BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Penelitian

Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka perusahaan-perussahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negri. Untuk itu setiap perusahan dituntut untuk selalu mengerti dan memahmi apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada dilingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya, sudah seharunya perusahaan berupaya untuk meminimalisasi kelemahan-kelemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk mampu memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menguasai persaingan.

Proses industrialisasi dan pengembangan industri merupakan salah satu jalur kegiatan dalam suatu usaha secara menyeluruh untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, dalam arti tingkat hidup yang lebih maju maupun taraf hidup yang lebih bermutu. Pola pengembangan industri merupakan suatu fungsi dari tujuan pokok kesejahteraan rakyat bukan merupakan kegiatan yang mandiri hanya sekedar mencapai fisik saja . Dengan demikian, industrialisasi memiliki peran penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi secara

berkelanjutan, dan meningkatkan produksi fisik masyarakat melalui perluasan lapangan usaha dan memperluas lapangan kerja.

Kabupaten Cirebon merupakan salah satu wilayah yang memiliki berbagai potensi unggulan di bidang industri, baik itu industri yang berskala besar, kecil, dan menengah, seperti industri tekstil, industri rotan, industri sandal dan industry konveksi. Masuknya berbagai industri di Kabupaten Cirebon, telah memberi perubahan terhadap perekonomian masyarakat setempat.

Perkembangan industri salah satunya di bidang konveksi saat ini sangat pesat, banyak sekali konveksi bermunculan dikarenakan bertambahnya minat konsumen terhadap pakaian yang dapat dipesan sesuai dengan keinginan konsumen. Melihat kondisi ini, banyak individu maupun pekerja lainnya yang beralih profesi dari pekerjaanya untuk terfokus di bidang konveksi. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih berbagai pakaian yang ditawarkan oleh konveksi. Untuk itu produsen memerlukan strategi dengan tujuan mencapai keunggulan bersaing.

Tingginya tingkat persaingan yang ada dirasakan oleh perusahaan konveksi. diantaranya adalah kurangnya kreativitas dalam proses pengembangan ide-ide yang kreatif, sehingga menuntut perusahaan-perushaan untuk menerapkan strategi yang relevan dengan kondisi perusahaan dan lingkungan yang terus berubah. Perusahaan harus tetap berupaya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Kemajuan Konveksi sepenuhnya tergantung dari kemampuan

perusahaan untuk menciptakan dan menumbuhkan daya saing yang dapat menyesuaikan diri dengan cepat perubahan yang terjadi.

Usaha konveksi dipaksa untuk siap menghadapi persaingan yang semakin ketat karena selera konsumen selalu berubah dalam memilih produk, menuntut perusahaan untuk lebih berinovasi dalam menghasilkan suatu produk, dengan kata lain perusahaan harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.

Inovasi harus mampu membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Jika perusahaan dapat memperhatikan desain serta membuat inovasi baru, maka akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk dan pelanggan akan merasa puas dalam menggunakan produk tersebut.

Dengan semakin ketatnya persaingan tersebut maka perusahaan harus memahami bagaimana cara untuk mengelola berbagai sumber daya yang dimilikinya. Kunci penting untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuan perusahaan untuk menciptakan daya saing.menyatakan bahwa daya saing dapat dicapai apabila perusahaan mampu memberikan nilai yang lebih kepada pelanggan dari apa yang diberikan oleh pesaingnya. Daya saing dapat berasal dari berbagai aktivitas perusahaan seperti dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya.

Kemajuan industri konveksi yang pesat tersebut ternyata tidak diimbangi dengan inovasi dan kreativitas yang tinggi oleh pengusaha konveksi sehingga

berkurangnya daya saing khususnya yang terjadi pada perusahaan Konveksi Nazwa Collection.

Penulis memiliki data penjualan dari Konveksi Nazwa Collection periode Mei-Oktober pada tahun 2015

Tabel 1. 1

Laporan Data Penjualan Beberapa Konveksi di Pasar Baru Mei – Oktober 2015

Bulan	**Nazwa Collection**	**Lusi Konveksi**	**Alfa Omega**	**Star Konveksi**
	Jenis Atasan	**Jenis Atasan**	**Jenis Atasan**	**Jenis Atasan**
Mei	200 kodi	300 kodi	250 kodi	230 kodi
Juni	185 kodi	230 kodi	210 kodi	205 kodi
Juli	193 kodi	200 kodi	195 kodi	175 kodi
Agustus	110 kodi	100 kodi	157 kodi	157 kodi
September	167 kodi	170 kodi	200 kodi	225 kodi
Oktober	171 kodi	300 kodi	285 kodi	277 kodi

Sumber : data penjualan konveksi di pasar baru15

Menurut Samsul pemilik Konveksi Nazwa Collection pada 6 Bulan terakhir penjualan mengalami penurunan, konsumen yang biasanya seminggu sekali datang mulai berkurang.

Untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Konveksi Nazwa Collection, penulis melakukan penyebaran kuesioner awal kepada 20 responden. Hasil survey awal dapat dilihat pada table di bawah in

Tabel 1. 2

Kuesioner Inovasi Produk

PERNYATAAN	YA	TIDAK
Nazwa Collection selalu up to date dalam membuat Produk	**11 (55%)**	**9 (45%)**
Pegawai memiliki kemampuan dalam membuat desain yang up to date	**8 (40%)**	**12 (60%)**
Nazwa Collection selalu berusaha mengembangkan produk	**5 (25%)**	**15 (75%)**

Sumber : data yang diolah 2015

Dengan data demikian, untuk kuesioner *Inovasi* terlihat bahwa ada permasalahan. Sebesar 60% responden secara lansung menjawab tidak, dan sebesar 40% menjawab ya.

Tabel 1. 3

Kuesioner Kreativitas Desain

PERNYATAAN	YA	TIDAK
Harga jual produk Nazwa Collection bersaing	**13 (65%)**	**7 (35%)**
Nazwa Collection selalu berusaha membuat produk yang berkualitas	**7 (35%)**	**13 (65%)**
Produk yang dihasilkan Nazwa Collection	**12 (60%)**	**8 (60%)**

Sumber : data yang diolah 2015

Kelemahan dari *Konveksi Nazwa Collection* dilihat dari *Kreativitas desain* yaitu masih kurangnya ide untuk pembuatan desain baru. Dapat dlihat dari survei yaitu sebesar 57% mengatakan tidak.

Tabel 1. 4

Kuesioner Daya Saing

PERNYATAAN	YA	TIDAK
Harga Jual produk Nazwa Collection bersaing	**6 (30%)**	**14 (70%)**
Nazwa Collection selalu berusaha membuat produk yang berkualitas	**11 (55%)**	**9 (45%)**
Produk yang dilakukan Nazwa Collection baik dalam hal design/model	**8 (40%)**	**12 (60%)**

Sumber : data yang diolah 2015

Dan untuk kuesioner yang terakhir mengenai *Daya Saing*, dapat kita perhatikan bahwa terdapat 58,3% responden mengatakan tidak, dapat diartikan bahwa terdapat permasalahan pada Konveksi Nazwa Collection.

Dinamika yang terjadi pada industri konveksi di Desa Tegal Gubug khususnya pada perusahaan Konveksi Nazwa Coleection merupakan sesuatu hal yang menarik untuk diteliti. Oleh karena itu, penulis terdorong untuk melakukan pengkajian lebih dalam terhadap permasalahan yang terdapat pada industri konveksi di pasar sandang tegalgubug Cirebon. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis mengambil judul **"Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Desain Terhadap Daya Saing Pada Konveksi Nazwa Collection di kabupaten cirebon".**

1.2 Identifikasi dan rumusan masalah

1.2.1 Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian diatas makan permasalahan yang teridentifikasi ialah sebagai berikut:

1. Inovasi produk masih kurang.
2. Kurangnya kreativitas desain pada pembuatan model/desain konveksi.
3. Daya saing Konveksi Nazwa Collection masih rendah.

1.2.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana inovasiproduk yang dilakukan pada Konveksi Nazwa Collection.
2. Bagaimana kreativitas desain yang dilakukan pada Konveksi Nazwa Collection.
3. Bagaimana daya saing pada Konveksi Nazwa Collection.
4. Seberapa besar pengaruh Inovasi produk dan Kreativitas desain terhadap Daya Saing Pada Konveksi Nazwa Collection di kabupaten cirebon secara parsial.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.2 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui inovasi produk yang dilakukan pada Konveksi Nazwa Collection.
2. Untuk mengetahui kreativitas desain yang dilakukan pada Konveksi Nazwa Collection.
3. Untuk mengetahui daya saing pada Konveksi Nazwa Collection.
4. Untuk mengetahuiseberapa besar pengaruh Inovasi produk dan Kreativitas desain terhadap daya saing Pada Konveksi Nazwa Collection di kabupaten cirebon secara parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun tulisan ini penulis harapkan bisa memberikan manfaat bagi banyak pihak yang menggunakan tulisan ini, antara lain:

1.4.1 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini penulis mengharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu penelitian ini sebagai bahan masukan bagi pihak Konveksi Nazwa Collection atau sebagai bahan analisis dalam Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Desain Terhadap Daya Saing Pada Konveksi Nazwa Collection di kabupaten cirebon.

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Desain Terhadap Daya Pada Konveksi Nazwa Collection di kabupaten cirebon.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Penulis

   Hasil penelitian ini merupakan pengalaman berharga dimana penulis dapat menambah wawasan mengenai Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Desain Terhadap Daya Saing Pada Konveksi Nazwa Collection di kabupaten cirebon.

2. Bagi Peneliti Lain

   Hasil penelitian ini berguna untuk peneliti lain dalam menambah Ilmu dan sumber penelitian yang berguna bagi peneliti lain.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti maka peneliti mengadakan penelitian pada Konveksi Nazwa Collection.

1.5.2 Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan Proposal Usulan penelitian ini dilaksanakan pada Nazwa Collection. Adapun

waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama 4 bulan yang di mulai dari bulan Oktober 2015 sampai dengan Februari 2015

Tabel 1. 5

Waktu Penelitian

NO.	Uraian	Waktu Kegiatan																			
		Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Survey tempat Penelitian																				
2.	Melakukan Penelitian																				
3.	Mencari Data																				
4.	Membuat Proposal																				
5.	Seminar																				
6.	Revisi																				
7.	Peneltian Lapangan																				
8.	Bimbingan																				
9.	Sidang																				