BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hidup layaknya roda yang terus berputar, ada saat dimana hidup itu berada pada posisi di atas dan juga berputar ke arah bawah. Demikian juga dengan roda bisnis, mungkin tahun ini produk bisnis anda menjadi market leader, tetapi belum tentu pada tahun-tahun berikutnya. Persaingan bisnis sangat ketat, pesaing-pesaing yang baru bermunculan setiap hari. Para pemilik bisnis seringkali lupa melakukan inovasi, ketika produk mereka sudah menjadi produk unggulan dalam persaingan bisnis. Padahal dalam dunia persaingan bisnis, menjadi pemenang adalah bagi mereka yang terus berinovasi.

Tak jarang hadirnya para pesaing baru dengan membawa inovasi baru. Maka jika para pemain bisnis terdahulu terus bertahan dengan cara lama, mereka akan semakin jauh tertinggal. Bisnis dengan produk yang selalu sama di pasaran tidak akan tercapai maksimal jika tidak mengubah nilai produk tersebut. Masih banyak pelaku bisnis yang tidak mau berubah, sementara produk mereka di pasaran harus mendapat tekanan dari pesaing. Inilah mengapa inovasi memiliki peran yang sangat penting dalam dunia bisnis.

Dalam artikel yang ditulis pada (http://sekolahumarusman.com/perlunya-inovasi-dalam-berbisnis/), beberapa penyebab pelaku bisnis harus melakukan inovasi antara lain:

a. Produk yang lama tidak laku di pasaran

Hal ini dimungkinkan terjadi karena tidak adanya respon positif dari konsumen, maka dari itu dapat dilakukan evaluasi produk sehingga dapat diperbaiki dan disesuaikan dengan keinginan konsumen.

b. Adanya permintaan pasar

Hal ini berbeda dengan kondisi permasalahan di atas, kondisi seperti ini merupakan kondisi dimana produk lama mendapat respon positif, hanya saja konsumen menginginkan produk baru dengan fungsi/ bentuk atau jenis yang berbeda dari produk lama yang juga semenarik produk sebelumnya.

c. Adanya pesaing

Dalam dunia persaingan bisnis, adanya pesaing tidak dapat dihindari. Pesaing dimungkinkan membuat suatu produk yang lebih baik dari produk anda. Sehingga untuk mengalahkan pesaing, anda harus membuat produk dengan kualitas jauh lebih baik lagi dibanding produk pesaing dan produk lama anda sebelumnya.

d. Pengembangan bisnis

Inovasi membantu pelaku bisnis mengembangkan bisnisnya tidak hanya dengan satu produk namun meliputi beberapa produk. Tidak hanya itu,

konsumen juga bersedia untuk membayar lebih demi sebuah inovasi. Dengan adanya inovasi ini, maka anda akan lebih banyak mendapatkan keuntungan.

Beberapa faktor tersebut merupakan beberapa kondisi yang selalu dialami pelaku bisnis. Dengan melakukan inovasi yang tepat maka akan sangat membantu pengembangan bisnis anda tanpa mengeluarkan banyak modal. Inovasi merupakan strategi bertahan dan strategi bersaing suatu bisnis.

Penelitian ini dilakukan pada Mosdite Carissa Dea. Carissa Dea merupakan sebuah bisnis yang memberikan layanan jasa *dress-making*. Produk yang dihasilkan Carissa Dea berupa baju pesta dan kebaya yang digunakan pada acara khusus, seperti pertunangan, pernikahan, wisuda, dan acara makan malam khusus. Sistem pemesanannya secara *offline* maupun *online*. Jika *offline*, konsumen mengatur waktu bertemu di *workshop* Carissa Dea kemudian melakukan pengukuran badan. Tahap selanjutnya konsumen diharuskan datang kembali untuk dilakukan pengepasan baju.

Jika online, konsumen yang memungkinkan untuk bertemu secara langsung akan melalui tahap yang sama dengan konsumen *offline*. Hal ini dikarenakan proses pengukuran baju akan lebih akurat jika dilakukan oleh yang lebih berpengalaman. Sedangkan, bagi konsumen yang tidak bisa bertemu secara langsung akan diberikan panduan sederhana cara mengukur badan. Berikut adalah beberapa contoh produk yang telah dibuat Carissa Dea.

Gambar 1.1
Contoh Gambar Hasil Produk Modiste Carissa Dea

Sumber : Data primer yang didapat dari Modiste Carissa Dea

Seperti yang terlihat dari contoh hasil produk Carissa Dea, jenis produk hanya dapat digunakan pada *event-event* tertentu saja, seperti acara pernikahan, acara ulang tahun, pertunangan, wisuda, dll. Penggunaan kain-kain brokat, bordir, serta aksen payet membuat baju terkesan mewah dan penggunaannya dikhususkan untuk acara-acara tertentu saja. Dimana tidak setiap saat diadakan *event*-event khusus semacam itu. Sehingga hal ini menyebabkan penjualan Carissa Dea tidak menentu, terlebih lagi dengan banyaknya pesaing yang ada di pasaran. Di lain hal, Carissa Dea juga mendapat beberapa permintaan dari konsumen. Hal ini kemudian membuat pemilik bisnis memikirkan perlu adanya inovasi pada Carissa Dea. Untuk meyakinkan penelitian ini, maka penulis melakukan wawancara kepada lima orang konsumen Carissa Dea mengenai kepuasan dan permintaan konsumen terkait pengembangan bisnis Carissa Dea. Berikut adalah hasil wawancara yang telah dilakukan kepada lima orang konsumen Carissa Dea:

Tabel 1.1
Rekapitulasi tanggapan responden atas pelayanan dan produk Carissa Dea

No.	R1	R2	R3	R4	R5
Pengalaman menggunakan jasa Carissa Dea	Ya, pernah	Ya, pernah	Ya, pernah	Ya, pernah	Ya, pernah
Tingkat kepuasan terhadap pelayanan dan hasil kerja Carissa Dea	Memuaskan, karena keramahannya, desainnya menarik, harganya sesuai dengan kualitas produk, dan tepat waktu.	Baik, karena potongannya pas di badan dan tepat waktu. Namun, sayangnya modiste ini hanya menerima pembuatan baju pesta saja.	Memuaskan, karena desainnya bagus, pola sesuai di badan, dan nyaman digunakan.	Bagus dan memuaskan, karena desainnya menarik serta hasilnya sesuai dengan harga produk.	Memuaskan, hasil jahitan rapi dan bagus, harganya terjangkau dan tidak mengecewakan.

Sumber : data primer yang diolah pada tahun 2017

Tabel 1.1 menunjukkan tingkat kepuasan konsumen Carissa Dea terhadap layanan jasa dan produk. Keseluruhan responden menyatakan pernah menggunakan jasa Carissa Dea. Selain itu, mayoritas responden merasa puas terhadap layanan jasa yang meliputi pelayanan yang ramah serta ketepatan waktu pengerjaan, dan mayoritas responden juga merasa puas atas produk yang meliputi desain produk yang menarik, potongan pola yang nyaman dan pas di badan, hasil jahitan yang rapi, serta harga yang sesuai dengan kualitas produk. Namun, terdapat kekecewaan responden mengenai layanan jasa yang diberikan terbatas hanya khusus untuk baju pesta saja.

Tabel 1.2
Rekapitulasi permintaan responden atas pengembangan bisnis Carissa Dea

No.	R1	R2	R3	R4	R5
Service yang harus ditambahkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan	Karena badan R1 gemuk maka ukuran R1 cenderung berubah. Dan R1 tidak selalu bisa melakukan proses fitting, jadi lebih baik kalau ada standar ukuran seperti S,M,L.	Perlu adanya desain baju *casual* sehingga lebih fleksibel pemakaian nya.	Perlu diadakan baju *ready stock*.	Membuat layanan jasa online. Seperti membuat clothing brand online dengan konsep yang menarik.	Adanya standar ukuran baju seperti di mall-mall sehingga tidak perlu melakukan proses fitting.
Perlunya diadakan sistem non-customsize untuk pengembangan bisnis Carissa Dea	Perlu, karena sekarang sudah jamannya online jadi lebih baik kalau menjual baju online juga.	Perlu, sehingga tidak perlu dilakukan proses fitting secara terus menerus dengan mengacu pada standar ukuran	Ya, ide tersebut akan baik untuk baju ready stock. Selain itu, ide pemasaran online akan baik sebagai sarana pemasaran	Perlu, untuk ide clothing brand online lebih baik menggunakan sistem non-customsize. Sedangkan untuk baju pesta akan lebih baik sebaliknya.	Sangat perlu, karena terkadang ada hambatan dalam melakukan proses fitting sehingga akan lebih memudahkan pelanggan.

Sumber : data primer yang diolah pada tahun 2017

Tabel 1.2 menunjukkan permintaan konsumen mengenai pengembangan Carissa Dea. Hasil dari tabel terlihat bahwa mayoritas responden menginginkan adanya standar ukuran, desain baju *casual*, baju *ready*

stock, dan pemasaran produk secara *online*. Maka calon konsumen bisa langsung membeli produk dengan memilih ukuran yang sesuai dan tanpa melakukan proses pengepasan baju.

Carissa Dea belum pernah melakukan inovasi untuk membuat baju *ready stock* atau membuat desain baju *casual*, karena begitu banyak pesaing dengan produk yang sama. Dalam melakukan proses inovasi dibutuhkan kreativitas sehingga produk inovasi yang dihasilkan benar-benar inovatif dan memiliki daya saing. Melihat kondisi ini, peneliti memiliki ide inovasi pada *dress*, dan ingin menciptakan *dress painting*. Peneliti tertarik untuk melakukan inovasi pada tehnik pewarnaan dan juga cara pemasaran produk Carissa Dea berkaitan dengan permintaan pasar. *Dress painting* merupakan sebuah *dress* yang dirancang dengan tehnik pewarnaan *fabric painting* atau melukis kain. Tehnik *fabric painting* ini akan dilakukan untuk membuat pewarnaan motif pada *dress*. Berkaitan dengan permintaan pasar, maka inovasi *dress painting* akan disesuaikan dengan keinginan pasar. Produk inovasi *dress painting* akan didesain sebagai baju *casual* sehingga nyaman untuk digunakan sehari-hari. Peneliti juga memiliki ide untuk membuat sistem produksinya secara *ready stock*, sehingga memudahkan calon konsumen dalam melakukan pembelian tanpa harus melalui proses pengukuran dan pengepasan baju.

Beberapa tehnik pewarnaan kain yang sudah digunakan di industri *fashion* yaitu seperti sablon, printing, cap, celup, membatik, dan bordir. Sementara tehnik *fabric painting* belum banyak dikenal masyarakat. Peneliti melihat adanya peluang melakukan inovasi dari segi teknik pewarnaan yaitu *fabric painting*. Teknik ini akan menjadi inovasi produk *dress* dari Carissa Dea. Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti ingin mengetahui keberadaan produk *dress painting* yang ada di pasaran serta respon masyarakat mengenai ide inovasi *dress painting*, dengan melakukan pembagian angket pada tiga modiste yang ada di kota Semarang. Dan dari ketiga angket yang telah dibagikan, maka peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.3
Rekapitulasi Data Pra Penelitian mengenai Pengetahuan & Respon Modiste Terhadap Tehnik Fabric Painting & Inovasi Dress Painting

Kategori	Frekuensi	Total Rekapitulasi	Persentase
Belum mengetahui tehnik fabric painting	3	3	100%
Belum mengetahui dress painting	3	3	100%
Tidak menjual produk dress painting	3	3	100%
Setuju adanya inovasi dress painting	3	3	100%

Sumber : data primer yang diolah pada tahun 2017

Setelah dilakukan pengisian angket pra penelitian pada tiga modiste yang ada di Semarang mengenai pengetahuan dan respon modiste terhadap

tehnik *fabric painting* serta ide inovasi *dress painting*, peneliti mendapatkan hasil bahwa dari ketiga modiste yang ada di kota Semarang belum mengetahui tehnik *fabric painting* dan tidak menjual produk *dress painting.* Ketiga toko juga menyatakan bahwa belum ada *dress painting* di pasaran serta menginginkan agar inovasi *dress painting* ini dapat terwujud.

Sebuah inovasi memiliki peran penting bagi setiap pelaku bisnis, dengan inovasi yang tepat bisnis dapat terus bertahan serta bersaing dalam pasar. Modiste Carissa Dea juga membutuhkan inovasi sehingga dapat mewujudkan permintaan pasar serta melakukan pengembangan bisnis, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Proses Inovasi Dress Painting pada Modiste Carissa Dea".**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka perumusan masalah penelitian ini adalah : Bagaimana melakukan proses inovasi dress painting ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses inovasi dress painting.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi calon konsumen :

Melalui penelitian ini diharapkan calon konsumen terutama bagi pengamat trend fashion dapat mengapresiasi karya seni lukis pada media lain yakni busana serta mendapatkan kemudahan dalam proses pemesanan produk Carissa Dea.

b. Bagi akademisi :

Sebagai bahan pertimbangan, informasi tambahan, dan pedoman dalam penelitian sejenis di masa mendatang.

c. Bagi peneliti :

Sebagai referensi untuk penelitian lainnya terkait proses inovasi produk.

d. Bagi pemilik bisnis :

Sebagai bahan pertimbangan pengembangan bisnis untuk membantu peningkatan penjualan melalui inovasi produk terkait.

1.5. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah :

Tahapan akhir komersialisasi tidak dijalankan hingga proses pelaksanaan, namun hanya dilakukan perencanaan saja. Karena hanya bertujuan untuk mengetahui proses inovasi sampai pada tahap pengujian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA