

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Inovasi sangat diperlukan oleh perusahaan untuk dapat memperluas pangsa pasar baru serta mempertahankan pangsa pasarnya saat ini. Inovasi diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk mampu bersaing seiring dengan perubahan dan perkembangan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif (Dhewanto, 2014). Dalam melakukan sebuah inovasi, diperlukan beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk mencapai sebuah inovasi yang dapat diterima masyarakat.

Ki Hajar Dewantara mengajarkan mengenai *niteni* (mengamati), *neroke* (menirukan), dan *nambahi* (menambahkan). Prinsip ini merupakan bagian dalam proses inovasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menghasilkan produk. Prinsip yang diajarkan Ki Hajar Dewantara tersebut mengajarkan perusahaan untuk selalu mengamati lingkungan bisnis dari segi *supplier*, *customer*, *competitor*, *product substitution*, dan *potential new entrants*. Perusahaan perlu belajar untuk memperbaiki diri mengenai sistem perusahaan dari perusahaan yang sejenis. Perusahaan perlu menambahkan produk yang menonjol, unik dan berbeda dari perusahaan yang lain serta dari produk-produk sebelumnya yang sudah ada.

Dalam menghasilkan produk/jasa yang baru perlu dihasilkan sebuah ide-ide kreatif yang menjadi bagian dari sebuah proses inovasi. Proses inovasi merupakan bagian dari sebuah invensi (penemuan baru yang ditemukan oleh seseorang). Inovasi sendiri yakni mewujudkan sebuah produk/jasa baru yang ditemukan dalam sebuah invensi tersebut. Inovasi hanya dapat ditemukan apabila seseorang memiliki pola

pikir yang kreatif. Inovasi sendiri memang akrab sekali hubungannya dengan sebuah kreatifitas, sehingga seseorang sangat perlu memvisualisasi ide-ide yang berasal dari pola pikir tersebut untuk menghasilkan sebuah inovasi.

Unsur-unsur yang terdapat di dalam sebuah inovasi ialah mampu memecahkan suatu masalah (*solving problem*), meningkatkan kualitas produk yang sudah ada sebelumnya (*improvement*), memiliki arah yang jelas (*vision alignment*), dan dapat diterima oleh pasar (*market acceptance*) (Chuang, 2015). Dalam perkembangannya, inovasi pasti melalui proses dan tahapan sebelum menjadi sebuah penemuan. Tahapan yang harus dilalui untuk dapat berinovasi dengan produk yaitu :

a. Perumusan Masalah

Dengan merumuskan masalah yang terjadi dapat dihasilkan solusi untuk melakukan sebuah inovasi. Contohnya yakni dengan memperhatikan *feedback* dari pengguna untuk mendefinisikan sebuah permasalahan.

b. Proses Inovasi

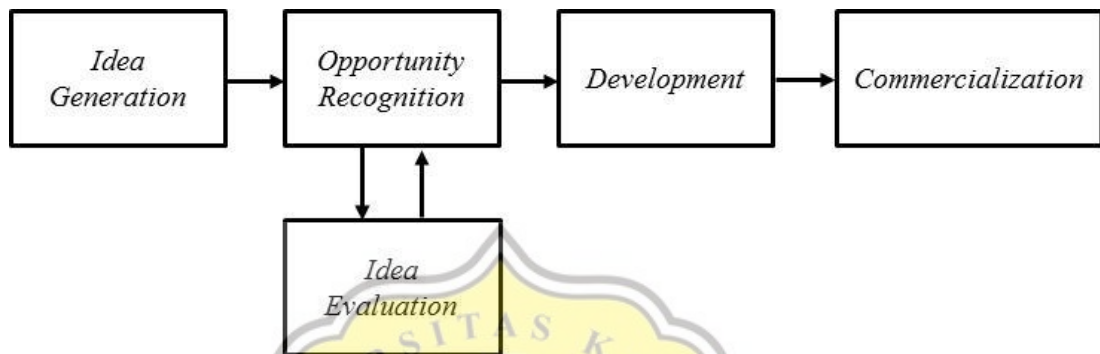
Tahap berikutnya adalah proses pemecahan masalah menjadi produk yang siap dipasarkan. Contohnya, mengumpulkan data dari analisis tren pasar. Dari proses analisis tersebut masalah dapat diolah menjadi sebuah ide. Ide dilanjutkan ke proses mendesain produk hingga siap lempar ke pasaran.

c. Hasil Inovasi dan Evaluasi

Setelah solusi masalah tersebut ditemukan, maka kembali ke tahap pertama untuk mengevaluasi setiap inovasi yang sudah diterapkan (Chuang, 2015).

Inovasi dilahirkan melalui beberapa tahapan proses inovasi. Inovasi menurut Drucker (1985) berarti alat spesifik dari seorang *entrepreneur*, bagaimana mereka

mengeksploitasi perubahan menjadi sebuah kesempatan untuk berbagai bidang usaha dan jasa. Proses Inovasi dimulai dengan dua tindakan kreatif, penciptaan ide, dan pengenalan peluang. Luecke (2003) menjelaskan bahwa proses inovasi terjadi pada tahapan sebagai berikut :



Gambar 1.1. Diagram Proses Inovasi

Pada penelitian ini proses inovasi dilakukan pada produk param kock. Param kock merupakan produk obat luar yang sudah dikenal sejak jaman dahulu, secara tradisional obat tersebut mengobati penyakit pegal linu pada otot. BPOM (2014) mendefinisikan param adalah sediaan padat atau cair Obat Tradisional, terbuat dari Serbuk Simplisia dan/atau Ekstrak dan digunakan sebagai obat luar. Obat Tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik) atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun temurun telah digunakan untuk pengobatan dan dapat diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku dimasyarakat.

Param Kock Manna merupakan param kock yang berbentuk cair dengan ekstra penambahan ekstrak jahe. Param Kock Manna diperlukan sebuah inovasi dari produk lama menjadi produk yang lebih *modern* atau *up to date* sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut.

Pengembangan sebuah inovasi Param Kocok Manna menjadi Param Krim Manna juga didukung oleh saran-saran dari kustomer Param Kocok Manna. Inovasi yang dilakukan pada produk param kocok yakni dengan membuat produk param kocok cair menjadi param krim. Salep dan Krim menurut BPOM (2014) adalah sediaan Obat Tradisional setengah padat terbuat dari Ekstrak yang larut atau terdispersi homogen dalam dasar Salep/Krim yang sesuai dan digunakan sebagai obat luar.

Hasil prasurvey yang dilakukan peneliti untuk mengetahui tingkat respon masyarakat mengenai param kocok yang dibandingkan dengan param krim. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Kemudian kuesioner yang kembali sebanyak 51 kuesioner dengan menggunakan uji preferensi. Responden pria dan wanita dengan rata-rata berusia 18-35 tahun diminta untuk menentukan pilihan mengenai penggunaan param kocok atau param krim. Berikut ini adalah hasilnya:

Tabel 1.1. Hasil Pra Survey Peneliti (51 responden)

No.	Pertanyaan	Jawaban					
		Ya	Tidak				
Q1	Apakah anda sering mengalami pegal linu?	29 (56,86%)	22 (43,14%)				
		Param Kocok	Salonpas Gel	Counterpain	Neo Rheumacyl	Hot In Cream	Lainnya
Q2	Produk apakah yang anda ketahui untuk mengobati pegal linu?	16 (30.77%)	21 (40.38%)	32 (61.54%)	8 (15.38%)	13 (25.00%)	10 (19.23%)
Q3	Produk apakah yang anda gunakan ketika pegal linu?	10 (19.61%)	10 (19.61%)	26 (50.98%)	2 (3.92%)	6 (11.76%)	15 (29.41%)
		Tidak Pernah	Jarang	Kadang - Kadang	Sering	Sangat Sering	
Q4	Seberapa sering anda menggunakan produk diatas untuk mengobati obat pegal linu?	3 (5.77%)	23 (44.23%)	14 (26.92%)	11 (21.15%)	1 (1.92%)	





		Ya	Tidak				
Q5	Apakah anda pernah mengetahui produk param kocok cair?	34 (65.38%)	18 (34.62%)				
		Ya	Tidak				
Q6	Apakah anda pernah menggunakan produk param kocok cair?	20 (39.22%)	31 (60.78%)				
		Tidak Pernah	Jarang	Kadang kadang	Sering	Sangat Sering	
Q7	Seberapa sering anda menggunakan produk param kocok cair?	31 (60.78%)	11 (21.57%)	7 (13.73%)	1 (1.96%)	1 (1.96%)	
		Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju		
Q8	Apakah menurut anda param kocok cair, produk yang sangat tradisional untuk bersaing dengan produk lainnya di era modern sekarang ini?	3 (5.88%)	41 (80.39%)	6 (11.76%)	1 (1.96%)		
		Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju		
Q9	Apakah menurut anda produk param kocok cair perlu dilakukan inovasi untuk dapat bersaing dengan produk lainnya yang lebih modern dalam bentuk yang lebih padat misalnya krim?	20 (39.22%)	25 (49.02%)	4 (7.84%)	2 (3.92%)		

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden pernah mengalami pegal linu sebanyak 29 kali dengan presentase 56.86% dan responden tidak mengalami pegal linu sebanyak 22 kali dengan presentase 43.14%. produk untuk mengobati pegal linu diantaranya param kocok dengan presentase 30.77%, salonpas Gel dengan presentase 40.38%, counterpain dengan presentase 61.54%, neo pheumacyl dengan presentase 15.28%, hot and cream dengan presentase 25.00%, dan lainnya sebanyak 19.23%. produk yang digunakan selama pegal linu adalah param kocok dengan presentase

19.61%, salonpas Gel dengan presentase 19.361, counterpain dengan presentase 50.98%, neo pheumacyl dengan presentase 3.92%, hot and cream dengan presentase 11.76%, dan lainnya sebanyak 29.41%. responden menggunakan produk tersebut dengan waktu yang tidak pernah dengan presentase 5.77%, jarang dengan presentase 44.23%, kadang-kadang 26.92%, sering dengan presentase 21.15%, dan sangat sering dengn presentase 1.92%. Tabel yang menunjukan pengetahuan tentang parem kocok sebanyak 65.38% responden menjawab iya dan 34.62% responden menjawab tidak mengetahuinya.



Gambar 1.4. Krim Pijat yang Terdapat di Pasaran Saat Ini

Merek	Keterangan
	<p>Neo Rheumacyl</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga : Rp 14.400,- 2. Komposisi : <i>Menthol, methyl salicylate, camphora, eugenol</i> 3. Jenis : Cream 4. Volume : 30 gram
	<p>Salonpas Gel</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga : Rp 12.900,- 2. Komposisi : <i>methyl salicylate, menthol</i> 3. Jenis : Gel 4. Volume : 30 gram
	<p>Counterpain</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga : Rp 42.400,- 2. Komposisi : <i>methyl salicylate, eugenol, menthol, vanishing cream base</i> 3. Jenis : Cream 4. Volume : 30 gram
	<p>Hot in Cream</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga : Rp 20.000,- 2. Komposisi : <i>menthol crystal, methyl salicylate oil, eucalyptus oil, sereh oil, dan pine oil.</i> 3. Jenis : Cream 4. Volume : 120 ml

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti mengenai krim pijat yang terdapat di pasaran saat ini, peneliti ingin membuat sebuah inovasi yakni membuat krim pijat yang berasal dari obat tradisional Param Kocok MannaCair

menjadi suatu produk dengan ide kreatif, mengembangkan produk Param Kocok lama yaitu dengan jenis cair menjadi produk yang lebih *modern* atau *up to date* yakni Param Kocok dengan jenis krim.

Pengembangan produk/inovasi produk Param Kocok Manna menjadi Param Krim Manna diyakini merupakan sebuah inovasi yang terbaru yang belum ada di pasaran. Peneliti dalam melengkapi sebuah penelitian ini mengenai inovasi Param Krim Manna menunjukkan adanya respon positif dari para responden mengenai adanya inovasi Param Kocok Manna menjadi Param Krim Manna. Hasil survey menunjukkan bahwa 80,39% responden menyatakan bahwa Param Kocok Manna merupakan produk yang tradisional untuk mampu bersaing di jaman modern saat ini. Sebanyak 39,22% responden sangat setuju dan sebanyak 49,02% responden setuju untuk adanya inovasi Param Kocok Manna menjadi Param Krim Manna.



Gambar 1.5. Param Kocok Manna Cair

Penelitian ini berfokus pada setiap proses inovasi yang dilakukan pada pembuatan param kocok krim Manna. Proses inovasi yang dilakukan pada penelitian

ini mengikuti pada teori dari Holtzman (2011) dalam Dhewanto (2014) yang memberikan penggambaran mengenai proses pengembangan produk. Berdasarkan pada teori tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Proses Inovasi Produk Param Kocok Manna Cair menjadi Param Krim Manna”**. Penelitian ini menggunakan prinsip yang ada dalam Luecke (2003) sebagai acuan dalam proses inovasi.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang muncul adalah bagaimana proses inovasi bisnis yang dilakukan produsen param kocok krim Manna dalam mengubah produknya dari cair menjadi krim untuk membuka peluang bisnis baru?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses inovasi bisnis yang dilakukan produk Param Kocok Manna menjadi Param Krim Manna untuk membuka peluang bisnis baru.

Manfaat penelitian ini ialah:

a. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi UMKM dan juga perusahaan dalam menentukan proses inovasi yang akan dilakukan.

b. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian mengenai proses inovasi dalam berbagai bidang yang terkait dengan perusahaan.

c. Manfaat bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan bagi masyarakat mengenai bagaimana cara melakukan inovasi dengan mengikuti proses yang ada.

