

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan menjalankan strategi bisnisnya dengan tepat guna menghadapi lingkungan usaha yang semakin kompetitif, ini ditandai dengan proses inovasi yang berjalan terus menerus dan perubahan selera konsumen yang cenderung juga selalu berubah. Untuk memenangkan persaingan ini, tentunya perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif seperti yang dikatakan Kathandaraman dan Wilson (2001) yang menyatakan bahwa kunci sukses perusahaan dalam persaingan bisnis adalah memiliki dan mempertahankan keunggulan kompetitif yang terletak pada kemampuan perusahaan dalam membedakan diri dengan pesaingnya.

Tingginya persaingan tentunya secara langsung ataupun tidak langsung akan mempengaruhi kinerja usaha mereka, adanya perubahan yang begitu cepat khususnya dalam bidang teknologi akan menjadi ancaman serius bagi mereka dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya jika tidak melakukan adaptasi dengan cepat. Persaingan usaha yang tinggi mewajibkan sebuah organisasi untuk bisa melakukan penyesuaian atau adaptasi pada lingkungan yang selalu berubah, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing akan memberikan nilai tambah tersendiri bagi para konsumennya, ini menjadikan kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan akan menjadi lebih baik yaitu perusahaan akan lebih efisien dan efektif. Keberhasilan

dalam menjaga kelangsungan perusahaan terletak pada kemampuannya untuk berinovasi, sehingga perusahaan bisa bersaing, secara sederhana pemilik usaha dituntut untuk mampu menggali dan memanfaatkan keunggulannya.

Kompetisi pasar yang tinggi mampu mendorong usaha UKM Gerabah berupaya untuk melakukan inovasi yang bertujuan untuk meraih keunggulan yang bersaing berkelanjutan dibandingkan pesaingnya, ini ditandai dengan mereka mampu menghasilkan kinerja pemasaran yang tinggi. Dengan demikian, inovasi yang dilakukan mampu memperluas basis pasar baik lokal maupun internasional. Dengan melakukan inovasi akan berdampak pada alternatif dalam memilih strategi pemasaran perusahaan yang menjadikan produk yang dihasilkan khususnya oleh UKM Gerabah menjadi semakin baik dari segi kualitas, kuantitas dan ekuitas mereknya dimata konsumen yang pada akhirnya membuat UKM Gerabah terus mampu bersaing dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

Hal ini sejalan dengan pernyataan dari Helmi (2004) yang mengatakan bahwa kualitas produk, kebutuhan konsumen, penguasaan pasar baru dan adanya inovasi produk yang berkelanjutan akan mempengaruhi keunggulan bersaing sebuah perusahaan, keunggulan ini antara lain ditunjukkan dengan ketepatan perusahaan dalam menyediakan produk dipasar dan mampu merespon terhadap keluhan konsumen, sehingga perusahaan mampu memenuhi harapan konsumen dan pada akhirnya konsumen akan menjadi puas dan dampaknya akan memilih produk tersebut menjadi pilihan terakhirnya dalam melakukan pembelian.

Konsumen dalam memenuhi kebutuhannya atas produk-produk atau jasa yang dibelinya menginginkan sebuah produk yang inovatif yang sesuai dengan keinginannya. UKM yang berhasil dalam melakukan pengembangan inovasi produk baru dinyatakan selangkah lebih baik atau maju dibanding dengan para pesaingnya. Hal ini menjadikan UKM harus bisa mengetahui apa yang menjadi selera atau keinginan konsumen, sehingga inovasi produk yang dilakukan akan sesuai atau mampu memenuhi harapan konsumen. Untuk itu dalam melakukan pengembangan inovasi produk sebaiknya direncanakan dengan baik dan pelaksanaannya pun dilakukan dengan cermat, sehingga inovasi yang dilakukan tidak sia-sia karena sudah sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen .

Sumber keunggulan kompetitif suatu perusahaan adalah aset atau sumber daya yang dapat menyediakan efisiensi dan pengurangan biaya serta perolehan pasar. Hal-hal yang termasuk di dalamnya adalah biaya relatif dan pengendalian bahan baku, tenaga kerja ahli, lini produk yang terdiferensiasi dengan baik, pengendalian distribusi, konsumen yang layak, reputasi perusahaan, serta teknologi yang lebih maju.

Eric *et al* (2005), menjelaskan kinerja pemasaran berkaitan dengan bagaimana aktivitas pemasaran diselesaikan, dan seberapa baik aktivitas ini diselesaikan dipengaruhi oleh bagaimana mereka diorganisir dan perilaku spesifik organisasi dalam melakukan kegiatan berkenaan dengan orientasi kustomer, analisis kompetitor, inovasi, dan manajemen biaya.

Beberapa hasil penelitian yang mendukung penelitian ini antara lain adalah penelitian Haryono dan Sabar (2017) yang menunjukkan bahwa orientasi

pasar berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap daya saing, dan orientasi pasar secara tidak langsung berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap persaingan usaha, inovasi produk berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap *competitive advantage*, inovasi produk secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap persaingan usaha, kualitas produk langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *competitive advantage*, kualitas produk berpengaruh tidak langsung secara positif dan signifikan terhadap persaingan usaha, dan kinerja usaha berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap persaingan usaha.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Fatah (2012) menemukan inovasi produk dan orientasi pasar secara individual atau secara bersama-sama mempengaruhi secara signifikan pada keunggulan bersaing perusahaan. Dan penelitian Suendro (2010), yang menunjukkan bahwa inovasi produk dapat ditingkatkan dengan meningkatkan orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi lintas fungsi. Selanjutnya, inovasi produk yang semakin tinggi akan mempengaruhi kinerja pemasaran dan selanjutnya meningkatkan keunggulan bersaing berkelanjutan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis dan Keunggulan Bersaing (Studi yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul)”.

1.2 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan.

1. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap kinerja usaha yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah Kasongan Bantul ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kinerja usaha yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah Kasongan Bantul ?
3. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul ?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul ?
5. Bagaimana pengaruh kinerja usaha terhadap keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul ?
6. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul yang dimediasi oleh kinerja usaha ?
7. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul yang dimediasi oleh kinerja usaha ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan.

1. Mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja usaha yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kinerja usaha yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul.
3. Mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul.
5. Mengetahui pengaruh kinerja usaha terhadap keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul.
6. Mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul yang dimediasi oleh kinerja usaha.
7. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing yang dimediasi oleh kinerja usaha yang dilakukan oleh Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut ada beberapa hal dari manfaat dengan dilakukannya penelitian ini, diantaranya :

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dari penulis. Selain itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan penulis dapat

menerapkan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari selama menempuh perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

- a. Membantu perusahaan dalam memperoleh sejumlah informasi yang berhubungan dengan inovasi produk, kualitas produk, keunggulan bersaing dan kinerja usaha yang dapat mengembangkan perusahaan.
- b. Dapat mempertimbangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai rekomendasi untuk diaplikasikan pada perusahaan.

