

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital sekarang ini, akses diantara produsen dan konsumen sudah tidak memiliki batas, serta proses bisnis yang terjadi pun sudah sangat mudah untuk dilakukan kapanpun dan dimanapun. Hal ini membuat persaingan bisnis di era digital saat ini menjadi semakin ketat, mudahnya untuk mengakses informasi membuat para konsumen menjadi semakin selektif untuk membeli sebuah produk. Maka dari itu produsen harus selalu menciptakan inovasi pada produk nya dan agar dapat selalu unggul dan bertahan dalam persaingan bisnis.

Dahulu *fashion* hanyalah sebuah kebutuhan primer belaka. Seiring dengan berkembangnya dunia industri, hiburan, informasi dan teknologi. Produk *fashion* saat ini berkembang sangat cepat mengikuti perkembangan zaman yang ada dan terkait dengan *trend* yang sedang berlaku, kreativitas dan gaya hidup. Masyarakat saat ini sudah sangat menyadari akan kebutuhan *fashion* yang lebih dari sekedar berpakaian, tapi juga bergaya dan trendi. Industri *fashion* adalah salah satu industri yang berkembang pesat. Di dalam ekonomi kreatif, industry *fashion* merupakan penyumbang kedua terbesar kepada pendapatan domestik bruto (PDB) setelah bisnis kuliner. (Triawan Munaf, 2018) Kondisi ini tentu saja tidak bisa dilepaskan dari sumbangan para pemilik brand lokal yang banyak didominasi generasi muda.

Dalam dunia *fashion*, aksesoris (atau aksesoris) adalah benda-benda yang dikenakan seseorang untuk menambah keindahan bagi sipemakai. Bentuk aksesoris

bermacam-macam dan banyak di antaranya terkait dengan peran gender pemakainya. Benda-benda yang termasuk dalam aksesoris adalah cincin yang merupakan perhiasan yang dipakai pada jari tangan, gelang yang merupakan perhiasan yang di pakai pada bagian tangan atau kaki, anting yang merupakan perhiasan yang dipakai pada bagian telinga, jam tangan merupakan penunjuk waktu yang digunakan pada pergelangan tangan.

Hampir setiap orang pasti memiliki jam tangan. Jam tangan adalah alat yang berfungsi untuk memudahkan orang yang memakainya sebagai penunjuk waktu yang sangat efisien karena jam tangan dikenakan di pergelangan tangan. Dan saat ini sudah banyak brand lokal dari Indonesia yang bergerak membuat jam tangan. Di Indonesia sendiri, tidak sedikit brand jam tangan yang memiliki kualitas yang baik dan mampu bersaing di pasar internasional.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, *owner* dari brand lokal harus meningkatkan inovasi dan kreativitas yang selaras dengan kebutuhan industri. Dengan makin berkembangnya industri kreatif di Indonesia, semakin banyak bermunculan produk lokal pada bidang *fashion* yang tidak kalah menarik dengan brand luar negeri. Tidak sedikit produk lokal di bidang aksesoris yang mampu bersaing di dalam pasar internasional, saat ini sudah ada beberapa produk jam tangan lokal yang masuk ke pasar internasional. Seperti “PALA Nusantara”, “Woodka” dari Bandung dan “Matoa” dimana rata-rata jam tangan kayu diproduksi oleh masyarakat atau pemuda-pemuda yang berasal dari Bandung.

Jam tangan tidak selalu harus berbahan dasar *stainless*, karet, kulit, namun dari beberapa produk yang disebutkan diatas, mereka menciptakan produk jam

tangan berbahan dasar kayu, dan sangat diminati oleh pasar, karena desain produknya yang unik, kualitasnya yang tidak kalah dengan jam tangan berbahan dasar pada umumnya, tentu ini merupakan inovasi terbaru dari produk jam tangan.

Ini membuktikan bahwa produk jam tangan berbahan dasar kayu mulai banyak di Indonesia. Ini membuktikan bahwa produk jam tangan kayu banyak diminati oleh masyarakat dan bahkan sampai ke rancah internasional. Salah satunya yaitu produk asal daerah istimewa Yogyakarta yang bernama “Woodenway”. Woodenway merupakan salah satu pembuat jam tangan dari kayu. Produk ini pertama kali didirikan pada tahun 2012 tepatnya di Dusun Sedan, Kelurahan Sariharjo, Kecamatan Yogyakarta, Panggung Sari, Sariharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dimana daerah tersebut memang terkenal dengan hasil kerajinannya. Sebagai produk jam tangan berbahan dasar kayu dapat dikatakan sebagai salah satu produk jam tangan kayu pertama di Indonesia. Dan sekarang Woodenway juga mulai menambah produk lain seperti kacamata dan juga aksesoris lainnya.

Tujuan diciptakannya produk tersebut adalah untuk meningkatkan industri kreatif di Indonesia sehingga mampu bersaing di dalam pasar global. Membuktikan bahwa produk buatan lokal juga mampu bersaing dengan produk luar negeri.

Banyak faktor yang menentukan keunggulan bersaing, salah satunya adalah dengan melakukan inovasi produk. Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, obyek yang dianggap baru oleh seseorang individu atau unit pengguna lainnya. Inovasi produk akan menciptakan berbagai desain produk,

sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan pelanggan (Prajogo & Sohal, 2003). Perusahaan dapat melakukan berbagai inovasi dengan membuat berbagai macam desain produk, dan menambah nilai guna suatu barang, selain itu perusahaan juga dapat melakukan inovasi dalam bidang 1) inovasi produk seperti pada barang, jasa, ide dan tempat. 2) inovasi manajemen seperti pada proses kerja, proses produksi, keuangan pemasaran dll.

Inovasi sangat penting bagi sebuah perusahaan. Inovasi produk juga merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat. Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi produk yang pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan bersaing pada perusahaan tersebut. Perusahaan menciptakan inovasi produk dengan berbagai macam desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, sehingga inovasi produk adalah salah satu cara perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaing.

Pada produk Woodenway, dimana brand tersebut berinovasi membuat jam yang berbahan dasar kayu dengan berbagai macam bentuk sehingga konsumen dapat memilih produk yang sangat inovatif.

Menurut Kotler dan Keller (2012:332), “Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan

pelanggan”. Maka dari itu, produk harus memperhatikan desain produknya agar dapat sesuai dengan apa yang kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2005) menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki berhubungan dengan kemampuan produk untuk mengetahui fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keahlian, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan. Kualitas produk dapat diukur menggunakan hasil (*performance*), tampilan (*Features*), keahlian (*Reliability*) dan kesesuaian (*conformance*). Menurut Tjiptono (2012) kualitas sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pada produk Woodenway ini, memiliki desain dan bentuk yang cukup beragam dengan memiliki warna dan ukiran yang beragam. Dan terkadang mengambil desain dengan tema-tema tentang nusantara seperti Woodenway wayang version.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003:311) “Mendefinisikan keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi”.

Pada produk Woodenway ini, walaupun produknya berbahan dasar kayu produk ini tidak mudah lapuk ataupun rusak, tentu saja hal ini berbeda dengan jam tangan pada umumnya serta memiliki desain atau model ukiran yang bervariasi. Dengan model yang beragam tentu saja produk tersebut diminati oleh kalangan

anak-anak muda zaman sekarang. Selain itu produk Woodenway mengutamakan presisi dan kualitas di setiap detail terkecil. Dan juga memberikan garansi utuh selama satu tahun, garansi ini termasuk untuk pembelian di toko maupun *online*.

Saat ini mulai banyak bermunculan pesaing dari produk Woodenway yang memproduksi jam tangan berbahan dasar kayu, seperti halnya Pala Nusantara, Woodka, dan juga Matoa. Permintaan setiap pelanggan pasti memiliki perbedaan antara satu dengan yang lainnya. Untuk dapat meningkatkan minat beli konsumen maka Woodenway harus jeli melihat apa yang diinginkan oleh konsumen yang akan berdampak pada keuntungan perusahaan. Seperti dari segi desain dari produk mereka, kualitas yang harus diperhatikan secara maksimal, inovasi produk mereka agar para konsumen tidak merasa jenuh dengan produk mereka. Ketiga aspek tersebut dinilai dapat berpengaruh kepada keunggulan bersaing dari Woodenway terhadap pembuat produk serupa lainnya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis menulis mengambil judul **“Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing” Pada Produk Woodenway**”

1.2 Rumusan masalah

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk Woodenway?
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk Woodenway?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk Woodenway?
4. Apakah inovasi produk, desain produk, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk Woodenway?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Woodenway.
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh desain produk terhadap keunggulan bersaing Woodenway.
3. Untuk mengidentifikasi apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Woodenway.
4. Untuk mengetahui apakah inovasi produk, desain produk, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Woodenway.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Menjadikan penelitian ini sebagai sarana dan media dalam menambah wawasan serta pengetahuan mengenai inovasi produk, desain produk, kualitas produk dan keunggulan bersaing, serta dapat mengaplikasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan pada Woodenway.

2. Bagi Woodenway

Dapat menjadikan penelitian ini sebagai pertimbangan dan sumber informasi bagi Woodenway dalam memahami hubungannya untuk peningkatan inovasi produk, desain produk, dan kualitas produk, sehingga dapat menentukan langkah-langkah yang harus diambil pada masa yang akan datang.

3. Bagi Pihak Lainnya

Dapat menjadikan penelitian ini sebagai sumber informasi penelitian selanjutnya agar penelitian selanjutnya dapat menemukan celah-celah yang ada dalam penelitian ini dan melengkapi penelitian sebelumnya.