

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Dengan adanya persaingan ini menuntut setiap perusahaan untuk selalu bersaing dalam menarik konsumen dengan menerapkan motivasi berwirausaha yang tinggi dan cenderung melakukan inovasi pada kegiatannya.¹

Dalam kehidupan sehari-hari masih banyak orang yang menafsirkan dan memandang bahwa kewirausahaan adalah identik dengan apa yang dimiliki dan dilakukan oleh usahawan atau wiraswasta. Pandangan tersebut kurang tepat karena jiwa dan sikap kewirausahaan tidak hanya dimiliki oleh usahawan namun juga dimiliki oleh setiap orang yang berpikir kreatif dan bertindak inovatif, misalnya petani, karyawan, pegawai pemerintah, mahasiswa, guru dan lain sebagainya.

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan menurut Drucker adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang. Banyak orang, baik pengusaha maupun bukan pengusaha meraih sukses karena memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Proses kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan munculnya ide-ide dan pemikiran-pemikiran untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sesuatu

¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta. Bandung. 2004. hlm. 6.

yang baru dan berbeda adalah nilai tambah barang dan jasa yang menjadi sumber keunggulan untuk dijadikan peluang.²

Pada perkembangannya, inovasi muncul sebagai akibat proses inovasi yang dikelola melalui manajemen inovasi. Inovasi juga bukan sekedar penemuan, tetapi lebih menekankan kepada ide-ide yang dibutuhkan untuk dipraktikkan, sedangkan penemuan perlu dikomersialisasikan untuk memperkenalkan inovasi artinya ide-ide atau *inventions* perlu diimplementasikan menjadi produk, produksi, atau kompetensi administrasi dari suatu pelaku atau perusahaan.³

Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya. Mempertahankan dan bahkan menumbuhkan permintaan baru tentu bukan perkara mudah bagi para pelaku bisnis. Menurut Philip Kotler pekerjaan pemasaran bukan bagaimana menemukan konsumen yang tepat untuk sebuah produk tapi bagaimana menemukan produk yang tepat untuk konsumen. Dalam hal ini, perusahaan perlu menawarkan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen.⁴

Zimmerer dan Scarborough mengartikan kreativitas sebagai kemampuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia perusahaan untuk menghasilkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam memecahkan suatu masalah. Kreativitas yang dimiliki oleh sumber daya manusia perusahaan akan memiliki kegunaan atau nilai tambah seandainya kreativitas tersebut ditunjang oleh inovasi, yakni kemampuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia perusahaan untuk menerapkan kreativitas dalam memecahkan suatu masalah. Tanpa adanya inovasi, kreativitas hanya akan menjadi gagasan semata-mata yang kurang memiliki makna dalam pemecahan

² Suryana. *Kewirausahaan*, Salemba Empat, Jakarta, 2008, hlm. 2.

³ Iwan Setiawan. *Agri Bisnis Kreatif*, Penebar Swadaya, Jakarta, 2012, hlm. 413.

⁴ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2005, hlm. 10.

masalah perusahaan. Kreativitas dan inovasi mendorong lahirnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang baru.⁵

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta meningkatnya pertumbuhan ekonomi membuat perubahan pada kebutuhan, keinginan maupun selera konsumen. Perubahan tersebut menuntut perusahaan untuk menyesuaikan barang hasil produksi dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi pengembangan produk, dimana dalam menerapkan strategi tersebut perusahaan berusaha untuk menawarkan produk yang mampu bersaing, sehingga peningkatan penjualan produk dan jasa terus meningkat,⁶ yaitu upaya perusahaan untuk meningkatkan penjualan melalui penganekaragaman produk, baik lewat pengembangan produk baru atau mengembangkan produk yang sudah ada.⁷

Menurut Sony Sugema, terdapat tiga hal yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha yang sukses yaitu mimpi, kerja keras dan ilmu. Ilmu disertai kerja keras namun tanpa impian bagaikan perahu yang berlayar tanpa tujuan. Impian disertai ilmu namun tanpa kerja keras seperti seorang pertapa. Impian disertai kerja keras tanpa ilmu ibarat berlayar tanpa nahkoda, tidak jelas kemana arah yang dituju. Sering kali orang berhenti diantara sukses dan kegagalan. Namun, seorang wirausaha harus menancapkan komitmen yang kuat dalam pekerjaannya, karena jika tidak akan berakibat fatal terhadap segala sesuatu yang telah dirintisnya.⁸

Seorang wirausaha harus segera menerjemahkan mimpi-mimpinya menjadi inovasi untuk mengembangkan bisnisnya. Jika impian dan tujuan hidup merupakan fondasi bangunan hidup dan bisnis, maka inovasi dapat diibaratkan sebagai pilar-pilar yang menunjang kukuhnya hidup dan

⁵ Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2009, hlm. 118.

⁶ Gregories Candra, *Strategi dan Program Pemasaran*, CV. Andi Offset, Yogyakarta, 2002, hlm. 150.

⁷ Henricus W. Ismanthono, *Kamus Istilah Ekonomi Populer*, Kompas. Jakarta 2003, hlm. 56.

⁸ Suryana, *Op. Cit.*, hlm. 33.

bisnis. Impian saja tidak cukup. Impian harus senantiasa ditunjang oleh inovasi yang tiada henti sehingga bangunan hidup dan bisnis menjadi kukuh dalam situasi apapun, entah badai kesulitan maupun tantangan. Setiap fondasi baru yang dibuat harus ditunjang oleh pilar-pilar bangunan sebagai kerangka bangunan keseluruhan. Setiap impian harus diikuti dengan inovasi sebagai kerangka pengembangan, kemudian diikuti dengan manajemen produk, manajemen konsumen, manajemen arus kas, sistem pengendalian, dan sebagainya. Inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki. Jadi untuk senantiasa dapat berinovasi, kita memerlukan kecerdasan kreatif. Sifat inovatif dapat ditumbuhkembangkan dengan memahami bahwa inovasi adalah suatu kerja keras, terobosan dan kaizen (perbaikan terus-menerus).⁹

Keinginan untuk bekerja atau memproduksi merupakan fitrah yang berada dalam diri manusia. Nash-nash syariat memberikan perhatian dan mendorongnya pada usaha terbaik berupa anjuran bekerja dan memproduksi. Sumber-sumber nash dengan gambaran ini mendorong kaum muslimin untuk mencari keuntungan halal dan baik. Dengan gambaran ini, kaum muslimin akan memperbaiki jiwanya dan merasa cukup dengan rizki yang diperolehnya. Kaum muslim merasa bahwa produksi yang dilakukan ini adalah ibadah kepada Allah. Dengan media produksi, manusia akan membuat pakaian yang dapat menyembunyikan kejelekannya.¹⁰

Sebagaimana yang ada di konveksi An-Noor Collection dan Vista Collection Kudus dalam observasi sementara. Konveksi An-Noor Collection Kudus merupakan konveksi yang memiliki keunggulan dalam hal desain model yang lebih variatif, hasil produksi yang dihasilkan yaitu celana legging dan busana muslim, dengan merek dagang An-Noor Collection. Konveksi An-Noor Collection Kudus berdiri pada tahun 1995 hingga saat ini berada di Jln. Kampus UMK Desa Dersalam No. 322 Bae

⁹ *Ibid.*, hlm. 32.

¹⁰ Abdullah Abdul Husain at-Tariqi. *Ekonomi Islam: Prinsip Dasar dan Tujuan*, Magistra Insania Press, Yogyakarta, 2004, hlm. 160.

Kudus. Konveksi An-Noor Collection Kudus telah berdiri selama 21 tahun ini terus berkembang, baik dari segi inovasi produk yaitu dengan memproduksi produk yang mengikuti perkembangan zaman akan tetapi tetap syar'i. Konveksi An-Noor Collection Kudus telah melakukan pengembangan inovasi produk. Sebagian produk yang dijual merupakan hasil produksi sendiri dengan desain model yang berbeda di pasaran, sehingga memiliki keunikan dan keunggulan pada produknya. Dalam pemberian ide untuk menghasilkan produk baru selalu melihat permintaan pasar dan *survey* pasar.¹¹

Berbeda dengan konveksi An-Noor Collection, konveksi Vista Collection Kudus sudah berdiri pada tahun 1990 hingga saat ini masih mampu bertahan sebagai salah satu konveksi yang ada di Jln. Kampus UMK Desa Dersalam Bae Kudus. Konveksi Vista Collection Kudus, telah berdiri selama 26 tahun ini terus berkembang, dengan pernah mengalami jatuh bangun dalam berwirausaha. Melihat kondisi pasar yang berubah-ubah, konveksi Vista Collection Kudus dituntut untuk dapat menciptakan ide baru dengan pengembangan inovasi produk terhadap produk celana legging yang diproduksinya. Produk celana legging ini penjualannya tidak seperti jilbab yang mudah diminati oleh konsumen. Agar tetap disukai konsumen, konveksi Vista Collection Kudus mengeluarkan desain gambar sablon yang variatif dan menarik pada produk celana legging yang diproduksinya.¹²

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk mengambil judul tentang **“Studi Komparasi Inovasi Produk pada Konveksi An-Noor Collection dan Vista Collection di Desa Dersalam Bae Kudus”**.

¹¹ Wawancara dengan bapak H. Ruslin selaku pemilik konveksi An-Noor Collection pada tanggal 1 November 2016 pukul 10.00 WIB di ruang kerja An-Noor Collection.

¹² Wawancara dengan ibu Hj. Musthofiatun selaku pemilik konveksi Vista Collection pada tanggal 2 November 2016 pukul 14.00 WIB di ruang kerja Vista Collection.

B. Fokus Penelitian

Sesuai dengan judul yang peneliti telah ambil dalam penelitian ini, maka peneliti ini hanya terfokus pada studi komparasi inovasi produk pada konveksi An-Noor Collection dan Vista Collection di Desa Dersalam Bae Kudus.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah inovasi produk yang dilakukan pada konveksi An-Noor Collection di Desa Dersalam Bae Kudus?
2. Bagaimanakah inovasi produk yang dilakukan pada konveksi Vista Collection di Desa Dersalam Bae Kudus?
3. Bagaimanakah persamaan dan perbedaan inovasi produk di konveksi An-Noor Collection dan Vista Collection di Desa Dersalam Bae Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana inovasi produk di konveksi An-Noor Collection di Desa Dersalam Bae Kudus.
2. Untuk mengetahui bagaimana inovasi produk di konveksi Vista Collection di Desa Dersalam Bae Kudus.
3. Untuk mengetahui persamaan dan perbedaan inovasi produk di konveksi An-Noor Collection dan Vista Collection di Desa Dersalam Bae Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini semoga dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Secara teoritis, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam mengaplikasikan dan mengimplementasikan teori-teori yang di dapat selama di bangku

kuliah dengan praktik yang sebenarnya di lapangan dengan melakukan penelitian secara langsung mengenai kegiatan studi komparasi inovasi produk yang dilakukan pada konveksi An-Noor Collection dan Vista Collection di Desa Dersalam Bae Kudus.

2. Secara praktis, sebagai bahan informasi/masukan bagi pimpinan perusahaan untuk merumuskan kebijakannya, khususnya dalam hal pengembangan produk terhadap studi komparasi inovasi produk pada konveksi An-Noor Collection dan Vista Collection di Desa Dersalam Bae Kudus.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan dalam memahami keseluruhan isi dari skripsi ini, penulis akan menyajikan sistematika penulisan skripsi yaitu uraian singkat mengenai hal-hal yang akan peneliti tulis secara sistematis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian muka ini, terdiri dari: halaman judul, halaman pernyataan, nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi.

2. Bagian Isi, meliputi:

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yaitu kewirausahaan. inovasi, produk, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran dan penutup.

3. Bagian akhir, meliputi:

Daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.

