

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi ini bermunculan pesaing yang memiliki inovasi baru yang dapat menarik konsumen pasar, maka dari itu setiap usaha apapun dituntut untuk memiliki kemampuan lebih dan menciptakan Inovasi Produk baru yang menarik pelanggan (konsumen) agar dapat bersaing di era ini. Tujuannya agar tetap bisa membangun usahanya dan juga dapat bersaing dengan pesaing usaha lainnya untuk meraih keuntungan. Salah satunya dengan memanfaatkan Teknologi Informasi, di era ini sudah banyak industri maupun usaha yang memanfaatkan Teknologi agar produknya dapat dikenal lebih mudah dengan memposting di Media sosial sebagai media Teknologi informasi yang berkembang saat ini. Teknologi Informasi dan juga Inovasi Produk sangat berpengaruh terhadap keunggulan daya saing di era ini. Dengan pemanfaatan Teknologi Informasi yang baik tentu saja membantu Pengusaha atau pembisnis dalam memasarkan atau menjual produknya dan tentu saja di barengi dengan Inovasi Produk yang tentu saja harus seimbang agar dapat bersaing di pasaran di era globalisasi saat ini

Kota Bandung sebagai kota wisata terutama cibaduyut memiliki daya tarik bagi pendatang. Seperti yang sudah di ketahui sebelumnya bahwa Industri

Cibaduyut adalah salah satu industri yang memproduksi sepatu yang menggunakan bahan baku kulit yang sudah terkenal kualitasnya. (<https://medium.com/@vermonalumbangaol/cibaduyut-produk-lokal-daya-saing-internasional-da8c16563543>)

Tetapi dalam menjalankan bisnisnya industri sepatu Cibaduyut menghadapi berbagai masalah, terutama masalah yang berkaitan dengan kurangnya daya saing. Minimnya daya saing yang disebabkan oleh pelaku industri sepatu Cibaduyut tidak menerapkan faktor daya saing baik yang bersifat eksternal maupun internal. Juga Masyarakat lebih memilih Sepatu *import* sehingga daya saing bisnis sepatu Cibaduyut ini melemah sehingga usaha sepatu Cibaduyut mengalami penurunan, karena kebanyakan pemilik industri ini masih menggunakan cara kuno atau masih tradisional dalam memasarkan produknya alias masih menjual produknya hanya di toko dan belum memanfaatkan teknologi informasi secara baik. (sumber perpustakaan.upi.edu. 2016)

Seperti yang di lansir Tempo , Kalangan pengusaha sepatu menyatakan industri dalam negeri sulit menyaingi produk impor, khususnya Cina. Harga jual sepatu impor di tingkat retail, yang lebih murah 20 persen dibanding sepatu lokal, dituding menjadi salah satu penyebabnya. Mahalnya

harga sepatu lokal akibat 60 persen bahan bakunya harus diimpor, seperti kulit sintetis, karet, dan plastik.

Anggota Dewan Penasihat Asosiasi Persepatuan Indonesia (Aprisindo), Djimanto, menyatakan, untuk mengimbangi produk Cina, produsen lokal berusaha menekan pemakaian bahan baku impor. Komposisi pasar sepatu lokal dan impor 50:50. Pedagang berharap bisa menaikkan komposisi pasar lokal menjadi 60:40 (sumber Tempo : 2011). Dan juga yang di lansir oleh Detik bahwa Sepatu-sepatu impor dari China 'membangiri' pasar Indonesia seperti yang terjadi di pusat perbelanjaan Blok M Square, Jakarta Selatan. Pamor produk sepatu lokal mulai meredup, namun produk sepatu Cibaduyut Bandung, masih bertahan di tengah serbuan barang impor. memang sepatu Cibaduyut dan sepatu lokal lainnya sulit ditemui di Blok M Square. Namun produk sepatu made in Cibaduyut masih tetap meramaikan pusat perbelanjaan ini terutama di bagian Mal Blok M, di bawah terminal Blok M. (Detik Finance : 2013)

Disini dapat disimpulkan bahwa sebenarnya produk sepatu kulit dalam Negeri masih bisa bersaing di pasaran, namun hanya saja karena perbedaan harga 20% dapat mempengaruhi pasar dan permintaan terhadap produk lokal. Perbedaan harga ini di akibatkan oleh bahan baku yang di gunakan oleh pengrajin sepatu lokal harus masih meng import dari luar, sehingga ada perbedaan harga yang lumayan. Namun untuk kualitas produk lokal sendiri

khususnya cibaduyut masih jauh lebih unggul dibanding produk Cina yang di import kebanyakan di sini.

Pada penelitian sebelumnya menyatakan bahwa Pada dasarnya teknologi informasi merupakan suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dengan berbagai cara untuk membuat atau menghasilkan informasi yang berkualitas. Dengan kata lain, teknologi informasi adalah suatu teknologi untuk menghasilkan sebuah informasi yang relevan, strategis, akurat dan tepat waktu, untuk berbagai kepentingan seperti keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan.

Salah satu wujud dari teknologi informasi adalah seperangkat komputer dan jaringan yang digunakan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lain sesuai dengan kebutuhan dan fasilitas yang dibutuhkan. Semakin cepat dan semakin aman jaringan dan komputer yang digunakan, semakin cepat dan semakin aman pula informasi yang dihasilkan dan diperoleh dari intervensi orang lain. Teknologi Informasi (TI) termasuk salah satu aspek penting dari tata kelola organisasi secara keseluruhan. Pengelolaan TI yang baik akan menjamin efisiensi dan pencapaian kualitas layanan yang baik bagi tujuan organisasi (Burdefira, 2013). Penerapan teknologi komunikasi informasi yang bisa digunakan untuk menunjang sistem penjualan adalah E-commerce. E-commerce adalah penjualan yang dilakukan

melalui media elektronik. Menurut Surawiguna (2010) mendeskripsikan e-commerce sebagai salah satu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang berfokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa baik. Oleh karena itu, perusahaan saat ini sudah banyak yang menyediakan layanan online baik sebagai pengganti atau sebagai tambahan untuk layanan offlinenya yang tradisional.

Kata inovasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *innovation* yang bermakna segala hal yang baru atau pembaharuan. Kata inovasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dimaknai sebagai pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru, penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode atau alat). Menurut Yamin dan Maisah (2012:61) inovasi merupakan suatu ide baru yang dapat diaplikasikan dengan harapan dapat menghasilkan atau dapat memperbaiki sebuah produk, proses maupun jasa. Selanjutnya Rusdiana (2014:27) menjelaskan inovasi adalah gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang dan kebaruannya itu bersifat relatif.

Keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama. Menurut Djodjoko dan

Tawas (2014:2017) menyatakan keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Strategi yang didesain bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang terus menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpin pasar.

Untuk mendukung Fenomena yang terjadi dalam penelitian ini maka peneliti melakukan survey awal kepada 11 responden. Berikut adalah tabel fenomena survey awal (sementara) yang sudah didapatkan :

Tabel 1.1

Survey awal Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Responden Daerah Industri Sepatu Cibaduyut

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah toko anda sudah menggunakan teknologi informasi dengan baik sehingga pekerjaan (dalam hal jual beli) lebih mudah ?	3 (23,1%)	10 (76,9%)
2	Apakah dengan menggunakan Teknologi Informasi dapat mempertinggi efektifitas?	10 (76,9%)	3 (23,1%)

Dapat dilihat dari hasil tersebut berasal dari survey awal yang dilakukan kepada 13 responden bahwa 3 responden atau 23,1% menyatakan

bahwa dengan menggunakan Teknologi Informasi dapat menjadikan pekerjaan menjadi lebih mudah dan juga 10 responden atau 76,9% menyatakan bahwa dengan menggunakan Teknologi informasi tidak dapat menjadikan pekerjaan menjadi lebih mudah (mereka belum menggunakan teknologi informasi dengan maksimal). Berasal dari survey awal yang dilakukan kepada 13 responden bahwa 10 responden atau 76,9% menyatakan bahwa dengan menggunakan Teknologi Informasi dapat mempertinggi efektifitas kerja, dan 3 responden atau 23,1% menyatakan bahwa dengan menggunakan Teknologi Informasi tidak dapat mempertinggi efektifitas kerja. Dapat dari dilihat dari hasil tersebut bahwa Teknologi informasi dapat mempertinggi efektifitas dalam bekerja di industri Sepatu Cibaduyut namun mereka belum menggunakannya dengan maksimal.

Tabel 1.2

**Survey awal Pemanfaatan Inovasi Produk Pada Responden Daerah
Industri Sepatu Cibaduyut**

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah Perusahaan anda sudah melakukan pengembangan produk?	3 (23,1%)	10 (76,9%)
2.	Apakah Perusahaan anda sudah mengikuti perubahan zaman dalam hal pengembangan produk?	8 (61,5%)	5 (38,5%)

Dapat dilihat dari hasil tersebut berasal dari survey awal yang dilakukan kepada 13 responden bahwa 3 Responden atau 23,1% Sudah melakukan pengembangan Produk dan 10 atau 76,9% responden menyatakan bahwa mereka belum atau tidak melakukan pengembangan produk. Dapat dilihat dari data tersebut sebagian besar belum melakukan pengembangan produk sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan pelaku usaha masih belum maksimal melakukan Inovasi pada produk Sepatu Cibaduyut. Berasal dari survey awal yang dilakukan kepada 13 responden bahwa 8 responden atau 61,5% menyatakan mereka sudah mengikuti perkembangan zaman meski jumlahnya belum maksimal, dan juga 5 responden atau 38,5% menyatakan bahwa mereka belum atau tidak mengikuti perkembangan zaman pada produk mereka. Dapat dilihat dari data awal tersebut bahwa inovasi produk memiliki masalah pada bagian mengembangkan produk.

Tabel 1.3

**Survey awal Keunggulan Bersaing Pada Responden Daerah Industri
Sepatu Cibaduyut**

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah harga yang diberikan sudah dapat bersaing di pasaran?	6 (46,2%)	7 (53,8%)
2.	Apakah anda sudah membangun hubungan dengan pelanggan agar dapat mengetahui kebutuhan pelanggan dengan harapan pelanggan loyal?	6 (46,2%)	7 (53,8%)

Dapat dilihat dari hasil tersebut berasal dari survey awal yang dilakukan kepada 13 responden bahwa 6 responden atau 46,2% menyatakan bahwa Harga yang diberikan sudah dapat bersaing, dan 7 responden atau 53,8% menyatakan bahwa harga yang diberikan tidak dapat bersaing dipasaran. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa harga yang diberikan sebagian besar belum dapat bersaing di pasaran. Berasal dari survey awal yang dilakukan kepada 13 responden bahwa 6 responden atau 46,2% bahwa baru 6 responden yang sudah membangun hubungan dengan pelanggan, sedangkan 7 responden atau 53,8% belum membangun hubungan dengan pelanggan sehingga tidak dapat mengetahui kebutuhan pelanggan dan juga sulit mendapatkan pelanggan yang loyal. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa sebagian besar pengusaha

industri sepatu Cibaduyut baru sebagian yang menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga masih sedikit yang sudah dengan mudah mendapatkan informasi keinginan pelanggan seperti apa dan tentunya dengan hal ini terjadi maka pelanggan sudah pasti loyal. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi atau hubungan yang baik dengan pelanggan merupakan strategi yang baik dan termasuk keunggulan bersaing yang efektif dengan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan maka semakin mudah pula untuk mengetahui sasaran pasar.

Berdasarkan hal-hal tersebut maka penulis melakukan penelitian dengan judul :

“ Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Sepatu Cibaduyut. ”

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Keefektifan terhalang oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan Teknologi.
2. Pelaku Usaha Sepatu Cibaduyut belum melakukan Perubahan atau inovasi sehingga sulit bersaing karena terlalu monoton.

3. Belum maksimalnya kemampuan pelaku usaha dalam bersaing di pasaran (belum optimal).

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulis mencoba merumuskan masalah berikut :

1. Bagaimana Tanggapan Responden mengenai Teknologi Informasi Pada Usaha Sepatu Cibaduyut?
2. Bagaimana Tanggapan Responden mengenai Inovasi Produk Pada Usaha Sepatu Cibaduyut?
3. Bagaimana Tanggapan Responden mengenai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Sepatu Cibaduyut?
4. Seberapa Besar Pengaruh Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing baik secara parsial dan simultan Pada Usaha Sepatu Cibaduyut?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan sebagaimana data perumusan mengenai “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Sepatu Cibaduyut.”

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Teknologi Informasi Pada Usaha Sepatu Cibaduyut.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Inovasi Produk Pada Usaha Sepatu Cibaduyut.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Sepatu Cibaduyut.
4. Untuk mengetahui besarnya Pengaruh Teknologi Informasi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing baik secara parsial dan simultan Pada Usaha Sepatu Cibaduyut.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi penulis dan juga perusahaan.

Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan dan memperbaiki kinerja dan juga sistem agar lebih baik lagi.

Dan bagi pihak lain dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sebuah informasi yang bermanfaat sebagai referensi sarana bisnis atau usaha.

1.4.2. Kegunaan Akademis

Dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana cara melakukan sebuah penelitian yang baik dan benar dan juga serta menambah wawasan tentang teori tentang Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing. Serta hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian ini adalah Pusat Sepatu Cibaduyut, Bandung. Alamat nya terletak di Jl. Cibaduyut Raya No.7, Kb. Lega, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai pada bulan April sampai dengan bulan Mei 2020.