

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pakaian adalah salah satu kebutuhan dasar yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia sehari-hari. Tidak hanya itu, pakaian juga dipandang sebagai identitas diri dan pembeda strata sosial. Hal itu dilihat dari semakin baik manusia berpakaian menggambarkan strata sosial yang tinggi. Peminat mode saat ini pun semakin bervariasi, dari kalangan anak-anak, remaja, orang tua, laki-laki maupun perempuan. Indonesia tak lepas dari perkembangan fungsi pakaian seperti yang telah dijelaskan diatas, hal ini digambarkan dengan banyaknya desainer Indonesia dengan karya yang merepresentasikan identitas budaya Indonesia, seperti batik dan kebaya (budpar.go.id, 19-05-2013,20:15)

Bandung adalah salah satu kota yang terkenal sebagai pusat mode, tingginya permintaan masyarakat akan kebutuhan fashion membuat desainer kota Bandung menjadi lebih meningkat kualitasnya. Karya-karya mereka menjadi lebih beragam ditinjau dari sisi kualitas dan kuantitasnya (kartikatoast.com, 19-05-2013, 21:00). Di kota Bandung, kawasan Dago, Riau, Trunojoyo, dan Sultan Agung menjadi pusat perkembangan bisnis fashion. Hal tersebut terlihat dengan makin banyaknya pusat perbelanjaan yang menyediakan bermacam-macam jenis busana terbaru seperti Departement Store, Factory Outlet, Distribution Store, Clothing Company.

Tingginya tingkat persaingan antar *clothing/Distro* yang ada di kota

Bandung khususnya Jalan Trunojoyo dan sekitarnya yang menawarkan berbagai macam produk yang inovatif semakin mempertajam persaingan bisnis *clothing/Distro*. Apabila pelaku usaha tidak memiliki keunggulan dalam bersaing, maka akan menimbulkan nilai negatif pada produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha tersebut, sehingga konsumen akan beralih pada produk pesaing bahkan para konsumen akan mengatakan ketidakpuasan mereka terhadap jasa atau produk yang diberikan terhadap pihak lain.

Orientasi kewirausahaan yang diterapkan oleh pelaku usaha sangat menentukan keunggulan bersaing pada produk yang diberikan. Menurut **Ginsberg (2011)**, pengertian orientasi kewirausahaan sebagai kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif dan mau mengambil risiko untuk memulai atau mengelola usaha. Selain orientasi kewirausahaan yang diterapkan pelaku usaha, faktor yang dapat memperkuat keunggulan bersaing pada jasa atau produk dapat dilihat dari inovasi desain produk yang diberikan kepada konsumen.

Inovasi desain produk itu sendiri merupakan salah satu unsur yang digunakan dalam meningkatkan keunggulan dalam bersaing. Pengenalan dan aplikasi inovasi dalam desain produk yang dilakukan oleh pelaku usaha harus memunculkan ide, proses, produk atau jasa, dan prosedur yang baru dalam pekerjaannya, kemudian dirancang untuk menguntungkan pekerjaan, tim kerja, atau organisasi tersebut. Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai fungsi produk yang sesuai dengan kebutuhan, tetapi juga memperhatikan apakah produk tersebut memiliki nilai tambah dibanding dengan produk sejenis lainnya. Keinginan-keinginan itulah yang

kemudian ditangkap produsen sebagai acuan untuk membuat produk yang inovatif. Peluncuran produk baru tidaklah mudah, banyak perusahaan terpaksa menghentikan aktivitasnya, dikarenakan produknya kurang laku sebagai akibat kurang disukainya produk tersebut oleh konsumen. Kurangnya pengembangan inovasi dalam desain produk yang dilakukan pelaku usaha, dan harga yang terlalu mahal tentunya akan menimbulkan lemahnya keunggulan bersaing yang di ciptakan. Maka hal ini, mengharuskan para pelaku usaha memiliki orientasi kewirausahaan dan melakukan inovasi pada desain produk guna lebih teliti dalam memilih bahan produk dengan mutu yang terbaik, bahan yang higienis, dan menarik minat konsumen untuk mengungguli persaingan antar pelaku usaha *distro*.

Penulis melakukan penelitian survey awal pada *Clothing Speedtuner* Trunojoyo melalui kuesioner dan juga wawancara. Berikut ini hasil kuesioner dan wawancara secara langsung kepada para pelaku usaha dengan jumlah 32 responden, yang disajikan dalam bentuk tabel:

**Tabel 1.1**  
**Survey Awal Orientasi Kewirausahaan**

PERTANYAAN	JAWABAN	
	Ya	Tidak
Pelaku usaha mampu mengembangkan design baru yang akan dipasarkan	60%	40%
Pelaku usaha mampu menyusun startegi dalam bisnis yang dijalankan	30%	70%
Pelaku usaha mampu mencari solusi atas kendala yang terjadi	40%	60%
Pelaku usaha memiliki sifat ingin mengungguli pesaing	70%	30%

*Sumber: Data diolah penulis*

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 32 responden yang dilakukan penulis, terdapat permasalahan pada pelaku usaha *clothing Speedtuner* Trunojoyo, yaitu sebesar 70% menyatakan belum mampu menyusun strategi dalam bisnis yang dijalankan. Dan sebesar 60% pelaku usaha *Clothing Speedtuner* belum mampu mencari solusi atas kendala yang terjadi.

Hasil kuesioner diperkuat dengan wawancara yang dilakukan kepada 20 pelaku usaha mengenai Orientasi Kewirausahaan, yang mana hal ini penulis menyimpulkan bahwa pada dua pernyataan diatas responden 70% dan 60% memilih “tidak” karena minimnya pengetahuan dan pengalaman pada pelaku usaha.

**Tabel 1.2**  
**Survey Awal Inovasi Desain Produk**

PERTANYAAN	JAWABAN	
	Ya	Tidak
Produk yang diberikan kepada konsumen belum mencapai kreativitas yang tinggi	40%	60%
Berbagai macam tawaran produk yang tersedia sudah maksimal	70%	30%
Pelaku usaha perlu melakukan penambahan nilai kualitas produk	80%	20%
Menciptakan ide guna mencapai inovasi produk yang tinggi	80%	20%

*Sumber: Data diolah penulis*

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 32 responden yang dilakukan penulis, terdapat permasalahan pada pelaku usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo, yaitu sebesar 80% pelaku usaha berpendapat perlu dilakukannya penambahan nilai kualitas produk. Sebesar 80% pelaku usaha mengungkapkan perlunya menciptakan ide untuk mencapai inovasi produk yang maksimal.

Hasil kuesioner diperkuat dengan wawancara yang dilakukan kepada 20 pelaku usaha mengenai Inovasi Desain Produk, dimana hal ini penulis menyimpulkan bahwa para pelaku usaha mengungkapkan bahwa produk yang diberikan kepada konsumen kualitasnya masih kurang maksimal, karena kurangnya ide-ide baru yang strategis dan berbeda dari pesaing, hal tersebut membuktikan bahwa pengembangan pada inovasi desain produk dirasa masih kurang.

**Tabel 1.3**  
**Survey Awal Keunggulan Bersaing**

PERTANYAAN	JAWABAN	
	Ya	Tidak
Harga produk yang ditawarkan tergolong mahal	60%	40%
Produk mempunyai ciri khas khusus yang susah untuk ditiru pesaing.	80%	20%
Perusahaan menawarkan produk yang berkualitas tinggi daripada pesaingnya.	30%	70%
Perusahaan bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibanding dengan pesaing.	90%	10%

*Sumber: Data diolah penulis*

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 32 responden yang dilakukan penulis, terdapat permasalahan pada para pelaku usaha, yaitu sebesar 60% mengatakan harga produk yang ditawarkan tergolong mahal dan 70% kualitas produk yang diberikan oleh pelaku usaha tidak lebih tinggi daripada pelaku usaha lainnya tau pesaing.

Hasil kuesioner diperkuat dengan wawancara yang dilakukan kepada 20 pelaku usaha mengenai Keunggulan Bersaing, dimana penulis menyimpulkan

bahwa sebagian besar dari pelaku usaha mengatakan bahwa produk yang dijual oleh *Speedtuner* tergolong mahal. Dan kualitas produk yang ditawarkan oleh *Speedtuner* masih kurang untuk unggul dari para pesaingnya. Hal itu pun membuat *Speedtuner* tidak mencukupi untuk mengungguli persaingan pada produk yang dimiliki.

Secara garis besar berdasarkan fenomena, kuesioner survey awal serta wawancara yang dilakukan oleh penulis usaha pelaku usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo, pelaku usaha belum mampu menyusun strategi dalam menjalankan bisnisnya dan belum mampu mencari solusi atas kendala yang terjadi. Perlunya penambahan nilai kualitas produk *Speedtuner* dan perlunya menciptakan ide untuk mencapai inovasi produk yang maksimal, harga produk *Speedtuner* yang ditawarkan tergolong mahal dan kualitas produk yang ditawarkan oleh *Speedtuner* masih kurang untuk unggul dari para pesaingnya.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI DESAIN PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Studi Kasus pada Pelaku Usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo)”**

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah dan fenomena yang terdapat pada pelaku usaha distro diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

1. Pelaku usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo belum mampu menyusun strategi dalam bisnis yang dijalankan.
2. Pelaku usaha belum mampu memberikan solusi atas kendala yang terjadi.
3. Kreativitas produk yang diberikan oleh pelaku usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo belum mencapai kreativitas yang tinggi.
4. Produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo masih belum memiliki perbedaan dengan produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha lainnya.
5. Produk yang diberikan oleh pelaku usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo harganya terlalu mahal dan kualitasnya tidak lebih tinggi daripada pelaku usaha lainnya dengan kata lain kualitas yang diberikan tidak lebih baik daripada pesaingnya.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas maka pokok rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan responden tentang Orientasi Kewirausahaan pada Pelaku Usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo.
2. Bagaimana tanggapan responden tentang Inovasi Desain Produk pada Pelaku Usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo.
3. Bagaimana tanggapan responden tentang Keunggulan Bersaing pada Pelaku Usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo.

4. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Desain Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Pelaku Usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo secara parsial maupun secara simultan.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data, fakta, dan informasi yang diperlukan sesuai dengan uraian yang terdapat pada rumusan masalah mengenai Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Desain Produk yang berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing. Selain itu diinterpretasikan guna usulan penelitian pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Orientasi Kewirausahaan pada Pelaku Usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Inovasi Desain Produk pada Pelaku Usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Keunggulan Bersaing pada Pelaku Usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Desain Produk terhadap Keunggulan bersaing pada Pelaku Usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo secara parsial maupun simultan.



## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

#### 1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan pelaku usaha dapat mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Desain Produk terhadap Keunggulan Bersaing, kemudian nantinya dapat dijadikan bahan pertimbangan dan evaluasi terhadap masalah yang dihadapi guna mengambil langkah yang bijaksana selanjutnya untuk tujuan pelaku usaha *Clothing Speedtuner* Trunojoyo.

### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

#### 1. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini diharapkan penulis dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan pada dunia nyata berdasarkan fenomena yang terjadi, serta menambah cara berpikir dalam pengetahuan dan pengalaman, wawasan yang lebih luas dengan belajar sebagai peneliti dalam menganalisis suatu masalah kemudian mengambil keputusan dan kesimpulan.

#### 2. Bagi Pembaca (Pihak Lain)

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang bermanfaat, guna mengetahui bagaimana fenomena yang terjadi dan bagaimana penyelesaiannya.

### 3. Bagi Pengembangan Ilmu

Sebagai bahan informasi bagi mahasiswa atau peneliti-peneliti lain yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut. Serta sebagai wujud dharma bakti kepada Universitas Komputer Indonesia pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen dengan Spesialisasi Manajemen Bisnis pada khususnya.

## **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan, penulis melakukan penelitian di *Original Store Speedtuner* yang berada di Jln.Trunojoyo, Kota Bandung, Jawa Barat Indonesia.

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan mulai pada bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Agustus 2019. Adapun jadwal penelitian yang dilaksanakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

