

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seorang wirausaha harus memiliki jiwa kewirausahaan yang baik. Jiwa kewirausahaan yang baik haruslah memiliki rasa percaya diri yang kuat, harus mempunyai jiwa kepemimpinan yang baik, kreatif, cekatan, dan saat ingin memulai usaha kita telah memperhitungkan segala resiko yang mungkin akan kita alami dan dengan adanya hal tersebut usaha yang kita lakukan dapat berkembang dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Menurut Rusydi dan Rafida (2016) kewirausahaan merupakan proses menggabungkan gagasan dan perbuatan imajinatif dan inovatif dengan keterampilan manajemen dan organisasi yang dibutuhkan mengatur orang, uang, dan operasi yang sesuai guna memperoleh suatu keperluan agar diakui dan membuat kekayaan dalam proses tersebut. Selain itu, menurut Zimmerer (2008) kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari. Pelaku usaha perlu menerapkan kreativitas dan inovasi untuk memanfaatkan peluang yang akan dihadapi dengan memperhitungkan segala resiko yang akan dialami agar dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Hal tersebut merupakan hal yang tak dapat dihindari oleh pelaku usaha sehingga perusahaannya dituntut untuk dapat memahami dan mengerti dinamika atau perubahan yang terjadi dipasar khususnya yang terkait dengan inovasi yang harus dilakukan agar dapat menjawab dinamika pasar dan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta dalam upaya untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Menurut Manual (2005) inovasi merupakan kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan. Inovasi akan dikatakan berhasil apabila produk inovatif tersebut mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan sehingga tidak hanya terobosan, inovasi produk juga merupakan solusi dari hasil evaluasi terhadap produk yang lama atau produk sebelumnya. Menurut Drucker (2012), inovasi adalah alat spesifik bagi perusahaan dengan inovasi dapat mengeksplorasi

atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda.

Adanya inovasi ini maka akan ada perbaikan atau perubahan kualitas secara terus menerus sehingga konsumen akan merasa lebih puas dan enggan untuk berpindah ke produk atau perusahaan lainnya. Tentunya agar dapat menjadi suatu inovasi yang baik. Inovasi produk membutuhkan sesuatu yang baru, baik berupa hal radikal yang benar-benar baru maupun yang berdasarkan retrospeksi dari berbagai hal yang telah ada sebelumnya. Menurut Fauzi dan Mandala (2019) inovasi produk dapat meningkatkan nilai tambah produk serta dapat memberikan solusi dari sejumlah kebutuhan yang dibutuhkan konsumen pada satu produk atau solusi atas evaluasi terhadap produk lama. Inovasi produk merupakan salah satu sumber pertumbuhan perusahaan karena perubahan-perubahan tersebut berasal dari hasil evaluasi perusahaan terhadap kualitas produk yang dimiliki agar tetap mampu mengikuti perkembangan selera dan kebutuhan konsumen. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Hubeis (2012) bahwa inovasi produk merupakan pengetahuan produk baru yang seringkali dikombinasikan dengan hal baru untuk membentuk metode produksi yang tidak diketahui. Berikut inovasi produk pada CV Sumber Makmur.

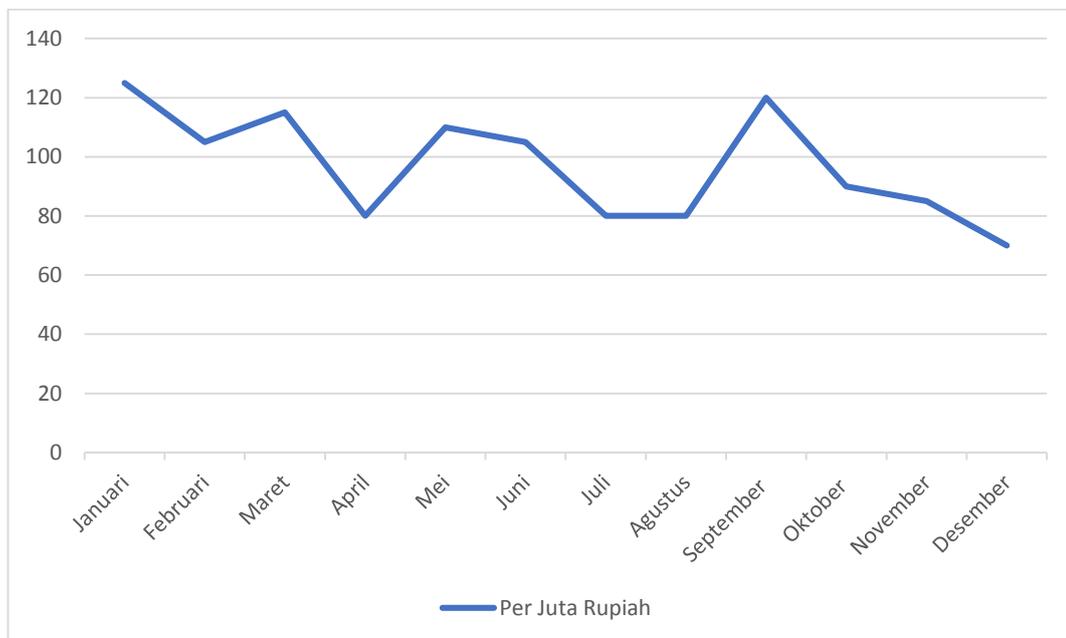


Sumber: Prapenelitian Tahun 2023

Gambar 1.1 Produk CV Sumber Makmur

Berdasarkan pra penelitian pada CV Sumber Makmur Tahun 2023. Perusahaan telah membuat suatu produk yang inovatif tetapi produk yang dipasarkan masih perlu dikembangkan terhadap inovasi yang lainnya. Sebagai perusahaan yang bergerak di industri kertas, inovasi produk merupakan hal yang penting bagi perusahaan agar dapat memasarkan produk mereka ke berbagai segmen dan dapat memperluas pasar mereka sendiri. CV Sumber Makmur perlu

menciptakan suatu inovasi produk terhadap produknya untuk mempertahankan pelanggan yang telah dimilikinya dan juga menarik pelanggan baru, sehingga dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis. Inovasi yang sudah dilakukan CV Sumber Makmur adalah menciptakan ciri khas yaitu *paper core* dengan gulungan spiral dan berukuran kecil. Sejalan dengan pendapat Suryani (2008) menyatakan bahwa salah satu upaya yang harus dilakukan oleh pengusaha adalah dengan melakukan sebuah inovasi terhadap produknya tetapi, inovasi produk tersebut masih perlu dikembangkan lagi agar produk yang diciptakan sesuai apa yang dibutuhkan oleh para konsumen karna pada tahun 2022 CV Sumber Makmur mengalami fluktuatif dalam penjualannya. Berikut gambar penjualan CV Sumber Makmur tahun 2022.



Sumber: Prapenelitian Tahun 2023

Gambar 1.2 Penjualan CV Makmur Tahun 2022

Berdasarkan gambar di atas tingkat penjualan pada CV Sumber Makmur tahun 2022 mengalami fluktuatif. Pada Bulan Januari mendapat pendapatan 125jt merupakan pendapatan tertinggi dalam tahun 2022. Penjualan stabil pada bulan Juli dan Agustus sebesar 80jt dan mengalami penurunan pada bulan oktober sampai bulan Desember. Berdasarkan prapenelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap CV Sumber Makmur fenomena terjadinya fluktuatif penjualan tersebut

dikarenakan oleh produk yang ditawarkan oleh CV Sumber Makmur hanya *paper core* ukuran kecil dengan gulungan spiral yang beragam ukuran. CV Sumber Makmur juga perlu mengembangkan produknya dengan membuat inovasi *paper core* menggunakan bahan baku plastik agar tingkat penjualan perusahaan naik. Menurut Nasution (2005) inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional yang dapat membawanya selangkah lebih maju dibandingkan pesaing apabila memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen.

Dari hal tersebut dibutuhkan metode bisnis yang tepat agar penjualan CV Sumber Makmur meningkat dan pengembangan produk yang diciptakan itu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen. Salah satu metode bisnis yang tepat untuk membantu perusahaan menciptakan produk yang sesuai kebutuhan konsumennya adalah *value proposition canvas*. Melalui *value proposition canvas* perusahaan akan lebih mudah untuk mempresentasikan keunggulan produk atau jasanya. Selain itu, *value proposition canvas* sangat berguna bagi suatu perusahaan agar pelanggannya memiliki alasan mengenai mengapa mereka harus membeli produk atau jasa milik perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Osterwalder *et al* (2015) bahwa *value proposition canvas* akan menjadi alat untuk membantu perusahaan bahwa suatu produk diciptakan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. *Value proposition canvas* merupakan semacam kerangka yang akan memastikan bahwa ada kecocokan antara pasar dan produk. Selain itu, menurut Osterwalder *et al* (2015) *value proposition canvas* adalah sebuah alat yang bisa membuat *value proposition* menjadi terlihat, nyata, dan menjadi lebih mudah untuk didiskusikan dan dilaksanakan. *Value proposition canvas* merupakan bagian yang penting karena menemukan kecocokan ide, kemampuan, dan usaha perusahaan dengan permasalahan, hambatan, dan harapan pelanggan. Dari pendapat para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *value proposition canvas* merupakan sebuah *tools* atau alat yang dapat membantu kita mengenal lebih dalam mengenai produk atau jasa, apa yang menjadi kebutuhan konsumen, sehingga kita dapat menciptakan *value* untuk konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan dari CV Sumber Makmur yaitu penjualan mengalami fluktuatif dan perlu inovasi produk karna dalam hal pengembangan inovasi produk CV Sumber Makmur ini perlu lebih mengenal lebih dalam apa yang dibutuhkan oleh konsumen dengan *value proposition canvas* sebagai alatnya agar perusahaan bisa bersaing dengan perusahaan lain pada jangka panjang. Maka dari itu diperlukan penelitian dengan judul “Inovasi Produk dengan Menggunakan Pendekatan *Value Proposition Canvas* pada CV Sumber Makmur di Tangerang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang terdapat pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran inovasi produk pada CV Sumber Makmur?
2. Bagaimana identifikasi inovasi produk dengan menggunakan pendekatan *value proposition canvas* pada CV Sumber Makmur di Tangerang?
3. Bagaimana formulasi inovasi produk dengan menggunakan pendekatan *value proposition canvas* pada CV Sumber Makmur di Tangerang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran inovasi produk pada CV Sumber Makmur.
2. Untuk mengetahui bagaimana identifikasi inovasi produk dengan menggunakan pendekatan *value proposition canvas* pada CV Sumber Makmur di Tangerang.
3. Untuk mengetahui bagaimana formulasi inovasi produk dengan menggunakan pendekatan *value proposition canvas* pada CV Sumber Makmur di Tangerang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai inovasi produk pada CV Sumber Makmur dengan menggunakan pendekatan *Value Proposition Canvas*. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan informasi bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian pada masa yang akan datang. Khususnya bagi peneliti yang memiliki topik sejenis.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai inovasi produk dengan alat *value proposition canvas* pada CV Sumber Makmur, hal itu bisa digunakan sebagai strategi untuk mengembangkan usahanya.

b) Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan wawasan mengenai ilmu penelitian dan memberikan kesempatan untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan.

c) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan wawasan mengenai inovasi produk dengan menggunakan pendekatan *value proposition canvas*.