

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin pesat, peran industri kecil dan menengah di Indonesia sangat penting, dimana industri kecil dan menengah mampu memperbaiki perekonomian Indonesia terutama dalam menyediakan lapangan pekerjaan. Industri Kecil Menengah (IKM) telah mendapatkan perhatian lebih karena pertumbuhannya yang semakin pesat disebabkan karena kinerja IKM sangat efisien, produktif dan memiliki tingkat daya saing global yang tinggi (Tambunan, 2012).

Industri Kecil Menengah (IKM) baik yang bergerak di sektor pangan dan industri lainnya telah banyak membantu pemerintah baik ditingkat daerah maupun nasional dalam hal penyediaan lapangan kerja, kesempatan kerja, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Di sisi lain industri kecil mempunyai peranan yang strategis dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja serta berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan (Titahena et al., 2012). Semakin banyaknya perusahaan yang berdiri maka akan timbul persaingan yang ketat.

Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut setiap usaha untuk mampu melakukan proses manajemen usaha yang produktif dan seefisien mungkin, serta dapat menghasilkan produk atau jasa yang sesuai dengan preferensi pasar dengan standar kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Persaingan yang semakin ketat perlu dicermati dan disikapi 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 untuk dapat terus bertahan, jika tidak maka perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama.

Melalui inovasi, perusahaan berharap untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau lain dari yang sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya. Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari suatu produk yang dibutuhkan, tetapi konsumen juga memperhatikan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Keinginan inilah yang harus dimengerti oleh produsen sebagai landasan untuk melakukan proses inovasi.

Tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Pelanggan umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi produk berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya.

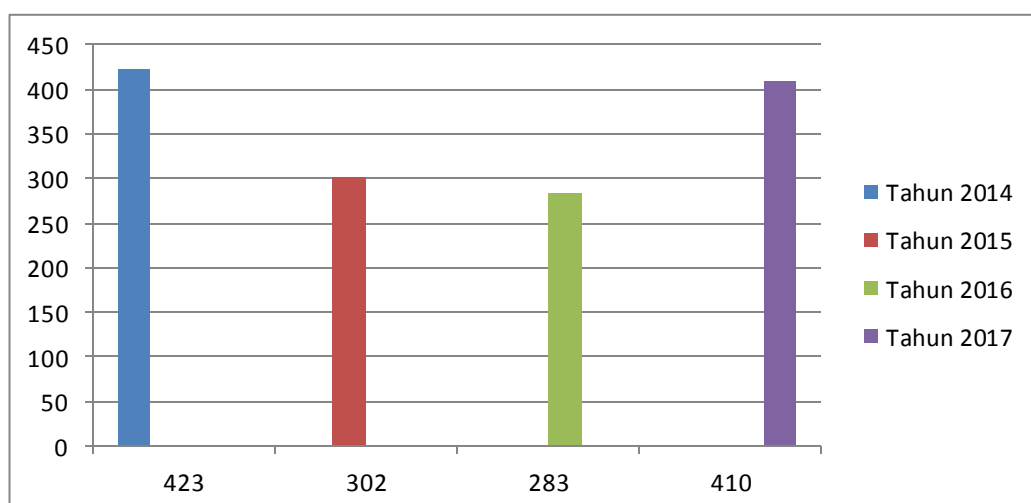
Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan (Kasmir 2006:258). Munculnya persaingan dan perubahan yang begitu cepat, baik dalam hal teknologi, kebutuhan pelanggan dan siklus produk yang semakin pendek dalam dunia bisnis tak terkecuali usaha kecil dan menengah, merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Untuk itu setiap perusahaan dituntut selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada dilingkungan bisnis sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Dengan demikian

perusahaan dituntut untuk memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing (Hunger dan Wheelen 2010:16). 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 bergantung dari strategi yang diterapkan oleh perusahaan yaitu inovasi produk.

Meskipun tingginya tingkat persaingan, tidak menjadikan industri kecil dan menengah khususnya industri pangan di Kota Gorontalo menyerah begitu saja kepada industri-industri besar. Mereka diharapkan bisa tetap menciptakan dan mengembangkan usahanya sampai pada skala optimalnya sehingga mampu menyediakan lebih banyak kesempatan kerja baru.

Grafik 1.1

Jumlah Industri Kecil dan Menengah (IKM) Industri Pangan di Kota Gorontalo



Sumber : Kantor Koperindag Kota Gorontalo Tahun 2017

UMKM memiliki peran penting yakni untuk mempekerjakan masyarakat yang berdomisili di sekitar daerah. Badan atau industri yang disebut Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mempunyai peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian salah satunya di bidang pangan. Berdasarkan macam-macam ada beberapa ikon oleh-oleh khas Kota Gorontalo seperti kue krawang, kue basah, abon, sambel sagela, roti, kerupuk, dan juga keripik. Dari beberapa ikon oleh-oleh Kue krawang menjadi salah satu oleh-oleh yang diminati oleh para wisatawan untuk dijadikan sebagai oleh-oleh jika dilihat dari semua inovasi oleh-oleh yang ada.

Kue krawang adalah kue khas Gorontalo yang pada setiap keping kue krawang ini terdapat lukisan motif yang berbeda beda dengan diberi warna warni didekorasi dengan sangat indah, sehingga memiliki daya tarik unik tersendiri. Kue krawang sendiri memiliki kualitas berbeda, sehingga harga jual dan cita rasanya juga berbeda. Kue krawang yang premium dibuat dengan menggunakan bahan-bahan terbaik. Itulah sebabnya, pembeli yang kurang teliti atau belum berpengalaman kecewa bila membeli kue krawang dengan kualitas bukan yang terbaik.

Hampir sebagian besar produk yang di produksi adalah hasil olahan sebuah badan atau industri yang disebut Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Keinginan berwirausaha biasanya muncul karena kegemaran terhadap jenis usaha, memiliki impian personal, serta ingin keinginan untuk mandiri (Echdar, 2013:42).

Hal inilah yang digunakan pendiri usaha yakni dengan memanfaatkan peluang tersebut untuk mengelola bisnis, hal tersebut tidak mudah untuk

dilakukan, mengingat banyaknya kompetitor sejenis yang sudah lebih dulu memiliki positioning lebih baik di Kota Gorontalo. Oleh karena itu, diperlukan strategi inovasi produk guna untuk menghadapi persaingan yang ketat sekaligus meningkatkan daya saing antar sesama UMKM. Namun banyaknya industri serupa yang berdiri di Kota Gorontalo, menyebabkan persaingan yang ketat. Daya saing antar usaha Kue krawang inilah yang menarik untuk diteliti yang merupakan oleh-oleh khas Gorontalo.

Melihat data diatas, ternyata pertumbuhan UMKM di Kota Gorontalo mempunyai kuantitas yang cukup banyak, namun para pelaku usaha juga harus meningkatkan kualitas utama daya saing usaha yang dikerjakan saat ini. Mengingat beberapa kendala, yang dihadapi oleh pelaku IKM juga, pelaku usaha harus bisa mensiasati tantangan dan hambatan yang sering ditemukan dalam aktivitas menjalankan usahanya.

Kesuksesan perusahaan maupun suatu industri untuk menjaga kelangsungan penjualan produknya terletak pada kemampuannya untuk berinovasi. Dari sinilah para pemilik industri pangan di Kota Gorontalo harus mampu menghasilkan 'keunikan' sehingga menumbuhkan keunggulan bersaing. Secara sederhana, dapat dikatakan industri pangan di Kota Gorontalo dituntut untuk mampu menggali dan memanfaatkan keunggulannya. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin meneliti lebih lanjut dengan mengambil judul "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Kecil Industri Pengolahan Pangan di Kota Gorontalo"

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan-permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Banyaknya industri kecil dan menengah yang bermunculan khususnya industri pangan sehingga mengharuskan setiap perusahaan/ industri memiliki keunggulan bersaing untuk dapat bertahan.
2. Kurangnya inovasi dalam meningkatkan daya saing setiap pelaku usaha kecil menengah.
3. Kurangnya kesadaran diri dalam upaya meningkatkan kualitas dan daya saing usaha.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dapat di rumuskan masalah penelitian ini yaitu: apakah terdapat pengaruh inovasi produk secara parsial terhadap keunggulan bersaing ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh inovasi produk secara parsial terhadap keunggulan bersaing.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Dapat memberikan informasi tambahan dan gambaran tentang inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kecil industri pengolahan pangan di Kota Gorontalo

2. Bagi pelaku usaha dapat dimanfaatkan sebagai acuan atau bahan untuk kemajuan, keberhasilan usaha, dan meningkatkan keunggulan bersaing
3. Dapat memberikan informasi, sumber pengetahuan, dan bahan kepustakaan atau bahan penelitian bagi penelitian-penelitian berikutnya

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu ekonomi mikro terkait dengan peranan penting inovasi produk terhadap keunggulan bersaing, serta diharapkan menjadi media informasi guna pentingnya industri kecil menengah dalam mengatasi masalah pengangguran.