

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

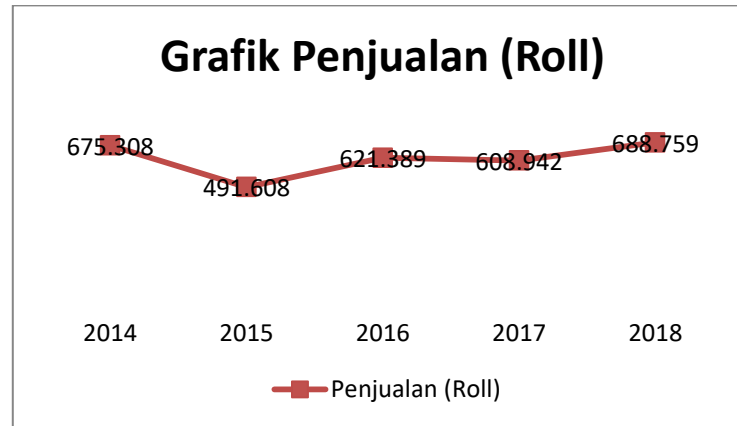
Sektor industri merupakan salah satu motor penggerak utama suatu negara yang akan mampu memberikan dampak besar bagi peningkatan kesejahteraan dan jiwa *entrepreneurship* rakyat, meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan investasi, serta memperluas lahan kerja yang berarti meminimalisir pengangguran pada suatu negara (Siahaan, 2018). Namun munculnya perubahan-perubahan yang sedang dialami lingkungan dunia seperti globalisasi, perkembangan teknologi, serta kontrol masyarakat juga akan memberikan dampak bagi perkembangan suatu perusahaan (Rachmat, 2014). Perubahan-perubahan yang terjadi tersebut menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat, salah satunya termasuk pada perusahaan yang bergerak di bidang Industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT).

Industri TPT merupakan salah satu industri tertua dan paling strategis di Indonesia yang merupakan salah satu industri yang diprioritaskan untuk dikembangkan karena memiliki peran penting dalam perekonomian nasional yaitu sebagai penyumbang devisa negara. Kemenperin mencatat, ekspor TPT nasional pada tahun 2018 diproyeksi mencapai USD13,28 miliar, yaitu naik 5,6% dibanding periode yang sama di tahun sebelumnya. Industri TPT nasional juga mampu memberikan hasil dari ekspor dunia sebesar 1,6%, sehingga industri TPT merupakan industri yang diandalkan (www.kemenperin.go.id).

Persaingan antar perusahaan industri TPT yang semakin ketat yang disebabkan karena beberapa hal tersebut mengharuskan setiap perusahaan untuk selalu

meningkatkan strategi dan inovasi dari beberapa aspek agar tetap bisa mengembangkan perusahaannya. Menurut Aulia (2012), pada dasarnya setiap perusahaan harus mempunyai strategi dalam berusaha. Namun bisa terjadi seorang pemimpin perusahaan justru tidak menyadarinya. Strategi merupakan tindakan yang harus bersifat kontinyu dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang apa yang diharapkan oleh para konsumen di masa depan. Oleh karena itu, kecepatan dalam berinovasi sesuai perubahan pola konsumsi para konsumen sangat didukung oleh kompetensi inti perusahaan. Berdasarkan pada sudut pandang di atas bahwa perusahaan membutuhkan kecepatan dalam berinovasi yang didukung oleh kompetensi inti, Kaplan dan Norton (1996) menyatakan bahwa pada saat ini mengarahkan perusahaan sama halnya dengan melintasi lingkungan persaingan yang kompleks dan rumit. Hal tersebut menggambarkan bahwa setiap perusahaan harus mempunyai pengetahuan serta strategi usaha yang sesuai dengan jenis usaha yang dikelolanya agar perusahaan tersebut dapat dikendalikan.

Begitupun pada PT Margahayu Citra Utama yang merupakan salah satu dari beberapa perusahaan tenun di Jawa Timur yang memproduksi barang setengah jadi berupa *webbing* atau bisban dari polyester. PT Margahayu Citra Utama merupakan perusahaan yang telah beroperasi lebih dari 50 tahun yang menandakan seharusnya perusahaan memiliki bekal pengalaman dan pengetahuan yang sangat cukup untuk menangani persaingan di luar sana yang semakin ketat. Namun, data grafik penjualan lima tahun terakhir yang ditunjukkan pada Gambar 1.1 adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1 Grafik penjualan lima tahun terakhir

Dilihat dari grafik penjualan lima tahun terakhir di atas, pertumbuhan penjualan tidak menampakkan progress yang signifikan, bahkan cenderung fluktuatif, yaitu pada tahun 2015 dan 2017 mengalami penurunan penjualan dalam satuan roll yang cukup disayangkan. Menurunnya jumlah penjualan tersebut bisa disebabkan dari beberapa aspek yang belum diketahui jelas aspek mana yang sangat berpengaruh menyebabkan penurunan jumlah penjualan tersebut. Melihat masalah tersebut, selama ini perusahaan belum pernah melakukan penilaian inovasi terhadap beberapa aspek yang berpeluang menjadi faktor penyebab menurunnya tingkat penjualan perusahaan. Menurut Priatna (2014), inovasi produk merupakan peran penting dalam peningkatan volume penjualan suatu perusahaan, karena dengan melakukan inovasi terhadap produknya akan menambah nilai dari produk tersebut sehingga dapat memenuhi keinginan dan tuntutan dari konsumen. Untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan salah satunya dapat dipacu dengan meningkatkan inovasi aspek-aspek yang berpeluang memberi pengaruh terhadap penjualan produk perusahaan tersebut. Dalam penerapan inovasi produk, ada beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilannya misalnya kompetensi sumber daya manusia, proses teknologi, lingkungan dan faktor-faktor lainnya.

Melihat kondisi bahwa setelah 50 tahun beroperasi dan adanya permasalahan terkait penurunan tingkat penjualan dalam lima tahun terakhir dari PT Margahayu Citra Utama, peneliti berniat untuk melakukan penilaian potensi inovasi perusahaan

dari berbagai aspek yang dianggap mempengaruhi tingkat penjualan produk perusahaan. Penelitian ini diarahkan untuk menjawab permasalahan yang terjadi melalui pendekatan Peta Potensi Inovasi Perusahaan sebagai metode untuk menggambarkan kondisi potensi inovasi PT Margahayu Citra Utama dalam 6 aspek penilaian antara lain: strategi dan perencanaan, pemasaran, teknologi proses, kualitas dan lingkungan, logistik, dan sumber daya manusia. Setelah ditemukan hasil penilaian terhadap enam aspek tersebut, aspek dengan penilaian yang rendah akan ditindaklanjuti dengan menggunakan Metode TRIZ untuk dicari solusi yang tepat sesuai kondisi perusahaan. Solusi-solusi yang didapatkan harapannya dapat dijadikan sebagai suatu strategi oleh PT Margahayu Citra Utama untuk meningkatkan penjualan dan tingkat laba perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ada pada perusahaan tenun PT Margahayu Citra Utama berdasarkan latar belakang permasalahan tentang potensi inovasi dan perumusan strategi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Apa klasifikasi nilai potensi inovasi perusahaan tenun PT Margahayu Citra Utama dalam aspek strategi dan perencanaan, pemasaran, teknologi proses, kualitas dan lingkungan, logistik dan sumber daya manusia?
2. Apa solusi yang tepat dan mungkin dilakukan perusahaan sebagai strategi usaha untuk meningkatkan penjualan dan laba perusahaan berdasarkan nilai klasifikasi aspek-aspek perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, terdapat beberapa tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui klasifikasi nilai potensi inovasi perusahaan dalam aspek strategi dan perencanaan, pemasaran, teknologi proses, kualitas dan lingkungan, logistik dan sumber daya manusia.
2. Menentukan solusi yang tepat dan mungkin dilakukan perusahaan sebagai strategi usaha untuk meningkatkan penjualan dan laba perusahaan berdasarkan nilai klasifikasi aspek-aspek perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan ada dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi bagi perusahaan terkait nilai potensi inovasi yang dimiliki perusahaan.
2. Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan membantu perusahaan dalam membuat kebijakan untuk mengembangkan dan memperluas usahanya berdasarkan usulan solusi dan strategi yang kami teliti.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan tidak keluar dari pada tujuannya serta mengingat banyaknya perkembangan yang dapat ditemukan pada permasalahan ini, untuk itu perlu adanya batasan-batasan masalah yang jelas mengenai apa yang diselesaikan dalam penelitian. Batasan masalah pada penelitian ini adalah bahwa penelitian ini menggambarkan kondisi potensi inovasi PT Margahayu Citra Utama dalam enam aspek penilaian, yaitu: strategi dan perencanaan, pemasaran, proses teknologi, kualitas dan lingkungan, logistik dan sumber daya manusia.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika dari penulisan skripsi penelitian ini terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi tentang latar belakang permasalahan sesuai penelitan, rumusan permasalahan, tujuan penelitian berdasarkan rumusan permasalahan, manfaat penelitian bagi perusahaan dan peneliti, batasan permasalahan, dan sistematika penelitian dalam penulisan skripsi.

Bab II Landasan Teori

Bab landasan teori berisi mengenai dasar teori yang digunakan. Landasan teori didapatkan dari berbagai sumber antara lain jurnal maupun buku. Dasar teori yang ada pada bab ini penting untuk digunakan sebagai acuan dalam melakukan proses penelitian sampai menganalisis hasil penelitian agar dapat dipertanggungjawabkan secara teoritis. Landasan teori yang mendukung penelitian ini antara lain manajemen strategi, manajemen inovasi, peta potensi inovasi, metode TRIZ, dll.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab metodologi penelitian menjelaskan mengenai langkah-langkah yang dilalui peneliti dalam menjalankan penelitian tugas akhir ini. Bab metodologi penelitian sangat penting agar alur proses penelitian yang dilakukan penulis bisa terselesaikan dengan lebih terarah dan terencana.

Bab IV Pengolahan dan Analisis Data

Bab pengolahan dan analisis data membahas mengenai pengolahan data-data yang telah dikumpulkan serta analisis dari setiap data maupun *output* yang didapat.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab kesimpulan dan saran membahas mengenai poin-poin kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian yang sudah dijalankan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan di awal. Selain kesimpulan, pada bab ini juga dibahas mengenai saran untuk penelitian agar dapat dijadikan pertimbangan untuk memperbaiki penelitian selanjutnya.