BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Melonjaknya jumlah pelaku usaha belakangan ini tentunya mengakibatkan persaingan pasar menjadi semakin ketat. Bahkan sekarang ini persaingan antara pengusaha yang satu dengan pelaku usaha lainnya sudah dalam kondisi yang semakin kompleks, sehingga masing-masing perusahaan kini berlomba menciptakan inovasi-inovasi baru untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya.

Menggunakan inovasi baru untuk menghadapi persaingan pasar ternyata cukup efektif untuk memenangkan pasar yang ada. Tanpa adanya inovasi dari para pelaku usaha, bisa dipastikan konsumen akan cepat bosan dan bisnisnya pun akan tenggelam di tengah ramainya persaingan. Karena itulah, para pelaku usaha kecil maupun besar dituntut untuk selalu berinovasi baik dalam urusan internal perusahaan maupun untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan. De Jong & Den Hartog (2010) merinci lebih mendalam proses inovasi dalam 4 tahap sebagai berikut:

1. Melihat kesempatan
2. Mengeluarkan ide
3. Implementasi
4. Aplikasi

Untuk melakukan inovasi, tentunya perusahaan memerlukan teknologi yang baik dan tepat. Teknologi juga sangat berpengaruh pada inovasi yang akan dilakukan karena inovasi mengikuti perkembangan zaman atau perkembangan pasar sehingga produk yang dihasilkan tersebut menarik dan mampu bersaing dengan produk yang telah lebih dulu menguasai pangsa pasar yang ada. Sehingga strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi sangat berpengaruh terhadap daya saing produk perusahaan. Menurut Prayitno dalam Ilyas (2001), teknologi adalah seluruh perangkat ide, metode, teknik benda-benda material yang digunakan dalam waktu dan tempat tertentu maupun untuk memenuhi kebutuhan manusia. Sedangkan menurut Miarso (2007:62) Teknologi adalah proses yang meningkatkan nilai tambah, proses tersebut menggunakan atau menghasilkan suatu produk , produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada, dan karena itu menjadi bagian integral dari suatu sistem.

Tinggi rendahnya daya saing seseorang/organisasi/instansi tergantung kepada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dalam kewilayahan (daerah), Tumar Sumihardjo (2008: 37-38) mengidentifikasi tentang indikator utama dan spesifik sebagai penentu daya saing. Ruang lingkup daya saing pada skala makro meliputi: "(1) perekonomian daerah, (2) keterbukaan, (3) sistem keuangan, (4) infrastruktur dan sumber daya alam, (5) ilmu pengetahuan dan teknologi, (6) sumber daya alam, (7) kelembagaan, (8) governance dan kebijakan pemerintah, dan (9) manajemen dan ekonomi mikro."

Dengan demikian, strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi sangat berpengaruh terhadap peningkatan daya saing suatu perusahaan.

Tak banyak jenis olahraga yang mampu bermetamorfosis menjadi sarana hiburan, sarana komunikasi, dan akhirnya menjadi gaya hidup. Meski tak semata merupakan jenis olahraga, aktivitas bersepeda tampaknya menjadi fenomena. Bersepeda tumbuh menjadi hobi yang sangat populer, menjawab kebutuhan berbagai lapisan usia, dan merambah beragam strata sosial ekonomi.

Alat fungsional yang semula merupakan sarana transportasi sederhana dan murah itu kini tak bisa dipandang remeh. Karena bergerak menjadi sebuah gaya hidup, harga sebuah sepeda tak lagi murah, terdongkrak oleh berbagai strategi pemasaran dan pencitraan. Sebuah sepeda gunung produk massal spesifikasi tinggi bisa bernilai hingga delapan puluhan juta rupiah! Padahal, satu dekade lalu, produk sepeda sejenis paling-paling bernilai di kisaran ratusan ribu rupiah.

Di kawasan tempat kumpul para pesepeda seperti jalur JPG (Jalur Pipa Gas), Cimanuk, Jalur Puncak (sekitar Jakarta), Cangkringan-Kaliurang (utara Yogyakarta), atau Wonorejo (Surabaya), tiap akhir pekan bisa berkumpul ratusan orang. Berkumpulnya ratusan pehobi sepeda itu dengan sendirinya mengundang bermacam jenis penyedia kebutuhan pesepeda yang menghidupkan perekonomian dalam skala tertentu.

Budaya bersepeda di Indonesia setidaknya dikenal sejak zaman penjajahan Belanda menjelang abad ke-19. Namun, pada masa itu hanya kalangan pangreh praja dan kaum ningrat daerah yang mampu membeli sepeda buatan Belanda.

Sepeda menjadi simbol kemapanan dan gengsi di tengah strata sosial masyarakat masa kolonial saat itu. Setelah era kemerdekaan, berbagai produk

sepeda makin bervariasi dalam bentuk, fungsi, maupun harga. Umumnya orang menggunakan sepeda ”kumbang”, sepeda ”jengki”, sepeda ”unta”, dan sepeda ”ontel” produksi Jepang, China, Eropa, maupun produk dalam negeri. Yang jelas, sepeda lebih banyak berfungsi sebagai alat fungsional yang mencapai era puncaknya, dengan penanda banyak berseliweran di jalan raya, sampai tahun 1970-an. bersepeda memperoleh momentum baru setelah tahun 1990-an muncul model sepeda baru, yakni mountain bike. Meski belum langsung populer, bersepeda mulai kembali marak meski tidak lagi bersifat alat transportasi utama di jalan raya.

Seiring berkembangnya jaman muncul lah trend baru pada tahun 2008 yang dimana masyarkat pada masa itu mulai sadar menggunakan sepeda untuk kepentingan commuter dan banyak orang memilih sepedah jenis roadbike atau fixed gear dan sepeda lipat. Sejak kelahiran trend itulah arus kebiasaan orang bersepeda bergeser lagi dari alat transportasi fungsional perlahan menjadi kegiatan hobi dan akhirnya menjadi gaya hidup perkotaan.

Tingginya minat masyarakat untuk bersepeda berimbas pada munculnya berbagai komunitas sepeda, di antaranya komunitas jenis sepeda tertentu seperti komunitas sepeda lipat, komunitas sepeda fixie, komunitas sepeda low rider, komunitas sepeda ontel, dan masih banyak komunitas lainnya selain itu dikota bandung khususnya diberlakukan peraturan baru oleh walikota yaitu jum’at bersepeda sehingga berimbas pada persaingan bisnis antar produsen sepeda di Indonesia. Para produsen sepeda dituntut untuk menciptakan sebuah produk sepeda yang efektif dan efficient sesuai dengan tipe atau genre sepeda itu sendiri.

Alphalab adalah sebuah pengrajin pembuat frame sepeda yang sekarang workshopnya berada di jl. Awiligar no 57 Bandung, Alphalab fokus membuat Frame sepeda untuk penggunaan sepeda dijalan raya atau untuk keperluan commuter, pada tahun 2003 pertama kalinya alphalab membuat frame sepeda BMX untuk menyalurkan hobi dari ownernya, barulah pada tahun 2008 alphalab mulai melihat celah peluang bisnis dan mulai serius membuat kostum frame sepeda fixed gear. Seiring berjalannya bisnis tersebut alphalab terus memperbaiki konsep produknya dengan beberapa pegawai yang handal dibidangnya.

Ketika memuncaki masa kejayaan nya pada tahun 2011 alphalab pernah tembus hingga Malaysia, Singapore dan Amerika akibatnya alphalab kebanjiran pesanan, meski produksinya dalam skala kecil dan menengah. Keterbatasan teknologi dalam pembuatan frame sepeda menjadi tantangan tersendiri bagi perushaan tersebut dimana alphalab hanya menggunakan alat alat sederhana dan lebih mengandalkan keterampilan dari pegawainya dalam pembuatan frame sepedanya.

Berikut ini adalah table penjualan sepeda alphalab dari tahun 2012 hingga 2015.

Tabel 1.1

Penjualan Frame Sepeda Alphalab

Tahun	Penjualan
2012	123
2013	78
2014	84
2015	98

Sumber : alphalab Bandung

Seiring dengan berkembangnya pabrik sepeda menyebabkan persaingan semakin meningkat. terutama dampak persaingan ini dirasakan sekali bagi perusahaan sepeda yang masih kecil, sehingga keunggulan kompetitif menjadi penting. Pada era sekarang ini banyak produsen frame sepeda sudah meninggalkan material Hi-ten karena saat menyambungkan/mengelas frame sulit dilakukan oleh robot karena tube yang kecil maka diperlukan orang yang mempunyai keahlian dan ketelitian tinggi untuk mengelas frame Hi-ten. akan tetapi alphalab masih tetap menggunakan material Hi-ten dalam pembuatan frame sepedanya berbeda dengan produsen sepeda yang lain yang sudah menggunakan material allumunium (alloy 6061)

Alasan utama Alphalab tetap menggunakan bahan / material Hi-ten karena bahan ini mudah ditemukan dipasar selain itu harga bahan tersebut relatif lebih murah dibandingkan material / bahan allumunium. Bahan Hi-ten ini kaku dan berat. Karena berat maka biasanya didesain dengan diameter tube kecil. Selain berat, dapat lebih mudah timbul karat berbeda dengan bahan allumunium (alloy 6061). Frame alluminum dapat sangat kaku dan ringan karena kepadatannya begitu rendah, kompensasinya diameter tube dibuat lebih besar dan dinding tube lebih tebal. Maka dari itu proses penyambungan yang dilakukan oleh robot mudah dilakukan. Akan tetapi Alluminum mempunyai "kelelahan" pada masa pakainya, biasanya diatas 5 tahun alluminum tingakat kekuatan, kekakuan dan presisinya menjadi berkurang dan mudah rusak. Dan berikut ini adalah table survey awal terhadap pemakai sepeda Alphalab Bandung.

Tabel 1.2

Survey Awal Pada Pemakai Frame Sepeda Alphalab

Variabel	**Indikator**	**Keterangan**
Strategi inovasi Produk (X1)	Bentuk / Geometry	60% responden menyatakan bahwa mereka menginginkan Geometry baru, sedangkan 40% responden menyatakan tidak perlu
	Material / bahan Frame	55% responden menyatakan bahwa menginginkan material/bahan baru, sedangkan 45% responden lainnya mengatakan tidak perlu

	Ketersedian Warna	70% responden menyatakan bahwa mereka menginginkan warna yang lebih menarik, sedangkan 30% lainnya menyatakan tidak perlu
Pemanfaatan Teknologi (X2)	Teknologi Informasi	60% responden menyatakan bahwa mereka setuju dengan pemanfaatan teknologi informasi seperti website sedangkan 40% responden lainnya tidak
	Teknologi Pemrosesan	30% responden menyatakan bahwa mereka menginginkan sistem pemrosesan modern, sedangkan 70% menyatakan tidak perlu
	Teknologi Komunikasi	60% responden menyatakan bahwa mereka menginginkan system pembelian online, sedangkan 40% lainnya menyatakan tidak perlu
Kemampuan Daya Saing (Y)	Harga Bersaing	40% responden menyatakan bahwa Frame alphalab mampu bersaing, sedangkan 60% responden lainnya tidak
	Kualitas Produk	60% responden menyatakan bahwa mereka menyukai kualitas produk alphalab sedangkan 40% responden lainnya memilih produk lain
	Keunggulan Produk	50% responden menyatakan bahwa alphalab lebih unggul dari produk lain, sedangkan 50% responden lainnya memilih produk lain

Sumber : Data Primer yang telah diolah

Berdasarkan survey dari 20 orang responden, terdapat masalah pada indikator-indikator yang terjadi seperti pada strategi inovasi produk dimana para responden menginginkan adanya bentuk frame / geometry baru, material / bahan Frame dan warna yang lebih menarik. Pada indikator pemanfaatan teknologi, responden menginginkan adanya pemanfaatan teknologi informasi seperti website dan system pembelian lewat online sedangkan pada indikator kemampuan daya saing responden menginginkan harga yang lebih bersaing atau yg lebih murah.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan dituangkan dalam skripsi yang berjudul :

"PENGARUH STRATEGI INOVASI PRODUK DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI TERHADAP DAYA SAING BISNIS FRAME SEPEDA ALPHALAB BANDUNG".

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Bagaimana inovasi produk dan pemanfaatan teknologi terhadap kemampuan daya saing Frame Sepeda alphalab sehingga mampu bersaing dengan merek-merek Frame sepeda lain yang sudah menguasai pangsa pasar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Belum adanya inovasi terhadap produk dalam hal menciptakan bentuk / geometry Frame Sepeda fixed gear alphalab bandung
2. Masih kurangnya pemanfaatan teknologi dalam kegiatan pembuatan frame sepeda fixed gear dan ketersediaan warna produk pada alphalab bandung.
3. Perlunya peningkatan pemasaran produk melalui pengiklanan dan promosi melalui media online dengan memanfaatkan teknologi internet maupun media cetak atau elektronik pada alphalab bandung

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pemikiran diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap inovasi produk pada Sepeda Alphalab Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden terhadap pemanfaatan teknologi pada sepeda Alphalab Bandung
3. Bagaimana daya saing produk sepeda Alphalab Bandung
4. Seberapa besar pengaruh inovasi produk dan pemanfaatan teknologi terhadap daya saing pada sepeda Alphalab Bandung secara parsial dan simultan

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan daya saing Frame sepeda fixed gear Alphalab Bandung sehingga mampu bersaing dengan merek-merek lain yang sudah menguasai pangsa pasar, bagi kepentingan penelitian adalah sebagai bahan analisis yang akan dipakai dalam kegiatan penelitian penulis,untuk menentukan hasil akhir dari pemecah masalah.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang inovasi produk Frame sepeda fixed gear Alphalab Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang pemanfaatan teknologi pada Frame sepeda fixed gear Alphalab Bandung
3. Untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang daya saing pada Frame sepeda fixed gear Alphalab Bandung
4. Untuk mengetahui pengaruh strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi terhadap daya saing pada frame sepeda fixed gear Alphalab Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan penulis diharapkan mempunyai 2 (dua) kegunaan utama,yaitu (1) kegunaan Praktis dan (2) kegunaan Akademis. Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan:

1. Kegunaan Praktis

Adapun penulis mengharapkan dari hasil penelitian ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu:

Bagi Perusahaan : Sebagai bahan masukan untuk atau sumbangan informasi bagi pengelola perusahaan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam menentukan strategi inovasi produk, pemanfaatan teknologi, dan daya saing.

2. Kegunaan Akademis

a. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai strategi inovasi produk, pemanfaatan teknologi, dan daya saing. melalui penerapan ilmu dan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam teori penelitian ini.

b. Bagi Peneliti Lain

Untuk peneliti lain diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan penelitian berikutnya dan dapat menambah wawasan yang dapat menambah pengetahuan tentang strategi inovasi produk, pemanfaatan teknologi, dan daya saing.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian pada upaya meningkatkan kualitas Frame sepeda Fixed gear Alphalab Bandung dengan judul pengaruh

strategi inovasi produk dan pemanfaatan teknologi terhadap daya saing bisnis frame sepeda alphalab Bandung

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di workshop alphalab bandung yang berlokasi di Jalan awiligar No.57, Bandung, Jawa Barat 40111

1.5.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan maret hingga bulan agustus 2016

Tabel 1.3

Waktu Penelitian

No	*Uraian*	*Waktu Kegiatan*																							
		Maret				*April*				*Mei*				*Juni*				*Juli*				*Agustus*			
		1	*2*	*3*	*4*	*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	Penelitian Lapangan									■	■	■													
8	Bimbingan												■	■	■	■	■	■	■	■	■				
9	Sidang Akhir																					■	■	■	■