BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal 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.

Dengan semakin ketatnya persaingan tersebut maka perusahaan harus memahami apa dan bagaimana cara untuk mengelola berbagai sumber daya yang dimilikinya. Kunci penting untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuan perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing. Narver dan Slater (1990, p.21) menyatakan bahwa keunggulan bersaing dapat dicapai apabila perusahaan mampu memberikan nilai yang lebih kepada pelanggan dari apa yang

diberikan oleh pesaingnya. Keungguan bersaing dapat berasal dari berbagai aktivitas perusahaan seperti dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya. Masing- msing aktivitas ini hrus diarahkan untuk mendukung posisi biaya relayif perusahaan dan menciptakan dasar untuk diferensiasi.

Dalam tingkat persaingan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi yang tidak dapat dibendung maka suatu produk perusahaan akan tumbuh berkembang sampai pada suatu titik, dimana produk tersebut nantinya akan sulit dibedakan antara satu dengan yang lain. Agar menang dalam suatu persaingan maka dalam memasarkan produk saat ini produsen tidak hanya berdasaran kualitas produk saja, tetapi juga tergantung dari strategi yang diterapkan oleh perusahaan.

Usaha cake yo & yo Bandung sudah lumayan lama muncul, tepatnya pada tahun 2008-an. Cake yo & yo Bandung memproduksi kue basah dan ku kering. Saat itu usaha cake yo & yo masih dilancarkan dengan mesin tradisional. Pada awalnya cake yo & yo dalam memasarkan produknya berupa pesanan saja, lama kelamaan usaha ini makin berkembang mempunyai toko dan memproduksi produknya setiap hari. Usaha cake yo & yo berletak di jl. Haur pancuh N0 29 Bandung.

Menurut Frances Hesselbien dan Rob Johnson (2002), bahwa kreativitas adalah sebagai proses pengembangan ide-ide berguna dan baru, apa pun itu, seperti perkembangan dari apa yang sudah ada tau dobrakan yang menggembrakan dunia, yang lebih banyak mencakup hal dari pada peluncuran produk baru atau proyek tim. Tingginya tingkat persaingan yang ada tidak hanya

dirasakan oleh perusahaan-perusahaan besar tetapi dialami juga oleh perusahaan kecil di Bandung seperti cake yo & yo Bandung. Perubahan – perubahan yang terjadi dalam usaha bisnis cake yo & yo Bandung, diantaranya adalah kurangnya kreativitas dalam proses pengembangan ide-ide yang kreatif, disebabkan perusahaan takut menghadapi resiko. Tingkat persaingan yang terjadi semakin ketat didalam usaha kue terjadi akibat berkurangnya pangsa pasar 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 cake yo & yo Bandung sepenuhnya tergantung dari kemampuan perusahaan untuk menciptakan dan menumbuhkan daya saing yang dapat menyesuaikan diri dengan cepat perubahan yang terjadi.

Selain kreativitas, inovasi produk juga dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai keunggulan bersaing. Menurut Nelly dkk (2001) bahwa, inovasi produk menunjukan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau di kembangkan yang berhasil dipemasaran. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk. Menurut Parry (1997, p.64) menjelaskan bahwa daya saing suatu produk merupakan salah satu fakor penentu dari kesuksesan produk baru (hingga suatu produk inovasi harus mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk lain sejanis). Keunggulan daya saing tersebut tidak lepas dari pengembangan produk inovasi yang dihasilkan sehingga akan memepunyai keunggulan dipasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan. Pelanggan umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif

sesuai dengan keinginan mereka. Bagi perusahaan keberhasilan dalam melakukan inovasi produk berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya. Hal ini menuntut kepandaian perusahaan dalam perubahan desain produk perusahaan harus nengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan. Mengenali selera pelanggannya sehingga inovasi yang dilakukannya pada akhirnya memang sesuai keinginian pelanggannya. Dengan demikian inovasi produk harus benar-benar direncanakan dan dilakukan dengan cepat.

Menurut Porter (2008) persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Oleh karena itu untuk menghadapi persaingan yang dari hari ke hari semakin ketat maka setiap perusahaan harus mampu membaca peluang keunggulan bersaing yang dimilikinya. Perusahaan cake yo & yo kurang mampu bersaing dengan perusahan lain karena disebabkan oleh kurangnya keunikan produk memberikan sesuatu yang unik atau khas pada produk, yang mungkin sebelumnya tidak pernah dilakukan oleh perusahaan, tentu dapat meningkatkan daya saing lebih optimal jika dibandingkan sebelum dilakukan inovasi.

Pada bisnis usaha cakes yo & yo Bandung yang merupakan perusahaan kue. Hasil wawancara dengan konsumen sementara pada tanggal 26 Maret tahun 2012 menyatakan bahwa produk kue basah dan kue kering pada cake yo & yo kurang bervariasi dalam rasa, bentuk, dan jenis kue kurang kreativitas dan inovasi dari sipembuat cake yo & yo Bandung sehingga tidak mampu bersaing dengan perusahaan lainnya, misalnya pada jenis roti yang monoton tidak ada keanekaragaman sehingga konsumen bosan dengan produk cakes yo & yo

Bandung. Akibatnya konsumen atau pelanggan cake yo & yo pindah keperusahaan lain. Untuk memenuhi kepuasan mereka Untuk itu diperlukan untuk menerapkan kreativitas dan inovasi sehingga perushaan dapat mencapai keberhasilan usahanya. Kalau dilihat dari kreativitas cake yo & yo keahlian dan motivasi dalam kemampuan mengembangkan ide-ide barunya kurang sehingga produk cake yo & yo tiap bulanya selalu monoton tidak ada keanekaragaman. Inovasi produk cake yo & yo masih dinilai kurang karena disebabkan cake yo & yo desain produk tidak ada perubahan desain dan keunikan produk kurang sehingga konsumen bosen dengan produk cake yo & yo, dan daya saing pada bisnis cake yo & yo bandung tidak mempunyai keunggulan produk sehingga produk cake yo & yo tidak bisa menguasai pasar. Adapun jenis-jenis cake yang diproduksi oleh cake yo & yo antara lain: Jenis cake basah yaitu : bolu kukus, wajit, lapis, putu ayu, molen, donat stroberi. adapun cake kering yaitu : onde ketawa, biji ketapang, kue coklat bulat, nastar berisi seleai nanas, nastar kacang, putri salju.

Tabel 1.1

Penjualan produk kue basah Cake Yo & Yo

2012

Jenis Kue Basah	Periode			
	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Bolu kukus	Rp.4.500.000	Rp.3.282.000	Rp.3.078.000	Rp.2.400.000
Wajit	Rp.1.129.500	Rp.1.200.000	Rp.750.000	Rp.300.000
Lapis	Rp.2.400.000	Rp.2.250.000	Rp.1.899.000	Rp.1.200.000
Putu Ayu	Rp.4.500.000	Rp.4.500.000	Rp.3.225.000	Rp.3.000.000
Molen Pisang	Rp.3.996.000	Rp.3.600.000	Rp.2.925.000	Rp.2.700.000
Donat stroberi	Rp.2.650.000	Rp.2.250.000	Rp.1.350.000	Rp.450.000

Sumber: Data penjualan cake yo & yo Bandung dan Hasil wawancara dengan ibu Gingin Saginah selaku pemilik usaha cake yo & yo Bandung.

Tabel 1.2

Penjualan produk kue kering cake Yo & Yo

2012

Jenis Kue Kering	Periode			
	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Onde Ketawa	Rp.1.035.000	Rp.900.000	Rp.855.000	Rp. 720.000
Biji Ketapang	Rp.1.125.000	Rp.1.080.000	Rp. 675.000	Rp.675.000
Putri Salju	Rp.2.100.000	Rp.1.425.000	Rp.825.000	Rp.375.000
Nastar Kacang	Rp.3.255.000	Rp.2.625.000	Rp.2.625.000	Rp.2.100.000
Nastar selai nanas	Rp.2.415.000	Rp.1.995.000	Rp.1.050.000	Rp.630.000
Nastar Coklat Keju	Rp.3.360.000	Rp.2.625.000	Rp.2.625.000	Rp.2.415.000

Sumber: Data penjualan cake yo & yo Bandung dan Hasil wawancara dengan ibu Gingin Saginah selaku pemilik usaha cake yo & yo Bandung.

Berdasarkan tabel 1.1 tampak bahwa nilai penjualan kue cake yo & yo Bandung mengalami kondisi yang tidak tetap. Kue basah tahun 2012 pada triwulan II mengalami penurunan 10,92%, triwulan III mengalami penurunan 22,57%, dan triwulan IV mengalami penurunan 24,02% pada semua jenis kue basah. Adapun juga nilai penjualan pada kue kering tahun 2012 pada , triwulan II mengalami penurunan sebesar 19,86%, triwulan18,45% III mengalami penurunana sebesar ,dan Triwulan IV mengalami penurunan sebesar 20,385%. Menurut sumber dari penjualan cake yo & yo Bandung kondisi yang tidak stabil ini dipengaruhi oleh kurangnya kreativitas dan berinovasi dalam pembuatan produknya. Hal ini dikemukakan oleh konsumen cake yo & yo Bandung survey dilakukan pada konsumen 30 orang dinyatakan bahwa produk kue basah dan kue

kering pada cake yo & yo Bandung dapat disebabkan karena perusahaan cake yo & yo bandung kurang kreativitas dalam keahlian membuat produk-produk kue yang kreatif dan kurangnya inovasi produk diantaranya faktor perubahan desain yang monoton tidak ada perubahan, inovasi teknis yang tidak bisa menghasilkan kue sesuai permintaan konsumen dan pengembangan produk tidak adanya penambahan jenis-jenis kue mengakibatkan konsumen bosen dengan produk cake yo & yo Bandung sehinga daya saing cake yo & yo Bandung kurang berjalan lancar karena kurangnya kreativitas dan inovasi produk terutama dalam karena keunnggulan produk.

Seperti yang dikatakan kreativitas dan inovasi produk itu baru bermanfaat sebagai daya saing jika memiliki kemampuan yang lebih baik dari kompetitor. Jadi, jika sebuah produk dari perusahaan A sama baiknya dengan perusahaan B, Itu bukan daya saing yang sesungguhnya, jadi kreativitas dan inovasi itu akan bermanfaat kalau memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing.

Berdasarkan dari uraian di atas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan kajian dan memfokuskan pada bisnis usaha cakes yo & yo Bandung. Yang dituangkan dalam penulis skripsi dangan **"PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVSI PRODUK TERHADAP DAYA SAING USAHA pada Bisnis Usha Cake Yo & Yo Bandung ".**

1.2 Identifikasi dan Rumusah Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

perusahaan cake yo & yo bandung kurang kreativitas dalam keahlian membuat produk-produk kue yang kreatif dan kurangnya inovasi produk diantaranya faktor perubahan desain yang monoton tidak ada perubahan, inovasi teknis yang tidak bisa menghasilkan kue sesuai permintaan konsumen dan pengembangan produk tidak adanya penambahan jenis-jenis kue mengakibatkan konsumen bosen dengan produk cake yo & yo Bandung sehinga daya saing cake yo & yo Bandung kurang berjalan lancar karena kurangnya kreativitas dan inovasi produk terutama dalam karena keunnggulan produk.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, bahwa kreativitas sangatlah berkaitan dengan inovasi. Dalam rangka meningkatkan penerapan kreativitas dan inovasi produk pada cake yo & yo Bandung, maka tersusun identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kreativitas pada bisnis cake yo & yo Bandung.
2. Bagaimana inovsi produk pada bisnis cake yo & yo Bandung.
3. Bagaimana daya saing usaha pada bisnis cake yo & yo Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kreativitas dengan daya saing usaha pada bisnis cake yo & yo Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh inovasi produk dengan daya saing usaha pada bisnis cake yo & yo Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap daya saing usaha cake yo & yo Bandng yang akan penulis gunakan dalam rangka menyusun penelitian.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kreativitas cake yo & yo Bandung.
2. Untuk mengetahui inovasi produk cake yo & yo Bandung.
3. Untuk mengetahui daya saing usaha cake yo & yo Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kreativitas terhadap daya saing usaha pada bisnis cake yo & yo Bandung.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh inovasi produk terhadap daya saing usaha pada bisnis cake yo & yo Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dari tujuan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini akan bermanfaaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Hasil penelitian ini diharapkan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi semua kalangan baik bagi aspek keilmuan (teoritis) maupun bagi aspek guna laksana (praktis).

1.4.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan masukan pada bisnis usaha cake yo & yo Bandung dalam menentukan kebijakan yang berhubungan dengan keativitas, inovasi produk dan daya saing usaha pada bisnis cake yo & yo Bandung.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Untuk pengembangan ilmu manajemen bisnis, memberikan referensi tentang kreativitas dan inovasi produk terhadap daya saing usaha. Serta mengetahui bagaimana aplikasi dikehidupan nyata, sehingga menjadi tambahan pengetahuan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan usulan penelitian ini, penulis melakukan penelitian di cake yo & yo Bandung. Adapun waktu penelitian sebagaimana digambarkan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 1.3

Jadwal Kegiatan Penelitian

Ket	Bulan			
	Maret	April	Mei	Juni

angan	1				1				1				1			
Pengajuan Judul																
Pencarian Data																
Pengolahan Data																

Penulisan Laporan																