

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahunnya dengan jumlah mencapai sebagian besar dari seluruh unit khusus. Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan signifikan dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia dengan jumlah yang mencapai sekitar 99 % dari total unit usaha menunjukkan dominasi sektor ini dalam struktur ekonomi nasional. (Ekon.go.id, 2022).

Badan statistik (BPS) menunjukkan, sektor industri di Kabupaten Cirebon tahun 2023 memberikan kontribusi sebesar 20,69% (BPS,2023) terhadap perekonomian daerah. Data tersebut mengindikasikan bahwa sektor industri berkontribusi secara signifikan dalam menunjang aktivitas perekonomian di Kabupaten Cirebon. Oleh karena itu sektor ini berpotensi untuk terus dikembangkan guna memberikan kontribusi yang lebih luas dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi.

Tabel 1. 1 Laporan Tahunan Industri Konveksi Tahun 2023

Jenis Komoditi	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Kapasitas produksi
Konveksi	745	92.139	18.015.420.21 pcs

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cirebon Tahun, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 industri konveksi yang tersebar di Kabupaten Cirebon sebanyak 745 unit usaha menunjukkan bahwa adanya permintaan produksi yang sangat tinggi disebabkan oleh peningkatan populasi dan pertumbuhan ekonomi (Wahyuni, 2024). Dalam kondisi persaingan ini produk konveksi menuntut perusahaan atau usaha kecil menengah untuk berinovasi dalam desain produk, memberikan layanan pelanggan yang berkualitas, serta

menerapkan strategi pemasaran didukung oleh proses produksi berkualitas tinggi dan efisien (Ramadhani et al., 2025).

Kondisi ini mendorong perusahaan untuk merumuskan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk mencegah kegagalan bisnis di pasar yang intens (Purwati et al., 2022). Dalam hal ini, strategi pemasaran menjadi penting untuk mengidentifikasi strategi yang tepat dalam memperkuat daya saing serta memastikan keberlangsungan usaha di tengah dinamika pasar yang terus berkembang.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah melalui diferensiasi produk, yaitu strategi yang berfokus pada penciptaan keunggulan dengan menonjolkan karakteristik, kualitas, dan nilai unik yang tidak dimiliki oleh pesaing. Penerapan strategi ini tidak hanya memperkuat posisi usaha di pasar, tetapi juga menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap produk yang dihasilkan (Lenti et al., 2020).

Untuk menarik minat dan mempertahankan loyalitas pelanggan, sebuah usaha konveksi perlu menerapkan diferensiasi melalui inovasi desain, jahitan yang berkualitas tinggi, serta ketepatan waktu dalam menyelesaikan produksinya. Dengan demikian, strategi tersebut memiliki peran krusial dalam memperkuat daya saing industri (Riski et al., 2021). Dalam konteks persaingan yang dinamis serta perubahan preferensi konsumen yang cepat semakin sulit untuk membedakan produk secara konsisten dan tepat, karena kegagalan dalam mengelola aspek ini berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon merupakan salah satu usaha kecil yang bergerak di bidang industri konveksi. usaha ini bergerak di bidang pembuatan seragam sekolah dari tingkat dasar, menengah hingga menengah atas. Selain itu konveksi ini juga menerima pesanan *costum* baik dari komunitas maupun organisasi.

Pada tahap awal operasional, sebelum strategi diferensiasi produk diterapkan, proses produksi dan pelayanan yang dijalankan relatif umum dan belum dirancang keunggulan kompetitif yang terstruktur, sehingga karakteristik pembeda produk belum terlihat secara signifikan dibandingkan

konveksi lainnya, hal ini keputusan pembelian konsumen cenderung didorong oleh pertimbangan harga dan kebutuhan jangka pendek, serta berdampak pada belum terbentuknya loyalitas pelanggan dan berkelanjutan.

Seiring dengan ketatnya persaingan industri, Konveksi 3 Putri mulai merespon tantangan itu dengan menerapkan strategi diferensiasi produk untuk menciptakan nilai tambah pada produk, melalui kualitas jahitan yang presisi, ketepatan waktu produksi, serta karakteristik pembeda berfokus pada layanan dengan melakukan komunikasi awal antara *owner* dan konsumen terkait jumlah pesanan serta kesesuaian desain dan spesifikasi produk yang diharapkan, serta memberikan ruang bagi konsumen untuk melakukan perubahan desain sebelum tahap produksi (Lenti et al., 2020)

Walaupun Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon telah menerapkan strategi diferensiasi produk melalui kualitas jahitan, ketepatan waktu produksi, dan pelayanan yang lebih personal, strategi tersebut belum sepenuhnya mampu meningkatkan loyalitas pelanggan secara optimal. Kondisi ini terlihat dari adanya penurunan pesanan pelanggan lama serta meningkatnya persaingan usaha konveksi sejenis yang menawarkan harga lebih murah dan promosi yang lebih kompetitif. Oleh karena itu, strategi diferensiasi produk yang diterapkan masih memerlukan evaluasi dan pengembangan agar mampu memperkuat loyalitas pelanggan serta meningkatkan daya saing usaha.

Fenomena dilapangan menunjukkan bahwa adanya kesenjangan antara praktik diferensiasi produk yang telah diterapkan oleh Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon dengan hasil yang diharapkan. Salah satunya perlunya komunikasi yang efektif antara *owner* dengan pemesan karena sebagian konsumen datang untuk memesan produk tanpa konsep desain yang terstruktur, sehingga *owner* membuatkan sampel desain kepada konsumen yang dinginkannya serta penerapan diferensiasi produk tersebut masih bersifat informal dan belum terintegrasi dalam strategi yang sistematis, sehingga berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan belum dapat diidentifikasi dan diukur secara optimal.

Dalam praktiknya, penerapan strategi diferensiasi produk tidak selalu berjalan secara optimal dan sering menghadapi berbagai hambatan di lapangan.

Berdasarkan realitas empiris, sejumlah usaha konveksi lokal menghadapi tantangan dalam menjaga loyalitas pelanggan di tengah munculnya pesaing baru yang menerapkan strategi harga lebih kompetitif serta promosi yang intensif (Sahirman, 2025). Kondisi ini juga dialami oleh Usaha Konveksi 3 Putri, meskipun dikenal memiliki reputasi baik dari pelanggan, mulai menghadapi penurunan jumlah pesanan dari pelanggan lama serta meningkatnya tekanan persaingan dari usaha konveksi sejenis di sekitarnya.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji terkait strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Seperti, penelitian yang dilakukan oleh (Fuadi & Ayu, 2024) menunjukkan bahwa diferensiasi produk berdampak signifikan terhadap volume penjualan serta Penerapan strategi diferensiasi produk yang tepat berpotensi mendorong peningkatan kinerja penjualan pada UMKM, serta mendukung praktis bisnis yang berlandaskan prinsip kejujuran dan transparansi. Selanjutnya penelitian dari (Irsanni & Suhardi, 2023) Diferensiasi produk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui penciptaan karakteristik produk yang unik, kualitas produk yang baik, desain yang menarik, serta daya tahan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Ketika produk mampu memberikan kepuasan dan memenuhi harapan konsumen, maka pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang dan tetap memilih produk tersebut dibandingkan produk pesaing.

Penelitian (Syawab et al., 2023) menjelaskan bahwa diferensiasi produk berperan dalam menciptakan keunggulan produk melalui inovasi, variasi ukuran, kualitas, dan karakteristik produk yang berbeda dibandingkan pesaing. Penerapan diferensiasi produk yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi konsumen dapat meningkatkan kepuasan serta menarik minat pembelian ulang, sehingga mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan. Sebaliknya, apabila kualitas dan diferensiasi produk belum optimal, maka konsumen cenderung beralih ke produk perusahaan lain sehingga loyalitas pelanggan menjadi menurun. Selain itu, (Widya et al., 2025) mengungkapkan bahwa Diferensiasi produk berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan karena produk yang memiliki keunikan dan keunggulan lebih mudah menarik

minat konsumen, menciptakan kepuasan, serta membuat pelanggan melakukan pembelian ulang dan tetap memilih produk tersebut dibandingkan produk pesaing.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, strategi diferensiasi produk diketahui berdampak positif terhadap daya saing usaha, volume penjualan, dan loyalitas pelanggan pada UMKM maupun usaha konveksi. Loyalitas pelanggan dapat dibentuk melalui kualitas produk, inovasi, dan pelayanan yang optimal sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Namun, penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada hasil strategi diferensiasi produk tanpa mengkaji proses penerapannya secara mendalam, khususnya pada usaha konveksi lokal. Selain itu, penelitian mengenai strategi diferensiasi produk dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha konveksi masih relatif terbatas sehingga menimbulkan kesenjangan penelitian.

Urgensi penelitian ini semakin intens seiring dengan meningkatnya persaingan industri konveksi yang ditandai oleh munculnya pelaku usaha baru, strategi harga yang kompetitif, serta semakin banyaknya pengguna pemasaran secara digital. Dalam kondisi tersebut, Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon dituntut untuk tidak hanya mengandalkan kualitas produk dan hubungan personal dengan pelanggan, tetapi juga mampu menerapkan strategi diferensiasi produk secara terarah, terukur, dan berkelanjutan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis strategi diferensiasi produk pada usaha konveksi lokal skala UMKM, dengan penekanan pada transformasi praktik diferensiasi informal menjadi strategi yang lebih sistematis dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya lebih menekankan pada volume penjualan dan keunggulan bersaing secara umum, penelitian ini secara khusus mengkaji keterkaitan antara strategi diferensiasi produk dan loyalitas pelanggan pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon. Dengan demikian, penelitian ini mampu memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis terhadap pengembangan strategi pemasaran UMKM konveksi.

Berdasarkan uraian fenomena tersebut, penelitian berjudul **“Analisis Strategi Diferensiasi Produk dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon”** menjadi penting untuk diteliti. Penelitian ini diharapkan dapat memahami penerapan strategi diferensiasi produk yang efektif sebagai respon terhadap meningkatnya persaingan serta menurunnya loyalitas pelanggan pada sektor konveksi lokal, serta memperkuat posisi bersaing dan menjaga loyalitas pelanggan ditengah dinamika pasar yang terus berkembang.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, implementasi strategi diferensiasi produk pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon belum berlangsung secara optimal karena masih bersifat tidak terstruktur dan belum terintegrasi dalam perencanaan yang sistematis, sehingga keunggulan kompetitif yang dihasilkan belum konsisten. Selain itu, interaksi antara pemilik usaha dan konsumen dalam proses perancangan desain produk belum berjalan secara efektif, yang berimplikasi pada kurangnya kesesuaian antara produk dengan kebutuhan pelanggan. Kondisi ini turut memengaruhi belum optimalnya pembentukan serta pengukuran loyalitas pelanggan, yang tercermin dari adanya penurunan jumlah pesanan dari pelanggan lama. Di tengah meningkatnya intensitas persaingan dari pelaku usaha konveksi lain yang menawarkan harga lebih kompetitif serta promosi yang lebih intensif, keterbatasan dalam penerapan strategi diferensiasi produk tersebut menjadi tantangan dalam memperkuat daya saing sekaligus menjaga keberlanjutan usaha.

2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penulis merumuskan batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Menganalisis penerapan strategi diferensiasi produk yang dilakukan Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, dengan berfokus pada aspek desain, kualitas bahan, ketepatan waktu produksi, serta komunikasi

personal awal dengan konsumen sebagai faktor pembeda dalam menghadapi persaingan industri lokal.

- b. Mengidentifikasi pemahaman loyalitas pelanggan yang meliputi tingkat kepercayaan, kepuasan, kesediaan untuk melakukan pembelian secara berulang serta merekomendasikan produk kepada pihak lain sebagai bentuk keterikatan jangka panjang terhadap Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, antara pelanggan dan pelaku usaha.
- c. Mendeskripsikan peran strategi diferensiasi produk dalam membangun loyalitas pelanggan pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, melalui peningkatan nilai unik produk maupun hubungan personal yang dilandasi rasa kepercayaan antara pelanggan dan pihak usaha.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana kemampuan Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon dalam mengidentifikasi permasalahan untuk merumuskan strategi diferensiasi produk?
- b. Bagaimana ketersediaan dan pemanfaatan sumber daya dalam mendukung penerapan strategi diferensiasi produk pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon?
- c. Bagaimana peran strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kemampuan Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon dalam mengidentifikasi permasalahan untuk merumuskan strategi diferensiasi produk.
2. Untuk menganalisis ketersediaan dan pemanfaatan sumber daya dalam mendukung penerapan strategi diferensiasi produk pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon.

3. Untuk menganalisis peran strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini merupakan implikasi dari tercapainya tujuan penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, melalui pengembangan kajian terkait penerapan strategi diferensiasi produk sebagai upaya meningkatkan loyalitas pelanggan. Melalui temuan penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keterkaitan antara diferensiasi produk dengan pembentukan loyalitas pelanggan dalam lingkup usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama pada industri konveksi.

2. Manfaat Praktis

temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah yang relevan bagi pemilik Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon sebagai dasar pertimbangan dalam merumuskan strategi diferensiasi produk yang lebih efektif. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat mendukung pengambilan keputusan yang berorientasi pada peningkatan loyalitas pelanggan melalui pengembangan kualitas produk, inovasi desain, serta keunggulan layanan yang kompetitif.

a. Bagi Mahasiswa

Menjadikan sumber pembelajaran bagi mahasiswa dalam memahami penerapan strategi diferensiasi produk pada sektor UMKM dan berkaitan dengan peningkatan loyalitas pelanggan dalam pertumbuhan ekonomi lokal. Melalui penelitian ini, mahasiswa dapat mengetahui strategi pemasaran yang tepat serta mampu memperkuat daya saing usaha konveksi dan berkontribusi dalam mendorong perekonomian masyarakat.

b. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran konkret mengenai pentingnya strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan. Temuan penelitian dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pelaku usaha, khususnya Usaha Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, dalam merancang inovasi produk, meningkatkan kualitas layanan, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan.

c. Bagi Pelanggan

Penelitian ini dapat memberikan manfaat secara tidak langsung dapat mendorong peningkatan kualitas produk dan layanan dari pelaku usaha. Melalui penerapan strategi diferensiasi yang lebih optimal, pelanggan diharapkan memperoleh tingkat kepuasan yang lebih tinggi serta pengalaman konsumsi dan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi bekal untuk meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan, serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya bidang yang sama yaitu diferensiasi produk dan loyalitas pelanggan.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menyajikan ringkasan teori yang mengkaji diferensiasi produk dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan. Bagian ini digunakan sebagai landasan pemahaman konseptual, untuk menunjukkan keterkaitan antar konsep, serta mengidentifikasi temuan-temuan penelitian sebelumnya yang relevan. Peneliti memperoleh beberapa sumber referensi yang mendukung dan berkaitan dengan penelitian ini. Berikut ini beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan studi ini diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis & Tahun Terbit	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Nanda Annisa et al., (2020)	Penelitian ini menunjukkan bahwa toko Darling Habit berhasil membangun loyalitas konsumen melalui strategi diferensiasi dan pemasaran digital berbasis konten Instagram.	Persamaan dari penelitian ini yaitu strategi diferensiasi produk sebagai upaya membangun loyalitas pelanggan.	Perbedaannya terletak pada fokus pendekatan strategi yang di digunakan. Pada penelitian anisa, et.al, menekankan pemasaran digital melalui instagram, sedangkan Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon menekankan pada diferensiasi produk dan kualitas layanan.
2.	Rafiudin et al., (2023)	Utamart merupakan platform pemasaran ikan modern yang berupaya meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepercayaan konsumen, kualitas	Penelitian ini memiliki kesamaan yang berorientasi pada peningkatan loyalitas pelanggan melalui strategi	Perbedaan utama terletak pada pendekatan strategi dan konteks industri. Usaha Utamart berfokus sektor pemasaran ikan modern.

No.	Penulis & Tahun Terbit	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		produk dan layanan yang konsisten.	yang berfokus pada kualitas produk, kepuasan, dan kepercayaan konsumen.	Sedangkan penelitian konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon berfokus pada strategi diferensiasi produk serta pelayanan dalam industri konveksi.
3.	Muna, (2025)	UMKM Wijaya Kembar meningkatkan daya saing melalui diferensiasi produk dengan menghadirkan inovasi olahan tahu yang unik, didukung kualitas yang konsisten, kemasan menarik, dan harga kompetitif.	Persamaan yang dilakukan pada umkm wijaya kembar dengan usaha konveksi 3 putri sama-sama memiliki fokus penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing dan loyalitas pelanggan.	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada bidang usaha dan bentuk penerapan diferensiasi, pada umkm wijaya kembar ini menerapkan diferensiasi pada sektor makanan, sedangkan usaha konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon berfokus pada

No.	Penulis & Tahun Terbit	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				industri konveksi.
4.	Nikmah, (2022)	Persaingan jasa boga di desa Surondakan mendorong UMKM Catering Pawon Gusti membangun keunggulan kompetitif melalui diferensiasi produk, layanan, yang dilakukan sesuai prinsip syariah islam.	Persamaan dari kedua peneliti ini memiliki fokus penerapan strategi diferensiasi untuk membangun keunggulan bersaing di melalui keunikan produk dan peningkatan kualitas layanan	Perbedaan terletak pada fokus dan tujuan penelitian. pada Catering Pawon Gusti berfokus pada strategi diferensiasi berbasis syariah, sedangkan Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon berfokus pada strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
5.	Salam et al., (2025)	Penelitian ini menegaskan bahwa inovasi produk pada UMKM agribisnis tanaman hias yang berlandaskan prinsip Ekonomi Islam dapat meningkatkan daya	Persamaan dari penelitian ini terletak pada meningkatkan loyalitas pelanggan melalui penerapan	Perbedaan terletak pada fokus dan konteks penelitian. penelitian Salam et al., fokus pada inovasi produk

No.	Penulis & Tahun Terbit	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		saing dan loyalitas pelanggan.	strategi inovasi dan diferensiasi produk yang menekankan kepercayaan, kepuasan pelanggan	berbasis nilai Islam, sedangkan Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, berfokus pada strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada sektor pakaian.
6.	Oscanti & Samari, (2025)	Rosari Collection mampu meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan melalui penerapan strategi diferensiasi produk pada dengan harga yang kompetitif, pada pemasaran online dan offline.	Persamaan Penelitian ini terletak pada fokus yang penerapan strategi diferensiasi produk guna memperkuat daya saing dan loyalitas pelanggan melalui desain dan kualitas produk.	Perbedaan terletak pada fokus penelitian, penelitian Rosari Collection berfokus pada peningkatan penjualan, sedangkan usaha Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, berfokus pada peningkatan loyalitas pelanggan

No.	Penulis & Tahun Terbit	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7.	Maesaroh, (2020)	Batik Pringmas membangun keunggulan bersaing melalui diferensiasi dan inovasi produk yang didukung pada peningkatan kualitas SDM.	Persamaan terletak pada penerapan strategi diferensiasi, inovasi produk, dalam meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan.	Perbedaan terletak tujuan penelitian, dimana batik Pringmas berfokus pada peningkatan keunggulan bersaing dan penjualan. Sedangkan Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, berfokus pada peningkatan loyalitas pelanggan.
8.	Azhari et al., (2025)	Strategi inovasi dan diferensiasi memiliki peran signifikan dalam memperkuat daya saing UMKM di era digital, namun menghadapi kendala literasi digital dan akses teknologi.	Persamaan penelitian ini terletak pada fokus strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan.	Perbedaan terletak pada fokus penelitian, penelitian azhari et al., menekankan digitalisasi UMKM, sedangkan Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon,

No.	Penulis & Tahun Terbit	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				berfokus pada diferensiasi produk dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
9.	Faizah & Majid, (2024)	Strategi inovasi dan diferensiasi produk berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, meskipun masih terkendala pada literasi digital.	Persamaannya terletak pada pentingnya strategi diferensiasi produk dan inovasi berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.	Perbedaan utama terletak pada objek dan fokus penelitian, pada UMKM Wingko berorientasi pada strategi bauran pemasaran dan promosi digital di sektor kuliner, sedangkan Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, berfokus pada diferensiasi produk tekstil dan peningkatan pelayanan pelanggan.
10.	Safitri & Fahrian (2024)	UMKM Jaguar Tas Pos mengimplementasikan	Persamaan penelitian ini menitikberatkan	Perbedaan terletak pada strategi yang

No.	Penulis & Tahun Terbit	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		strategi penetapan harga berbasis <i>cost plus pricing</i> dengan pendekatan <i>variable costing</i> dalam upaya membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.	pada peran loyalitas pelanggan yang dibangun melalui penciptaan nilai, kualitas produk dan kepuasan konsumen.	digunakan. UMKM Jaguar Tas Pos berfokus pada penekanan harga, sedangkan Usaha Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, berfokus pada strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menunjukkan kebaruan dengan mengkaji strategi diferensiasi produk pada industri konveksi dengan pendekatan terintegrasi dengan kualitas layanan yang secara langsung akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kajian ini masih jarang dilakukan secara spesifik, terutama pada konteks UMKM lokal.

Selain itu penelitian ini juga mengkaji praktik yang terjadi di konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, tidak hanya menunjukkan pada efektivitas penerapan diferensiasi produk, tetapi juga memberikan bukti empiris yang dapat menjadi rujukan dalam mengembangkan strategi peningkatan loyalitas pelanggan pada usaha konveksi.

F. Kerangka Pemikiran

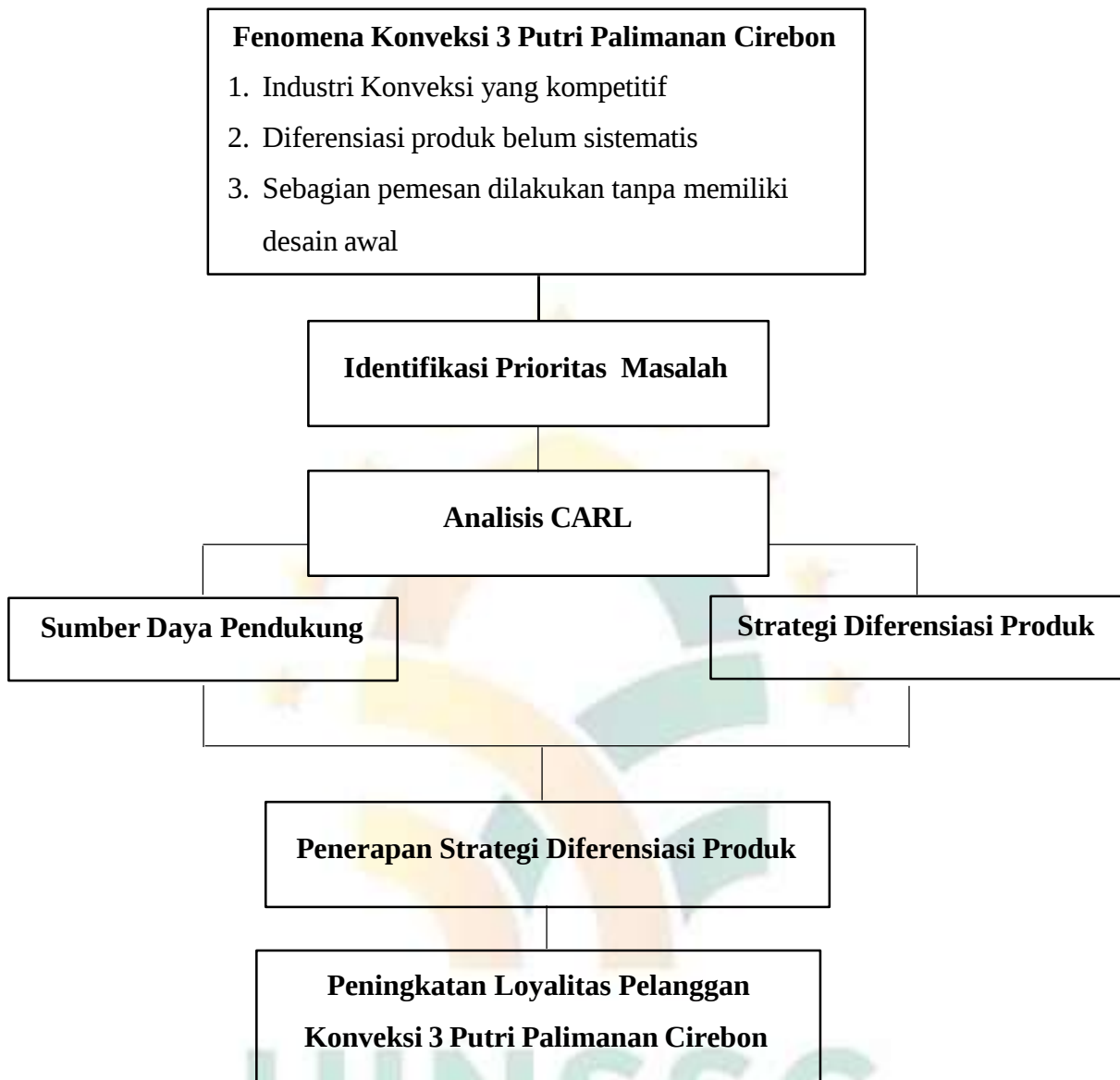
Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang terjadi pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, yaitu tingginya tingkat persaingan dalam industri konveksi, belum sistematisnya penerapan diferensiasi produk, serta masih adanya pelanggan yang melakukan pemesanan tanpa memiliki desain awal yang jelas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya permasalahan yang perlu diidentifikasi dan ditentukan prioritas penanganannya agar usaha dapat tetap bersaing dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada, penelitian ini menggunakan analisis CARL (*Capability, Assessibility, Readiness, dan Leverage*). Analisis ini bertujuan untuk menilai kemampuan usaha dalam mengenali masalah, menentukan kemudahan penanganannya, melihat kesiapan sumber daya, serta mempertimbangkan dampak yang dihasilkan. Dari analisis tersebut, dapat ditentukan masalah yang menjadi prioritas sebagai dasar penyusunan strategi.

Setelah masalah prioritas ditetapkan, ketersediaan dan pemanfaatan sumber daya menjadi hal penting yang perlu diperhatikan. Sumber daya tersebut meliputi sumber daya manusia, bahan baku, teknologi, serta modal yang dimiliki. Pengelolaan sumber daya yang baik akan mendukung keberhasilan dalam penerapan strategi diferensiasi produk.

Berdasarkan hal tersebut, Konveksi 3 Putri dapat menyusun dan menerapkan strategi diferensiasi produk melalui pengembangan desain, peningkatan kualitas, variasi produk, serta pelayanan kepada pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk memberikan nilai lebih dibandingkan pesaing. Penerapan strategi diferensiasi yang tepat akan berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan, yang dapat dilihat dari kepuasan, pembelian ulang, dan rekomendasi kepada orang lain.

Dengan demikian, kemampuan dalam mengidentifikasi masalah melalui analisis CARL, didukung oleh sumber daya yang memadai dan penerapan strategi yang tepat, berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon.



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

G. Metode Penelitian

1. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Menurut (Hardani, 2020) mengemukakan bahwa pemilihan tempat atau lokasi didasarkan pada kesesuaian dengan permasalahan yang di teliti, karakteristik yang dimiliki, serta daya tarik lokasi tersebut yang bertujuan untuk memperoleh informasi secara rinci. Lokasi penelitian ini berada di usaha Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, karena usaha ini relevan dengan fokus penelitian yang mengkaji strategi diferensiasi produk dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, kemudahan akses memungkinkan peneliti melaksanakan observasi, wawancara, serta pengumpulan data secara langsung sehingga informasi yang diperoleh lebih akurat dan komprehensif.

b. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Desember sampai Mei 2026, diawali dengan tahap pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam serta analisis dokumentasi yang berkaitan dengan penerapan strategi diferensiasi produk pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon.

2. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2020) Penelitian kualitatif merupakan salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk fenomena yang berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh subjek penelitian secara menyeluruh, kemudian disajikan dalam bentuk

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

uraian deskriptif berupa kata-kata dan bahasa dalam konteks alamiah, dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang berfungsi untuk menginterpretasikan setiap fenomena yang diamati. Oleh karena itu, penguasaan teori menjadi penting bagi peneliti agar mampu mengidentifikasi dan menganalisis perbedaan antara konsep teoritis dengan kenyataan yang ditemukan di lapangan (Waruwu Marinu, 2023)

b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu Studi kasus (*Case Studies*) merupakan salah satu metode dalam penelitian kualitatif yang digunakan untuk menelaah secara mendalam suatu fenomena, peristiwa, atau kondisi tertentu melalui pertanyaan penelitian yang biasanya diawali dengan kata “*how*” atau “*why*”. Pendekatan ini berupaya untuk memahami keterkaitan antar peristiwa dalam konteks kehidupan nyata serta menggali perilaku, pandangan, dan pengalaman individu berdasarkan sudut pandang partisipan penelitian (Ilhami et al., 2024).

3. Sumber Data

Data penelitian merupakan sekumpulan informasi yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan penelitian melalui proses pengelolaan data yang sistematis (Abu Bakar, 2021). Dalam suatu penelitian, terdapat dua kategori data, yakni data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber di lapangan melalui interaksi antara peneliti dan informan (Kaharudin, 2021). Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui observasi partisipatif serta wawancara mendalam dengan informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan informan berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun jumlah informan

dalam penelitian ini sebanyak sembilan orang dengan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai berikut:

- 1) Pemilik usaha Konveksi 3 Putri (1 Informan)
 - a) Memiliki keterlibatan langsung dalam menetapkan keputusan yang berkaitan dengan penerapan strategi diferensiasi produk.
 - b) Berpartisipasi secara aktif dalam menentukan model, variasi, serta pengembangan produk yang dihasilkan.
 - c) Melakukan pengawasan langsung terhadap proses produksi untuk menjaga mutu produk.
 - d) Memiliki peran dalam menetapkan kebijakan terkait harga, kualitas dan pelayanan sebagai upaya menciptakan perbedaan produk dengan pesaing.
- 2) Karyawan (5 Informan)
 - a) Karyawan yang terlibat langsung dalam kegiatan produksi
 - b) pemahaman mengenai tahapan dan alur produksi.
 - c) Mengetahui standar kualitas produk yang diterapkan.
- 3) Pelanggan (3 Informan)
 - a) Memiliki Pengalaman dalam penggunaan produk yang dihasilkan.
 - b) Mengetahui variasi dan kualitas produk yang ditawarkan.
 - c) Mampu memberikan tanggapan terhadap produk yang diperolehnya.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan kumpulan informasi yang telah tersedia sebelumnya dan dimanfaatkan sebagai pelengkap dalam kebutuhan data penelitian (Sarjana, 2023). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti, skripsi, jurnal, artikel, buku, dokumen serta sumber lain yang relevan dengan permasalahan yang sedang di dikaji.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif merupakan tahapan yang sangat penting, mengingat tujuan utama penelitian adalah memperoleh data yang relevan dan akurat. Dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan data dilakukan pada kondisi alami dengan memanfaatkan sumber data primer. Adapun teknik yang digunakan meliputi Observasi, wawancara dan dokumentasi, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan mencakup beberapa metode sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian guna memperoleh informasi yang sesuai dengan fenomena yang dikaji. Melalui teknik ini, peneliti dapat mencatat berbagai perilaku, aktivitas, maupun situasi yang terjadi secara alami tanpa melakukan intervensi.

Tujuan dari observasi yaitu untuk memahami kondisi nyata di lapangan secara mendalam, baik terkait individu, kelompok, maupun lingkungan. Oleh karena itu, observasi dianggap sebagai teknik yang efektif dalam penelitian kualitatif karena memberikan gambaran nyata, mendalam, dan menyeluruh tentang objek yang diteliti (Mukhlis Abrar, 2024). Dalam hal ini peneliti melaksanakan observasi secara langsung dengan mengunjungi Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yang ditandai dengan adanya interaksi dialogis antara peneliti dan informan. Proses ini dilakukan melalui kegiatan tanya jawab secara langsung untuk memperoleh informasi yang relevan dengan fokus permasalahan

penelitian. Melalui penerapan teknik wawancara, peneliti dapat menelusuri berbagai fakta, narasi, serta pengalaman informan secara mendalam dan menyeluruh guna memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti (Mukhlis Abrar, 2024). Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini adalah wawancara terstruktur untuk memudahkan proses wawancara menjadi terstruktur dan terarah guna tercapainya tujuan serta mendapatkan informasi secara faktual.

c. Dokumentasi

Menurut Abu bakar (2021), Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui analisis terhadap berbagai sumber, baik tertulis maupun tidak tertulis, yang memuat informasi relevan dengan kebutuhan penelitian. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh data yang mendukung proses analisis dan interpretasi dalam kegiatan penelitian secara sistematis dan terarah. Dalam hal ini peneliti melakukan dokumentasi di lokasi Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon.

1. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan dan interpretasi data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi secara sistematis (Rahmani et al., 2025). Hal ini dilakukan dengan beberapa cara diantaranya, mengorganisasikan data, mengelompokkan ke dalam unit-unit tertentu, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola-pola yang terstruktur, menentukan data yang relevan dan yang akan dianalisis, serta menyusun kesimpulan agar mudah di pahami untuk diri sendiri maupun orang lain.

Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini dengan metode CARL berlandaskan pendekatan kualitatif, yang terdiri dari (*Capability, Assessibility, Readiness, Leverage*). *Capability* adalah kemampuan dalam bentuk SDA, SDM dan lainnya. *Assessibility* adalah

tingkat kemudahan dalam mengatasi permasalahan. *Readiness* adalah kesiapan SDA, SDM, motivasi dan kompetisi. *Leverage* adalah pengaruh antar masalah yang satu dengan yang lainnya

Metode CARL digunakan untuk menetapkan skala prioritas dalam penyelesaian suatu masalah. Metode ini berfokus pada kemampuan dan pelaksanaan kegiatan konveksi dalam mengatasi hambatan keterbatasan dalam menyelesaikan masalah. Proses tahapannya diawali dengan mengidentifikasi permasalahan, dilanjutkan dengan penyusunan tabel kriteria yang diberi penilaian skor, dan diakhiri dengan penentuan prioritas berdasarkan hasil penilaian (Haniah & Bakhri, 2022).

Dalam konteks penelitian ini, *Capability* diartikan sebagai ketersediaan sumber daya internal yang dimiliki usaha konveksi, meliputi aspek permodalan dan kondisi keuangan, pemanfaatan teknologi, serta kelengkapan peralatan produksi. *Assessibility* merujuk pada tingkat kemudahan dalam menghadapi permasalahan operasional, seperti tersedianya bahan baku kain, kemudahan menjangkau konsumen. *Readiness* mencerminkan kesiapan operasional konveksi yang mencakup kesiapan tenaga kerja, sistem kerja dan alur produksi, serta kemampuan memenuhi batas waktu penyelesaian produksi. *Leverage* menggambarkan besarnya dampak strategi terhadap daya saing antar usaha konveksi, tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta potensi peningkatan pembelian ulang (*repeat order*). Berdasarkan uraian tersebut, hasil analisis menggunakan metode CARL kemudian disajikan secara deskriptif untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi yang diteliti.

2. Teknik Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman oleh (Safarudin et al., 2023) bahwa proses analisis data kualitatif dilaksanakan secara interaktif dan berkesinambungan hingga data yang dikumpulkan mencapai titik kejenuhan. Analisis ini terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Ketiga tahapan

tersebut menjadi langkah-langkah penting dalam proses analisis data pada penelitian kualitatif:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses analisis yang dilakukan dengan mengelompokkan, mengarahkan, serta memilah data yang tidak relevan, kemudian mengorganisasikan data yang telah direduksi sehingga menghasilkan gambaran yang lebih jelas. Dari hasil pengamatan dalam bentuk tema-tema tertentu.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahapan analisis yang dilakukan dalam bentuk matrik, maupun diagram. Dalam penelitian kualitatif penyajian data umumnya disajikan dalam bentuk uraian singkat, tabel, bagan, serta hubungan antar kategori.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan proses penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan bersifat sementara dan dapat mengalami perubahan apabila ditemukan bukti yang lebih kuat pada tahap pengumpulan data selanjutnya.

3. Keabsahan Data

Menurut Zuldafrial dalam (Nur et al., 2022) menjelaskan bahwa keabsahan data merupakan “Padanan dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) menurut versi penelitian kualitatif dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria, dan paradigmanya sendiri”. Keabsahan data menjadi upaya penting dalam memastikan data yang di peroleh secara akurat, dapat di percaya serta memenuhi standar ilmiah.

Keabsahan data dalam penelitian ini dijamin melalui triangulasi, yakni penggabungan sebagai metode pengumpulan data untuk memastikan akurasi dan mengurangi bias (Hendro, 2022). Uji kredibilitas dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan *member check* guna memperkuat validitas temuan penelitian.

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara melakukan pemeriksaan terhadap data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumentasi lainnya.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan untuk menguji keabsahan data dengan cara memverifikasi data yang diperoleh dari sumber yang sama, tetapi menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda. Seperti, data yang diperoleh dari observasi kemudian dilakukan pengecekan ulang melalui wawancara.

c. *Member Check*

Member check dilakukan dengan cara mengonfirmasi kembali hasil wawancara atau interpretasi peneliti kepada informan yang sama untuk memastikan bahwa makna yang ditangkap dan dianalisis oleh peneliti sesuai dengan maksud sebenarnya dari informan. Teknik ini bertujuan untuk meminimalisir kesalahan penafsiran serta meningkatkan keakuratan dan kepercayaan terhadap hasil penelitian.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran mengenai isi yang termuat dalam penulisan ini serta mempermudah proses penyusunan karya tulis. Adapun sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara umum permasalahan yang diteliti yang mencakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI: STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DAN LOYALITAS PELANGGAN

Bab ini memuat kajian teori yang digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian. Bab ini menjelaskan mengenai strategi, diferensiasi produk, serta loyalitas pelanggan.

BAB III GAMBARAN UMUM KONVEKSI 3 PUTRI PALIMANAN CIREBON

Pada bab ini memaparkan tentang gambaran umum pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon, profil usaha, sejarah berdirinya, struktur organisasi, jenis produk yang dihasilkan, sistem pemasaran, data produksi.

BAB IV ANALISIS STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONVEKSI 3 PUTRI PALIMANAN CIREBON

Bab ini membahas tentang kemampuan Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon dalam mengidentifikasi permasalahan untuk merumuskan strategi diferensiasi produk, ketersediaan dan pemanfaatan sumber daya dalam mendukung penerapan strategi diferensiasi produk pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon serta peran strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada Konveksi 3 Putri Palimanan Cirebon.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan menyajikan jawaban atas rumusan masalah yang telah di analisis pada bab sebelumnya, sedangkan saran merupakan rekomendasi penelitian berdasarkan hasil temuan penelitian.