

PENGARUH LOKASI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Suatu Studi pada Cato Sportwear Tasikmalaya)

Hasby Hassydiqi¹, Nana Darna², Roni Marsiana Suhendi³
¹²³Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh
totofeunigal@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Lokasi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Cato Sportwear Tasikmalaya). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1)Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keunggulan bersaing pada apparel cato sportwear Tasikmalaya?; 2)Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada apparel cato sportwear Tasikmalaya?; 3)Bagaimana pengaruh lokasi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada apparel cato sportwear Tasikmalaya?. Adapun tujuannya untuk mengetahui: 1] adanya pengaruh dari lokasi terhadap keunggulan bersaing pada apparel cato sportwear Tasikmalaya; 2]Pengaruh adanya pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada apparel cato sportwear Tasikmalaya; 3] adanya pengaruh lokasi dan inovasi produk terhadap daya saing pada apparel cato sportwear Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu simple random sampling. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis koefisien korelasi, determinasi, regresi sederhana dan uji Hipotesis menggunakan Uji signifikansi (Uji t dan Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa Lokasi pada Cato Sportwear dalam katerogi baik atau tinggi namun tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keunggulan bersaing; Inovasi produk pada Cato Sportwear dalam kategori baik atau tinggi, namun tidak terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing; Keunggulan bersaing pada Cato Sportwear cukup baik, sehingga terdapat pengaruh antara Lokasi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

Kata Kunci : Lokasi, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing

Pendahuluan

Untuk tetap mampu bertahan dari persaingan bisnis, suatu perusahaan perlu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen pada saat ini serta mampu memprediksi dimasa depan. Dengan memperhatikan hal tersebut maka perusahaan memiliki peluang untuk memenangkan persaingan. Namun diterima atau tidaknya produk yang dijual tergantung pada persepsi konsumen atas produk tersebut. Jika produk yang dijual dapat memenuhi kebutuhan konsumen, maka konsumen akan membeli produk tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, pihak – pihak yang terlibat dalam perusahaan dituntut untuk membuat startegi – startegi yang unggul agar keberadaannya diakui oleh konsumen. Salah satu kebutuhan yang selalu di inginkan oleh konsumen adalah pakaian yang merupakan kebutuhan primer. Meningkatkanya Industri tekstil dan pakaian di Indonesia mencapai 15,35% pada tahun 2020 menunjukkan perkembangan yang terus membaik (Sumber: <https://kemenperin.go.id/>). Sehingga produksi pakaian atau yang biasa disebut apparel atau konveksi terus tumbuh dan berkembang di Indonesia. Konveksi merupakan bahan kebutuhan manusia, dan membuat usaha ini menjadi salah satu usaha yang sangat diminati (Pranjaya *et al*, 2019). Bila diamati dinamisme perkembangannya usaha konveksi,

banyak para pelaku usaha dapat bersaing dengan pelaku usaha yang menjalankan bisnis serupa. Untuk memenangkan persaingan tersebut para pelaku usaha memiliki keunggulan bersaing untuk memperoleh dan meningkatkan konsumen. Hal ini karena salah satu usaha yang dilirik oleh pelaku usaha adalah berkembangnya dunia olahraga yang memiliki masa depan cukup cerah untuk dijalankan.

Kota Tasikmalaya sudah sejak lama menjadi salah satu sentra produsen pakaian. Tumbuhnya industri ini juga turut dirasakan oleh pengusaha di Kota Tasikmalaya yang tentu perlunya strategi salah satunya usaha yang menerapkan keunggulan bersaing bagi perusahaannya yang salah satunya dengan fokus memproduksi baju olahraga (Apparel). Salah satu perusahaan yang bergerak di industri Apparel yaitu perusahaan Cato Sportwear, yang merupakan perusahaan milik perseorangan dengan fokus menjual apparel olahraga yang bervariasi. Perusahaan Cato Sportwear berdiri 9 juli 2013 dan kini Cato *Sportwear* memiliki 30 karyawan dengan membawahi 10 *outlet* yang tersebar di Kota Tasikmalaya. Dengan kesuksesan dalam menawarkan baju olahraga dan terus meningkatnya penjualan, hal ini membuat banyak usaha-usaha baru mengikuti jejak Cato Sportwear sebagai kompetitor dalam menawarkan produk yang sama. Berdasarkan hasil survey awal bahwa banyak perusahaan apparel yang menimbulkan persaingan dalam mendapatkan konsumen. Hal ini terlihat di tabel dibawah ini:

Tabel 1.
Perusahaan Pesaing Cato Sportwear

No	Nama Perusahaan	Tahun Berdiri
1	Aclo Sportwear	2015
2	Power Play	2017
3	Tensjho Sport	2017
4	Attempt7	2018
5	Zestien	2016

Sumber: Hasil Survey Awal, 2020

Berdasarkan tabel 1 dapat dijelaskan bahwa terdapat sejumlah pesaing persaingan tertinggi terjadi di Kota Tasikmalaya berjumlah 5 (lima) pesaing yang tersebar di wilayah Kota Tasikmalaya. Saat ini jumlah pesaing yang menjual apparel yang tersebar di Kota Tasikmalaya berjumlah 5 (lima) *outlet* dan diperkirakan akan terus bertambah. Dan berdasarkan hasil survey awal kepada 20 Konsumen yang menggunakan baju *sport* diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 2
Pilihan Konsumen Produsen Apparel

No	Nama Perusahaan	Konsumen
1	Cato Sportwear	3
2	Aclo Sportwear	4
3	Power Play	2
4	Tensjho Sport	1
5	Attempt7	6
6	Zestien	5
Total		20

Berdasarkan tabel 2 dapat dijelaskan bahwa 6 (Enam) konsumen lebih memilih Attempt7 dan sebanyak 5 (Lima) Konsumen memilih Zestien yang disebabkan karena dekat dengan pusat kota sehingga mudah dijangkau baik menggunakan kendaraan pribadi ataupun kendaraan umum. 4 (empat) konsumen memilih Aclo Sportwear, 2 (dua) konsumen memilih Power Play, dan 1 (satu) orang memilih Tensjho Sport dengan alasan pernah membeli produk perusahaan tersebut. sedangkan 3 (tiga) orang memilih Cato Sportwear dengan alasan telah menjadi langganan. Dari penjelasan tersebut bahwa keunggulan bersaing yang dimiliki Cato Sportwear belum optimal.

Dengan semakin minatnya konsumen dalam membeli baju olahraga dan masih banyak lokasi-lokasi yang ada di Kota Tasikmalaya belum dijadikan lokasi dalam menjual produk sejenis. Dengan semakin meningkatnya jumlah pesaing yang menawarkan produk sejenis, membuat apparel Cato Sportwear perlu menyiapkan strategi-strategi sebagai salah satu respon dalam menyiapkan persaingan. Ada beberapa strategi yang digunakan dengan melakukan inovasi dan lokasi yang bertujuan inovasi akan dapat memberi sesuatu yang berbeda terhadap pesaing, dan pemilihan lokasi yang baik dengan target pasar yang sesuai. Dalam menerapkan strategi keunggulan bersaing salah satu hal yang dilakukan oleh Cato Sportwear dengan melakukan inovasi yang terdapat pada produk baju, sehingga menimbulkan kesan menggunakan baju yang berbeda. Inovasi yang dilakukan Cato Sportwear bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk selain itu inovasi yang dilakukan dengan membuat pengemasan dan layout memberikan ciri khusus yang menimbulkan kesan yang berbeda di mata konsumen. Selain menerapkan inovasi yang berbeda usaha apparel memiliki lokasi yang tepat dalam menawarkan produknya, penerapan tersebut dilakukan dengan tujuan agar konsumen mudah dalam menjangkau setiap tempat usaha. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3
Lokasi Apparel Cato Sportwear dan Kompetitornya

No	Nama Perusahaan	Lokasi
1	Cato SPortwear	Jl. Lewo Babakan No.68, Linggajaya, Kec. Mangkubumi, Tasikmalaya, Jawa Barat 46181
2	Aclo Sportwear	Jl. Cihideung No.44, Yudanagara, Kec. Cihideung, Tasikmalaya, Jawa Barat 46121
3	Power Play	Jl.Letda Lily Rochli No.24, Cipedes - Tasikmalaya
4	Tensjho Sport	JL. KH. Abdul Saleh cicurug kota Tasikmalaya
5	Attempt7	Jl. BKR, Kahuripan, Kec. Tawang, Tasikmalaya, Jawa Barat 46115
6	Zestien	Jl. Tentara Pelajar No.42, Nagarawangi, Kec. Tawang, Tasikmalaya, Jawa Barat 46115

Sumber: Hasil Survey Awal, 2020

Tabel 3 menunjukkan bahwa lokasi pesaing Cato Sportwear berada di beberapa pusat kota Tasikmalaya. Sedangkan lokasi Cato Sportwear lebih jauh dari pusat kota Tasikmalaya, yang menyebabkan banyaknya pesaing memilih lokasinya dekat dengan pusat kota Tasikmalaya. Namun hal ini karena menyesuaikan produk yang dijual yaitu pakaian *sport* lebih dekat dengan Mayasari Sport Hall dimana banyak orang – orang yang beraktifitas olahraga. Dari fenomena yang tersebut maka masalah yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah Bagaimanakah pengaruh lokasi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada apparel cato sportwear Tasikmalaya?

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Cato Sportwear. Berdasarkan informasi dari Cato Sportwear rata-rata konsumen tahun 2020 adalah sebanyak 1756 konsumen. Sehingga dari data tersebut dijadikan sebagai jumlah populasi untuk keperluan penelitian. Teknik pengambilan sampel di ambil secara *simple random sampling* yaitu metode penarikan dari sebuah populasi atau semesta dengan cara tertentu sehingga setiap anggota populasi atau semesta tadi mempunyai peluang yang sama untuk terpilih atau terambil dengan menggunakan rumus slovin. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini sebanyak

94 orang responden konsumen dari Apparel Cato Sportwear yang berada di sekitar Kota Tasikmalaya yang dipilih secara acak sederhana.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Responden Cato Sportwear menurut Jenis kelamin paling banyak jenis kelamin laki – laki yaitu sebanyak 69 orang (73,40%) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 25 orang (26,60%). Hal ini dikarenakan penggunaan pakaian sport paling banyak laki – laki. Menurut tingkat pendidikan paling banyak pada tingkat SMA sebanyak 68 orang atau 72,34%, tingkat S1 sebanyak 18 orang atau 19,15% dan tingkat SMP sebanyak delapan orang atau 8,51%. Berdasarkan uraian tersebut dapat dijelaskan bahwa konsumen cato sportwear memiliki tingkat pendidikan SMA yang artinya produk cato sportwear digemari oleh remaja. Menurut usia keseluruhan pada $sia \leq 25$ tahun. Berdasarkan uraian tersebut dapat dijelaskan bahwa konsumen cato sportwear merupakan remaja yang memiliki semangat dalam melakukan olahraga. Penghasilan/uang saku perbulan konsumen Cato Sportwear kurang dari satu juta. Hal ini karena konsumen Cato Sportwear yang masih remaja sehingga masih menerima uang saku dari orang tuanya.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Cato Sportwear

Usaha yang memiliki keunggulan bersaing tidak hanya dapat menghasilkan posisi yang baik dipasar, namun terlebih lagi perusahaan yang dianggap unggul akan memiliki konsumen ataupun pelanggan yang lebih banyak dibandingkan perusahaan lain. Pemilihan lokasi menjadi sangat penting karena memiliki peran bagi para pelaku bisnis. Pemilihan lokasi yang dipilih oleh perusahaan dengan mempertimbangkan tempat yang strategis dengan konsumennya, ataupun dengan ketersediaan bahan baku bagi perusahaan. Selain itu kecenderungan konsumen untuk memilih lokasi yang mudah diakses. Berdasarkan hasil penelitian bahwa lokasi Cato Sportwear berada pada kategori baik. Namun berdasarkan hasil penelitian bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Cato Sportwear. Hal ini tidak sejalan atau tidak sesuai dengan teori Assauri (2018:5) bahwa “Penempatan lokasi perusahaan harus dilakukan karena lokasi perusahaan akan mempengaruhi kedudukan perusahaan dalam persaingan dan menentukan kelangsungan hidup perusahaan”.

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Cato Sportwear. Lokasi Cato Sportwear yang berada dilingkungan yang

jauh dari pusat keramaian mejadikannya sulit untuk dijangkau konsumen, selain itu banyaknya bermunculan pesaing dengan produk sejenis yang lokasinya berada di wilayah keramaian mengakibatkan CatoSpotwear berkurang minatnya konsumen untuk membeli produk Cato Sportwear. Sehingga hasil penelitian ini tidak mendukung atau berbeda dengan hasil penelitian Erlina Utami (2019) yang menyimpulkan bahwa lokasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Cato Sportwear

Perusahaan yang selalu melakukan inovasi produk akan berimbas pada keunggulan bersaing pada suatu perusahaan. Dengan melakukan inovasi produk secara rutin akan mampu meningkatkan daya saingnya. Kemampuan dalam menciptakan inovasi produk akan menciptakan sumber daya saing yang sangat penting dan strategis dalam membangun keunggulan bersaing. Adanya ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh individu atau uniiit pengguna lainnya merupakan inovasi produk yang dapat meningkat keunggulan bersaing. Berdasarkan hasil pnelitian bahwa inovasi produk pada Cato Sportwear pada kategori baik. Namun berdasarkan hasil penelitian bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Cato Sportwear. Hal ini tidak sejalan atau tidak sesuai dengan teori Zimmerer (2018:57) bahwa “Inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan”.

Dengan dimikian maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Cato Sportwear. Hal ini karena Cato Sportwear belum membuat atau memproduksi berbagai macam produk sehingga pilihan konsumen terbatas. Keterbatasan dalam pilihan produk berdampak pada manfaat atau nilai yang diterima konsumen berkurang. Sehingga hasil penelitian ini bertolak belakang atau tidak sesuai dengan hasil penelitian Fatah (2013) bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Pengaruh Lokasi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Cato Sportwear

Lokasi yang strategis dan inovasi produk yang baik dan berkualitas akan menarik para konsumen untuk datang membeli berbagai produk yang tersedia. Konsumen tidak akan membeli produk lain karena sudah menjadi pelanggan tetap. Tentunya ini akan berdampak pada peningkatan keuntungan yang dihasilkan sehingga keuntungan akan meningkat. Dengan begitu perusahaan dianggap mampu bersaing dengan kompetitor. Berdasarkan hasil penelitian

bahwa keunggulan bersaing Cato Sportwear pada kategori cukup baik. Dan berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa lokasi dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Cato Sportwear. Artinya hasil penelitian ini sejalan atau mendukung teori menurut Suendro dalam Utami (2013:3) bahwa ‘inovasi produk yang semakin tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing berkelanjutan. Selain itu penentu lokasi perusahaan/pabrik sangat berpengaruh besar dalam mencapai keunggulan bersaing’.

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa lokasi dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Ketepatan pemilihan lokasi dan adanya perubahan – perubahan produk yang diciptakan dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Maka hasil penelitian ini mendukung atau sejalan dengan hasil penelitian Kurniawan (2013) bahwa lokasi dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Lokasi Cato Sportwear tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Artinya, jika lokasi Cato Sportwear ditingkatkan belum tentu akan meningkatkan keunggulan bersaing. Inovasi produk pada Cato Sportwear tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Artinya, jika Cato Sportwear melakukan inovasi produk belum tentu akan meningkatkan keunggulan bersaing. Lokasi dan inovasi produk pada Cato Sportwear berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Artinya jika lokasi dan inovasi ditingkatkan secara bersamaan maka akan meningkatkan keunggulan bersaing.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2010. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amabile, T.M 1996. *Creativity in context: Update to “The Social Psychology of Creativity”*. Boulder, CO: Westview Press
- Anton Mulyono Aziz dan Maya Irijayanti 2014. *manajemen*. Bandung, Mardika Group
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: FE UI
- Batemen, Thomas S. dan Scott A. Snell. 2014. *Manajemen Kepemimpinan dan Kerja Sama dalam Dunia Yang Kompetitif*. Jakarta: Salemba Empat
- Bharadwaj, Sundar G., Varaderajan, P Rajan dan Fahy, John. 1993. *Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Proposition*. *Journal of marketing* Vol 57.

- Craven, D.W. 2000. *Pemasaran Strateegis*. Jakarta: Erlangga
- Drucker, Peter F, 1995, " *The Leader of The Future (Pemimpin Masa Depan)* ", jakarta: PT.Elex Media Komputindo
- Grant, Robert M dan James C. Craig. 2009. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Mediator
- Hasibuan, Melayu. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Istanto, Yuni. 2010. *Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing dan Positioning Terhadap Kinerja* (Survey pada Koperasi Serba Usaha di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Buletin Ekonomi Vol. 8, No. 2, Agustus 2010.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta : PT. Index
- Kotler, Philip dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasarn*, Jilid 1, Edisi Kedua belas. Jakart: PT.Indeks
- Kotler, Philip, Amstrong Garry , 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan keller, kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jilid 1. Indonesia: Penerbit PT.Index
- Kotler, P dan Keller, K. 2012, *Marketing Management*, Edisi 14, Harlow: Pearson Education. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kusumawati, Ratna. 2010. *Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Akses: Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol 5. No 9.
- Lamb, W. et.al, Charles. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta:Selajambe Empat
- Machfoedz, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN.
- Never, J.C. & Slater, S.F. 1990. *The Effect of Market Orientation on Business Profitability*. *Journal Of Marketing*.
- Pearce dan Robinson (2005) *PEST Analysis in strategic Human Resources Planning*
- Soeryanto, Eddy Soegoto, 2009. *Enterpreneurship*, Edisi Pertama. Jakarta: PT.Elek Media Komputindo
- Solihin, Ismail. 2010. *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Penerbat Erlangga
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sudjana, D. 2001. *Metode & Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung: Falah Production.
- Sulastri, Lilis. 2014. *Manajemen Sebuah Pengantar Sejarah, tokoh, Teori, dan Praktik*. Bandung: Penerbit La Goods Publishing
- Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty
- Terry, George dan Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Cekatan kesebelas. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Thomas W Zimmer, Norman M Scharborough, 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba Empat
- Tidd, Joe & Bessant, J.2009 *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational change, 4th Edition, London: Jhon Wiley & Sons Ltd*

- Umar, Husain. 1998. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama
- Utami, E (2014). *Pengaruh Inovasi dan Lokasi terhadap Keunggulan Bersaing*. Skripsi pada Program studi Manajemen FE Universitas Siliwangi. Tidak diterbitkan
- Wheelen & Hunger. (2004). *Strategis Management And Business Policy*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.