BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini persaingan usaha sangat ketat menjadikan perusahaan harus mampu terus menerus melakukan hal baru. Di dunia bisnis munculnya persaingan tidak dapat dihindari lagi. Dengan adanya persaingan, perusahaan akan mendapatkan sebuah ancaman-ancaman dari perusahan lain yang menggeluti usaha di bidang yang sama, baik lokal maupun luar. Maka dari itu perusahaan dipaksa untuk lebih fleksibel dengan melihat apa yang di inginkan oleh pasar dan juga para konsumen, serta setiap kondisi yang selalu berubah-rubah yang ada pada era ini dan juga seterusnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain. Dengan demikian perusahaan harus membuat serangkaian strategi-strategi untuk unggul dalam mengusai sebuah persaingan.

Maka dari itu semakin ketatnya persaingan ini sebuah perusahaan harus mampu menghadapi dan memahami cara perusahaan mengelola sumber daya dimiliknya. Kondisi ini menyadarkan perusahaan untuk mencari sebuah pendekatan serta harus mampu menemukan sebuah terobasan baru yang inovatif supaya mampu merebut pangsa pasar. Salah satu faktor utama dalam memenangkan persaingan yaitu keunggulan bersaing .

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang terkenal dengan berbagai penyedia jasa maupun produk yang diminati oleh masyarakat

baik dalam kota dan luar kota bandung itu sendiri. Salah satu produk yang diminati pada saat ini adalah Skincare. Persaingan skincare di kota Bandung termasuk tinggi hal ini dapat dilihat dengan banyak perusahaan skincare yang menyediakan jasa dan produk yang sejenis. Ada berbagai perusahaan skincare di Kota Bandung diantaranya adalah Natasha Skincare, LBC, Bellezkin Skincare, dan masih banyak lagi.

Bellezkin skincare merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan yang memasarkan produk perawatan kecantikan dan terletak di Jl. Talaga Bodas No. 88, Lingkar Selatan, Lengkong, Kota Bandung Jawa Barat.

Produk perawatan yang ditawarkan oleh Bellezkin ini salah satunya adalah produk Acne yaitu yang berkhasiat menghilangkan jerawat yang juga ditawarkan oleh perusahaan lainnya. Dalam industri perawatan kecantikan tidak terlepas dari persaingan yang menuntut perusahaan berusaha untuk mengatasinya. Salah satunya dengan meningkatkan Keunggulan Bersaing. Saat ini Bellezkin telah mencipatakan berbagai produk kecantikan., agar produk dapat diterima oleh konsumen, maka Bellezkin terus melakukan Inovasi Produk. Selain dari Inovasi Produk faktor penting lainnya adalah Lokasi Usaha karena lokasi usaha yang strategis akan berpeluang lebih unggul dari perusahaan lain yang lokasinya tidak strategis.

Inovasi Produk sangat berperan kepada kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Prajogo & Sohal (2003:85) dalam

penelitian Rangga Dismawan (2013) menyatakan bahwa inovasi produk akan menciptakan berbagai desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa, sebuah perusahaan yang melakukan inovasi akan menambah suatu nilai lebih yang diterima oleh konsumen. Pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk itu sendiri yang lebih unggul dari produk-produk sebelumnya. Hal ini akan mengatasi kejenuhan pelanggan terhadap produk yang sama sebelumnya. Untuk mengetahui sejauh mana Bellezkin melakukan Inovasi produk Maka penulis melakukan survey awal kepada 30 responden yang memakai produk Bellezkin sebagai berikut :

Tabel 1.1
Survey awal Inovasi Produk

No	Keterangan	Ya	Tidak
1	Apakah varian produk dari Bellezkin mempunyai tampilan yang unik	13 43,33%	17 56.6%
2	Apakah varian produk kecantikan bellezkin mempunyai berbagai macam ukuran kumplit dari yang kecil,sedang dan besar	12 40%	18 60%
3	Apakah varian produk kecantikan Bellezkin sangat kumplit	14 46,67%	16 53,33%

Sumber : Bellezkin Skincare Bandung

Dilihat dari survey awal pada tabel 1.1 diatas, Sebesar 70% menjawab tidak mengenai segi varian produk kecantikan, Hal itu disebabkan karena Bellezkin adalah pendatang baru dalam bisnis ini,

untuk varian produk kecantikan belum begitu banyak. Dan juga diperkuat oleh Owner berpendapat sama yaitu, “Varian pada produk kecantikan belum dikembangkan dan juga masih sedikit dikarenakan perusahaan ini belum mempunyai strategi pengembangan produk”.

Faktor penting lainnya dalam menjalankan usaha adalah lokasi usaha atau tempat usaha yang tepat.

Lokasi Usaha dalam bidang usaha ini yang memiliki fasilitas parkir dan dekat dengan keramaian adalah lokasi yang paling tepat untuk membuka usaha. Sebelum seseorang atau sekolompok orang memutuskan untuk datang kepada sebuah tempat perawatan kecantikan, mereka akan mempertimbangkan lokasi tersebut. Dari sekian banyak konsumen memilih lokasi tempat yang dekat dengan tempat tinggal mereka atau tempat bekerja mereka. Fasilitas juga merupukan faktor penting dalam lokasi usaha. Menurut Berman & Evans dalam Ma’ruf (2006:113) dalam penelitian Hendra Fure (2013:274) mengemukakan lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, Pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis

Sehubungan dengan hal tersebut, penulis melakukan survey awal yang disebarkan kepada 30 responden mengenai lokasi usaha Bellezkin Skincare Bandung.

Tabel 1.2
Survey Awal Lokasi Usaha

No	Keterangan	Ya	Tidak
1	Apakah lokasi bellezkin mudah di jangkau oleh konsumen?	14 46,66%	16 53,33%
2	Apakah lokasi Bellezkin Skincare Bandung berada pada jalur orang berlalu lalang?	13 43,33%	17 56,66%
3	Apakah lokasi Bellezkin Skincare Bandung memiliki lahan parkir yang luas ?	12 40%	18 60%

Sumber : Bellezkin Skincare Bandung

Dilihat dari survey awal di tabel 1.2 tersebut dapat disimpulkan permasalahan Bellezkin Skincare dalam pemilihan lokasi usaha sebesar 60% menjawab tidak mengenai lahan parkir yang luas karena Bellezkin belum memiliki fasilitas parkir yang luas sehingga membuat konsumen merasa tidak puas dengan belum adanya fasilitas ini sebagai contoh konsumen yang memakai kendaraan bermobil akan sulit parkir dengan lahan parkir yang sempit. Hal ini diperkuat supervisor Bellezkin menyatakan bahwa "Pemilihan lokasi dibandung saat ini sulit dengan lahan parkir besar karena akan menambah biaya sewa yang besar".

Selain inovasi produk dan lokasi usaha yang terakhir untuk meraih kesuksesan adalah Keunggulan Bersaing. *D'aveni* dalam Suryana, (2013:257) juga menyatakan keunggulan pada dasarnya dinamis dan tidak bisa dipertahankan. Persaingan hari ini dan masa mendatang harus dipandang sebagai persaingan dengan dinamika tinggi bukan suatu yang statis sehingga kita perlu melalui hal tersebut dengan beberapa pemikiran strategi. Keunggulan bersaing ini sangat berperan penting untuk mencapai kesuksesan perusahaan. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis

melakukan survey awal yang disebarkan kepada 30 responden mengenai Keunggulan Bersaing Bellezkin Skincare Bandung.

Survey awal yang dilakukan oleh penulis mengenai keunggulan bersaing pada Bellezkin Skincare Bandung adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3
Survei Awal Keunggulan Bersaing

No	Keterangan	Ya	Tidak
1	Apakah produk yang ditawarkan mempunyai nilai tersendiri di mata konsumen ?	12 40%	18 60%
2	Apakah Bellezkin Skincare Bandung mempunyai produk yang berbeda ?	15 50%	15 50%
3	Apakah produk Bellezkin Skincare Bandung mempunyai harga yang sesuai dengan harapan?	12 40%	18 60%

Sumber : Bellezkin Skincare Bandung

Dilihat dari survey awal di tabel 1.3 tersebut ada produk ditawarkan tetapi tidak mempunyai nilai tersendiri dimata pelanggan dengan angka sebesar 60% menjawab tidak mengenai harga produk hal tersebut karena harga yang ditawarkan kepada pelanggan tidak sesuai dengan pangsa pasar.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk penelitian dengan judul **"Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing di Bellezkin Skincare Kota Bandung"**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

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

1. Kurangnya varian produk Bellezkin Skincare Bandung. Karena Bellezkin belum mempunyai strategi pengembangan produk.
2. Lokasi Bellezkin Skincare Bandung tidak mempunyai lahan parkir yang luas hal ini dipengaruhi dari faktor kurangnya lahan parkir yang memadai untuk kendaraan bermobil, dan kebanyakan konsumen yang membawa kendaraan mobil akan sulit parkir di lokasi ini.
3. Harga yang di tetapkan oleh Bellezkin Skincare Bandung masih kurang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen karena produk tersebut di mata konsumen tidak memiliki nilai tersendiri

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang peneltian dia atas, penulis mencoba merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden tentang Inovasi Produk pada Bellezkin Skincare Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden tentang Lokasi Usaha pada Bellezkin Skincare Bandung
3. Bagaimana tanggapan responden tentang Keunggulan Bersaing pada Bellezkin Skincare Bandung
4. Seberapa besar pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Bellezkin Skincare Bandung
5. Seberapa besar pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Bellezkin Skincare Bandung

6. Seberapa besar pengaruh Inovasi produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Bellezkin Skincare Bandung

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data bahan yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam perumusan masalah mengenai "Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing" di Bellezkin Skincare kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan dari penelitian ini diantaranya :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Inovasi Produk pada Bellezkin Skincare Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Lokasi Usaha pada Bellezkin Skincare Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Keunggulan Bersaing pada Bellezkin Skincare Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan bersaing pada Bellezkin Skincare Bandung.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Bellezkin Skincare Banndung.
6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Bellezkin Skincare Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

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

1. Bagi perusahaan

   Dengan dilakuan penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai data informasi dan juga masukan bagi pengusaha Bellezkin Skincare Bandung untuk pembelajaran agar dapat semakin lebih baik lagi.

2. Pihak Lain

   Dengan penelitia diharapkan dapat dijadikan sebagai sebuah informasi yang bermanfaat sebagai referensi sarana bisnis atau usaha.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi penulis

   Mendapakan sebuah pengalaman bagaimana cara membuat sebuah penelitian dan juga serta menambah wawasan tentang teori Inovasi Produk, Lokasi Usaha dan Keunggulan Bersaing.

2. Bagi Peneliti Lain

   Dapat menjadi sebuah referansi pembelajaran yang membutuhkan mengenai teori khususnya tentang Inovasi Produk, Lokasi Usaha dan Keunggulan Bersaing.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian ini adalah Jl. Talaga Bodas No. 88, Lingkar Selatan, lengkong Kota Bandung, Jawa Barat 40263. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai pada bulan Oktober sampai dengan bulan Februari 2017.

Tabel 1.4
Jadwal Kegiatan Penelitian

Keterangan	**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**
Pengajuan Judul																				
Pencarian Data																				
Penulisan Laporan																				
Sidang Akhir																				