BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Untuk itu maka perusahaan – perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Sehingga setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan – perusahaan lainnya. Sudah seharusnya perusahaan berupaya untuk meminimalisasi kelemahan – kelemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan. Dengan adanya tekanan persaingan begitu ketat, sehingga secara langsung atau tidak langsung sangat mempengaruhi kinerja organisasi perusahaan termasuk pada industri karawo di kota gorontalo. Perubahan yang begitu cepat dalam dewasa ini, baik dalam hal teknologi, kebutuhan pelanggan dan siklus produk semakin pendek menyebabkan permasalahan serius bagi dunia industri tak terkecuali industri kecil dan menengah.

Ketika tingkat persaingan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi yang tidak dapat dibendung maka suatu produk akan tumbuh berkembang sampai pada suatu titik, dimana produk akan sulit dibedakan antara satu dengan yang lain. Dan untuk menghadapi kondisi tersebut pendekatan yang harus diambil perusahaan adalah merancang ulang pendekatan dan strategi

perusahaan. Agar menang dalam suatu persaingan maka dalam memasarkan produk saat ini produsen tidak hanya berdasarkan pada kualitas produk saja, tetapi juga tergantung dari strategi yang diterapkan oleh perusahaan. Strategi yang dikembangkan dalam proses yang demikian itu berpotensi untuk menjadi sebuah strategi yang kreatif, yang nampak lebih karena disajikan dengan berbagai keunggulan uniknya (Ferdinand, 2002.3). Dengan demikian inovasi harus benar-benar direncanakan dan dilakukan dengan cermat. Sehingga inovasi produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang dipengaruhi orientasi strategik yang telah ada diharapkan dapat menciptakan keunggulan bersaing. Hal ini berarti wujud, citra sebuah strategi akan sangat dipengaruhi oleh bagaimana sebuah perusahaan merumuskan sebuah strategi.

Bagi sebagian besar organisasi memandang inovasi produk merupakan sesuatu yang bisa dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju, dimana kondisi tersebut muncul sebagai reaksi atas perubahan keinginan konsumen. Selain itu dibanyak industri, tidak melakukan inovasi mengandung risiko besar, baik itu pada pasar konsumen maupun industri yang makin mengharapkan adanya perubahaan dan penyempurnaan produk secara berkala. Oleh karena itu akibatnya keberadaan inovasi produk sangat diperlukan sebagai bagian dari tindakan dan taktik dalam menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaingnya. Sehingga perusahaan mampu mencapai produk yang unggul dalam kompetisi industri, terlebih apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai lebih bagi konsumen dibanding apa yang ditawarkan pesaing.

Lingkungan persaingan yang semakin ketat perlu di cermati agar industri kecil dan menengah dapat terus bertahan dan bahkan terus meningkat. Kunci

penting untuk bertahan dalam persaingan yang begitu ketat mengharuskan perusahaan memiliki keunggulan bersaing jika tidak maka perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama. Dirgantoro (2001) menyatakan bahwa keunggulan bersaing berasal dari banyak aktivitas berlainan yang dilakukan perusahaan dalam mendesain,memproduksi,memasarkan,menyerahkan dan mendukung produknya.

Agar setiap perusahaan menang dalam suatu persaingan dan bisa mengungguli pesaingnya maka dalam memasarkan produk kepada konsumen, seharusnya produsen tidak hanya berdasarkan pada kualitas produk saja,tetapi juga tergantung dari strategi yang diterapkan oleh perusahaan yaitu orientasi pasar dan inovasi produk.Keunggulan dalam persaingan dan pengakuan dari pelanggan secara eksplisit telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan (Weerawardena, 2003.411)

Dengan kemajuan teknologi yang tidak dapat dibendung maka suatu produk perusahaan akan tambah berkembang sampai pada suatu titik, dimana produk tersebut nantinya akan sulit dibedakan antara satu dengan lainnya. Agar menang dalam suatu persaingan, maka dalam memasarkan produk saat ini produsen tidak hanya berdasarkan pada kualitas produk saja, tetapi juga bergantung pada strategi yang umumnya digunakan perusahaan yaitu inovasi produk dan orientasi pasar.

Industri karawo di kota gorontalo memiliki masalah eksternal yaitu karena banyaknya industri karawo di kota gorontalo sehingga mengharuskan setiap industri memiliki keunggulan bersaing untuk dapat bertahan dan kurangnya akses terhadap informasi teknologi untuk mempromosikan hasil karawo yang di produksi. Selain memiliki masalah eksternal industri karawo di kota gorontalo

memiliki masalah internal diantaranya kurangnya inovasi untuk menciptakan motiv atau desain yang baru dan kurangnya pemahaman tentang orientasi pasar.

Meskipun tingginya tingkat persaingan,tidak menjadikan industri kecil dan menengah khususnya industri karawo di kota gorontalo menyerah begitu saja kepada industri-industri besar. Dilihat dari perubahan yang terjadi pada industri karawo yakni industri karawo mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dinas Perindustrian dan Perdagangan menunjukan bahwa keunggulan bersaing ditunjukan dengan realisasi bertahan hingga bertambahnya hasil produksi karawo selama tahun 2014-2016.berikut akan disajikan data dari pengrajin dan hasil produksi karawo di kota gorontalo selama tahun 2014 sampai dengan tahun 2016.

Tabel 1.1

Jumlah Pengarajin dan Hasil Produksi Karawo di Kota Gorontalo

NO	WAKTU	JUMLAH PENGRAJIN	HASIL PRODUKSI
1	2014	72 orang	1.500 Karawo
2	2015	72 orang	1.700 Karawo
3	2016	88 orang	2.200 Karawo
	Jumlah	232 orang	5.400 Karawo

Berdasarkan tabel 1.1. tampak bahwa hasil produksi industri karawo di kota gorontalo terus mengalami peningkatan dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016. Dapat disimpulkan bahwa industri kecil dan menengah khususnya industri karawo di kota gorontalo memiliki keunggulan bersaing yang menarik untuk ditelaah lebih lanjut dalam ruang lingkup yang berbeda untuk memberikan kontribusi kepada perusahaan berupa implikasi manajerial yang berhubungan dengan pengaruh inovasi produk dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing.

Kesuksesan suatu industri untuk menjaga kelangsungan penjualan produk yang dihasilkan terletak pada kemampuannya untuk berinovasi. Dari sinilah para pengrajin industri karawo di kota gorontalo harus mampu menciptakan motiv atau desain yang baru sehingga menumbuhkan keunggulan bersaing. Secara sederhana ,dapat dikatakan industri karawo di Kota Gorontalo mampu menggali dan memanfaatkan keunggulannya.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Kurangnya inovasi untuk menciptakan motiv atau desain yang baru.
2. Kurangnya pemahaman tentang orientasi pasar.
3. Banyaknya industri karawo di kota gorontalo sehingga mengharuskan setiap industri memiliki keunggulan bersaing untuk dapat bertahan.
4. Kurangnya akses terhadap informasi teknologi untuk mempromosikan hasil karawo yang di produksi.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka di susun rumusan masalah dalam penelitian ini yakni :

1. Apakah inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri karawo di kota gorontalo?
2. Apakah orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri karawo di kota gorontalo?
3. Apakah inovasi produk dan orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri karawo di kota gorontalo?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri karawo di kota gorontalo.
2. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri karawo di kota gorontalo.
3. Untuk mengetahui apakah inovasi produk dan orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Industri Karawo di Kota Gorontalo.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a) Manfaat Teoritis
   1) Dapat memberikan informasi tambahan dan gambaran tentang inovasi produk dan orientasi pasar serta pengaruhnya terhadap kinerja pada usaha karawo di kota gorontalo.
   2) Bagi pelaku usaha dapat dimanfaatkan sebagai acuan atau bahan untuk kemajuan, keberhasilan usahanya dan meningkatkan orientasi pasarnya.
   3) Dapat memberikan informasi, sumber pengetahuan, dan bahan kepustakaan atau bahan penelitian bagi penelitian-penelitian berikutnya.

b) Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu ekonomi mikro terkait dengan orientasi pasar dan inovasi produk.