

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang Penelitian**

Teknologi yang semakin canggih, adalah salah satu faktor pendorong perkembangan dunia industri sekarang ini. Tak hanya industri jasa dan manufaktur yang mengalami peningkatan, tetapi industri kerajinan atau industri kreatif juga menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, industri kreatif merupakan salah satu industri yang memiliki peranan penting dalam menunjang perekonomian Indonesia karena total ekspor untuk produk dari industri kerajinan dan industri kreatif semakin meningkat, dengan semakin berkembangnya suatu bidang usaha pasti akan banyak usaha sejenis yang bermunculan, hal ini juga terjadi pada industri kerajinan yang mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Dalam persaingan yang semakin ketat perusahaan harus memiliki daya saing yang cukup kuat untuk dapat terus bersaing dengan perusahaan lainnya terutama perusahaan sejenis. Setiap perusahaan pasti memiliki strategi yang berbeda dalam mencapai keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan (Styagraha, 1994). Kotler & Amstrong (2005) menyatakan keunggulan kompetitif sebagai keunggulan di atas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai kepada konsumen, baik melalui harga

yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih manfaat yang mendukung pendapatan harga mahal. Keunggulan bersaing juga dapat berasal dari berbagai aktivitas perusahaan seperti dalam hal merancang, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya.

Keunggulan bersaing menurut Porter (1990) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Porter, beberapa cara untuk memperoleh keunggulan bersaing antara lain dengan menawarkan produk atau jasa dengan harga minimum (*cost leadership*), menawarkan produk atau jasa dengan yang memiliki keunikan dibanding pesaingnya (*differentiation*), atau memfokuskan diri pada segmen tertentu (*focus*). Keunggulan bersaing menjadi kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global.

Banyak faktor yang menentukan keunggulan bersaing, salah satunya adalah dengan melakukan inovasi produk. Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seseorang individu atau unit pengguna lainnya. Inovasi produk akan menciptakan berbagai desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan pelanggan (Prajogo & Sohal, 2003). Perusahaan dapat melakukan berbagai inovasi dengan membuat berbagai macam desain produk, dan menambah nilai guna suatu barang, selain itu perusahaan juga dapat melakukan inovasi dalam bidang 1) inovasi produk seperti pada barang, jasa, ide dan tempat. 2) inovasi manajemen seperti pada proses kerja, proses produksi,

keuangan pemasaran dan lain-lain. Inovasi sangat penting bagi sebuah perusahaan. Inovasi produk juga merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat. Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi produk yang pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan bersaing pada perusahaan tersebut. Perusahaan menciptakan inovasi produk dengan berbagai macam desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, sehingga inovasi produk adalah salah satu cara perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaing.

Kelom Geulis merupakan produk kerajinan masyarakat Tasikmalaya hasil kreatifitas yang memiliki nilai fungsi sekaligus memiliki nilai estetis. Kelom diambil dari bahasa Belanda 'kelompen' yang artinya sandal kayu, geulis sendiri berasal dari bahasa Sunda yang artinya cantik yang berarti sandal kayu yang cantik. Kelom geulis terbuat dari kayu mahoni atau albasia yang dibuat secara manual dengan menggunakan tangan (Daya Tarik Sandal Kelom Geulis Tasik, <http://news.liputan6.com/daya-tarik-sandal-kelom-geulis-tasik>). Agar tampak menarik kelom geulis diberi hiasan dengan menggunakan cukilan atau digambar langsung pada bagian kelom, adapun cara pewarnaannya dengan menggunakan kuas atau dengan airbrush, penerapan pahatan pada kelom geulis dibentuk dengan garis-garis yang tegas, yang pada umumnya berupa motif-motif bunga.

Keberadaan kelom geulis merupakan barang konsumtif sebagai perilaku membeli atau memakai, dalam perkembangannya produksi kelom geulis sangat sensitif terhadap perubahan model yang ditunjang oleh gaya hidup yang

menyertainya. Oleh karena itu, para perajin selalu dituntut untuk menyeimbangkan kelesuan yang ditunjang oleh kebosanan konsumen. Produk kelom geulis umumnya dipakai oleh para wanita dari mulai remaja sampai para ibu rumah tangga, kelom geulis digunakan untuk melengkapi busana yang dipakainya sehingga menambah daya tarik bagi pemakainya.

Berikut tabel 1.1 yang menunjukkan meningkatnya jumlah Pengusaha Kelom Geulis di Daerah Gobras Tamansari Kota Tasikmalaya :

**Tabel 1.1**

**Jumlah Sub Pengrajin Kelom Geulis**

<b>JUMLAH PENGRAJIN “KELOM GEULIS“</b>	
<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengrajin</b>
2016	85
2017	89
2018	91

Sumber: Data BPS Kota Tasikmalaya Tahun 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pengrajin “Kelom Geulis” mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya. Hal ini disebabkan adanya peningkatan penjualan dalam sektor industry kreatif yang ada di Kota Tasikmalaya, dengan adanya persaingan bisnis yang semakin ketat maka dibutuhkan kreativitas khusus dalam menghasilkan produk- produk “Kelom Geulis” agar memiliki keunggulan bersaing dengan produk kelompok geulis dari pengusaha lainnya.

Ketatnya persaingan bisnis manufaktur sektor industry kreatif, perubahan selera konsumen, serta perubahan sosial ekonomi memunculkan berbagai tantangan dan peluang dalam bisnis tersebut. Sehingga Para pengusaha Kelom

Geulis di wilayah Gobras sebagai salah satu pelaku usaha industry kreatif, harus bisa membuat pilihan terbaik tentang apa yang menjadi kebutuhan konsumen dan bagaimana memenuhi kebutuhan atau permintaan konsumen tersebut. Untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut diperlukan suatu strategi dalam meraih keunggulan bersaing dan menentukan cara mencapai keunggulan tersebut. Dalam menciptakan kondisi keunggulan bersaing tersebut, Para pengusaha kelom geulis di wilayah Gobras terus mengembangkan penerapan strateginya terutama melalui inovasi produk. Dengan produk yang inovatif berupa berbagai macam motif dalam produk Kelom Geulisnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Meike Supranoto (2009) diperoleh bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Serta berdampak positif terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Suendro (2010) menemukan bahwa inovasi berpengaruh terhadap peningkatan kinerja pemasaran perusahaan yang berarti bahwa semakin baik inovasi produk yang dihasilkan oleh perusahaan akan meningkatkan jumlah pelanggan atau menaikkan kinerja pemasaran. Temuan ini dipertergas dengan kajian dari Hartanti *et,all* (2013) berpendapat bahwa untuk meningkatkan kinerja pemasaran dibangun oleh inovasi antara lain melalui inovasi teknis dan inovasi produk. Konsekuensinya akan meningkatkan kinerja pemasaran berupa volume penjualan yang meningkat, jumlah pelanggan yang bertambah serta kemampuan untuk menciptakan laba kepada pemiliknya. Namun hasil temuan ini tidak sesuai dengan temuan dari Jaworski & Kohli (1993) menyatakan bahwa kinerja

pemasaran hanya dipengaruhi oleh orientasi pasar, tenaga kerja, dan faktor lingkungan bukan oleh inovasi.

Temuan dari Li (2000) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif antara keunggulan bersaing dengan kinerja yang diukur melalui volume penjualan, tingkat keuntungan, pangsa pasar, dan *return on investment*. Selanjutnya temuan dari Dewi (2006) yang menemukan bahwa keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan semakin meningkatkan kinerja perusahaan dalam bidang pemasaran. Kedua temuan ini semakin mempertegas peran variabel keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan. Namun penelitian dari Gozali, *et.,all* (2015) menyatakan bahwa sebaliknya kinerja pemasaran yang mempengaruhi keunggulan bersaing, atau dengan kata lain bahwa semakin baik kinerja pemasaran akan semakin meningkatkan keunggulan bersaing dari perusahaan.

Produk Kelom Geulis merupakan produk kerajinan hasil olahan kayu khas Kota Tasikmalaya yang paling banyak disukai dan digemari oleh para konsumen yang ada di Kota Tasikmalaya pada umumnya, dan Kecamatan Tamansari pada khususnya. Usaha penjualan kelom geulis ini, rata-rata dilakukan/digeluti oleh para wirausahawan yang tergolong sebagai pengusaha mikro, kecil, menengah (UMKM). Kelom Geulis di Wilayah Gobras memiliki keunikan dalam bentuk, warna dan desain sandal yang bisa dipakai baik untuk aktivitas sehari-hari maupun dalam aktivitas formal dan dijual dengan harga rata-rata Rp 30.000 s/d Rp. 65.000 per buah.

Hasil wawancara awal penelitian dengan Manager UKM Kelom Geulis Kayungyun, ERN Kelom Geulis dan Sheny Kelom Geulis yang ada di wilayah Gobras terdapat permasalahan yang dihadapi dalam Ketiga UKM Kelom Geulis tersebut. Ketiganya menyatakan produk Kelom Geulis mereka mudah ditiru karena segi motif yang cenderung monoton, sedangkan salah satu dimensi dari keunggulan bersaing adalah produk yang tidak mudah ditiru, kondisi tersebut mengindikasikan adanya permasalahan pada keunggulan bersaing. Selain itu dari hasil wawancara dengan ketiga Manager tersebut juga menyatakan bahwa, para konsumen banyak yang berpaling ke produk sandal yang lebih murah, sedangkan salah satu dimensi dari keunggulan bersaing adalah tidak mudah digantikan, kondisi tersebut mengindikasikan bahwa ada permasalahan pada dimensi keunggulan bersaing. Dari hasil penelitian awal yang peneliti yang lakukan pada ketiga UKM Kelom Geulis tersebut dalam pengembangan inovasi produk berupa coraknya sering kali di tiru oleh para pesaingnya. Sehingga berdampak pada Kinerja Bisnis UKM Kelom Geulis yang ada di wilayah Gobras menurun. Selain itu hal tersebut juga disebabkan oleh masih lemahnya dukungan dari sektor pemerintah daerah terhadap para pengusaha Kelom Geulis di Gobras Tasikmalaya terutama pada UKM Kelom Geulis Kayungyun, ERN Kelom Geulis dan Sheny Kelom Geulis menjadi terkesan sulit berkembang. Hal ini disebabkan karakteristik dari ketiga UKM Kelom Geulis tersebut masih terkonsentrasi pada produk tradisional, dan bukan produk yang dibutuhkan dalam skala besar. Oleh karena itu para pengusaha Kelom Geulis di wilayah Gobras harus terus berupaya untuk mengembangkan strategi yang efektif guna membangun, mempertahankan, dan

meningkatkan keunggulan bersaing, tentunya harus didukung oleh inovasi produk yang dimiliki dengan baik.

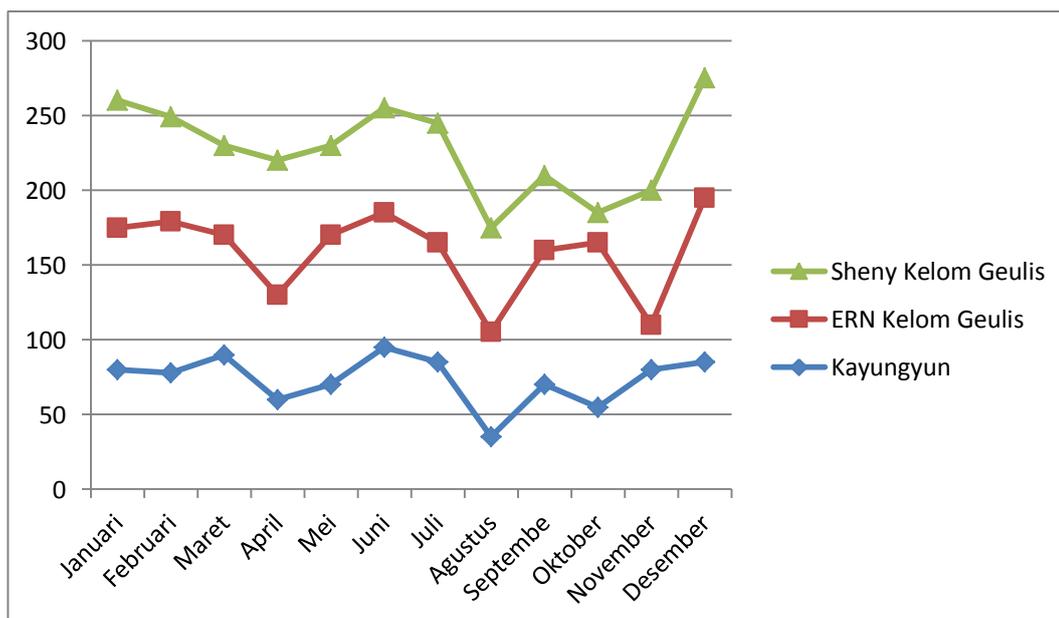
Melihat bahwa kinerja organisasi UKM bidang produk kreatif cenderung masih lemah diduga diakibatkan rendahnya keunggulan bersaing sebagai penyebabnya dan penyebab rendahnya keunggulan bersaing tersebut disinyalir akibat dari rendahnya Inovasi produk yang dilaksanakan, hal ini terlihat dari masih adanya indikasi permasalahan yaitu Tidak ada inovasi produk berarti yang dilakukan oleh setiap UKM Kelom Geulis khususnya pada UKM Kelom Geulis Kayungyun, ERN Kelom Geulis dan ShenY Kelom Geulis. Penurunan kinerja perusahaan penjualan yang terjadi pada ketiga perusahaan ini merupakan salah satu dampak yang terjadi akibat persaingan Produk Kelom Geulis yang semakin diramaikan dengan adanya produk sejenis.

Selain itu permasalahan lainnya yang peneliti dapatkan dari hasil penelitian awal adalah kurang strategi keunggulan bersaing yang dilaksanakan oleh setiap perusahaan dimana hal ini terindikasi dari masih adanya permasalahan yaitu ketiga perusahaan yang menjadi objek dalam penelitian ini kurang memperhatikan keunikan dari setiap produk yang dijual sekain itu penentuan harga yang ditetapkan oleh ketiga perusahaan tersebut pun menurut sebagian konsumen masih di rasa mahal.

Kurangnya inovasi produk dan penerapan strategi keunggulan bersaing yang ditetapkan oleh ketiga perusahaan tersebut mempengaruhi kinerja perusahaan dalam hal penjualan produk kelom geulis, sehingga target penjualan

produk kelom geulis yang telah ditentukan oleh perusahaan belum tercapai. Hal tersebut menjadi masalah bagi perusahaan, antara lain dalam hal sebagai berikut:

**Gambar 1.1**  
**Grafik Penjualan Produk Kelom Geulis di Wilayah Gobras Tasikmalaya Tahun 2018**



Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2019

Dari grafik di atas dapat dijelaskan laba di UKM Kelom Geulis Kayungyun, ERN Kelom Geulis dan Sheny Kelom Geulis mengalami penurunan, dapat dilihat dari tabel penjualan di atas, dimana pada tabel di atas menunjukkan bahwa terjadi penurunan penjualan di tahun 2018 pada ketiga perusahaan tersebut yang menjadikan laba perusahaan menurun dan jauh dari target yang diinginkan oleh perusahaan.

Bertolak dari fenomena pentingnya inovasi dan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha dan hasil kajian empiris yang telah dipaparkan di atas maka mendorong penulis untuk mengkaji lebih lanjut dalam bentuk penulisan Usulan Penelitian dengan judul. Pengaruh Inovasi Produk, terhadap Keunggulan

Bersaing dan Dampaknya Terhadap kinerja perusahaan kelom Geulis di Gobras Tasikmalaya (Survey Pada Tiga Perusahaan Kelom Geulis)

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Adapun Identifikasi Masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Inovasi Produk Kelom Geulis pada perusahaan Kelom Geulis di Wilayah Gobras
2. Bagaimana Keunggulan Bersaing Produk Kelom Geulis pada perusahaan Kelom Geulis di Wilayah Gobras
3. Bagaimana kinerja perusahaan pengrajin Kelom Geulis di Wilayah Gobras

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan yang telah di ungkapkan dalam Identifikasi masalah maka tujuan yang ingin di capai oleh peneliti adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Inovasi Produk Kelom Geulis pada perusahaan pengrajin Kelom Geulis di Wilayah Gobras
2. Keunggulan Bersaing Produk Kelom Geulis pada perusahaan pengrajin Kelom Geulis di Wilayah Gobras
3. Kinerja perusahaan pengrajin Kelom Geulis di Wilayah Gobras
4. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan pengrajin kelom geulis di Wilayah Gobras Tasikmalaya

#### **1.4. Kegunaan Hasil Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada pembaca sebagaimana yang terurai berikut:

1. Kegunaan teoritis

Sebagai bahan informasi dan bahan pengayaan bagi ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Operasional.

2. Kegunaan praktis

sebagai salah satu sumber panduan dan rekomendasi bagi pelaku kegiatan Manajemen yang menjalankan usahanya.

3. Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing serta dampaknya terhadap Kinerja Perusahaan.

4. Pelaku usaha (UMKM)

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh pengusaha UMKM di bidang jasa maupun produksi sebagai strategi melakukan pemasaran sehingga dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang maksimal melalui inovasi produk dan keunggulan bersaing.

#### **1.5. Lokasi Dan Jadwal Penelitian**

##### **1.5.1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Wilayah Gobras Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya sebagai salah satu sentra produk Kelom Geulis di Kota

Tasikmalaya.

### **1.5.2. Jadwal Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 5 bulan yaitu mulai dari bulan Februari sampai dengan Juni 2019. Untuk lebih jelasnya jadwal penelitian terlampir pada lampiran I.