

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi modern cenderung kian canggih serta menjadi aspek yang mendorong berkembangnya aspek industri di seluruh dunia. Tak hanya perindustrian di bidang manufaktur serta jasa yang meningkat, namun perindustrian di bidang industry kreatif serta kerajinan juga berkembang pesat sekali. Amat cepatnya perkembangan dunia menuntut perindustrian di bidang kreatif supaya senantiasa memiliki daya saing. Dengan bidang usaha yang kian berkembang dengan demikian mampu memunculkan usaha yang sejenis, perihal tersebut terjadi pula kepada industri kerajinan yang berakibat pada bersaingnya antar bisnis yang ada. Dengan ketatnya kompetisi, diperlukan daya saing tinggi dari sebuah perusahaan supaya mampu senantiasa berkompetisi dengan perusahaan yang lain utamanya perusahaan sejenis.

Di kota Jepara tepatnya Desa Kalinyamat terdapat beragam usaha industri kreatif yang muncul dengan produk sejenis di bidang industri kerajinan seperti Konveksi Ellisa Hijab, Qeysa Hijab dan masih banyak konveksi-konveksi lain. Lokasi pun amat dekat sehingga dapat memberi pengaruh pada keunggulan persaingan dengan produk perusahaan yang serupa. Ellisa Hijab sendiri merupakan perusahaan konveksi yang telah menyuplai reseller agen dan *dropship* di seluruh Indonesia dengan inovasi, kreativitas dan produk yang berkualitas.

Ekonomi kreatif maupun industri kreatif yang tergerak dari sektor industri atas adanya pemanfaatan keterampilan, kreativitas dengan menciptakan serta memanfaatkan daya seseorang dalam berkreasi. Industri kreatif berperan sebagai pencipta rasa sejahtera dan juga peluang kerja melalui penghasilan serta pengeksploitasian daya penciptaan serta daya kreasi individu, di samping hal tersebut mampu berdampak positif terkait peningkatan kualitas serta inovasi produk untuk membuat berbagai produk baru supaya mampu berkompetisi. Inovasi tersebut amat dibutuhkan dalam peningkatan tingkat penjualan serta kesediaan konsumen supaya melakukan pembelian sebuah produk. Inovasi tak hanya diamati berdasarkan proses penciptaan produk serta selanjutnya kemudian penjual tawarkan ke pasaran namun menjadi sebuah proses penciptaan cara terbaru yang mampu membuat organisasi semakin efisien serta efektif. Daya saing yang tinggi membuat menangnya persaingan sebuah produk di pasaran. Sehingga suatu inovasi produk, kreativitas

produk serta kualitas produk amatlah perusahaan butuhkan, dikarenakan daya saing pada zaman globalisasi tersebut amatlah tinggi. Di samping hal tersebut terjadi peningkatan gaya hidup konsumen yang mewajibkan perusahaan supaya senantiasa berinovasi, kreatif, peningkatan mutu produk supaya perusahaan itu mampu berkompetisi dengan perusahaan lainnya. Kreativitas, Inovasi, serta kualitas produk memiliki tujuan menyeimbangkan maupun mencukupi apa yang konsumen inginkan pada zaman globalisasi ini.¹

Kunci kesuksesan supaya dapat menjaga eksistensi saat adanya kompetisi ada dalam kemampuan perusahaan terkait pengembangan keunggulan kompetitif yang ada. Suatu strategi perusahaan terkait pengembangan aspek kompetitif yakni dengan berinovasi. Tujuan utama dalam berinovasi ialah dalam rangka mencukupi permintaan pasar dan dengan demikian produk inovasi menjadi suatu hal yang bisa perusahaan gunakan menjadi keunggulan untuk berkompetisi bagi perusahaan. Kemampuan inovasi pada sebuah perusahaan juga cenderung memberi jaminan atas kapabilitas perusahaan dalam berkompetisi. Secara umum konsumen ingin produk hasil inovasi dengan disesuaikan keinginannya. Selanjutnya untuk perusahaan, dengan kesuksean berinovasi artinya perusahaan itu cenderung lebih maju daripada competitor lainnya.²

Faktor lainnya yang memberi pengaruh supaya perusahaan mampu berdaya saing yakni kreativitas produk. Masing-masing perusahaan diharuskan supaya kreatif dalam mengelola produk yang dimilikinya. Kreativitas sebagai kapabilitas terkait pengembangan berbagai ide baru serta dalam rangka mencari berbagai cara terbaru terkait pemecahan permasalahan terkait adanya peluang. Masing-masing perusahaan diharuskan senantiasa kreatif atas produk yang dipasarkannya. Kreativitas produk dilakukan melalui pengembangan serta penggabungan berbagai ide serta sumber lain maupun dari saran konsumen dan dengan demikian kreativitas produk terbentuk serta mempengaruhi daya saing. Kreativitas produk cenderung membantu produk baru, dan juga produk terbaru itu sudah memperoleh respon dari konsumen sewaktu diperkenalkan serta

¹ Winda Ayu Lestari, Apri Budianto Dan Iwan Setiawan, "Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi Pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya)", *Business Management And Entrepreneurship Journal* 2, no. 1 (2020), 38-40.

² Nenah Sunarsih, "Membangun Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi dan Kewirausahaan", *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif*, (Universitas Terbuka: 2017), 43.

selanjutnya memberi pengaruh pada terhadap kemampuan supaya memiliki keunggulan dalam daya saing.³

Disamping inovasi produk dan kreativitas produk, faktor kualitas produk mendapatkan pula pengaruh dari daya saing perusahaan. Kualitas produk perlu diberi perhatian pula supaya pelanggan tak merasakan kekecewaan atas hasil produknya. Kualitas meliputi jasa, produk, manusia, lingkungan, proses. Maka darinya, kualitas produk memberi pengaruh pada keunggulan bersaing. Dari hal tersebut pebisnis perlu menjaga kualitas produk yang ia buat, dan dengan demikian konsumen cenderung merasakan kepuasan terkait hasil produknya.⁴

Konsumen cenderung suka pada perusahaan yang memproduksi beragam produk yang berfitur inovatif serta mampu membuat perhatiannya tertuju pada produk. Perusahaan perlu secara sungguh-sungguh paham akan hal – hal yang pelanggan butuhkan terkait hasil produknya. Kualitas produk bisa dilihat dari fungsi produknya, misalnya durabilitas, eksklusifitas, kebergantungan kepada produk, kenyamanan, serta wujud luarnya (bentuk, warna, bungkus). Kualitas produk perusahaan perlu senantiasa terjaga, dikarenakan dengan kian bagusnya kualitas produk dengan demikian konsumen cenderung kian memiliki minat dalam melakukan pembelian bahkan melakukan pembelian dengan berulang atas produk. Perihal ini merupakan strategi perusahaan untuk menjaga keunggulan persaingan.

Suatu strategi yang bisa perusahaan lakukan ialah melalui peningkatan kualitas produk. Masing-masing perusahaan mempunyai produk yang berkeunggulan serta berkekurangan yang bergantung kepada harga, merek, serta kualitas produk. Tujuan pebisnis membuat kualitas produk meningkat ialah memperoleh citra *brand* di mata pelanggan. Berdasarkan pendapat itum kesimpulannya apabila pelanggan merasa produk yang dia beli berkualitas, dengan demikian dia berpotensi akan melakukan pembelian produk berulang.⁵

³ Lona noviani, “Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok”Liar”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JUMANIS) Prodi kewirausahaan* 2, no 1 (2020), 2027.

⁴ Winda Ayu Lestari, Apri Budianto Dan Iwan Setiawan, “Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi Pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya)”, *Business Management And Entrepreneurship Journal* 2, no. 1 (2020), 40.

⁵ Ajat Sudrajat dkk., “PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA JAZZ”, *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 8, No. 1 (2020), 3.

Selain hal tersebut juga ada faktor- faktor lain seperti saat ini seperti perubahan pada dunia bisnis fluktuatif setiap waktu, tak terkecuali saat ada pandemi Covid-19, pada periode tersebut mampu menimbulkan berbagai kebiasaan baru pada masyarakat. Sangat banyak perilaku yang berubah dari pengusaha serta pelanggan sesudah pandemi muncul, baik kebiasaan kecil sampai kebiasaan yang mampu membuat berubahnya gaya hidup. Pelaku UMKM diharuskan supaya menumbuhkan kreativitas serta berinovasi supaya terjaga eksistensinya sewaktu pandemi COVID-19. Efek perekonomian atas adanya pandemi COVID-19 amat terasa bagi pekerja UMKM.

Para pelaku UMKM perlu berjalan selaras dengan berkembangnya era supaya mampu bersaing dengan pelaku usaha yang besar. Maka darinya mereka perlu melakukan penyesuaian dengan eksistensi digital melalui penggunaan media internet. Masyarakat diberdayakan dari segi IPTEK amatlah perlu dilaksanakan pada zaman ini. Dengan UMKM yang kian menjamur serta memiliki keterlibatan pada perekonomian digital dengan adanya e-commerce, broadband, cloud, media sosial, serta platform mobile, UMKM mampu mengalami perkembangan lebih cepat berdasarkan aspek pendapatan serta kesediaan lapangan kerja.⁶

Tabel 1.1 Data Penjualan Ellisa Hijab

Tahun	Total Penjualan Produk
2020	12.785.578.114
2021	13.217.307.716
2022	8,739,764,220

Berdasarkan data dari situs web ellisahijab.com dan data arsip dari Ellisa Hijab menuturkan bahwa pada tahun 2020 ke tahun berikutnya yaitu tahun 2021 mengalami kenaikan jumlah penjualan hijab yang tidak terlalu terpaut jauh, tetapi pada tahun selanjutnya yaitu dari tahun 2021 sampai tahun 2022 Ellisa Hijab mengalami penurunan yang cukup signifikan. Dengan menurunnya jumlah penjualan produk Ellisa Hijab juga mengurangi jumlah produk yang di hasilkan agar tidak terjadi penimbunan produk.

⁶ Nizam Zakka Arrizal dan S Sofyantoro, "Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi", *Jurnal Pemerintahan, Pembangunan dan Inovasi Daerah* 2, no 1 (2020), 40.

Hal ini menyebabkan untuk menjadi seorang pengusaha produk hijab ataupun fashion di butuhkan kreativitas khusus untuk menghasilkan produk-produk hijab yang semakin bervariasi dan bisa berkembang di pasaran di era globalisasi ini agar memiliki keunggulan bersaing dengan produk hijab dari pengusaha atau perusahaan lainya. Seiring dengan menurunnya penjualan produk hijab dan fashion di Ellisa Hijab maka kreativitas bagi karyawan sangat di butuhkan agar industri hijab tetap eksis di pasar. Untuk menghasilkan produk yang seperti yang di inginkan oleh pelanggan di perlukan kreativitas dan inovasi bagi karyawan untuk memunculkan ide-ide mereka seperti untuk membuat kombinasi produk yang berbeda-beda yang pernah ada sebelumnya.

Terdapatnya kesenjangan penelitian yang muncul dengan didasarkan pada hasil penelitian terkait bervariasinya persaingan pasar berperan sebagai landasan atas dilaksanakannya penelitian ini yakni dalam rangka melakukan pengujian pengaruh atas inovasi produk, kreativitas serta kualitas produk serta pengaruhnya pada keunggulan dalam persaingan. Ditentukannya industri Konveksi Hijab untuk dijadikan objek penelitian yakni karena perindustrian Konveksi ialah sektor industri yang merupakan sektor yang diandalkan dalam pasaran lokal utamanya setelah Pandemi yang menurun hasil penjualan yang didapat. Dikarenakan keadaan pasar tersebut ada potensi besar untuk produk Hijab pada area Jepara supaya mempenetrasi pasaran supaya mencukupi kebutuhan lokal. Peneliti memilih Kalinyamat karena wilayah tersebut ialah pusat industri Konveksi Hijab di Jepara, serta yang peneliti gunakan menjadi objek penelitiannya ialah industri Hijab yang ada pada berskala kecil serta sedang, yang alasannya ialah industri yang ada pada skala kecil serta sedang lebih memiliki kemampuan terkait pengaplikasian Inovasi, kreativitas serta Kualitas sesuai dengan topik yang diteliti dengan kegiatan analisa terkait Sebuah keunggulan sebuah Produk.

Menurut uraian latar belakang diatas, dengan demikian peneliti tertarik dan memilih dalam meneliti yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Produk di Ellisa Hijab)”**

B. Rumusan Masalah

Menurut paparan latar belakang tersebut, berikut ialah rumusan permasalahan penelitiannya:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk di Ellisa Hijab?
2. Apakah kreativitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk di Ellisa Hijab?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk di Ellisa Hijab?

C. Tujuan Penelitian

Menurut rumusan permasalahan tersebut, berikut ialah tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada produk di Ellisa Hijab.
2. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing pada produk di Ellisa Hijab.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada produk di Ellisa Hijab.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang terlaksana harapannya mampu mendapatkan hasil yang mampu bermanfaat untuk peneliti dan juga pihak lainnya yang memerlukan, utamanya terkait pengembangan ilmu pengetahuan beserta prakteknya. Di bawah ini ialah manfaat kajian ini:

1. Manfaat Teoritis
 - a) Dari segi teoritisnya, karya ini harapannya mampu mengembangkan ilmu pengetahuan serta memberi sumbangsih keilmuan terkait pengaruh kreativitas, inovasi, serta kualitas produk terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya, karya yang disusun harapannya mampu memberi manfaat serta menjadi sumber acuan bagi penelitian berikutnya.
 - b) Memberi bukti dengan cara yang empiris terkait kebenaran berbagai teori perihal pengaruh kreativitas, inovasi, serta kualitas produk terhadap keunggulan dalam persaingan yang mana karya ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk memperdalam wawasan yang telah diperoleh selama di perkuliahan.
2. Manfaat Praktis
 - a) Untuk IAIN Kudus, karya yang disusun harapannya mampu meningkatkan kajian literature dan juga referensi untuk dibuat menjadi sumber informasi untuk mahasiswa yang akan meneliti dengan topik yang berjenis sama.

- b) Bagi Wirausahawan, hasil karya ini diharapkan bisa dibuat menjadi sarana serta wadah bagi informasi guna mencari tahu pengaruh inovasi, kreativitas serta kualitas produk pada keunggulan bersaing dan dengan demikian bisa dipergunakan dalam pemberian masukan untuk pengembangan usaha dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin pesat.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan proposal skripsi bermaksud agar memperoleh penggambaran dan juga garis besar atas setiap bagian maupun berkorelasi tidaknya dan dengan demikian akan didapatkan hal dengan sistematika keilmuan. Berikut ialah sistematika dalam menulis proposal skripsi:

1. Bagian Awal

Bagian tersebut meliputi cover yang berisi judul, nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstraksi, daftar isi, daftar tabel.

2. Bagian Isi

Bagian ini mencakup beberapa bab, yakni :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini mencakup terkait konsep serta teori yang relevan dengan permasalahan yang sudah terumuskan yaitu deskripsi teori kreativitas, inovasi, serta kualitas produk terhadap keunggulan bersaing, penelitian sebelumnya, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini mencakup terkait jenis serta pendekatan penelitian, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, uji asumsi klasik dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil penelitian, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan sebagai hasil akhir terhadap masalah yang telah dirumuskan serta memuat saran dari hasil penelitian.

3. Bagian Akhir

Bagian ini terdiri atas daftar pustaka, lampiran-lampiran sebagai pendukung penelitian, dan daftar riwayat hidup penulis.

