

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Bisnis dewasa ini sudah sangatlah pesat, dari mulai bisnis kecil atau yang dikenal sebagai UMKM sampai perusahaan yang sudah memiliki nama besar dengan manajemen yang sudah bagus. Akibatnya, persaingan bisnis berjalan semakin kompleks. Banyak dari para pengusaha atau pebisnis menawarkan produk maupun jasanya dengan berbagai cara agar konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang dijual.

Semakin banyak pesaing, maka semakin banyak cara yang dilakukan para pengusaha menarik konsumen agar tertarik untuk membeli produknya. Tetapi, tidak semua cara akan berjalan dengan lancar dan meraup banyak keuntungan. Tidak sedikit dari mereka yang merugi atas cara yang mereka lakukan. Maka dari itu, para pebisnis harus gencar dalam melakukan sebuah strategi. Bisnis bukan hanya tentang sebuah keuntungan yang nantinya, akan tetapi memikirkan pula resiko yang kemungkinan akan terjadi. Memikirkan *planning* dan membuat *planning* cadangan dalam membangun sebuah bisnis itu harus dilakukan dalam menjaga bisnis itu agar tetap berdiri. Dampak positif dan dampak negatifnya pun perlu diperhatikan untuk meminimalisir sebuah resiko.

Inovasi merupakan salah satu cara dalam mempertahankan sebuah bisnis. Perusahaan dapat mengeluarkan ide-ide kreatif mereka dalam menciptakan sebuah produk atau memperbaiki produk yang sudah ada sebelumnya. Konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari

suatu produk yang dibutuhkan, konsumen juga memperlihatkan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis dalam mengkonsumsi produk, perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk di pasar, karena sebagian besar produk pesaing tampil statis dari tahun ke tahun.¹

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa. Mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen dalam minat dan keputusan pembelian adalah hal penting, sebab dengan pengetahuan dasar yang baik mengenai perilaku konsumen akan dapat memberikan masukan yang berarti bagi perencanaan strategi pemasaran.

Sebuah produk sangat berperan penting untuk menarik minat konsumen. Dari segi kualitas produk, desain produk, bahkan harga dari produk itu sendiri. Ketika produk tersebut sudah memenuhi kriteria konsumen maka kemungkinan besar konsumen akan merasa puas. Inovasi produk adalah suatu pengembangan produk baru yang dihasilkan dari hasil kerja sama antar bagian dari beberapa kajian yang dilakukan supaya dapat menghasilkan produk baru yang sesuai dengan keinginan pelanggan baik dari segi kualitas varian produk dan desain produk guna meningkatkan pertumbuhan penjualan.²

¹ Heri Setiawan, *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang*, Vol. 8. Hlm. 12

² Sandi Wiranata, Surnita dan Syarkani, Yofi. *Inovasi Produk (Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing, Koordinasi Lintas Fungsi)*, (Sukabumi : CV Jejak, 2021) hlm. 64

Melalui sebuah inovasi, besar harapan dari mereka untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau memperbaiki dari yang telah ada sebelumnya.

Royani hijab merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang *fashion* dengan produk utamanya adalah hijab. Berdiri pada tahun 2016, di mulai dengan pemilik hanya berkeliling dari rumah ke rumah mencari konsumen sampai sekarang berkembang cukup baik dan sudah mempunyai tempat/toko pribadi.

Berdasarkan pengamatan Penulis memang terdapat beberapa permasalahan. Beberapa konsumen pun mengeluhkan permasalahan yang ada. Diantaranya, kurangnya Variasi Produk, Manajemen Perusahaan yang kurang dikarenakan kurangnya Sumber Daya Manusia. Akibatnya Royani Hijab kurang bersaing dengan usaha-usaha yang serupa dan kurang menarik perhatian konsumen. Target pasar Royani Hijab sendiri adalah perempuan muslim dari semua kalangan usia, mulai dari Anak-anak sampai dewasa dan lansia. Namun Penulis menyadari bahwa selama Penulis melakukan riset atau pengamatan ditemukan lagi masalah yaitu pengunjung Royani Hijab adalah mayoritas perempuan usia dewasa dan lansia, namun di kalangan remaja atau milenial dirasa sangat kurang. Sehingga pokok permasalahan utama di Royani Hijab ini adalah mengenai Inovasi Produk dan Minat Konsumen.

Untuk capaian atau target masa depan dari Royani Hijab itu sendiri adalah dapat membuat produk sendiri, mempunyai *brand* sendiri,

Berdasarkan Latar Belakang Masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ”**Analisis Strategi Pengembangan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Royani Hijab.**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang muncul adalah kurangnya inovasi produk dalam menarik minat konsumen yang mengakibatkan Royani Hijab kurang berkembang. Kemudian dari masalah yang muncul dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian, antara lain :

1. Apa saja indikator Inovasi Produk dalam menarik minat beli konsumen di Royani Hijab?
2. Bagaimana strategi untuk mengembangkan Inovasi Produk di Royani Hijab?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui indikator-indikator Inovasi Produk yang menarik minat beli konsumen di Royani Hijab.
2. Mengetahui strategi dalam mengembangkan Inovasi Produk di Royani Hijab

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

- a. Sebagai wujud implementasi perbandingan teori yang didapatkan di perkuliahan dengan yang sebenarnya terjadi di lapangan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam pengembangan dan penyempurnaan penelitian sebelumnya

2. Kegunaan Praktisi

Penelitian ini dapat digunakan salah satu sebagai bahan evaluasi serta pemberian saran kepada perusahaan mengenai sebuah Inovasi.

3. Kegunaan Umum

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sebuah Inovasi dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen di Royani Hijab. Kegunaan penelitian ini bagi masyarakat adalah dapat mengetahui sebuah inovasinya.