

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui inovasi produk antara Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Wajit Legieta dan Wajit Asli Cililin Cap Potret Hj. Siti Romlah. Tujuan penelitian ini diantaranya, untuk mengetahui dan menganalisis profil Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Wajit Legieta dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Wajit Asli Cililin Cap Potret Hj. Siti Romlah, apa saja strategi inovasi produknya, dan analisis komparatif inovasi produknya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pengambilan sampel (informan) dilakukan dengan metode *snowball sampling*, dimana pada awalnya sedikit lama kelamaan menjadi banyak sampai data yang didapat jenuh. Informan dalam penelitian ini berjumlah 4 orang yang terdiri dari 2 orang pemilik dan 2 orang pembeli dari kalangan masyarakat. Teknik analisis yang digunakan adalah model Miles & Huberman Teknik keabsahan data menggunakan 5 teknik yaitu ketekunan pengamat, triangulasi, *membercheck*, bahan referensi dan uraian rinci.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa ada banyak perbedaan dari kedua UMKM wajit. Wajit Legieta lebih banyak berinovasi dari mulai banyak varian rasa diantaranya original, ketan hitam, strawbery, coklat, durian, moka, vanila, dan pandan selain peminatnya banyak produk lebih unggul dipasaran bahkan ekspansi ke luar kota seperti Yogya dan Bogor dan bahkan proses produksi lebih banyak dan cepat setiap harinya dikarenakan mesin produksi sudah modern. Sedangkan UMKM Wajit Asli Cililin Cap Potret Hj. Siti romlah yang merupakan pioner berdirinya wajit pertama di cililin malah bertolak belakang dan tertinggal sangat jauh mereka takut mengambil resiko apabila produk wajit yang mereka produksi di tambah inovasi baru dikarenakan mereka tidak mau menambah biaya tambahan produksi dan tetap mempertahankan warisan leluhur dan menjaga cita rasa dan keasliannya. Dalam aspek kualitas rasa Wajit Asli Cililin Cap Potret Hj. Siti Romlah memang terkenal kelezatannya.

Kata Kunci: Inovasi produk, strategi inovasi dan komparatif inovasi produk.

ABSTRACT

This research was conducted to determine product innovation between the Micro Small and Medium Enterprises (UMKM) Wajit Legieta and Cililin Original Wajit Cap portrait of Hj. Siti Romlah. The objectives of this research are to find out and analyze the profile of Wajit Legieta Micro and Medium Enterprises (UMKM) and Micro and Small and Medium Enterprises (UMKM) Wajit Original Cililin Cap portrait of Hj. Siti Romlah, what are the product innovation strategies, and the comparative analysis of product innovations.

This study uses qualitative methods with the type of case study research. Sampling (informants) is done by the method of snowball sampling, where at first it gradually becomes a lot until the data obtained is saturated. Informants in this study amounted to 4 people consisting of 2 owners and 2 buyers from the community. The analysis technique used is the Miles & Huberman model. The data validity technique uses 5 techniques, namely observer perseverance, triangulation, member checking, reference material and detailed description.

The results of this study show that there are many differences between the two Wajit SMEs. Wajit Legieta innovates more from many flavors such as original, black sticky rice, strawberries, chocolate, durian, mocha, vanilla, and pandanus. In addition to the demand, many products are superior in the market and even expand out of cities like Yogyakarta and Bogor and even more production processes. and fast every day because of modern production machines. While the SMEs Wajit Original Cililin Cap Portrait of Hj. Siti Romlah, who is the pioner for the establishment of the first wajit in Cililin, is in fact contradicted and left very far behind. They are afraid to take risks if the products they produce add new innovations because they do not want to add additional production costs and still maintain their ancestral heritage and maintain their taste and authenticity. . In the effect quality of the original taste of Cililin Cap portrait of Hj. Siti Romlah is indeed famous for its deliciousness.

Keywords: *Product innovation, innovation strategy and comparative product innovation.*