

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Saat ini bisnis berada pada lingkungan yang selalu berubah dengan cepat dan dinamis. Hal ini ditandai dengan adanya arus perdagangan tanpa batas negara, ruang dan waktu yang didukung dengan perkembangan teknologi dan informasi sehingga membuat tingkat persaingan menjadi semakin tinggi. Persaingan yang dihadapi sebuah industri tidak lagi datang dari kawasan atau wilayah geografis setempat, tetapi juga dari mancanegara (Jiang & Tian,2009). Tingginya tingkat persaingan membuat setiap pemain bisnis berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik dan memenangkan persaingan. Salah satu upaya untuk dapat memenangkan persaingan adalah dengan mengembangkan strategi inovasi untuk keberhasilan di masa depan (Burke,1994).

Strategi inovasi diperlukan pada berbagai industri tidak terkecuali pada industri furniture/ mebel. Mebel merupakan kebutuhan utama bagi setiap orang yang memiliki hunian, karenanya sudah banyak perusahaan baik lokal dan internasional yang melakukan bisnis di bidang ini. Perusahaan lokal di kota Bandung memiliki jumlah bisnis mebel yang tidaklah sedikit. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian Perdagangan kota Bandung tercatat bahwa hingga tahun 2015 terdapat 100 unit industri furniture/ mebel di Kota Bandung (tabel 1.1.).

Tabel 1.1.

Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja Industri Kecil dan Menengah di Kota Bandung

Kegiatan Activity	Jumlah Usaha (Unit) Establishment (Unit)		Tenaga Kerja (Orang) Man Power	
	2014	2015	2014	2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1 Industri Makanan dan Minuman	10.455	10.458	32.169	32.172
2 Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	975	975	5.758	5.758
3 Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	337	337	3.564	3.564
4 Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	42	43	165	167
5 Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	38	38	192	192
6 Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	55	55	277	277
7 Industri Barang dari Logam, Komputer, Barang Elektronik, Optik dan Peralatan Listrik	44	44	276	276
<del>8 Industri Mesin dan Perlengkapan</del>	<del>150</del>	<del>150</del>	<del>450</del>	<del>450</del>
<del>9 Industri Furnitur</del>	<del>100</del>	<del>100</del>	<del>400</del>	<del>400</del>
10 Industri Pengolahan Lainnya	70	70	70	70

Sumber/Source : Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung

(Sumber : Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung (Kota Bandung dalam Angka 2016 : 82))

Dengan banyaknya unit usaha mebel di Kota Bandung, berbagai produk mebel dengan beragam desain, ukuran, dan spesifikasi sudah banyak beredar di pasar. Hal ini merupakan salah satu tantangan bagi wirausahawan untuk melakukan inovasi sehingga produk yang ditawarkan memiliki keunggulan tersendiri. Saat ini dengan kepadatan penduduk yang semakin bertambah serta tingginya harga lahan menyebabkan maraknya pertumbuhan hunian berukuran kecil. Berdasarkan survei properti yang dilakukan oleh Bank Indonesia bahwa hunian berukuran kecil adalah yang paling laku sehingga jumlahnya jauh lebih banyak dibandingkan hunian yang lebih besar.

Berdasarkan tingginya tren pertumbuhan hunian berukuran kecil atau sering disebut dengan gaya minimalis maka furniture/ mebel pun harus dapat disesuaikan

dengan kondisi hunian tersebut. Furniture/mebel yang memiliki gaya minimalis saja seringkali tidak memberikan solusi bagi permasalahan ini. Untuk itu diperlukan inovasi produk mebel yang memang dikhususkan untuk hunian berukuran kecil atau yang lebih dikenal dengan istilah *Smart Space Furniture*. *Smart Space Furniture* merupakan furniture yang multifungsi sehingga diharapkan dapat lebih efektif dalam memanfaatkan ruang yang sempit.

Salah satu karakter seorang wirausahawan yang paling penting untuk dapat memenangkan persaingan adalah inovatif, karenanya penyusunan strategi yang tepat diperlukan dalam melakukan inovasi. Formulasi strategi yang tepat merupakan salah satu kunci bagi sebuah bisnis untuk dapat berkembang di masa yang akan datang (Kancana,2011). Strategi merupakan alat/ cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan jangka panjang yang telah ditetapkan sebelumnya. Strategi berhubungan dengan penetapan arah bagi perusahaan dalam arti sumber daya yang ada dalam perusahaan serta bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu perusahaan memenangkan persaingan di pasar (Porter,2008).

Dalam melakukan inovasi, diperlukan adanya strategi untuk memastikan bahwa inovasi yang dilakukan tepat dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Inovasi adalah sesuatu yang baru dan berbeda dari barang, jasa, maupun ide yang sudah ada sebelumnya (Salomon & Stuart,2017). Strategi inovasi dapat diartikan sebagai inovasi yang mengubah produk/ servis, model bisnis, proses bisnis, dan atau positioning dengan pesaing untuk meningkatkan performa bisnis

(Afuah,2009). Strategi inovasi merupakan kunci untuk membangun keunggulan kompetitif di masa sekarang maupun di masa yang akan datang.

Dalam memprediksi apakah sebuah strategi inovasi yang akan dijalankan memiliki prospek di masa sekarang maupun di masa yang akan datang diperlukan adanya analisis. Salah satu alat analisis yang tepat digunakan untuk menganalisis strategi inovasi adalah analisis AVAC. Analisis AVAC memiliki keunggulan dibandingkan alat analisis lain seperti SWOT, *Five Forces Porter*, 7Cs dan lainnya karena analisis AVAC (*Activity, Value, Appropriability, Change*) memiliki kapabilitas untuk mengestimasi apakah sebuah strategi memiliki potensi untuk menghasilkan profit atau memberi keunggulan bersaing bagi perusahaan (Afuah,2009). Dalam analisis AVAC akan dikaji mengenai 4 aspek penting yaitu aktivitas (menganalisis apakah aktivitas yang dilakukan sudah benar), nilai (menganalisis apakah aktivitas yang dilakukan berkontribusi kepada penciptaan nilai untuk konsumen sehingga memiliki value yang lebih baik daripada kompetitornya), kesesuaian (menganalisis apakah strategi yang dilakukan perusahaan akan menghasilkan profit), dan perubahan (akankah perusahaan mengambil keuntungan dari perubahan pada penciptaan nilai yang sesuai).

Penelitian ini mengacu pada buku yang berjudul *Strategic Innovation : New Game Strategies for Competitive Advantage* yang ditulis oleh Allan Afuah pada tahun 2009. Buku tersebut menjadi landasan dalam penelitian ini dimana peneliti ingin mengetahui strategi inovasi *Smart Space Furniture* dengan menggunakan konsep AVAC pada perusahaan mebel TACT interior di Bandung untuk dapat

memenangkan persaingan dan apakah strategi tersebut dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di masa yang akan datang.

Perusahaan TACT interior merupakan perusahaan yang tergolong baru sehingga produk mebel yang ditawarkan belum memiliki ciri khas tersendiri. Dalam menciptakan ciri khas dibutuhkan inovasi yang tidak saja unik tetapi juga memberikan solusi bagi permasalahan yang ada saat ini. Strategi inovasi yang perlu dikembangkan untuk memberikan keunggulan bersaing dan profit perlu dianalisis melalui empat aspek yaitu Aktivitas, Nilai, Kesesuaian dan Perubahan. Dengan demikian menarik untuk dikaji mengenai **“Strategi Inovasi *Smart Space Furniture* Pada Perusahaan TACT Interior Di Kota Bandung”**.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- Bagaimana strategi inovasi *Smart Space Furniture* dengan menggunakan konsep AVAC (Activity, Value, Appropriability, Change) pada perusahaan TACT Interior di kota Bandung ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

- Mengetahui strategi inovasi *Smart Space Furniture* dengan menggunakan konsep AVAC (*Activity, Value, Appropriability, Change*) pada perusahaan TACT Interior di kota Bandung.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan memberikan sumbangan ilmu pengetahuan pada mata kuliah kewirausahaan dan manajemen strategi.

##### **Manfaat Praktis**

Manfaat penelitian ini diharapkan bahwa hasil penelitian bermanfaat bagi perusahaan TACT Interior untuk mengembangkan bisnisnya ke arah yang lebih luas ataupun menjadi referensi untuk calon wirausahawan yang ingin berbisnis di bidang furniture.

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Secara keseluruhan, penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab utama. Setiap bab berisi cakupan tersendiri sehingga mempermudah para pembaca untuk memahami isi dan konsep yang digunakan. Kelima bab tersebut terdiri dari :

## BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemikiran utama yang mendasari penulisan penelitian ini. Bab ini tersusun atas : Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

## BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN

Bab ini berisi kajian dari beberapa literatur dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai landasan penelitian. Bab ini tersusun atas teori : Kewirausahaan, Organisasi, Strategi, Manajemen Strategi, Inovasi, Strategi Inovasi dan Strategi *New Game*, AVAC Analisis, SWOT Analisis, dan Penelitian Sebelumnya.

## BAB III : OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang subjek dan objek penelitian serta menunjukkan metode yang akan digunakan dalam melakukan penelitian ini. Bab ini tersusun atas: Objek dan Subjek Penelitian, Metode Penelitian, Teknik Pengambilan Sampel, Jenis Data, Teknik Pengumpulan Data, Cetak Biru/ Blueprint Penelitian, Panduan Wawancara, Teknik Analisis Data, Uji Validitas Data dan Penelitian Terdahulu.

## BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Bab ini tersusun atas: Profil Perusahaan, Hasil Penelitian, Pembahasan Penelitian, Analisis SWOT serta Implikasi Manajerial.

## BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan akhir dari penelitian yang telah dilakukan serta saran baik untuk perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya di masa yang akan datang. Bab ini tersusun atas : Kesimpulan dan Saran

