

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Iklm persaingan yang semakin ketat di Indonesia saat ini dialami oleh setiap segmen bisnis. Persaingan ini dapat terjadi karena banyaknya persaingan yang dialami baik dari industri yang berasal dari dalam negeri maupun dai luar negeri. Era globalisasi saat ini walaupun membuat banyak perusahaan memiliki peluang usaha yang cukup besar, namun di sisi lain juga melahirkan ancaman bagi bisnis yang berjalan akibat bisnis yang masuk ke Indonesia semakin banyak. Persaingan yang semakin ketat ini lebih banyak dialami oleh perusahaan yang memiliki banyak pesaing perusahaan lain yang memiliki produk sejenis. Banyaknya perusahaan yang memiliki produk sejenis ini membuat suatu perusahaan perlu memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat lebih menarik konsumen untuk membeli produknya. Kondisi permintaan pasar, penawaran dari pesaing, ukuran serta pertumbuhan pasar akan membuat perusahaan harus menyadari keunggulan bersaingnya sehingga mampu berkompetisi di tengah pasar yang semakin berkembang (Sugiyarti, 2016)

Keunggulan bersaing adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah, unik dan tidak mudah ditiru oleh pesaingnya sehingga mampu membuat pelanggan lebih memilih produk perusahaan

itu dibandingkan dengan pesaingnya tersebut (Sherlin, 2016). Untuk meningkatkan keunggulan bersaingnya tersebut, perusahaan perlu membuat produk yang kreatif dan inovatif, dengan produk yang kreatif dan inovatif, maka perusahaan dapat membuat dirinya pada posisi yang unggul dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan sejenisnya. Usaha kreatif merupakan satu jenis usaha yang saat ini semakin berkembang, karena usaha kreatif selalu berusaha membuat produk-produk yang inovatif dan berbeda serta mengikuti trend yang ada saat ini.

Salah satu usaha kreatif yang saat ini memiliki peluang usaha besar adalah usaha produksi boneka. Boneka merupakan suatu mainan yang tidak lekang oleh jaman, dan memiliki penggemar dari kalangan usia yang cukup luas. Hal ini membuat peluang untuk berwirausaha di industri boneka semakin besar. Minat masyarakat terhadap boneka tinggi, tidak hanya anak-anak tapi juga orang dewasa terutama boneka-boneka populer maupun boneka-boneka yang khusus untuk dikoleksi. Namun pasar untuk boneka tidak hanya didominasi perorangan saja, tetapi juga untuk perusahaan dan instansi yang akan digunakan sebagai souvenir dan hadiah, misalnya membeli handphone dan kemudian mendapatkan hadiah boneka, atau pembelian susu SGM mendapatkan hadiah boneka.

Peluang bisnis ini merupakan peluang yang besar bagi pengusaha yang bergerak di bidang produksi boneka ini. Permasalahan yang timbul saat ini adalah, dengan adanya peluang di industri boneka, semakin banyak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan pada bidang boneka ini, sehingga timbullah pesaing-pesaing baru yang masuk ke dalam pasar seperti di daerah Cikampek, Karawang

yang merupakan produsen besar boneka di Indonesia, antara lain adalah Kampung Boneka Sukamulya Bandung, Ciumbuleuit, Bekasi, Karawang dan Tangerang. Banyaknya produsen boneka baik berupa usaha seperti PT dan CV maupun home industri membuat banyak pesaing yang ada di industri boneka.

Permasalahan yang terjadi pada industri boneka saat ini adalah penurunan omset penjualan selama beberapa tahun terakhir seperti di kampung Boneka Sukamulya di Bandung misalnya Pido'a Sepuh yang telah berdiri sejak tahun 1990 yang saat ini hanya mendapatkan omset sebanyak 100 juta, menurun hampir 50% dari tahun sebelumnya, penurunan omset ini terjadi karena jumlah pesaing di bisnis boneka ini semakin banyak yaitu meningkat lebih dari 50 industri setiap tahunnya (<https://www.ayobandung.com/read/2017/01/10/14954/>). Hal ini membuat persaingan retail untuk menjual secara langsung ke konsumen semakin ketat, selain penjualan retail, penjualan grosir dan supply ke toko modern seperti Toko Ada, Aneka, Hypermart dan Superindo juga terdampak akibat banyaknya pesaing baru maupun pesaing lama. Kondisi ini membuat perlunya ada keunggulan bersaing dari produk yang dijual oleh industri-industri boneka sehingga mampu menjual produknya. Kondisi ini juga dialami oleh sentra industri boneka yang berlokasi di Desa Cikampek Utara, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang, Jawa Barat yang saat ini memiliki jumlah produsen boneka sebanyak 72 produsen boneka. Berdasarkan wawancara dengan bapak Faishal, saat ini masalah yang dialami di sentra industri boneka Karawang adalah penurunan omset hingga hampir 30%.

Peneliti mencoba untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap oleh konsumen mampu mempengaruhi keunggulan bersaing industri boneka dengan melakukan presurvey lanjutan. Presurvey lanjutan dilakukan berdasarkan faktor-faktor yang mampu mempengaruhi keunggulan bersaing menurut Suryana (2013) yaitu inovasi produk, orientasi pesaing, orientasi pasar, orientasi pelanggan, harga, promosi, saluran distribusi, dan spesialisasi. Presurvey ini dilakukan pada para produsen boneka di sentra industri boneka Karawang dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1.1
Prasurvey Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing

No	Keterangan	Jawaban	%
1	Memperhatikan kebutuhan dan permintaan pelanggan	16	26,67
2	Inovasi produk, lebih kreatif dan lebih variatif	13	21,67
3	Harga yang bagus	10	16,67
4	Sesuai dengan trend pasar	7	11,67
5	Membuat produk yang sama dengan pesaing	5	8,33
6	Spesialisasi boneka binatang	4	6,67
7	Pendistribusian yang cepat dan merata	3	5
8	Promosi yang lebih gencar	2	3,33
Total		60	100

Sumber : Hasil Prasurvey, 11 April 2019

Berdasarkan hasil presurvey yang telah dilakukan, diambil dua variabel yang mendapatkan nilai tertinggi yaitu variabel orientasi pelanggan dengan persentase 26,67% dan variabel inovasi produk dengan nilai 21,67%. Variabel yang digunakan adalah dua yang teratas sebab dua variabel tersebut diambil karena faktor-faktor lain sudah tercakup dalam kedua variabel tersebut. Untuk variabel harga sendiri tidak digunakan karena bukan merupakan ukuran yang tepat, sebab jika salah satu penjual membanting harga hingga separo dari harga awal tentu saja konsumen akan lebih membelinya namun hal ini tidak dapat dilakukan. Orientasi

pelanggan merupakan faktor pembentuk keunggulan bersaing industri boneka. Perusahaan yang memiliki orientasi memperhatikan kebutuhan pelanggan dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, akan menyediakan produk yang memenuhi kebutuhan konsumennya tersebut. Hal ini membuat perusahaan dipandang sebagai perusahaan yang perhatian dan mau memperhatikan permintaan konsumen sehingga perusahaan memiliki keunggulan bersaing di mata konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian Tarabieh dan Ahmad (2015) dan Nuryakin (2018) yang menyatakan orientasi pelanggan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Selain orientasi pelanggan, inovasi produk yang dihasilkan oleh perusahaan juga mampu mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan. Usaha penciptaan keunggulan bersaing dapat dilakukan dengan perusahaan menghasilkan produk-produk yang dihasilkan dari penciptaan gagasan baru yang inovatif. Adanya penciptaan produk berdasarkan gagasan yang baru akan dapat menarik konsumen sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan sebab perusahaan dipersepsikan sebagai perusahaan yang memiliki produk yang selalu update dan menyesuaikan diri dengan permintaan pasar. Uraian ini juga didukung oleh penelitian Sherlin (2016) dan Sugiyarti (2016) yang menyatakan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan adanya latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk mengembangkan penelitian mengenai pengaruh orientasi pelanggan, dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk boneka.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana persepsi perusahaan terhadap orientasi pelanggan, inovasi produk dan keunggulan bersaing produk boneka?
2. Apakah orientasi pelanggan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk boneka?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk boneka?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk

1. Mengetahui persepsi perusahaan terhadap orientasi pelanggan, inovasi produk dan keunggulan bersaing produk boneka.
2. Mengetahui pengaruh orientasi pelanggan terhadap keunggulan bersaing produk boneka.
3. Mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk boneka.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Praktisi

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing produk boneka.

2. Bagi Akademisi

Bagi akademisi dapat menjadikan bacaan ini untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen kewirausahaan dan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang mengadakan penelitian yang menyangkut cara meningkatkan keunggulan bersaing produk boneka.

