komunikasi Publik, 9(3), 138-150.
- Pratiwi, D., Arti, S., Anggraeni, S. P., Faruk, M., & Barkah, C. R. 2019. *Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Toko Batik Deden Tasikmalaya)*. Business Management and Entrepreneurship Journal, 1(1) : 1-10.
- Putri, H. A., Danial, R. D.M., & Mulia, F. Z. (2025). *Analisis strategi inovasi dan keunikan produk terhadap keunggulan bersaing*. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam, 6(4), 1249–1258.
- Saputra, D., & Lestari, M. (2025). *Modal Sosial dan Partisipasi Komunitas dalam Kolaborasi Multipihak*. Jurnal Sosiologi Kontemporer, 14(1), 55-69.
- Sari, D. A., & Hidayat, T. (2024). *Analisis Positioning dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Modern, 15(2), 201-215.
- Sari, K. P., Prasetyo, B., & Utami, D. R. (2024). *Manajemen Hubungan Interorganisasi: Analisis Dimensi Vertikal dan Horizontal dalam Pelayanan Publik*. Jurnal Manajemen Kebijakan, 18(1), 72-85.

- Suhaeni, T. (2018). *Pengaruh strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing di industri kreatif (Studi kasus UMKM bidang kerajinan tangan di Kota Bandung)*. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, 4(1), 57–74.
- Wardani, I., Siregar, H., & Setiawan, B. (2023). *Kemitraan Strategis Sektor Swasta dan Komunitas Berbasis Corporate Social Responsibility*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 30(2), 80-95.



**Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
PROGRAM PASCASARJANA**

**Magister Manajemen Program Studi
Manajemen
Konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia**

UNIVERSITAS GALUH CIAMIS

KUESIONER PENELITIAN

**ANALISIS STRATEGI INOVASI BAURAN PRODUK DAN KOLABORASI
(SIBAKO) UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING DI ERA
HIPERKOMPETITIF 2025**

(Suatu Studi pada Perusahaan CV. Buhanesia Kreatif Majenang - Cilacap)

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah yang diberikan kepada kita semua. Bapak dan Ibu yang saya hormati, Saya adalah mahasiswa Magister Manajemen Universitas Galuh yang sedang menyusun tesis. Berkenaan dengan penyusunan tesis yang sedang saya lakukan, saya mohon kesediaan Bapak dan Ibu untuk mengisi kuesioner yang saya bagikan ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu dan kesediaan Bapak serta Ibu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat saya,

**ETI TRISNAWATI
NIM. 82312425002**

I. Petunjuk Pengisian

1. Isilah terlebih dahulu data responden sebelum anda menjawab seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini.
2. Anda diminta untuk menjawab seluruh pernyataan dengan satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda saat ini.
3. Adapun pilihan jawaban sudah disediakan dalam pernyataan ini yang terdiri dari:
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
4. Jawablah setiap pernyataan dengan memberikan tanda silang (**X**) pada salah satu jawaban yang dipilih Apabila terdapat kesalahan jawaban dan berniat untuk mengubah jawaban maka tanda (X) dibubuhi tanda (=) sehingga menjadi (X), setelah itu bubuhkan tanda (X) lagi pada jawaban yang dianggap benar.
5. Semua jawaban adalah benar, tidak ada jawaban yang salah.
6. Periksa kembali jawaban anda dan pastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan.
7. Kerahasiaan identitas dan jawaban Bapak/Ibu/Sdr/i dijamin sepenuhnya.
8. Atas kerjasama dan kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

II. Data Responden

1. Jenis Kelamin:

☐

Laki-laki

☐

Perempuan

2. Usia:

☐

20-30 tahun

☐

41-50 tahun

☐

31-40 tahun

☐

>50 tahun

3. Pendidikan Terakhir:

☐

Lulus SMA

☐

Lulus Magister

☐

Lulus Diploma

☐

Lulus Doktor

☐

Lulus Sarjana

4. Jenis Instansi/Klien :

☐

Pemerintah

☐

Kesehatan

☐

BUMN

☐

Masyarakat
Umum/Swasta

☐

Pendidikan

5. Lama Menjadi Klien:

☐

< 1 tahun

☐

4-5 tahun

☐

1-3 tahun

☐

> 5 tahun

III. PETUNJUK PENGISIAN DAFTAR PERNYATAAN

Dalam rangka mengisi kuesioner yang tersedia, Bapak/Ibu hanya memilih satu-satu dari alternatif jawaban dengan cara membubuhkan tanda silang (X), dengan makna setiap alternatif jawaban sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju, jika saudara menganggap pernyataan yang disajikan sangat sesuai dengan kondisi saudara.
- S = Setuju, jika saudara menganggap pernyataan yang disajikan sesuai dengan kondisi saudara.
- KS = Kurang Setuju, jika saudara menganggap pernyataan yang disajikan cukup sesuai dengan kondisi saudara.
- TS = Tidak Setuju, jika saudara menganggap pernyataan yang disajikan tidak sesuai dengan kondisi saudara.
- STS = Sangat Tidak Setuju, jika saudara menganggap pernyataan yang disajikan sangat tidak sesuai dengan kondisi di tempat kerja saudara.

Apabila terdapat kesalahan jawaban dan berniat untuk mengubah jawaban maka tanda (X) dibubuhi tanda (=) sehingga menjadi (X=), setelah itu bbubuhkan tanda (X) lagi pada jawaban yang dianggap benar.

DAFTAR PERNYATAAN (ANGKET)**A. Strategi Inovasi Bauran Produk (X1)**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
A.	Inovasi Produk					
1	CV. Buhanesia Kreatif mengembangkan layanan interior, branding, konstruksi, digital agency, dan edukasi sesuai kebutuhan proyek pelanggan					
2	Perusahaan mampu menyesuaikan konsep desain interior, branding, dan konstruksi sesuai karakter dan kebutuhan klien					
3	Layanan yang diberikan CV. Buhanesia Kreatif memiliki konsep kreatif dan terintegrasi dibanding penyedia jasa lain					
B.	Inovasi Harga					
4	Harga layanan interior, branding, dan konstruksi ditetapkan sesuai tingkat kompleksitas proyek					
5	CV. Buhanesia Kreatif memberikan fleksibilitas harga sesuai kebutuhan dan anggaran klien					
6	Harga layanan perusahaan tetap kompetitif dibanding penyedia jasa sejenis di bidang kreatif dan konstruksi					
C.	Inovasi Promosi					
7	CV. Buhanesia Kreatif aktif mempromosikan layanan melalui media digital (Instagram, TikTok, dan <i>Marketplace</i>)					
8	Informasi layanan perusahaan mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui media digital					
9	Konten promosi (hasil desain interior, branding, dan proyek) menarik dan meningkatkan minat pelanggan					
D.	Inovasi tempat					
10	Saluran konsultasi dan pemesanan layanan perusahaan sangat mudah diakses oleh klien, baik secara <i>online</i> maupun <i>offline</i>					
11	CV. Buhanesia Kreatif memiliki jaringan kemitraan atau jangkauan wilayah layanan yang luas untuk memenuhi proyek di berbagai lokasi					
12	Perusahaan menyediakan platform digital atau kantor fisik yang representatif dan nyaman bagi pelanggan untuk berkoordinasi					

B. Kolaborasi Strategis (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
A.	Kolaborasi Internal					
1	Tim desain, marketing, dan produksi bekerja sama secara efektif dalam menyelesaikan proyek					
2	Komunikasi antar bagian dalam perusahaan berjalan lancar dan terkoordinasi					
3	Koordinasi internal mempercepat penyelesaian proyek interior, branding, dan konstruksi					
4	Kerja sama tim meningkatkan kualitas hasil pekerjaan perusahaan					
B.	Kolaborasi Eksternal					
5	CV. Buhanesia Kreatif menjalin hubungan baik dengan klien dari berbagai sektor (instansi, BUMN, swasta, pendidikan)					
6	Perusahaan responsif terhadap kebutuhan dan masukan pelanggan dalam setiap proyek					
7	Komunikasi perusahaan dengan klien berjalan efektif selama proses pengerjaan proyek					
8	Perusahaan menjaga hubungan kerja sama jangka panjang dengan pelanggan					
C.	<i>Knowledge Sharing</i>					
9	Perusahaan rutin melakukan diskusi internal untuk berbagi ide desain dan solusi proyek					
10	Karyawan saling berbagi pengetahuan terkait desain, branding, dan pelaksanaan proyek					
11	Knowledge sharing meningkatkan kreativitas dalam pengembangan konsep layanan perusahaan					
12	Pertukaran pengalaman antar tim membantu meningkatkan kualitas hasil pekerjaan					

C. Keunggulan Bersaing (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
A.	Diferensiasi Produk					
1	CV. Buhanesia Kreatif memiliki layanan desain interior, branding, dan konstruksi yang berbeda dari pesaing					
2	Hasil pekerjaan perusahaan memiliki ciri khas kreatif dan estetika yang kuat					
3	Perusahaan mampu memberikan solusi desain dan branding yang inovatif sesuai kebutuhan klien					
4	Layanan perusahaan lebih fleksibel dibanding penyedia jasa sejenis					
B.	Nilai dan Efisiensi					
5	Hasil pekerjaan perusahaan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan					
6	Perusahaan memberikan kualitas layanan yang baik dengan biaya yang sesuai					
7	Proses pengerjaan proyek dilakukan secara efisien dan tepat waktu					
8	CV. Buhanesia Kreatif memberikan nilai tambah melalui hasil pekerjaan yang berkualitas					
C.	Sustainabilitas					
9	CV. Buhanesia Kreatif mampu bertahan dalam persaingan industri kreatif dan konstruksi					
10	Perusahaan terus melakukan inovasi untuk menjaga keberlanjutan usaha					
11	Perusahaan mampu mengikuti perkembangan teknologi desain dan kebutuhan pasar					
12	Pelanggan memiliki kepercayaan tinggi terhadap keberlanjutan perusahaan					

Lampiran 2 Data Uji Validitas dan Reliabilitas

Strategi Inovasi Bauran Produk (X1)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	54
3	3	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	49
4	5	2	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5	52
5	1	5	5	1	5	5	5	5	4	3	4	4	47
6	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1	16
7	5	1	4	1	4	4	2	4	3	3	4	4	39
8	4	3	5	2	5	3	3	5	4	5	4	4	47
9	5	2	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5	52
10	1	5	5	1	5	5	5	5	4	3	4	4	47
11	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1	16
12	5	1	4	1	4	4	2	4	3	3	4	4	39
13	4	3	5	2	5	3	3	5	4	5	4	4	47
14	3	2	5	1	1	1	1	1	3	2	2	3	25
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
18	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
20	3	3	5	2	4	5	2	4	4	4	4	4	44
21	3	1	4	4	3	3	1	3	4	4	3	3	36
22	4	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	23
23	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
24	5	2	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	53
25	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	58
26	3	1	4	4	3	3	1	3	4	4	3	3	36
27	4	5	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	27
28	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
29	5	2	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	53
30	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	58

Keunggulan Strategis (Y)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	54
3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	48
4	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	2	52
5	5	5	5	5	4	3	4	4	1	4	3	5	48
6	1	1	1	1	3	2	2	1	1	3	2	1	19
7	4	4	2	4	3	3	4	4	5	3	3	1	40
8	5	3	3	5	4	5	4	4	4	4	5	3	49
9	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	2	52
10	5	5	5	5	4	3	4	4	1	4	3	5	48
11	1	1	1	1	3	2	2	1	1	3	2	1	19
12	4	4	2	4	3	3	4	4	5	3	3	1	40
13	5	3	3	5	4	5	4	4	4	4	5	3	49
14	1	1	1	1	3	2	2	3	3	3	2	2	24
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
20	4	5	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	45
21	3	3	1	3	4	4	3	3	3	4	4	1	36
22	1	1	1	1	3	3	3	3	4	3	3	1	27
23	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	57
24	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	56
25	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	57
26	3	3	1	3	4	4	3	3	3	4	4	1	36
27	1	1	1	1	3	3	3	3	4	3	3	1	27
28	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	57
29	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	56
30	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	57

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Strategi Inovasi Bauran Produk (X1)

		Total
	Pearson Correlation	.626**
X1.1	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
	Pearson Correlation	.639**
X1.2	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
	Pearson Correlation	.806**
X1.3	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
	Pearson Correlation	.777**
X1.4	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
	Pearson Correlation	.925**
X1.5	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
	Pearson Correlation	.850**
X1.6	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
	Pearson Correlation	.897**
X1.7	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
	Pearson Correlation	.925**
X1.8	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
	Pearson Correlation	.802**
X1.9	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
	Pearson Correlation	.864**
X1.10	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
	Pearson Correlation	.951**
X1.11	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
	Pearson Correlation	.945**
X1.12	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
	Pearson Correlation	1
Total	Sig. (2-tailed)	
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kolaborasi Strategis (X2)

		Total
X2.1	Pearson Correlation	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.2	Pearson Correlation	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.3	Pearson Correlation	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.4	Pearson Correlation	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.5	Pearson Correlation	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.6	Pearson Correlation	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.7	Pearson Correlation	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.8	Pearson Correlation	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.9	Pearson Correlation	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.10	Pearson Correlation	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.11	Pearson Correlation	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.12	Pearson Correlation	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Keunggulan Strategis (Y)

		Total
Y1	Pearson Correlation	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y2	Pearson Correlation	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y3	Pearson Correlation	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y4	Pearson Correlation	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y5	Pearson Correlation	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y6	Pearson Correlation	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y7	Pearson Correlation	.961**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y8	Pearson Correlation	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y9	Pearson Correlation	.623**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y10	Pearson Correlation	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y11	Pearson Correlation	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y12	Pearson Correlation	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Strategi Inovasi Bauran Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	12

Kolaborasi Strategis (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	12

Keunggulan Strategis (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.959	12

Lampiran 5 Data Hasil Penyebaran Kuesioner

No	Skor Jawaban Variabel Strategi Inovasi Bauran Produk (X1)												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	3	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	53
2	4	3	5	4	5	4	4	4	3	3	5	5	49
3	4	3	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	47
4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	57
5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	51
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
7	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	49
8	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	52
9	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	38
10	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	56
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	57
14	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	55
15	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	57
16	4	4	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	48
17	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	53
18	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	48
19	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	40
20	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	38
21	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	53
22	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	50
23	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	54
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
25	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	56
26	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	49
27	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	57
28	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	48
29	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	55
30	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	57
31	4	3	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	53
32	4	3	5	4	5	4	4	4	3	3	5	5	49
33	4	3	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	47

No	Skor Jawaban Variabel Strategi Inovasi Bauran Produk (X1)												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
34	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	57
35	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	57
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
37	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	49
38	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	52
39	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	57
40	5	5	5	3	4	4	5	4	5	3	3	4	50
41	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	3	4	47
42	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	52
43	3	4	3	3	4	3	5	4	3	3	4	3	42
44	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	55
45	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
46	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46
47	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	47
48	5	5	3	4	3	4	4	4	5	3	4	3	47
49	3	5	3	5	4	5	4	4	3	3	3	3	45
50	4	5	4	4	3	4	5	3	3	4	3	3	45
Σ	214	206	216	213	211	210	212	207	209	203	206	200	2507

No	Skor Jawaban Variabel Kolaborasi Startegis (X2)												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	3	51
2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	49
3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	48
4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	57
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	52
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
7	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	3	48
8	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	51
9	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	38
10	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	55
11	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	51
12	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	52
13	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	48
14	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	53
15	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
16	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	50
17	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
18	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	48
19	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	40
20	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	38
21	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	3	51
22	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	49
23	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	48
24	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	57
25	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	52
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
27	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	3	48
28	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	51
29	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	38
30	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	55
31	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	54
32	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	51
33	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	55
34	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	46
35	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	56
36	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	50
37	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	43

No	Skor Jawaban Variabel Kolaborasi Startegis (X2)												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
38	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	49
39	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	54
40	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	55
41	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	52
42	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	56
43	3	3	4	3	3	3	3	4	3	5	5	5	44
44	5	5	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5	53
45	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	47
46	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	5	47
47	4	4	4	3	4	3	3	4	3	5	4	5	46
48	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	5	5	45
49	5	5	5	5	4	4	3	3	3	5	5	5	52
50	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	51
Σ	211	207	206	207	197	198	207	206	201	213	201	200	2454

No	Skor Jawaban Variabel Keunggulan Bersaing (Y)												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	3	3	5	4	5	3	5	3	4	3	4	4	46
2	3	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	50
3	3	3	3	4	3	5	4	5	4	3	4	4	45
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	50
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
7	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	50
8	3	3	5	5	3	3	5	4	4	4	4	5	48
9	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	38
10	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	57
11	5	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	52
12	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	55
13	5	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	53
14	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	55
15	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	56
16	4	4	3	4	4	5	5	4	3	5	3	4	48
17	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	52
18	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	47
19	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	38
20	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	3	39
21	3	3	5	4	5	3	5	3	4	3	4	4	46
22	3	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	50
23	3	3	3	4	3	5	4	5	4	3	4	4	45
24	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59
25	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	50
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
27	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	50
28	3	3	5	5	3	3	5	4	4	4	4	5	48
29	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	38
30	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	57
31	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	56
32	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	49
33	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	54
34	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	49
35	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	56
36	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	50
37	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	45

No	Skor Jawaban Variabel Keunggulan Bersaing (Y)												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
38	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	49
39	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	54
40	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	51
41	4	4	4	4	5	3	3	5	5	3	4	4	48
42	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	54
43	3	5	5	3	3	5	4	3	3	4	4	3	45
44	5	5	3	4	5	5	5	4	5	3	5	3	52
45	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	50
46	5	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	47
47	5	4	5	3	4	3	4	3	5	3	3	3	45
48	5	4	5	3	4	4	3	3	5	3	3	3	45
49	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	44
50	5	5	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	44
Σ	204	203	207	206	204	204	206	201	202	201	200	202	2440

Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kolaborasi_Strategis, Strategi_Inovasi_Bauran_Produk ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 ^a	.801	.793	2.64423

a. Predictors: (Constant), Kolaborasi_Strategis,

Strategi_Inovasi_Bauran_Produk

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1323.377	2	661.689	94.635	.000 ^b
	Residual	328.623	47	6.992		
	Total	1652.000	49			

a. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing

b. Predictors: (Constant), Kolaborasi_Strategis, Strategi_Inovasi_Bauran_Produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.657	3.846		-.691	.493
	Strategi_Inovasi_Bauran_Produk	.245	.076	.247	3.215	.002
	Kolaborasi_Strategis	.799	.083	.740	9.647	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing

Lampiran 7 Titik Persentase Distribusi T (DF=41-80)

df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran 8 Titik Persentase Distribusi F Untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Lampiran 9 Transkrip Wawancara

ANALISIS STRATEGI INOVASI BAURAN PRODUK DAN KOLABORASI (SIBAKO) UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING DI ERA HIPERKOMPETITIF 2025

(Suatu Studi pada Perusahaan CV. Buhanesia Kreatif Majenang - Cilacap)

Nama : Ghufron, S.Pd.,Gr
Jabatan : SVP Divisi General Contractor
Jenis Informan : Internal

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Strategi Inovasi Bauran Produk	Inovasi Produk	Bagaimana pengembangan pekerjaan dalam proyek?	Kami melakukan evaluasi pekerjaan secara rutin dan menyesuaikan konsep proyek agar hasil pekerjaan lebih maksimal dan sesuai kebutuhan klien.
	Inovasi Harga	Bagaimana strategi harga dalam pekerjaan?	Kami menjaga keseimbangan antara kualitas pekerjaan dan efisiensi biaya agar pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diberikan.
	Inovasi Tempat	Bagaimana perusahaan menjangkau pelanggan di berbagai wilayah?	Kami berupaya menjangkau pelanggan dari berbagai wilayah dengan memberikan layanan yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan lokasi proyek pelanggan.
Kolaborasi Strategis	Kolaborasi Internal	Bagaimana bentuk kolaborasi dalam pelaksanaan proyek?	Kami saling bekerja sama mulai dari perencanaan proyek, pelaksanaan pekerjaan lapangan, hingga penyelesaian akhir agar proyek berjalan efektif dan tepat waktu.
	Knowledge Sharing	Bagaimana manfaat berbagi pengetahuan dalam tim?	Knowledge sharing membantu meningkatkan kemampuan teknis dan koordinasi tim dalam menyelesaikan pekerjaan proyek.
Keunggulan Bersaing	Nilai dan Efisiensi	Bagaimana perusahaan menjaga efisiensi kerja?	Kami memanfaatkan teknologi digital dan sistem koordinasi kerja agar pekerjaan lebih cepat dan efisien serta terdapat garansi layanan dan perbaikan

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
			produk sesuai jenis dan nilai proyek.
	Sustainabilitas	Bagaimana perusahaan menjaga stabilitas operasional?	Kami terus meningkatkan kualitas kerja dan koordinasi tim agar pelayanan tetap konsisten dan mengembangkan produk-produk baru, terutama dari sisa bahan material yang ada.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Inovasi	Bagaimana inovasi layanan berdampak pada keunggulan bersaing?	Kami terus menyesuaikan konsep pekerjaan agar lebih efisien, kreatif, dan sesuai kebutuhan klien sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan.
Pengaruh Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Kolaborasi	Bagaimana kerja sama internal mendukung keunggulan perusahaan?	Kolaborasi antar tim membuat pekerjaan lebih efektif dan hasil lebih berkualitas.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Simultan	Bagaimana sinergi inovasi dan kerja sama memengaruhi kinerja?	Sinergi ini membuat pekerjaan lebih cepat, efektif, dan sesuai kebutuhan klien.

Nama : Maftuhin Alwi
 Jabatan : SPV Divisi Interior
 Jenis Informan : Internal

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Strategi Inovasi Bauran Produk	Inovasi Produk	Bagaimana pengembangan desain interior?	Kami terus memperbarui konsep desain interior dan pelayanan sesuai tren pasar agar tetap menarik dan kompetitif.
	Inovasi Harga	Bagaimana pertimbangan harga dalam layanan?	Strategi harga sangat berpengaruh karena pelanggan mempertimbangkan kualitas desain dan harga secara bersamaan sebelum menggunakan jasa perusahaan.
	Inovasi Tempat	Bagaimana perusahaan memudahkan pelanggan mengakses layanan interior?	Kami memberikan kemudahan konsultasi dan pelayanan kepada pelanggan baik secara langsung maupun melalui media digital sehingga pelanggan lebih mudah mengakses layanan perusahaan.
Kolaborasi Strategis	Kolaborasi Internal	Bagaimana koordinasi antar tim dalam perusahaan?	Koordinasi internal berjalan cukup baik karena ada diskusi rutin untuk evaluasi desain, pengerjaan proyek, dan kebutuhan pelanggan.
	Knowledge Sharing	Bagaimana praktik knowledge sharing?	Knowledge sharing biasanya dilakukan melalui diskusi internal dan evaluasi setelah proyek selesai agar kualitas desain dan pelayanan terus meningkat.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Inovasi	Bagaimana inovasi desain memengaruhi daya saing perusahaan?	Pembaharuan konsep desain membuat hasil pekerjaan lebih menarik dan berbeda dibanding kompetitor.
Pengaruh Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Kolaborasi	Bagaimana koordinasi tim berpengaruh terhadap hasil kerja?	Diskusi rutin membantu meningkatkan kualitas desain dan pelayanan.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Simultan	Bagaimana dampaknya terhadap kualitas layanan?	Kualitas desain meningkat karena adanya pertukaran ide dan kerja sama tim.

Nama : Sisil
 Jabatan : SPV Divisi Advertising
 Jenis Informan : Internal

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Strategi Inovasi Bauran Produk	Inovasi Produk	Bagaimana pengembangan branding dan promosi?	Kami mengembangkan konsep branding dan media promosi digital yang kreatif agar pelanggan memperoleh hasil promosi yang lebih efektif.
	Inovasi Harga	Bagaimana penentuan paket layanan?	Kami menyesuaikan paket layanan promosi dengan kebutuhan pelanggan sehingga lebih fleksibel dan efisien.
	Inovasi Promosi	Bagaimana strategi promosi perusahaan?	Kami menggunakan media sosial, website, video promosi, dan portofolio digital seperti Instagram, TikTok, dan Shopee karena lebih efektif menjangkau pelanggan.
	Inovasi Tempat	Bagaimana pemanfaatan media digital membantu perluasan jangkauan layanan?	Pemanfaatan media digital dan platform online membuat layanan perusahaan lebih mudah dikenal dan diakses oleh pelanggan dari berbagai daerah.
Kolaborasi Strategis	Kolaborasi Internal	Bagaimana komunikasi antar divisi?	Koordinasi berjalan cukup baik karena setiap divisi memiliki komunikasi rutin terkait kebutuhan proyek, branding, dan permintaan pelanggan.
	Kolaborasi Eksternal	Bagaimana perusahaan memahami kebutuhan pelanggan?	Kami selalu berusaha memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan pelayanan yang fleksibel sesuai permintaan mereka.
	Knowledge Sharing	Bagaimana peran berbagi informasi dalam pekerjaan?	Dengan berbagi pengalaman dan informasi, tim menjadi lebih mudah memahami kebutuhan pasar dan strategi branding pelanggan.
Keunggulan Bersaing	Diferensiasi Produk	Bagaimana perusahaan menciptakan diferensiasi layanan?	Kami menghadirkan konsep desain, branding, dan pelayanan yang lebih unik agar memiliki ciri khas dibanding kompetitor.
	Sustainabilitas	Apa strategi menghadapi	Kami terus memperkuat branding dan meningkatkan

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
		persaingan usaha?	kualitas pelayanan kepada pelanggan serta pemasaran melalui marketplace, khususnya untuk produk portable.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Inovasi	Bagaimana inovasi promosi dan branding memengaruhi keunggulan perusahaan?	Kami mengembangkan desain dan media digital yang kreatif sehingga mampu memperkuat citra perusahaan di mata pelanggan.
Pengaruh Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Kolaborasi	Bagaimana kolaborasi memengaruhi kreativitas?	Kolaborasi antar divisi memperkuat ide kreatif dalam branding dan promosi.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Simultan	Bagaimana pengaruhnya terhadap branding perusahaan?	Branding menjadi lebih kuat karena ide kreatif lahir dari kolaborasi lintas divisi.

Nama : Fitriana Nur'aini, S.P., M.M.
 Jabatan : SPO BRI BO Majenang
 Jenis Informan : Eksternal

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Strategi Inovasi Bauran Produk	Inovasi Produk	Bagaimana penilaian terhadap inovasi perusahaan?	Perusahaan mampu memberikan pelayanan yang profesional dan menyesuaikan kebutuhan branding serta interior perusahaan dengan baik.
	Inovasi Harga	Bagaimana penilaian terhadap harga?	Harga layanan cukup sesuai dengan kualitas pekerjaan dan pelayanan yang diberikan perusahaan.
	Inovasi Promosi	Bagaimana perusahaan dikenal?	Saya mengetahui perusahaan dari media sosial dan rekomendasi hasil pekerjaan sebelumnya.
	Inovasi Tempat	Bagaimana kemudahan akses layanan yang diberikan perusahaan?	Perusahaan mudah dihubungi dan proses koordinasi dapat dilakukan dengan cepat sehingga memudahkan kerja sama.
Kolaborasi Strategis	Kolaborasi Internal	Bagaimana penilaian Anda terhadap kerja tim perusahaan?	Tim perusahaan cukup kompak dan profesional sehingga pekerjaan dapat berjalan lancar sesuai kebutuhan perusahaan kami.
	Kolaborasi Eksternal	Bagaimana komunikasi perusahaan?	Komunikasi perusahaan cukup baik dan responsif terhadap kebutuhan perusahaan kami.
	Knowledge Sharing	Bagaimana hasil kerja perusahaan?	Tim perusahaan cukup memahami kebutuhan pekerjaan sehingga hasilnya sesuai harapan perusahaan kami.
Keunggulan Bersaing	Diferensiasi Produk	Bagaimana penilaian Anda terhadap layanan perusahaan?	Layanan perusahaan cukup profesional dan mampu menyesuaikan kebutuhan perusahaan kami.
	Nilai Efisiensi dan	Bagaimana nilai yang diberikan perusahaan?	Hasil pekerjaan cukup baik dan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan serta terdapat garansi.

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
	Sustainabilitas	Bagaimana penilaian Anda terhadap perkembangan perusahaan?	Perusahaan terlihat terus berkembang dan mampu mengikuti kebutuhan pelanggan.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Inovasi	Bagaimana penilaian Anda terhadap inovasi produk perusahaan?	Perusahaan cukup inovatif dan mampu menyesuaikan kebutuhan branding dan interior dengan baik.
Pengaruh Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Kolaborasi	Bagaimana penilaian Anda terhadap kerja sama perusahaan?	Tim perusahaan kompak dan profesional dalam bekerja.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Simultan	Bagaimana penilaian Anda terhadap perusahaan?	Perusahaan profesional, inovatif, dan mampu bekerja sama dengan baik.

Nama : dr. Pratiti Wiji Lestari
 Jabatan : Kabid Farmasi, Alat Kesehatan, Makanan dan Minuman Dinkes Kabupaten Cilacap
 Jenis Informan : Eksternal

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Strategi Inovasi Bauran Produk	Inovasi Produk	Bagaimana inovasi layanan perusahaan?	Perusahaan cukup inovatif dalam memberikan desain interior dan konsep pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan fasilitas kesehatan.
	Inovasi Harga	Bagaimana kompetitif harga perusahaan?	Harga yang ditawarkan cukup kompetitif dan sesuai dengan kualitas hasil pekerjaan yang diberikan.
	Inovasi Promosi	Bagaimana penilaian promosi perusahaan?	Promosi perusahaan cukup profesional dan memudahkan kami mengetahui layanan yang ditawarkan.
	Inovasi Tempat	Bagaimana aksesibilitas layanan yang diberikan perusahaan kepada instansi?	Perusahaan cukup mudah dijangkau dan mampu memberikan pelayanan yang fleksibel sesuai kebutuhan instansi.
Kolaborasi Strategis	Kolaborasi Internal	Bagaimana koordinasi kerja perusahaan?	Koordinasi antar bagian terlihat cukup baik dan profesional dalam menyelesaikan pekerjaan proyek.
	Kolaborasi Eksternal	Bagaimana keterbukaan perusahaan?	Perusahaan cukup komunikatif dan terbuka terhadap kebutuhan klien selama proyek berlangsung.
	Knowledge Sharing	Bagaimana kemampuan solusi perusahaan?	Tim perusahaan cukup kreatif dan mampu memberikan solusi dalam pelaksanaan pekerjaan.
Keunggulan Bersaing	Diferensiasi Produk	Apa keunggulan perusahaan dibanding kompetitor?	Perusahaan cukup komunikatif dan hasil pekerjaannya sesuai kebutuhan proyek.
	Nilai dan Efisiensi	Bagaimana penilaian Anda terhadap efisiensi pelayanan perusahaan?	Pelayanan perusahaan cukup cepat dan hasil pekerjaannya sesuai harapan serta terdapat garansi.
	Sustainabilitas	Apakah perusahaan mampu bertahan	Perusahaan cukup adaptif dan memiliki peluang besar untuk terus berkembang.

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
		dalam persaingan usaha?	
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Inovasi	Bagaimana inovasi perusahaan memengaruhi keputusan kerja sama?	Perusahaan mampu memberikan solusi desain yang sesuai kebutuhan instansi kami.
Pengaruh Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Kolaborasi	Bagaimana koordinasi perusahaan?	Koordinasi berjalan baik dan profesional.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Simultan	Apa dampak kombinasi inovasi dan kolaborasi?	Perusahaan mampu memberikan solusi yang sesuai kebutuhan kami.

Nama : Hj. Kartiah, SKM, MM
 Jabatan : Kepala Puskesmas Dayeuhluhur
 Jenis Informan : Eksternal

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Strategi Inovasi Bauran Produk	Inovasi Produk	Bagaimana solusi yang diberikan perusahaan?	Perusahaan mampu memberikan solusi desain dan pelayanan yang cukup baik serta menyesuaikan kebutuhan instansi kesehatan.
	Inovasi Harga	Bagaimana keterjangkauan harga?	Harga yang ditawarkan masih cukup terjangkau dan sesuai dengan kebutuhan instansi kesehatan.
	Inovasi Promosi	Bagaimana tampilan promosi?	Promosi cukup menarik karena menampilkan portofolio pekerjaan secara jelas dan profesional.
	Inovasi Tempat	Bagaimana perusahaan memberikan pelayanan kepada pelanggan yang berada di lokasi yang cukup jauh?	Perusahaan mampu memberikan pelayanan meskipun lokasi kami cukup jauh sehingga kebutuhan pekerjaan tetap dapat terpenuhi dengan baik.
Kolaborasi Strategis	Kolaborasi Internal	Bagaimana respons tim perusahaan?	Tim perusahaan cukup terorganisasi dan cepat dalam menindaklanjuti kebutuhan pelayanan kesehatan.
	Kolaborasi Eksternal	Bagaimana proses kerja sama?	Komunikasi perusahaan cukup baik sehingga proses kerja sama berjalan lancar dan mudah dipahami.
	Knowledge Sharing	Bagaimana kemampuan komunikasi solusi?	Perusahaan cukup komunikatif dan mampu memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pelayanan kesehatan.
Keunggulan Bersaing	Diferensiasi Produk	Bagaimana penilaian Anda terhadap layanan perusahaan?	Layanan perusahaan cukup fleksibel dan mampu menyesuaikan kebutuhan instansi kesehatan.
	Nilai dan Efisiensi	Bagaimana penilaian Anda terhadap efisiensi	Pelayanan cukup efektif dan perusahaan mudah diajak berkoordinasi serta memiliki garansi

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
		pelayanan perusahaan?	layanan dan perbaikan sesuai jenis dan nilai proyek.
	Sustainabilitas	Bagaimana penilaian Anda terhadap konsistensi pelayanan perusahaan?	Pelayanan perusahaan cukup konsisten dan kualitasnya tetap terjaga.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Inovasi	Bagaimana inovasi layanan perusahaan?	Perusahaan cukup kreatif dan mampu menyesuaikan kebutuhan pelayanan kesehatan.
Pengaruh Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Kolaborasi	Bagaimana respons tim perusahaan?	Tim cepat dan terorganisir dalam pelayanan.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Simultan	Bagaimana efektivitas layanan?	Pelayanan cepat, inovatif, dan terkoordinasi dengan baik.

Nama : Wisty
 Jabatan : Klien Swasta
 Jenis Informan : Eksternal

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Strategi Inovasi Bauran Produk	Inovasi Produk	Bagaimana kreativitas perusahaan?	Pelayanan perusahaan cukup kreatif dan mampu memberikan konsep desain yang sesuai dengan kebutuhan kami.
	Inovasi Harga	Bagaimana fleksibilitas biaya?	Perusahaan cukup fleksibel dalam menyesuaikan biaya layanan dengan kebutuhan pekerjaan.
	Inovasi Promosi	Bagaimana kemudahan informasi?	“Informasi promosi cukup mudah ditemukan dan membantu kami memahami layanan perusahaan.”
	Inovasi Tempat	Bagaimana kemudahan akses layanan perusahaan?	Kami dapat dengan mudah berkomunikasi dan memperoleh layanan perusahaan baik secara langsung maupun melalui media online.
Kolaborasi Strategis	Kolaborasi Internal	Bagaimana kerja sama dengan perusahaan?	Tim perusahaan mampu bekerja sama dengan baik sehingga proses pekerjaan berjalan lebih tertata dan sesuai kebutuhan.
	Kolaborasi Eksternal	Bagaimana respons perusahaan?	Perusahaan cukup cepat merespons kebutuhan dan mampu menyesuaikan pekerjaan dengan kebutuhan pelayanan kami.
	Knowledge Sharing	Bagaimana inovasi perusahaan?	Perusahaan memiliki ide yang cukup inovatif dan mampu menyesuaikan kebutuhan pelanggan dengan baik.
Keunggulan Bersaing	Diferensiasi Produk	Apa keunggulan perusahaan menurut Anda?	Perusahaan mampu memberikan pelayanan yang cepat dan desain yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
	Nilai dan Efisiensi	Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas pelayanan perusahaan?	Pelayanan perusahaan cukup baik dan pengerjaan proyek berjalan sesuai kebutuhan pelanggan terutama ada garansi.

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
	Sustainabilitas	Bagaimana penilaian Anda terhadap keberlanjutan perusahaan?	Perusahaan cukup inovatif dan mampu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Inovasi	Apa dampak inovasi terhadap kepuasan pelanggan?	Hasil pekerjaan lebih menarik dan berbeda dibanding vendor lain.
Pengaruh Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Kolaborasi	Bagaimana komunikasi selama kerja sama?	Komunikasi berjalan lancar dan mudah dipahami.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Simultan	Bagaimana pengalaman kerja sama?	Hasil pekerjaan lebih baik karena komunikasi dan kreativitas berjalan seimbang.

Nama : Agnes
 Jabatan : Klien Swasta Dayeuhluhur
 Jenis Informan : Eksternal

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Strategi Inovasi Bauran Produk	Inovasi Produk	Bagaimana perbandingan dengan vendor lain?	Layanan yang diberikan cukup fleksibel dan berbeda dibanding vendor lain sehingga hasil pekerjaan lebih menarik.
	Inovasi Harga	Bagaimana perbandingan harga dengan kualitas?	Harga layanan cukup bersaing dan sesuai dengan kualitas pekerjaan yang diterima.
	Inovasi Promosi	Bagaimana kreativitas promosi?	“Promosi yang dilakukan cukup kreatif dan informatif sehingga menarik perhatian pelanggan.”
	Inovasi Tempat	Bagaimana kemudahan komunikasi dan akses layanan perusahaan?	Kemudahan akses komunikasi dan pelayanan membuat proses kerja sama menjadi lebih nyaman.
Kolaborasi Strategis	Kolaborasi Internal	Bagaimana komunikasi tim selama proyek?	Seluruh tim terlihat saling mendukung sehingga komunikasi selama proyek berjalan cukup mudah dan nyaman.
	Kolaborasi Eksternal	Bagaimana fleksibilitas perusahaan?	Perusahaan mudah diajak berdiskusi dan cukup fleksibel dalam menyesuaikan kebutuhan proyek.
	Knowledge Sharing	Bagaimana kreativitas perusahaan?	Perusahaan memiliki konsep yang kreatif dan mampu mengikuti perkembangan tren pasar saat ini.
Keunggulan Bersaing	Diferensiasi Produk	Apa keunggulan perusahaan dibanding vendor lain?	Desain lebih kreatif dan pelayanan lebih komunikatif dibanding perusahaan lain.
	Nilai dan Efisiensi	Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas pelayanan perusahaan?	Pelayanan perusahaan cukup baik dan proses pengerjaannya relatif cepat serta ada garansi atau jaminan perbaikan dan layanan.
	Sustainabilitas	Bagaimana penilaian Anda terhadap keberlanjutan perusahaan?	Perusahaan cukup inovatif dan mampu mengikuti perkembangan tren pasar.

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Inovasi	Bagaimana inovasi perusahaan dalam pelayanan?	Perusahaan cukup fleksibel dan mampu menyesuaikan kebutuhan pelanggan.
Pengaruh Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Kolaborasi	Bagaimana kerja sama perusahaan?	Perusahaan mampu menyesuaikan kebutuhan dengan baik.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Simultan	Bagaimana penilaian Anda terhadap perusahaan?	Perusahaan fleksibel, kreatif, dan mudah diajak bekerja sama.

Nama : Lili Warli
 Jabatan : Kepala Desa Cibeunying
 Jenis Informan : Eksternal

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Strategi Inovasi Bauran Produk	Inovasi Produk	Bagaimana layanan perusahaan?	Perusahaan cukup profesional dan mampu memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan desa dan masyarakat.
	Inovasi Harga	Bagaimana kesesuaian dengan anggaran?	Harga layanan cukup baik dan masih sesuai dengan kemampuan anggaran desa.
	Inovasi Promosi	Bagaimana promosi ke masyarakat?	Promosi perusahaan cukup baik dan membantu masyarakat mengetahui layanan yang tersedia.
	Inovasi Tempat	Bagaimana aksesibilitas dan fleksibilitas pelayanan perusahaan?	Perusahaan cukup fleksibel dalam memberikan pelayanan dan mudah menyesuaikan kebutuhan masyarakat desa.
Kolaborasi Strategis	Kolaborasi Internal	Bagaimana kerja sama perusahaan dengan desa?	Tim perusahaan cukup baik dalam bekerja sama dan mampu menyesuaikan kebutuhan pelayanan desa.
	Kolaborasi Eksternal	Bagaimana kerja sama dengan perusahaan?	Perusahaan cukup kooperatif dan mampu menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan pemerintah desa dan masyarakat.
	Knowledge Sharing	Bagaimana solusi yang diberikan perusahaan?	Perusahaan cukup inovatif dan mampu memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan desa.
Keunggulan Bersaing	Diferensiasi Produk	Bagaimana penilaian Anda terhadap keunggulan layanan perusahaan?	Perusahaan cukup fleksibel dan mampu memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan.
	Nilai dan Efisiensi	Bagaimana penilaian Anda terhadap pelayanan perusahaan?	Pelayanan cukup baik dan perusahaan mampu bekerja secara efisien sesuai kebutuhan pelanggan dengan menyertakan garansi perbaikan dan layanan.
	Sustainabilitas	Bagaimana penilaian Anda	Perusahaan cukup konsisten dalam menjaga kualitas

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
		terhadap konsistensi pelayanan perusahaan?	pelayanan dan komunikasi dengan pelanggan.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Inovasi	Bagaimana pengaruh inovasi layanan perusahaan terhadap kebutuhan desa?	Perusahaan cukup inovatif dan mampu menyesuaikan kebutuhan desa, terutama dalam pelayanan dan hasil pekerjaan yang sesuai harapan.
Pengaruh Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Kolaborasi	Bagaimana penilaian Anda terhadap kerja sama dan koordinasi perusahaan?	Perusahaan cukup konsisten dalam menjaga kualitas pelayanan, komunikasi, dan koordinasi selama pelaksanaan pekerjaan.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Simultan	Bagaimana pengaruh inovasi dan kerja sama perusahaan terhadap hasil pekerjaan?	Inovasi dan kerja sama yang dilakukan perusahaan membuat hasil pekerjaan lebih sesuai kebutuhan serta pelayanan menjadi lebih efektif dan profesional.

Nama : Dr. Hj. Sumarti, M.Pd
 Jabatan : Kepala Yayasan Darussalam Al-Fatah & Owner DS Hotel
 Jenis Informan : Eksternal

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Strategi Inovasi Bauran Produk	Inovasi Produk	Bagaimana hasil kerja perusahaan?	Perusahaan mampu memberikan konsep desain interior dan branding yang cukup baik serta sesuai dengan kebutuhan lembaga dan usaha.
	Inovasi Harga	Bagaimana kesesuaian harga layanan?	Harga layanan yang diberikan cukup sesuai dengan kualitas pekerjaan dan kebutuhan lembaga.
	Inovasi Promosi	Bagaimana media promosi?	Media promosi perusahaan cukup baik dan mampu menampilkan hasil pekerjaan secara profesional
	Inovasi Tempat	Bagaimana kemudahan akses layanan perusahaan?	Perusahaan mudah dihubungi dan mampu memberikan pelayanan sesuai kebutuhan lembaga serta usaha yang kami kelola.
Kolaborasi Strategis	Kolaborasi Internal	Bagaimana hasil kerja tim?	Koordinasi tim cukup baik sehingga proses pengerjaan lebih cepat dan hasil pekerjaan sesuai harapan.
	Kolaborasi Eksternal	Bagaimana hubungan kerja sama?	Hubungan kerja sama berjalan cukup baik karena perusahaan komunikatif dan terbuka terhadap masukan pelanggan.
	Knowledge Sharing	Bagaimana dukungan perusahaan?	Perusahaan cukup baik dalam memberikan masukan dan solusi terhadap kebutuhan lembaga dan usaha.
Keunggulan Bersaing	Diferensiasi Produk	Apa keunggulan perusahaan menurut Anda?	Perusahaan cukup profesional dan mampu memberikan pelayanan yang sesuai kebutuhan lembaga dan usaha kami serta memiliki program pelatihan desain gratis bagi sekolah.
	Nilai dan Efisiensi	Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas	Pelayanan perusahaan cukup baik dan hasil pekerjaannya sesuai kebutuhan usaha dan

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
		pelayanan perusahaan?	lembaga kami, terutama adanya garansi layanan dan perbaikan.
	Sustainabilitas	Bagaimana penilaian Anda terhadap perkembangan perusahaan?	Perusahaan cukup berkembang dan mampu menyesuaikan kebutuhan layanan usaha dan lembaga kami.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Inovasi	Bagaimana inovasi memengaruhi hasil kerja perusahaan?	Desain dan branding yang diberikan cukup baik dan sesuai kebutuhan usaha serta lembaga kami.
Pengaruh Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Kolaborasi	Bagaimana hasil kolaborasi?	Koordinasi berjalan baik dan hasil sesuai harapan.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Simultan	Bagaimana hasil kerja perusahaan?	Hasil pekerjaan sesuai harapan karena koordinasi dan inovasi berjalan baik.

Nama : Dr. Risa Fita Hapsari., S.Pd., M.M.
 Jabatan : Kepala SMK Darussalam Karangpucung
 Jenis Informan : Eksternal

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Strategi Inovasi Bauran Produk	Inovasi Produk	Bagaimana inovasi di bidang pendidikan?	Perusahaan cukup kreatif dalam memberikan konsep branding, desain, dan media promosi pendidikan sehingga membantu meningkatkan citra sekolah dan penyampaian informasi.
	Inovasi Harga	Bagaimana harga untuk sektor pendidikan?	Harga yang ditawarkan cukup kompetitif dan sesuai dengan kualitas desain maupun media promosi yang diberikan kepada sekolah.
	Inovasi Promosi	Bagaimana promosi di bidang pendidikan?	Promosi yang dilakukan cukup menarik karena menampilkan konsep desain pendidikan dan branding sekolah secara kreatif serta informatif.
	Inovasi Tempat	Bagaimana aksesibilitas layanan perusahaan bagi sekolah?	Perusahaan mampu memberikan pelayanan yang mudah diakses serta menjangkau kebutuhan sekolah dengan baik.
Kolaborasi Strategis	Kolaborasi Internal	Bagaimana kerja sama perusahaan dengan sekolah?	Tim perusahaan cukup profesional dan komunikatif sehingga proses kerja sama dengan sekolah berjalan efektif dan terarah.
	Kolaborasi Eksternal	Bagaimana komunikasi selama kerja sama?	Perusahaan cukup profesional dan mampu menjaga komunikasi dengan baik selama proses kerja sama berlangsung.
	Knowledge Sharing	Bagaimana kreativitas perusahaan?	Perusahaan cukup kreatif dalam memberikan konsep branding, desain, dan media promosi pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan sekolah.
Keunggulan Bersaing	Diferensiasi Produk	Apa keunggulan perusahaan dalam kerja sama bidang pendidikan?	Perusahaan memiliki kreativitas dalam desain dan branding pendidikan, serta program pelatihan desain gratis bagi sekolah sehingga menghasilkan layanan yang edukatif dan menarik.
	Nilai Efisiensi dan	Bagaimana penilaian Anda	Pelayanan perusahaan cukup efektif dan mampu

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
		terhadap efisiensi pelayanan perusahaan pada bidang pendidikan?	menyelesaikan pekerjaan sesuai kebutuhan sekolah dengan waktu relatif cepat serta pemberian garansi sesuai nilai dan jenis proyek.
	Sustainabilitas	Bagaimana penilaian Anda terhadap keberlanjutan perusahaan dalam bidang pendidikan?	Perusahaan cukup adaptif dan mampu mengikuti perkembangan kebutuhan branding serta media promosi pendidikan.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Inovasi	Bagaimana inovasi perusahaan di bidang pendidikan?	Perusahaan kreatif dalam membuat desain dan media promosi pendidikan.
Pengaruh Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Kolaborasi	Bagaimana kerja sama di bidang pendidikan?	Kerja sama berjalan efektif dan komunikatif.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Simultan	Bagaimana dampaknya di sektor pendidikan?	Perusahaan mampu memberikan solusi kreatif dan komunikatif.

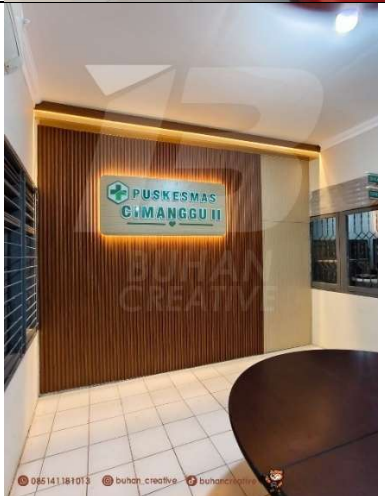
Nama : Syafiqi Ramdani Irsan, S.Pd.,Gr
 Jabatan : Direktur CV. Buhanesia Kreatif
 Jenis Informan : Internal

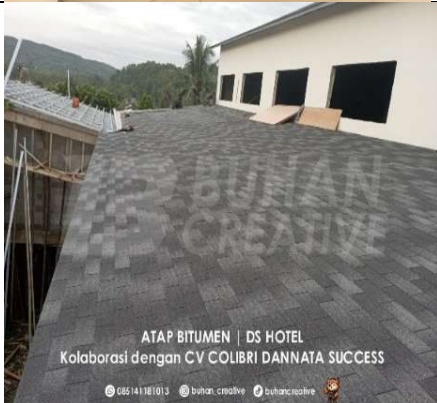
Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Strategi Inovasi Bauran Produk	Inovasi Produk	Bagaimana strategi pengembangan layanan?	Perusahaan terus mengembangkan layanan sesuai kebutuhan pasar dengan mengintegrasikan layanan general contractor, interior, advertising, digital branding, dan education agar pelanggan memperoleh solusi yang lebih lengkap dan efisien.
	Inovasi Harga	Bagaimana strategi penentuan harga?	Kami menyesuaikan harga berdasarkan kebutuhan proyek, tingkat kesulitan pekerjaan, dan kemampuan pelanggan agar tetap kompetitif tanpa mengurangi kualitas layanan.
	Inovasi Promosi	Bagaimana strategi promosi perusahaan?	Kami memanfaatkan media digital seperti Instagram, TikTok, dan Shopee serta promosi langsung ke sekolah, desa, dan berbagai kegiatan sosialisasi untuk memperluas jangkauan pasar.
	Inovasi Tempat	Bagaimana strategi perusahaan dalam memperluas akses layanan?	Kami memperluas akses layanan melalui media digital, marketplace, serta pelayanan langsung ke sekolah, instansi, desa, dan berbagai wilayah agar pelanggan lebih mudah memperoleh layanan perusahaan.
Kolaborasi Strategis	Kolaborasi Internal	Bagaimana pentingnya kolaborasi internal?	Seluruh divisi dalam perusahaan harus bekerja sama agar proyek dapat berjalan dengan baik dan hasil pekerjaan sesuai target pelanggan.
	Kolaborasi Eksternal	Bagaimana strategi hubungan pelanggan?	Kami menjaga komunikasi dan hubungan jangka panjang agar klien merasa nyaman bekerja sama dengan perusahaan.
	Knowledge Sharing	Bagaimana penerapan knowledge sharing?	Kami rutin melakukan diskusi, evaluasi, dan mengikuti seminar agar seluruh tim dapat saling berbagi pengalaman serta ide.

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
Keunggulan Bersaing	Diferensiasi Produk	Apa yang membedakan perusahaan dengan kompetitor?	Kami menawarkan layanan yang lebih lengkap, kreatif, dan fleksibel sesuai kebutuhan klien serta memiliki program pelatihan desain gratis bagi sekolah sebagai nilai tambah perusahaan.
	Nilai Efisiensi dan	Bagaimana perusahaan memberikan nilai tambah kepada pelanggan?	Kami memberikan kualitas layanan terbaik, proses kerja yang efisien, serta pelayanan after sales berupa garansi layanan dan perbaikan produk sesuai jenis dan nilai pekerjaan.
	Sustainabilitas	Bagaimana strategi perusahaan menjaga keberlanjutan usaha?	Kami terus mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar, memperluas pemasaran melalui marketplace, serta mengembangkan produk baru dari sisa material yang ada.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Inovasi	Bagaimana pengaruh inovasi bauran produk terhadap keunggulan bersaing?	Inovasi bauran produk membuat perusahaan mampu menawarkan layanan yang lebih lengkap, terintegrasi, dan sesuai kebutuhan pasar sehingga meningkatkan daya saing perusahaan.
Pengaruh Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Kolaborasi	Apa peran kolaborasi dalam keunggulan bersaing?	Kolaborasi memperkuat koordinasi kerja dan mempercepat penyelesaian proyek sehingga meningkatkan daya saing perusahaan serta menjaga kualitas dan kepuasan pelanggan.
Pengaruh Strategi Inovasi Bauran Produk dan Kolaborasi terhadap Keunggulan Bersaing	Pengaruh Simultan	Bagaimana pengaruh kombinasi inovasi dan kolaborasi terhadap keunggulan bersaing?	Kombinasi inovasi dan kolaborasi membuat perusahaan lebih adaptif, kreatif, dan mampu bersaing di berbagai sektor sehingga menjadi fondasi utama dalam menjaga keberlanjutan dan daya saing perusahaan.

Lampiran 10 Jenis Produk CV. Buhanesia Kreatif

No	Jenis Produk	Keterangan
1		Backdrop Ruang rapat BRI BO Majenang merupakan salah satu produk Interior unggulan buhan creative. Produk ini didesain dengan model modern yang memberikan nuansa elegant dan hangat serta memberikan tampilan ruang rapat lebih istimewa. Bahan menggunakan HPL, Wallboard dan Wallpanel ditambah ornamen lighting yang membuat tampilan lebih sempurna.
2		Backdrop Ulang tahun HUT BRI Ke 130 Tahun. Backdrop ini di desain sesuai dengan konsep tema ulang tahun BRI. Kombinasi material yang beragam serta lighting yang indah membuat hasil interior custom backdrop ini membuat ruangan tampil berbeda. Produk ini merupakan produk inovasi buhan creative yang sudah dikembangkan bukan dengan model yg standar.
3		Ballroom DS Hotel Karangpucung, merupakan inovasi produk dan merupakan proyek pertama skala ruang besar. Plafon yang dibangun dengan luas area 18x10m, serta dengan ketinggian 7m, merupakan proses pekerjaan yang cukup sulit akan tetapi produk ini bisa menjadi produk inovasi buhan creative untuk bisa meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan.

No	Jenis Produk	Keterangan
4		Backdrop Tempat Praktek Bidan Mandiri, didesain dengan konsep modern yang menambah ruang praktek bidan menjadi lebih indah dengan tujuan membuat pasien nyaman dan pelayanan semakin meningkat. Produk ini merupakan inovasi yang dikembangkan buhan creative dengan modern model.
5		Ruang rapat yang sebelumnya tidak tertata, saat ini tampak lebih rapih dan tertata. Screen proyektor yang awalnya kurang terlihat rapih, saat ini sudah diberi ruang diatas dan tertutup ketika tidak digunakan dan bisa ditarik ketika akan digunakan hal ini bertujuan untuk membuat ruang lebih tertata sehingga membuat rapat atau diskusi lebih nyaman.
6		Ruang Aula BRI BO Majenang dikonsep dengan modern desain dilegkapi dengan media digital yang sangat kekinian. Mulai dari adanya bagian screen, proyektor dan koneksi nirkabel yang sangat memudahkan dalam penggunaan karena semua serba praktis menggunakan remot. Inovasi ini digunakan oleh buhan creative agar mampu bersaing serta memiliki keunikan produk serta agar tidak mudah ditiru oleh pesaing.

No	Jenis Produk	Keterangan
7		Kitchen set Custom mengusung konsep modern minimalis, yang dilengkapi beberapa kabinet, dimana setiap kabinet memiliki fungsi masing-masing. Dikembangkan dengan material Full HPL Serta dilengkapi dengan lighting yang membuat nuansa dapur lebih estetik.
8		Backdrop dan meja resepsionis Klinik dengan nuansa tekstur kayu dan abu serta pencahayaan warm white membuat ruangan lebih estetik, modern, bersih dan terasa hangat.
9		Atap Bitumen merupakan inovasi produk kolaborasi dengan CV. Colibri dan nata sukses, dimana produk ini adalah produk milik CV. Colibri yang dipasarkan oleh Buhan Creative di DS Hotel Karangpucung. Kolaborasi strategis ini disusun untuk meningkatkan kerjasama serta pertukaran produk yang bisa memperluas pangsa pasar antara CV. Colibri dan CV. Buhanesia

No	Jenis Produk	Keterangan
10	BEFORE  AFTER 	Acrylic dan papan ruang merupakan produk yang dihasilkan oleh divisi advertising. Contoh produk papan akses rumah sakit, produk ini diproduksi menggunakan bahan ACP atau acrylic ditambah sticker dan memiliki fungsi sebagai petunjuk arah untuk memudahkan pasien mencari ruangan yang ingin dituju.
11		Booth Portable merupakan inovasi produk kolaborasi dengan PT. Iemahkai, dimana produk ini diproduksi oleh PT. Iemahkai yang dipasarkan oleh Buhan Creative karena adanya permintaan client. Kolaborasi strategis ini disusun untuk meningkatkan kerjasama serta pertukaran produk yang bisa memperluas pangsa pasar antara PT. Iemahkai dan CV. Buhnesia
12		Neon box Acrylic Custom. Produk Kolaborasi buhan creative dan MM Advertising. Adanya permintaan client dijadikan peluang untuk tetap bisa memberikan pelayanan dengan melakukan kerjasama pihak ke-3 akan tetapi brand tetap menggunakan nama buhan creative. Inovasi produk ini menjadi nilai karena bisa memberikan nilai kepuasan terhadap konsumen.

No	Jenis Produk	Keterangan
13		Contoh Gambar Produk Digital Printing Branding. Branding dicontoh adalah branding untuk memberi identitas, sehingga mudah untuk dikenal. media yang awalnya tanpa identitas, setelah di branding dengan tema yang disesuaikan akhirnya tampil berbeda, lebih bernilai estetik dan mudah untuk dikenal. Untuk branding ruangan biasanya menggunakan bahan fronlite 280 gsm dicetak menggunakan mesin Konica Minolta 512i, dan untuk branding kendaraan menggunakan bahan sticker ritrama dicetak dengan mesin ecosolvent.
14		Inovasi Produk buhan Creative yang memiliki fungsi sebagai penyekat antara 2 ruang akan tetapi tidak tertutup secara keseluruhan. Menggunakan material HPL yang membuat tampilan ruang lebih indah.
15		Inovasi Produk buhan Creative dengan memanfaatkan sisa bahan produksi. Produk ini dikembangkan melalui penjualan marketplace karena merupakan produk portable yang mudah untuk dikemas dan diproduksi dengan waktu yang cukup cepat. Produk ini dikembangkan buhan creative untuk menguraikan sisa bahan agar bernilai dan bisa meningkatkan penjualan perusahaan.

No	Jenis Produk	Keterangan
16	 BOX FILE/BERKAS <i>Organisir ruang kerja, upgrade ruang kerja</i> BUHAN CREATIVE Membuat Ide, Jadi Karya	Inovasi Produk buhan Creative dengan memanfaatkan sisa bahan produksi. Produk ini dikembangkan melalui penjualan marketplace karena merupakan produk portable yang mudah untuk dikemas dan diproduksi dengan waktu yang cukup cepat. Produk ini dikembangkan buhan creative untuk menguraikan sisa bahan agar bernilai dan bisa meningkatkan penjualan perusahaan.
17	 AMBALAN DINDING MINIMALIS 15 cm 4 cm PEMASANGAN MUDAH Tanpa Bor GRATIS Bekas 1 Set MATERIAL Plywood Grade A kg Tahan Beker Hingga 8 kg ✓ Kualitas Tergaransi Pemasang Instalasi Tersedia Bantuan Ilustrasi Pre-Order 5-8 Hari BUHAN CREATIVE Membuat Ide, Jadi Karya	Inovasi Produk buhan Creative dengan memanfaatkan sisa bahan produksi. Produk ini dikembangkan melalui penjualan marketplace karena merupakan produk portable yang mudah untuk dikemas dan diproduksi dengan waktu yang cukup cepat. Produk ini dikembangkan buhan creative untuk menguraikan sisa bahan agar bernilai dan bisa meningkatkan penjualan perusahaan.
18	 BUHAN CREATIVE Membuat Ide, Jadi Karya POSTER DINDING CUSTOM <i>Santukan, Estetik untuk Setiap Sudut Ruangan</i>	Inovasi Produk buhan Creative dengan memanfaatkan sisa bahan produksi. Produk ini dikembangkan melalui penjualan marketplace karena merupakan produk portable yang mudah untuk dikemas dan diproduksi dengan waktu yang cukup cepat. Produk ini dikembangkan buhan creative untuk menguraikan sisa bahan agar bernilai dan bisa meningkatkan penjualan perusahaan.
19	 BUHAN CREATIVE Membuat Ide, Jadi Karya 0811181813 buhan.creative buhancreative	Inovasi Produk buhan Creative dengan memanfaatkan sisa bahan produksi. Produk ini dikembangkan melalui penjualan marketplace karena merupakan produk portable yang mudah untuk dikemas dan diproduksi dengan waktu yang cukup cepat. Produk ini dikembangkan buhan creative untuk menguraikan sisa bahan agar bernilai dan bisa meningkatkan penjualan perusahaan.

No	Jenis Produk	Keterangan
20		Inovasi Produk buhan Creative dengan memanfaatkan sisa bahan produksi. Produk ini dikembangkan melalui penjualan marketplace karena merupakan produk portable yang mudah untuk dikemas dan diproduksi dengan waktu yang cukup cepat. Produk ini dikembangkan buhan creative untuk menguraikan sisa bahan agar bernilai dan bisa meningkatkan penjualan perusahaan.
21		Inovasi Produk buhan Creative dengan memanfaatkan sisa bahan produksi. Produk ini dikembangkan melalui penjualan marketplace karena merupakan produk portable yang mudah untuk dikemas dan diproduksi dengan waktu yang cukup cepat. Produk ini dikembangkan buhan creative untuk menguraikan sisa bahan agar bernilai dan bisa meningkatkan penjualan perusahaan.
22		Produk Inovasi Divisi General Kontractor buhan Creative Plapon PVC yang saat ini menjadi <i>trend</i> karena dengan plapon PVC interior lebih bagus, bermodel, estetik dan awet karena Plapon PVC ini tahan air.

Lampiran 11 Rekapitulasi Penjualan CV Buhanesia Kreatif Tahun 2025–2026

Bulan	Tahun 2025 (Rp)	Tahun 2026 (Rp)
Januari	175.331.500	173.333.801
Februari	126.919.500	223.547.315
Maret	73.057.000	194.607.025
April	129.718.000	137.121.875
Mei	72.333.500	147.900.625
Juni	96.905.000	167.388.000
Juli	73.253.700	-
Agustus	123.019.400	-
September	240.224.300	-
Oktober	119.747.219	-
November	176.204.956	-
Desember	159.730.760	-
Total Januari–Juni	674.264.500	1.043.898.641
Total Januari–Desember	1.566.444.835	-

Keterangan: Data penjualan tahun 2026 yang diperoleh dari perusahaan hanya tersedia sampai bulan Juni 2026, sehingga total penjualan tahun 2026 merupakan akumulasi periode Januari–Juni 2026

Perbandingan Total Penjualan CV Buhanesia Kreatif Periode Januari–Juni Tahun 2025 dan 2026

Keterangan	Januari–Juni 2025 (Rp)	Januari–Juni 2026 (Rp)	Selisih (Rp)	Pertumbuhan (%)
Total Penjualan	674.264.500	1.043.898.641	369.634.141	54,82

Keterangan : Total penjualan periode Januari–Juni 2025 sebesar Rp674.264.500 meningkat menjadi Rp1.043.898.641 pada periode Januari–Juni 2026. Dengan demikian terjadi peningkatan penjualan sebesar Rp369.634.141 atau 54,82%. Kondisi ini menunjukkan adanya peningkatan kinerja usaha perusahaan pada periode penelitian.

Lampiran 12 Dokumentasi Wawancara dengan Informan



Direktur CV. Buhanesia Kreatif



SPV Divisi General Contractor



SPV Divisi Interior



SPV Divisi Advertising



SPO BRI BO Majenang



Kabid Farmasi, Alat Kesehatan,
Makanan dan Minuman Dinkes
Kabupaten Cilacap



Kepala Puskesmas Dayeuhluhur I



Klien Swasta



Klien Swasta



Kepala Desa Cibeunying

Kepala Yayasan Darussalam Al-Fatah
dan Owner DS HotelKepala SMK Darussalam
Karangpucung