BAB 1

PENDAHULUAN

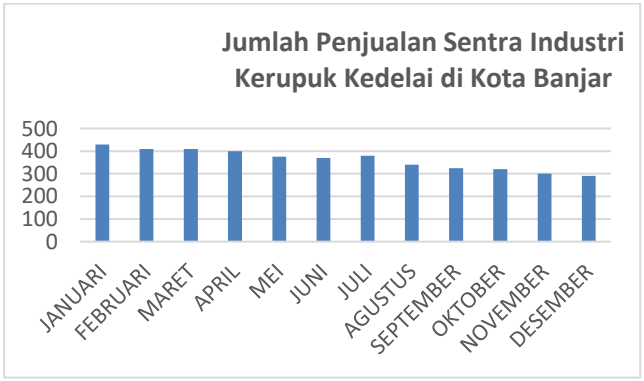
1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era perdagangan bebas dan persaingan global memaksa setiap perusahaan harus siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka perusahaan–perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Untuk itu setiap perusahan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami 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.

Dalam persaingan bisnis yang sedang berkembang saat ini di Indonesia, banyak para wirausahawan yang mencari peluang usaha dan membuka kegiatan usahanya. Usaha yang banyak di minati oleh para wirausaha adalah usaha kecil menengah atau biasa dikenal dengan istilah UKM yang memiliki potensi besar dalam

menciptakan hasil karya dari sumber daya yang tersedia menjadi suatu produk yang mempunya nilai jual serta mampu bersaing dengan produk lain.

Sebagai salah satu Kota yang ada di Provinsi Jawa Barat, Kota Banjar juga dikenal dengan peran dan fungsinya sebagai kota Industri. Diantara UKM tersebut, salah satu jenis industri yang berkembang di Kota Banjar adalah usaha pembuatan kerupuk kedelai. Kerupuk kedelai merupakan kerupuk yang berbahan dengan olahan kedelai. Kedelai merupakan salah satu jenis kacang-kacangan yang mengandung protein nabati yang tinggi, sumber lemak, vitamin, dan mineral. Maka dari itu banyak masyarakat khususnya di Kota Banjar yang mengolah kedelai menjadi makanan yang paling diminati konsumen adalah kerupuk kedelai. Kerupuk kedelai merupakan jenis makanan yang mayoritas diproduksi pengusaha di Kecamatan Banjar. Berdasarkan data dari DINAS KOPERASI DAN UKM DAN PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN KOTA BANJAR tahun 2016, jalan Cimenyan merupakan daerah sentra industri kerupuk kedelai dengan jumlah 36 pengrajin/pelaku usaha. Berikut terdapat sebuah grafik yang menjelaskan penjualan kerupuk kedelai Rajawali pada sentra industri kerupuk kedelai di kota Banjar :



Dari data di atas yang di peroleh penulis dapat di identifikasi bahwa jumlah penjualan di sentra industri kerupuk kedelai di tahun 2016 cenderung menurun. Berdasarkan dari hasil wawancara dengan Bapak Agus Widodo selaku bendahara di Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar :

"Terjadinya penurunan pada penjualan sentra industri kerupuk kedelai di kota Banjar itu kemungkinan menurunnya minat konsumen untuk membeli produk kerupuk kedelai, dan sentra industri kami tidak melakukan pengembangan produk, sehingga terkesan monoton tidak ada perubahan".

Untuk itu dengan melakukan pengembangan produk, perusahaan berharap untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau lain dari yang sebelumnya. Fenomena ini semakin menyadarkan para pengusaha untuk mencari terobosan yang inovatif guna merebut pangsa pasar. Kunci penting untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuan perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing dari persaingan.

Inovasi produk merupakan salah satu variable yang sangat penting untuk sarana bertahan dalam persaingan, bukan hanya untuk menghadapi kondisi persaingan bisnis yang semakin meningkat. Inovasi produk seharusnya mampu memberikan nilai tambah dibanding produk sejenis, sehingga dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya. Penelitian tersebut di dukung Bharadwaj et al, dalam Sukarmen (2013) yang menghasilkan bahwa kemampuan perusahaan untuk terus melakukan inovasi terhadap produk-produknya akan menjaga produk tersebut

tetap sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga produk yang inovatif memiliki keunggulan dalam bersaing.

Kebutuhan pangsa pasar saat ini beranekaragam, hal ini dilakukan mengingat ketatnya persaingan bisnis di Indonesia khususnya pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali. Terletak disebuah pemukiman warga di Jalan Cimenyan, Kelurahan Hegarsari, Kecamatan Pataruman, Kota Banjar, sehingga perusahaan harus dapat mempertahankan pelanggannya. Produk yang dihasilkan oleh sentra industri kerupuk kedelai di rajawali ini masih memproduksi dengan produk yang seperti biasanya. Oleh karena itu sentra industri kerupuk kedelai yang berada di kota Banjar harus tetap berupaya untuk mengembangkan strategi yang efektif guna membangun, mempertahankan, tentunya harus didukung oleh kreativitas yang dimiliki. Sentra Industri Kerupuk Kedelai di Rajawali memiliki pesaing yang memproduksi produk kedelai yang sama, salah satunya yaitu ada produk yang mempunyai varian rasa pedas. Dengan persaingan tersebut kerupuk kedelai di rajawali ini dapat menciptakan varian rasa baru dari pesaingnya. Misalnya menciptakan dengan varian rasa barbeque, rasa balado, rasa asin, rasa jagung bakar, rasa lada hitam dan lain sebagainya. Sehingga perlu menciptakan inovasi untuk produknya.

Untuk mencapai keunggulan bersaing, suatu produk harus memiliki ciri khas tersendiri. Dan harus mempunyai harga yang bersaing dipasaran juga sesuai keinginan konsumen. Sedangkan masalah di kerupuk kedelai rajawali ini tidak menggunakan bahan baku yang berkualitas dan harga produk nya belum sesuai dengan kualitas produknya, sehingga peminat konsumennya semakin minim.

Dalam penelitian kali ini penulis mengadakan penyebaran kuisioner awal sebanyak 30 kuisioner untuk survey awal. Berikut adalah hasil survey awal penulis terhadap inovasi produk pada konsumen dari sentra industri kerupuk kedelai di Rajawali (Survey pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai di Kota Banjar). Hasil survey awal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1 :

Tabel 1.1

Survey Awal Mengenai Inovasi produk

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Kerupuk kedelai rajawali selalu menemukan kreasi varian rasa baru untuk produknya	3 (10%)	27 (90%)
2	Produk yang ditawarkan selalu ada pengembangan menjadi berbeda dengan produk yang sebelumnya	12 (40%)	18 (60%)

Sumber :Pra penelitian pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai (data diolah)

Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden, tentang inovasi produk, 90% responden menyatakan tidak setuju bahwa produk nya selalu menemukan kreasi varian rasa baru, dan 10% responden menyatakan setuju bahwa produk tersebut selalu menemukan varian rasa baru untuk produknya. Hal tersebut menunjukkan bahwa produk dari perusahaan tersebut belum mempunyai inovasi produk untuk bersaing dipasaran.

Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden tentang inovasi produk, 40% responden menyatakan setuju bahwa produk kerupuk kedelai selalu ada pengembangan menjadi produk yang berbeda dengan sebelumnya, dan 60%

responden menyatakan tidak setuju dengan adanya pengembangan produk yang berbeda dari sebelumnya.

Selain pengembangan produk, diferensiasi produk juga memiliki kontribusi yang sangat berarti pada kepuasan pelanggan. Kepuasan tersendiri diartikan sebagai rasa senang hati karena tercapainya harapan dan keinginan tertentu. Dalam hal ini kepuasan konsumen tidak dapat tercapai apabila tidak terjadi adanya diferensiasi produk. Dengan dilakukannya diferensiasi produk diharapkan perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya yang sejenis. Pentingnya pengembangan produk dan diferensiasi produk untuk menghasilkan produk yang berbeda dan lebih baik dari yang dihasilkan pesaingnya. Perbedaan yang ditawarkan adalah dengan menciptakan suatu keunikan yang diterima industrinya, dan value bagi pelanggan (Sofjan Assauri, 2013:99).

Seperti halnya kebanyakan konsumen akan membeli produk kerupuk kedelai yang mempunyai nilai tambah. Dan pada produk yang dihasilkan oleh sentra industri kerupuk kedelai di rajawali kota Banjar ini menghasilkan produk kerupuk yang sama seperti dengan produk kerupuk kedelai lainnya. Yaitu mempunyai porsi kedelai yang hanya sedikit. Kerupuk kedelai di Rajawali itu menganggap produk yang diproduksinya tersebut sudah diminati/unggul oleh masyarakat.

Berikut adalah hasil survey awal penulis terhadap diferensiasi produk pada konsumen dari sentra industri kerupuk kedelai di Rajawali (Survey pada Sentra Industri

Kerupuk Kedelai di Kota Banjar). Hasil survey awal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.2 :

Table 1.2
Survey Awal Mengenai Diferensiasi Produk

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Produk kerupuk kedelai rajawali memiliki ukuran yang bervariasi	7 (23%)	23 (77%)
2	Kemasan produk kerupuk kedelai rajawali tersebut menarik	6 (20%)	24 (80%)

Sumber :Pra penelitian pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai (data diolah)

Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden tentang diferensiasi produk, 23% responden menyatakan setuju dengan adanya ukuran yang bervaraisi, dan 77% responden menyatakan tidak setuju terhadap produk yang dimilikinya itu memiliki ukuran yang bervariasi.

Berdasarkan survey awal kepada 30 responden tentang diferensiasi produk, menyatakan 20% responden setuju dengan kemenarikan kemasan produk tersebut, dan 80% responden menyatakan tidak setuju terhadap pendapat produk tersebut mempunyai kemasan yang menarik. Dengan adanya hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengusaha kerupuk kedelai di Rajawali untuk merubah produknya menjadi lebih unggul, yaitu dengan mempunyai ukuran yang bervariasi juga kemasan produk yang lebih menarik.

Pengembangan produk serta diferensiasi produk yang diberikan oleh kerupuk kedelai di Rajawali kepada konsumen dapat mempengaruhi konsumen untuk menjadi

unggul di antara produk yang serupa. Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa (Barney, 2010:9). Keunggulan bersaing dianggap sebagai keuntungan dibanding kompetitor yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih pada konsumen dibanding penawaran kompetitor (Kotler, 2005:461).

Berikut adalah hasil survey awal penulis terhadap diferensiasi produk pada konsumen dari sentra industri kerupuk kedelai di Rajawali (Survey pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai di Kota Banjar). Hasil survey awal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.2 :

Table 1.3
Survey Awal Mengenai Keunggulan Bersaing

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Harga produk yang ditawarkan sesuai keinginan konsumen	7 (23%)	23 (77%)
2	Menurut anda bahan baku yang digunakan berkualitas	19 (63%)	11 (37%)

Sumber :Pra penelitian pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai (data diolah)

Berdasarkan survey awal kepada 30 responden tentang keunggulan bersaing, 23% responden menyatakan bahwa setuju harga produk yang ditawarkan sesuai keinginan konsumen, dan 77% respon menyatakan tidak setuju bahwa harga produk nya tidak sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan survey awal kepada 30 responden tentang keunggulan bersaing, 63% responden menyatakan setuju bahwa bahan baku yang digunakan nya itu berkualitas, dan 37% responden tidak setuju dengan terhadap bahan baku produknya itu tidak berkualitas. Seperti yang kita ketahui saat ini kita telah memasuki era pasar bebas. Karena itulah persaingan pasar saat ini sangat ketat.

Dari berbagai fenomena yang di angkat dari hasil observasi langsung, survey awal yang telah diuraikan diatas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha masih kesulitan mengahadapi para pesaing dan belum melakukan inovasi produknya, oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pembeli Kerupuk Kedelai di Rajawali (Survey pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai di Kota Banjar)**".

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka identifikasi masalah yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Pengusaha Sentra industri kerupuk kedelai tidak memiliki kemajuan untuk pengembangan produk yang berkembang, sehingga sentra industri kerupuk kedelai ini tetap membuat produk yang seperti biasanya.

2. Produk nya tidak ada perbedaan dengan produk lainnya (tidak mempunyai kemenarikan dari segi kemasan ataupun varian rasa terbaru) menjadi permasalahan pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai ini.
3. Harga produknya belum mampu bersaing dengan produk yang serupa, juga belum mencapai produk yang paling unggul dari persaingan.
4. Kurang mampu mengantisipasi dengan adanya peluang pasar.
5. Bahan baku yang digunakannya itu belum sepenuhnya berkualitas.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing pada pembelian kerupuk kedelai.

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan tersebut maka pertanyaan penelitian yang akan diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang Inovasi Produk pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar.
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang Diferensiasi Produk pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar.
3. Bagaimana tanggapan konsumen tentang Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar.

4. Apakah terdapat pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar baik secara simultan maupun secara parsial.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data guna kepentingan menganalisis variable-variabel penelitian dalam konteks permasalahan pengaruh inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing, serta untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan sebagai bahan analisis yang dapat diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen di Universitas Komputer Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini berdasarkan latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang Inovasi Produk di Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali Kota Banjar.
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang Diferensiasi Produk di Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali Kota Banjar.
3. Untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang Keunggulan Bersaing di Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali Kota Banjar.

4. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar baik secara simultan maupun secara parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dan sasaran dalam meningkatkan pengembangan produk dan diferensiasi produk. Serta berguna untuk memperbaiki Inovasi produk dan diferensiasi produk pada usaha kerupuk kedelai sehingga dapat melakukan perubahan-perubahan yang positif seperti tercapainya keunggulan bersaing.

2. Pihak lain

   Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang bermanfaat sebagai referensi bisnis atau usaha.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Pengembangan Ilmu

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pembanding antara ilmu manajemen yang sudah ada untuk diharapkan pada dunia usaha secara nyata serta dapat menguntungkan semua pihak.

2. Bagi Peneliti Lain

   Penelitian ini dimaksudkan sebagai suatu masukan bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian dengan masalah yang sama, dan juga menjadi bahan bacaan untuk menambah wawasan pengetahuan khususnya mengenai masalah yang berkaitan dengan Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar.

3. Bagi Penulis

   Mendapatkan pengalaman bagaimana cara berbisnis serta menambah wawasan tentang Inovasi Produk, Diferensiasi Produk dan Keunggulan Bersaing.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan penulis bertempat di Sentra Industri Kerupuk Kedelai Rajawali di Kota Banjar.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Maret 2017 sampai dengan bulan Juli 2017. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut :

Tabel 1.5
Jadwal Kegiatan 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																								