

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Di era persaingan yang semakin kompetitif dan menuju era globalisasi, setiap usaha dituntut agar selalu memiliki keunggulan untuk berbagai produk yang diciptakan. Dengan memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya yang bergerak di bidang sejenis, maka sebuah usaha akan lebih diminati dan dipilih konsumen daripada pesaingnya. Diharapkan dari keunggulan yang dimiliki, akan membawa perkembangan yang positif bagi kelangsungan usaha tersebut sehingga dapat tetap eksis dan berjalan dengan lancar.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh sebuah usaha dalam memajukan usaha atau bisnisnya adalah melalui inovasi. Kunci sukses seorang pengusaha di dalam memenangkan pasar adalah kekuatan peranan dalam berinovasi dan menciptakan ide-ide brilian dalam menembus pasar. Inovasi berarti mampu menciptakan produk yang dapat dikomersialkan dari hasil penemuan tersebut.

Sebuah perusahaan perlu melakukan inovasi sebagai upaya untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Di mana setiap bidang usaha kini semakin banyak pelaku pasarnya. Oleh sebab itu, dibutuhkan sebuah strategi yang tepat untuk mengatasi persaingan ini yaitu inovasi. Inovasi sangat penting terutama dalam situasi yang semakin *turbulent*. Dari inovasi yang dilakukan,

harus dapat tercipta diferensiasi produk yaitu berupa produk yang lebih eksis dan mampu bertahan di pasaran.

Inovasi dari sebuah usaha harus dapat menciptakan gagasan baru dalam pengembangan produk, baik yang sudah eksis atau terciptanya ide bagi peluang usaha baru yang tidak pernah terpikirkan oleh orang lain. Untuk mendukung kesuksesan dalam menciptakan ide ini, sebuah perusahaan harus dapat menghasilkan produk yang berbeda dari yang sudah ada di pasaran. Inovasi bermacam-macam bentuknya, ada yang berupa inovasi produk, proses, marketing dan organisasi. Dalam penelitian ini inovasi dilakukan dengan mengamati produk yang sudah ada, kemudian melakukan modifikasi untuk membuat hasil yang lebih baik. Di mana produk yang sudah ada dan laku di pasaran, diberi sentuhan inovasi sehingga muncul varian baru dari produk tersebut tanpa mengurangi kualitasnya.

Salah satu usaha yang kini banyak pelaku bisnisnya adalah jamu. Banyak sekali perusahaan jamu di negara Indonesia baik yang bertaraf lokal hingga bertaraf nasional. Jamu tetap menjadi salah satu sarana pengobatan alternatif di era yang serba modern. Meskipun berbagai metode pengobatan modern dan canggih sudah ditemukan, masih banyak masyarakat yang tetap menggunakan jamu dalam mengobati berbagai penyakit. Jamu yang dimaksud di sini adalah bahan-bahan alami berupa tumbuh-tumbuhan obat yang sering dan mudah kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari. Para ilmuwan sering menyebutnya dengan tumbuhan herbal. Meskipun hanya berupa tanaman (dedaunan), namun memiliki khasiat yang sudah terbukti mampu mengobati

berbagai macam penyakit, sehingga banyak orang yang tetap setia menggunakan jamu sebagai obat dalam mengobati penyakitnya.

Seiring meningkatnya permintaan pasar, maka semakin banyak pula perusahaan-perusahaan jamu yang bermunculan. Hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat dan kompetitif dalam usaha jamu. Bagi perusahaan jamu yang sudah lama berdiri, tentunya ingin agar selalu eksis dan tetap mampu bertahan di dalam persaingan ini. Salah satu cara yang dipandang paling tepat untuk mengatasi persaingan yang semakin ketat pada perusahaan jamu yaitu dengan melakukan inovasi.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jamu herbal adalah Perusahaan Jamu Ching Lung. Perusahaan ini didirikan oleh Sinshe Hendra Yauw pada tanggal 23 Maret 2003, berlokasi di Jalan Seruni BX-9 Solo Baru, Solo. Dengan dibantu oleh putranya Bp. Cakra H.P beliau mencoba mengembangkan berbagai jenis produk jamu herbal yang dapat mengobati berbagai macam penyakit. Sinshe Hendra Yauw mengembangkan berbagai resep kuno dari leluhur beliau yang lebih disempurnakan lagi, sehingga tercipta berbagai ramuan dalam bentuk jamu herbal yang dapat mengobati berbagai macam penyakit. Perusahaan Jamu Ching Lung mencoba untuk mengenalkan kepada masyarakat agar tetap tidak melupakan pengobatan tradisional yang manfaatnya tidak kalah dengan pengobatan modern atau medis.

Perusahaan Jamu Ching Lung memproduksi berbagai macam jamu herbal. Beberapa produk unggulannya antara lain :

1. Sehat Badan yang berguna untuk menyembuhkan sakit kanker, lever, ginjal, jantung dan darah tinggi.
2. Yungendis yang berguna untuk menyembuhkan sakit kencing manis / diabetes, kolesterol dan asam urat.
3. Basma yang berguna untuk menyembuhkan sakit asma, TBC, paru-paru, batuk, bronchitis, flu dan masuk angin.

Di samping produk-produk jamu herbal, Perusahaan Jamu Ching Lung juga mempunyai produk unggulan lainnya yaitu arak gosok (parem). Produk ini juga sekaligus menjadi kelebihan Perusahaan Jamu Ching Lung dibandingkan perusahaan jamu herbal lainnya. Karena pada umumnya produk yang dihasilkan hanya jamu herbal.

Arak gosok menjadi produk unggulan dari perusahaan ini karena merupakan produk umum yang dapat dipakai sehari-hari dalam kehidupan masyarakat (*consumer goods*). Sehingga penjualannya tidak di apotik atau toko obat, melainkan dijual di toko-toko kelontong atau toko-toko yang menjual kebutuhan sehari-hari. Dalam persaingan di pasar, masih belum banyak produk-produk sejenis sehingga persaingan belum terlalu ketat. Dari pertimbangan ini, maka masih terbuka kesempatan lebar bagi Perusahaan Jamu Ching Lung untuk meraih pasar yang lebih luas lagi.

Selain itu, arak gosok menjadi produk unggulan dari perusahaan ini karena berkualitas dan mencegah serta dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit. Dikatakan berkualitas karena menggunakan bahan-bahan obat yang berasal dari negara China yang kemudian direndam dengan arak selama 1 tahun.

Khasiatnya dapat mencegah dan menyembuhkan stroke, pegal linu, otot kaku-kaku, memar, dll. Produk ini berbentuk cair sehingga untuk memakainya dengan cara digosok atau dikompres pada tempat yang sakit. Dari faktor inilah muncul gagasan (*idea generation*) untuk melakukan inovasi yaitu mengubah bentuk / rupa arak gosok yang tadinya berbentuk cair menjadi berbentuk cream tanpa mengurangi sedikitpun khasiatnya.

Meskipun kini banyak dijumpai berbagai produk obat gosok baik yang berupa balsem, minyak gosok, dsb; Perusahaan Jamu Ching Lung tetap berusaha ingin mempertahankan pasar yang sudah dicapai dan membuka pasar yang baru. Dengan kekhasan dari produk arak gosok (parem) yang mempunyai banyak manfaat, maka Perusahaan Jamu Ching Lung optimis mampu mendapatkan pasar yang lebih besar. Adanya pertimbangan bahwa selama ini produk arak gosok telah mempunyai konsumen tersendiri juga menjadi faktor utama bagi Perusahaan Jamu Ching Lung untuk mengembangkan produknya yaitu dengan melakukan inovasi.

Inovasi yang terjadi pada produk arak gosok berupa inovasi produk yaitu penambahan varian baru dari produk yang sudah ada, namun tidak meninggalkan produk lama, sehingga produk hasil inovasi berdampingan dengan produk lama tetap menjadi komoditas di pasar. Pertimbangan untuk melakukan inovasi adalah agar para konsumen baru dapat lebih tertarik dan mau mencoba produk arak gosok ini. Sedangkan untuk para konsumen lama dapat menjadi pertimbangan dalam mengkonsumsi produk ini karena kini muncul variasi bentuk dan kemasan yang lebih praktis serta untuk menjaga loyalitas yang sudah terjalin. Di samping itu, gaya hidup masyarakat yang lebih menyenangi hal-hal yang serba praktis juga

menjadi pertimbangan Perusahaan Jamu Ching Lung untuk melakukan inovasi produk arak gosok. Pemakaian arak gosok yang berbentuk cair pemakaiannya dinilai kurang praktis sehingga dengan adanya produk hasil inovasi yang berbentuk cream dapat mempermudah pemakaian sehingga lebih praktis.

Apabila produk yang sudah ada berupa cairan yang dikemas dalam bentuk botol, maka dari inovasi ini tercipta arak gosok dalam bentuk cream yang dikemas dalam pot (tempat) spesial. Produk arak gosok dalam bentuk cair biasanya jika dioleskan sering kurang praktis, karena selain bentuknya yang cairan juga karena kemasannya dalam bentuk botol kaca. Hal ini akan berbeda apabila produk arak gosok diproduksi dalam bentuk cream yang nantinya dikemas dalam pot (tempat) spesial. Dari inovasi yang tercipta nantinya diharapkan dapat membuka pasar yang baru, menjaga pasar yang sudah ada dan dapat mengembangkannya serta memperluasnya. Harapannya akan memudahkan para konsumen dalam pemakaian arak gosok maupun memudahkan apabila ingin dibawa kemana-mana.

Tujuan inovasi yang dilakukan oleh Perusahaan Jamu Ching Lung, agar dapat menjaga persaingan yang semakin ketat dan menambah pasar. Dengan hasil produk inovasi yang lebih baik, Perusahaan Jamu Ching Lung optimis mampu membuka pasar baru yang lebih luas lagi.

Maka berdasarkan pada uraian tersebut penelitian ini berjudul : Proses Inovasi Arak Gosok “Ching Lung”.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut : “Bagaimanakah proses inovasi Arak Gosok Ching Lung ?”

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui proses inovasi Arak Gosok Ching Lung.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian ini antara lain adalah :

a. Bagi Pihak Perusahaan :

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam melakukan inovasi sebagai upaya dalam membuka pasar baru.

b. Bagi Kalangan Akademisi :

Sebagai sumbangan ilmu pengetahuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang sejenis.

1.5. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

1.2. PERUMUSAN MASALAH

1.3. TUJUAN PENELITIAN

1.4. MANFAAT PENELITIAN

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1. PENGERTIAN INOVASI

2.2. PROSES INOVASI

2.3. KERANGKA PIKIR

2.4. DEFINISI OPERASIONAL

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. OBYEK DAN LOKASI PENELITIAN

3.2. POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING

3.3. PENGUMPULAN DATA

3.3.1. Jenis dan Sumber Data

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

3.4. ANALISIS DATA

BAB IV . HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.2. PROSES PRODUKSI ARAK GOSOK CHING LUNG

4.3. ANALISIS PROSES INOVASI ARAK GOSOK CHING
LUNG

4.3.1. Idea Generation

4.3.2. Opportunity Recognition

4.3.3. Idea Evaluation

4.3.4. Development

4.3.5. Commercialitation

BAB V : PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

5.2. SARAN

