

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Melonjaknya jumlah pelaku usaha belakang ini tentunya mengakibatkan persaingan pasar menjadi semakin ketat. Bahkan sekarang ini persaingan antara pengusaha yang satu dengan pelaku usaha yang lainya sudah dalam kondisi yang semakin kompleks, sehingga masing-masing perusahaan kini berlomba menciptakan inovasi-inovasi 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 keunggulan bersaing produk yang dihasilkan.

Strategi inovasi dibutuhkan dalam perusahaan karena dalam banyak industri, akan semakin beresiko jika perusahaan tidak berinovasi. Baik konsumen maupun industri telah mengalami perubahan dan perbaikan berkala terhadap produk yang ditawarkan. Akibatnya, beberapa perusahaan merasa beruntung bisa melakukan inovasi strategi (Kazinguvu,2016) dalam jurnal Tintin Suhaeni (60 : 2018).

Untuk melakukan inovasi, tentunya perusahaan memerlukan teknologi yang baik dan tepat. Teknologi juga sangat berpengaruh pada strategi inovasi yang akan dilakukan karena strategi inovasi mengikuti perkembangan zaman atau perkembangan komoditi 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 keunggulan bersaing produk perusahaan. Menurut Thompson et al. dalam Tjhai (2013) dalam jurnal Harun Al Rasyid (212 : 2017) “penggunaan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan tugasnya dimana pengukurannya berdasarkan pada intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan”. Faktor pengguna merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk diperhatikan dalam penerapan suatu teknologi. Karena tingkat kesiapan pengguna untuk menerima teknologi tersebut memiliki pengaruh besar dalam menentukan keberhasilan penerapan teknologi tersebut.

Keunggulan bersaing adalah kelebihan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan tidak dimiliki pesaingnya. Beberapa strategi yang dapat dijalankan perusahaan untuk dapat meraih keunggulan bersaing. Perusahaan dapat meraih *competitif advantage* melalui dua cara yaitu :

1. *By lower cost*, yaitu kemampuan perusahaan untuk mendesain, memproduksi dan memasarkan produk dengan lebih efisien dibandingkan pesaingnya.

2. *By differentiation*, yaitu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan nilai lebih (*superior value*) kepada konsumen dengan meningkatkan kualitas produk, memberikan produk yang unik atau spesial serta pelayanan jasa yang lebih baik dibanding pesaingnya. (Porter, 1980; Hansen Mowen, 2009; Hunger, 2013; Craven 2012) dalam jurnal Dahlia, Meidylisha Patty, Dian Utami Sutikno (82 : 2015).

Dengan demikian, strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing suatu perusahaan.

Kemiri adalah salah satu tumbuhan yang sering dimanfaatkan bijinya sebagai rempah-rempah dan sumber minyak. Biji kemiri berasal dari pohon kemiri dengan nama ilmiah *Aleurites Moluccana*. Kemiri mengandung beberapa zat yang sangat bermanfaat, beberapa kandungan kemiri diantaranya adalah protein, karbohidrat, mineral dan vitamin. Beberapa kandungan mineral yang ada dalam kemiri diantaranya adalah fosfor, kalium, kalsium dan magnesium, vitamin yang ada dalam kemiri diantaranya adalah vitamin A, vitamin B1 (tiamin), vitamin B9 (float), dan kemiri juga mengandung beberapa zat yang bermanfaat seperti saponin, flavonoid, polifenol, dan fitosterol. (Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Kemiri>).

Biji kemiri dapat diolah menjadi berbagai produk yang berguna bagi kehidupan manusia. Salah satu produk olahan kemiri yang terkenal adalah minyak kemiri untuk rambut. Minyak kemiri merupakan minyak yang didapat dari proses ekstraksi biji kemiri, minyak kemiri yang dihasilkan di Indonesia memiliki kualitas yang sangat bagus. Minyak kemiri sudah terkenal dan digunakan sejak zaman dahulu sebagai herbal

alami untuk merawat dan menebalkan rambut. Cara pembuatannya pun cukup mudah, yaitu dengan merebus, memanggang atau menyengrai biji kemiri hingga keluar minyaknya.

Industri minyak kemiri merupakan industri yang sangat dinamis, sehingga banyak perusahaan dengan merek-merek minyak kemiri yang beragam yang baru berminat untuk masuk berkecimpung dan mengembangkan pasarnya di Indonesia. Selain alasan tersebut, banyaknya wanita ataupun pria yang ingin meningkatkan penampilannya dan beranggapan bahwa penampilan merupakan hal yang penting serta telah menjadi sebuah kewajiban, juga merupakan salah satu alasan semakin banyaknya produsen minyak kemiri dan akhirnya bermunculan begitu banyak varian minyak kemiri untuk memuluskan jalan seseorang untuk merawat penampilannya, dan membuat para konsumen memiliki banyak pilihan dalam menggunakan produk minyak kemiri.

Manfaat minyak kemiri untuk rambut :

1. Mengatasi masalah kerontokan pada rambut.
2. Menumbuhkan rambut.
3. Menghilangkan ketombe.
4. Menebalkan dan menyuburkan rambut.
5. Merangsang pertumbuhan rambut di area lain
6. Membuat rambut tampak lebih hitam.
7. Menjaga kelembapan rambut.
8. Membuat rambut lembut dan halus.

9. Memanjangkan rambut dengan cepat.
10. Membantu meluruskan rambut.
11. Merawat rambut agar sehat dan indah.

Seiring perkembangan zaman dan berkembangnya perusahaan minyak kemiri menyebabkan persaingan semakin meningkat diantara perusahaan minyak kemiri, terutama dampak persaingan ini dirasakan sekali bagi perusahaan minyak kemiri yang berskala usaha kecil, sehingga keunggulan kempetitif menjadi penting. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah pengembangan keragaan manajemen produksi dan operasi organisasi melalui manajemen produksi dan persediaan. (Sumber : <https://doktersehat.com/manfaat-minyak-kemiri-untuk-rambut>).

Dahulu, ketika memuncaki masa kejayaannya, perusahaan minyak kemiri Kempo Industri pernah tembus hingga ke berbagai daerah di seluruh penjuru tanah air. Bahkan minyak kemiri asal Kota Bukittinggi ini pernah menjadi tuan rumah di banyak kota sekitar tahun 1970 hingga 1980-an. Akibatnya pengusaha minyak kemiri Kempo Industri kebanjiran pesanan, meski produksinya dalam skala kecil dan menengah. Tapi lain dulu lain sekarang, minyak kemiri Kempo Industri asal Kota Bukittinggi ini keberadaannya relatif mati suri, karena kalah bersaing dengan produsen minyak kemiri raksasa yang berkembang saat ini. Kondisi ini disebabkan beberapa faktor yang mempengaruhinya. Diantaranya kalah bersaing dengan kosmetik dari daerah lain. Tak hanya itu, mundurnya minyak kemiri kempo industri karena kalah bersaing dalam pasokan bahan baku, khususnya dari pasokan dari pasokan bahan baku pembuat

minyak kemiri tersebut dan kemasan produk yang susah didapat. Yang tak kalah pentingnya lagi, harga bahan baku pembuat minyak kemiri yang meningkat naik. Padahal di sisi lain para pengusaha minyak kemiri tradisional, tidak mungkin bisa menaikkan harga jual minyak kemiri bila melihat kondisi pasar dan pangsa pasaryang tidak mendukung. Dan juga dengan proses produksi yang masih tradisional, proses pembuatan minyak kemiri kempo industri dilakukan secara manual. Tidak ada mesin yang membantu, hanya tangan para karyawan perusahaan yang berperan.

Dalam jurnal Fathan Jefriansyah, Rahma Wahdiniwaty (2018:229) menjelaskan dalam dunia bisnis baik nasional maupun internasional, setiap perusahaan akan selalu menghadapi persaingan bisnis dan persaingan di pasar harus dihadapi. Kompetisi harus dihadapi dengan harapan bahwa perusahaan dapat bersaing dan tetap dapat mempertahankan eksistensinya baik dipasar domestik dan dipasar global.

Perusahaan minyak kemiri Kempo Industri Bukittinggi merupakan salah satu produsen minyak kemiri asli dari kota Bukittinggi. Perusahaan minyak kemiri kempo industri Bukittinggi yang tetap mempertahankan sistem tradisional langsung dengan tangan pekerja tanpa adanya teknologi modern dalam segi pembuatan minyak kemiri merupakan salah satu hal yang sangat dipertahankan semenjak dahulu hingga sekarang agar dapat mempertahankan khas dari minyak kemiri Kempo Industri itu sendiri.

Untuk mengetahui fenomena yang ada pada perusahaan minyak kemiri Kempo Industri Bukittinggi penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuesioner awal kepada 22 orang konsumen minyak kemiri Kempo Industri Bukittinggi.

**Tabel 1. 1**  
**Kuisisioner Awal Strategi Inovasi Produk**

No.	Pertanyaan	YA	TIDAK
1	Perusahaan Kempo Industri perlu mengeluarkan varian lain Minyak Kemiri. Dalam hal bentuk isi produk seperti wax dan gell atau pomade. (Isi Produk)	17 77,27%	5 22,72%
2	Perusahaan Kempo Industri perlu menambahkan varian jenis aroma produk minyak kemiri. (Aroma Produk)	12 54,54%	10 45,45%
3	Perusahaan kempo Industri memberikan kemasan yang menarik terhadap produk Minyak Kemiri. (Kemasan Produk)	7 31,81%	15 68,81%
	Total	36	30

**Sumber : data Primer yang telah diolah.**

Setelah melakukan penyebaran kuisisioner awal pada konsumen perusahaan minyak rambut kemiri Kempo Industri Bukittinggi terdapat hasil yang diperoleh dari 22 responden. Mengenai strategi inovasi produk tentang isi produk Minyak kemiri Perusahaan Kempo Industri Bukittinggi, responden menjawab sebanyak 77,27% ya, dan 22,72 tidak, karena menurut mereka seiring berkembangnya zaman, perusahaan perlu mengeluarkan varian isi terbaru seperti dalam bentuk gell, wax dan pomade.

Selanjutnya dalam hal perlukah varian aroma lain pada minyak rembut kemiri perusahaan kempo industri responden menjawab 54,54% ya, karena mereka merasa bosan dengan aroma yang dipertahankan oleh perusahaan minyak kemiri kempo industri saat ini. Dan 45,45% menjawab tidak karena mereka menganggap aroma tersebut adalah aroma khas dari perusahaan minyak kemiri kempo industri tersebut. Dan dalam hal perusahaan minyak kemiri telah memberikan kemasan yang menarik terhadap produk minyak kemiri nya responden menjawab 68,81% tidak, karena mereka menganggap kemasan yang ada sekarang terlihat tidak modern dan mereka menginginkan kemasan baru yang lebih menarik dan modern. Dan 31,81 menjawab ya.

**Tabel 1. 2**

**Kuisiner Awal Pemanfaatan Teknologi Informasi**

No	Pertanyaan	YA	TIDAK
1	Perusahaan telah menggunakan komputer dalam transaksi dengan konsumen. (pemanfaatan komputer)	8 36,36%	14 63,63%
2	Perusahaan telah menggunakan sistem pemrosesan dengan peralatan pabrik lebih modern untuk memproduksi produk. (Peralatan pabrik)	9 40,90%	13 59,09%

3	Perusahaan telah menggunakan sistem online dalam proses pemesanan produk minyak kemiri kempo industri. (telekomunikasi)	7 31,81%	15 68,18%
	Total	24	42

**Sumber : data Primer yang telah diolah.**

Untuk kuisisioner berkaitan dengan pemanfaatan teknologi mengenai pemanfaatan komputer terdapat 63,63% menjawab tidak, perusahaan belum sepenuhnya menggunakan komputer dalam kegiatan transaksi perusahaan tersebut. menurut mereka perusahaan perlu menggunakan komputer dalam transaksi agar semua transaksi menjadi lebih cepat, dan 36,36% menjawab ya. Dan untuk peralatan pabrik terdapat 59,09% responden menjawab tidak, karena mereka menginginkan sistem pemrosesan dengan peralatan yang lebih modern sehingga cepat dalam memproduksi produk. Sedangkan 40,90% menjawab ya, karena mereka menganggap dengan peralatan pabrik yang tradisional akan menjaga kualitas dari minyak kemiri kempo industri tersebut. Dan untuk teknologi telekomunikasi 68,18% responden menjawab tidak, karena mereka menginginkan sistem online dalam proses pemesanan produk agar menjadi cepat. dan 31,81% menjawab ya.

**Tabel 1. 3****Kuisisioner Awal Keunggulan Bersaing**

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Perusahaan minyak kemiri kempo industri telah memberikan harga yang bersaing dibandingkan produk lainnya. (harga bersaing)	11 50%	11 50%
2	Perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri telah meningkatkan kualitas produk nya.(kualitas produk)	18 81,81	4 18,18
3	Minyak kemiri kempo industri telah lebih unggul dari produk lainnya, dalam hal bentuk produk,kemasan produk. (keunggulan produk)	9 40,90%	13 59,09
	Total	38	28

**Sumber : data Primer yang telah diolah.**

Untuk yang berkaitan dengan keunggulan bersaing dari 22 responden untuk yang berkaitan dengan harga bersaing, mereka menjawab 50% ya dan 50% tidak karena harga minyak kemiri perusahaan Kempo Industri yang di pasarkan sesuai dengan kualitas produk tersebut sehingga mampu bersaing dengan produk lainnya. Selanjutnya dari segi kualitas produk responden menjawab 81,81% ya, karena mereka selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas dari produk minyak kemiri kempo industri

tersebut, dan 18,18% tidak. Dan selanjutnya dalam hal keunggulan produk responden menjawab 40,90% ya dan 59,09% tidak karena dalam hal kemasan dan bentuk produk minyak kemiri kempo industri belum terlihat menarik dari produk lainnya.

Berdasarkan survey dari 22 orang responden, terdapat masalah pada indikator-indikator yang terjadi seperti strategi inovasi produk dimana para responden menginginkan adanya varian lain dari bentuk produk, varian aroma lain dan kemasan yang lebih menarik. Pada indikator pemanfaatan teknologi, responden menginginkan adanya teknologi modern seperti memanfaatkan komputer, peralatan pabrik yang modern, sistem online dan delivery order. Pada indikator keunggulan bersaing, harga yang lebih mahal dari minyak kemiri merek lain tetapi lebih murah dari produk yang menguasai pangsa pasar.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dan menyajikan dalam suatu penelitian dan mengambil judul “ PENGARUH STRATEGI INOVASI PRODUK DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PERUSAHAAN MINYAK KEMIRI KEMPO INDUSRI BUKITINGGI.

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Bagaimana inovasi produk dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kemampuan daya saing perusahaan Minyak Kemiri Kempo Indusri Bukittinggi

sehingga mampu bersaing dengan merek-merek minyak kemiri 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 bentuk produk, aroma produk yang lebih banyak pada Perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi
2. Masih kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan proses dan pembuatan produk pada Perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi.
3. Perlunya peningkatan pemasaran produk melalui pengiklanan dan promosi melalui media online dengan memanfaatkan teknologi internet maupun media cetak atau elektronik pada Perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana inovasi produk pada perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi.
2. Bagaimana pemanfaatan teknologi informasi pada perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi.

3. Bagaimana keunggulan bersaing produk pada perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi.
4. Bagaimana pengaruh inovasi produk dan pemanfaatan teknologi terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi baik secara parsial maupun secara simultan..

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri sehingga mampu bersaing dengan merek-merek lain yang sudah menguasai pangsa pasar, bagi kepentingan penelitian yang berfungsi 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 pada Perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang pemanfaatan teknologi informasi pada Perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang keunggulan bersaing pada Perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi.

4. Untuk mengetahui pengaruh strategi inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing pada Perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi secara parsial dan simultan.

#### **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 informasi, dan keunggulan bersaing.

##### **2. Kegunaan Akademis**

###### **a. Bagi penulis**

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai strategi inovasi produk, pemanfaatan teknologi, dan keunggulan bersaing, melalui penerapan ilmu dan teori yang di peroleh di bangku 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 dan pendayagunaan teknologi terhadap keunggulan bersaing perusahaan minyak kemiri kempo industri bukittinggi.

## **1.5 Lokasi dan Waktu Peneitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian pada upaya meningkatkan kualitas minyak kemiri Kempo industri Bukittinggi dengan judul pengaruh strategi inovasi produk dan penggunaan teknologi terhadap keunggulan bersaing perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi.

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di perusahaan Minyak Kemiri Kempo Industri Bukittinggi yang berlokasi di Jalan Sudirman 25C, Bukittinggi

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Adapun waktu Penelitian dilakukan selama 12 bulan yang dimulai dari september 2018.

**Tabel 1. 4**  
**Waktu Penelitian**

No.	Uraian	Waktu Kegiatan																			
		Bulan 1				Bulan 2				Bulan 3				Bulan 4				Bulan 5			
		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																				■