

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang mampu dihasilkan dari proses produksi berupa barang atau jasa yang nantinya bisa diperjual belikan di pasar. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk perusahaan tidak dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, oleh karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil, dengan kata lain pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau konsumen.

Menurut pandangan Tjiptono (2012: 95) yang mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

2.1.1.1 Tingkatan Produk

Tujuan perusahaan mengetahui tingkatan produk ketika akan mengembangkan produknya adalah untuk mengetahui dengan jelas produk seperti apa yang ingin ditawarkan perusahaan kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016: 391) Tingkatan produk terbagi menjadi lima:

1. *Core Benefit*

Manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.

2. *Basic Pruduct*

Produk dasar yang mampu memenuhi fungsi pokok produk yang paling dasar.

3. *Expected Product*

Produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisi secara normal yang diharapkan dan disepakati untuk dibeli dan serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli produk.

4. *Augmented Product*

Berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahkan dengan berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.

5. *Potential Product*

Segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa mendatang, atau semu argumentasi dan penambahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa datang.

2.1.2 Desain Produk

Menurut Kotler dan Keller (2012: 332) Desain prodik adalah totalitas fitur yang memengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Sedangkan menurut Azany (2014: 45) Desain produk dapat diartikan sebagai peningkatan maupun penyederhanaan, peningkatan yang dimaksud yaitu dapat berupa penambahan fungsi dan kegunaan produk tersebut. Sedangkan penyederhanaan desain produk bertujuan agar semakin mudah dalam menggunakan suatu produk.

Berdasarkan definisi diatas bisa di ambil pemahaman bahwa desain produk adalah segala sesuatu rancangan yang harus diperhatikan dan diperhitungkan oleh

penjual untuk memengaruhi minat beli seseorang bahkan berujung pada keputusan pembelian.

2.1.2.1 Strategi Desain Produk

Menurut Tjiptono (2011: 116) terdapat tiga strategi desain produk. Strategi ini berkaitan dengan tingkat standarisasi produk. Perusahaan memiliki tiga pilihan strategi, yaitu produk standar, *costumized product* (produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tertentu), dan produk standar dengan modifikasi. Tujuan dari strategi tersebut adalah:

1. Produk standar

Untuk meningkatkan skala ekonomis perusahaan melalui produksi massa.

2. *Costumized product*

Untuk bersaing dengan produsen produksi massa (produk standar) melalui fleksibilitas desain produk.

3. Produk Sstandar dengan modifikasi

Untuk mengkombinasi manfaat dari dua strategi diatas.

Menurut Tjiptono (2011: 116-117) mengungkapkan hasil yang diharapkan perusahaan dari strategi-strategi diatas ini adalah peningkatan dalam pertumbuhan, pangsa pasar, dan laba. Strategi produk standar dengan modifikasi juga memungkinkan perusahaan untuk melakukan hubungan yang erat dengan pasar dan memperoleh pengalaman dalam pengembangan standar produk yang baru.

2.1.2.2 Indikator Desain Produk

Menurut Azany (2014: 45) Indikator terkait desain produk yaitu:

1. Variasi desain

Desai yang ditawarkan mempunyai banyak ragam atau pilihan

2. Model terbaru

Model atau desain akan berganti bentuk, ukuran, dan warna sesuai waktu yang telah ditentukan.

3. Desain mengikuti trend

Model atau desain produk mengikuti perkembangan zaman mulai dari warna, bentuk, dan ukuran.

2.1.3 Kualitas Produk

Menurut Budiyanto (2016: 490) Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Astuti dan Abdullah (2017: 16) Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Oleh karena itu kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan harus suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah tingkatan suatu produk dalam memenuhi nilai dan fungsinya, sehingga melebihi ekspektasi konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

2.1.3.1 Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Produk

Menurut Wijaya (2018: 13) unsur-unsur yang dapat dimasukkan untuk memiliki produk yang unggul (faktor kualitas positif) adalah sebagai berikut:

1. Desain yang bagus

Desain harus orisinal dan memikat cita rasa konsumen.

2. Keunggulan dalam persaingan

Produk harus unggul, baik dalam fungsi maupun desainnya dibandingkan produk lain yang sejenis.

3. Daya tarik fisik

Produk harus menarik panca indera (menarik untuk disentuh atau dirasakan), harus dicap dengan baik dan harus indah.

4. Keaslian

Produk turunan atau tiruan menunjukkan kualitas turunan yang tidak sebaik produk original atau pertama.

2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk

Menurut Gito Sudarma (2014: 120) mengungkapkan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk yaitu:

1. Berbagai macam variasi produk.
2. Daya tahan produk.
3. Kualitas produk sesuai dengan spesifikasi dari konsumen.
4. Penampilan kemasan produk (estetika).
5. Kualitas produk terbaik dibandingkan merek lain.

2.1.4 Daya Saing

Menurut Z. Heflin Frinces (2011: 60) Daya saing diartikan sebagai kekuatan atau kemampuan dan keunggulan yang dibangun dari potensi dan sumber daya yang berasal dari dalam dan luar organisasi secara terencana dan sistematis untuk melakukan

perlawanan atas adanya potensi laten atau nyata mengganggu, menggeser, melawan dan atau memusnahkan posisi, keberadaan dan eksistensi pihak yang akan disaingi.

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 dalam Afriyani (2011: 11) tentang standar proses, mendefinisikan daya saing merupakan kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, kemampuan menegakan posisi yang menguntungkan. Dengan menggunakan kinerja atau melihan indikator tertentu sebagai acuan, maka dapat diukur tingkat kekuatan dan kelemahan suatu daya saing.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahawa daya saing adalah kemampuan suatu usaha untuk dapat bersaing dengan usaha yang lainnya dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dan menyesuaikan pangsa pasar yang ditujunya.

2.1.4.1 Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing

Daya saing yang diperebutkan oleh setiap perusahaan yang mencari keuntungan tidak semata-mata dilakukan dan dikejar, namun ada beberapa juga faktor yang memengaruhi daya saing tersebut.

Menurut Tulus Tambunan (2013:99) yang menyatakan faktor-faktor yang harus dimiliki oleh setiap negara atau perusahaan untuk dapat bersaing diantaranya adalah:

1. Teknologi
2. Tingkat enterpreneurship yang tinggi
3. Tingkat efisiensi dan produktifitas yang tinggi
4. Kualitas atau mutu yang baik dari barang yang dihasilkan

5. Promosi yang meluas dan agresif
6. Pelayanan teknis dan non teknis yang baik
7. Tenaga kerja dengan tingkat keterampilan
8. Etos kreatifitas serta motivasi yang tinggi
9. Skala ekonomis
10. Inovasi dan difirensiasi produk
11. Modal dan saran serta prasarana yang baik
12. Jaringan distribusi
13. Proses produksi yang dilakukan dengan sistem *just in time*

2.1.4.2 Indikator Daya Saing

Menurut Porter (2013: 419) menyebutkan bahwa ada beberapa indikator yang dapat mengukur daya saing antara lain:

1. Harga bersaing

Kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran.

2. Kualitas produk

Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

3. Fleksibilitas

Dimensi daya saing yang meliputi berbagai indikator diantaranya macam produk yang dihasilkan, kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan untuk penemuan posisi hasil penelitian ini dalam kajian keilmuan yang telah ada sehingga diharapkan para peneliti selanjutnya mampu dalam pengisian kekurangan dari hasil penelitiannya untuk kemudian dilanjutkan dengan pengembangan hasil penelitian yang penulis teliti.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis/Tahun/Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Basrah Saidani, M. Aulia Rachman dan Mohamad Rizan/2013/Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur	Variabel : Kualitas Produk, Desain Produk	Variabel : Keputusan Pembelian	Kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Adidas	Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Vol. 4, No. 2, 2013
2.	Ni Luh Putu Hariastuti dan Lukmandono/2017/ Analisis Perancangan Desain Produk Gadukan Guna Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah	Variabel : Desain Produk, Daya Saing	Variabel :	Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor rancangan desain produk yang diharapkan dapat ada dalam produk yang dihasilkan iindustri kecil menengah	Jurnal Ilmiah Teknik Industri Vol. 16, No. 1, Juni 2017, Hal. 13-21

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
3.	Yusran dan Jannati Tangngisalu/2020/ Kualitas Sumber Daya Kepemimpinan Dan Kualitas Produk Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UKM Tenun Sutera Sengkang	Variabel : Kualitas Produk, Daya Saing	Variabel : Kualitas Sumber Daya Kepemimpinan	Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas sumber daya kepemimpinan dan kualitas produk terhadap daya saing UKM tenun sutera Sengkong	Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi Vol. 4, No. 1, April 2020
4.	Ahmad Yusuf, Muchtar dan Suoriyanto/2020/ Pengaruh Desain Produk Kearifan Lokal Untuk Peningkatan Daya Saing Produk Pengrajin Kuningan di Trowulan Mojokerto	Variabel : Desain Produk, Daya Saing	Variabel :	Terdapat hubungan faktor desain produk kearifan lokal terhadap daya saing produk pengrajin kuningan di Trowulan Mojokerto	Jurnal Abdimas Universitas Darul Ulum Vol. 3, No. 1, 2020
5.	Dewi saidatul mukarromah dan Chusnul Rifiah/2019/Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata	Variabel : Desain Produk, Kualitas Produk	Variabel : Citra Merek, Keputusan Pembelian	Dapat disimpulkan bahwa citra merek, desain produk dan kualitas produk berkontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian	Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara Vol. 2, No. 1, Juni 2019

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
6.	Endri Sentosa dan Emalia Trianti/2017/Pengaruh Kualitas Bahan Baku, Proses Produksi dan Kualitas Tenaga Kerja Terhadap Kualitas Produk Pada PT Delta Surya Energy di Bekasi	Variabel : Kualitas Produk	Variabel : Kualitas Bahan Baku, Proses Produksi, Kualitas Tenaga Kerja	Secara simultan, kualitas bahan baku, proses produksi dan kualitas tenaga kerja mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kualitas produk.	Jurnal Ilmu Manajemen Vo. 3, No.2, Juli 2017
7.	Aldi An Nurfalalah, Surti Zahra, M. Bayi Tabrani/2020/Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Mustafa 85 Pandeglang Banten (Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 di Pandeglang Banten	Variabel : Kualitas Produk	Variabel : Harga Tetap, Kepuasan Konsumen	Secara bersam-sama kualitas produk dan Harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan Konsumen. Dengan tingkat keyakinan sebesar 5%	Jurnal Bina Bangsa Ekonomika Vol. 13, No. 2, 2020.
8	Ana Fitriyatul Bilgis/2016/Peran Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo	Variabel : Kualitas Produk	Variabel : Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan	Bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan harga tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan	Jurnal Ekonomi Universitas Kediri Vol. 1, No. 1, 2016

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
9	Agus Dwi, Aini Marthasari, Pramudhita dan Retno Wulandari/2021/Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta	Varaibel : Kualitas Produk	Variabel : Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepuasan Konsumen	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan kualitas produk dan kualitas pelayanan berprngaruh signnifikan positif secara simultan terhadap kepuasan Konsumen UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta.	Jurnal Daya Saing Vol. 7, No. 2, 2021
10	Malik Ibrahim dan Siti Marijam Thawil/2019/Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Variabel : Kualitas Produk	Variabel : Lualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan	Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk telah membuktikan hubungan dan signifikan variasi dari kepuasan pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan belum dapat membuktikan keterikatan dari kepuasan pelanggan	Jurnal Manajemen Dan Bisnis Vol. 4, nO. 1, Februari 2019, Hal. 175-182

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Indrawati (2015: 72) Fungsi kerangka pemikiran adalah mengidentifikasi variabel-variabel yang penting dalam penelitian dan menunjukan keterkaitan antar variabel dalam penelitian tersebut. Berdasarkan pada landasan teori, peneliti membuat kerangka pemikiran sesuai dengan desain produk, kualitas produk, dan daya saing. Dari variabel tersebut peneliti ingin melihat bagaimana desain produk dan kualitas produk dapat memengaruhi daya saing Industri Kerajinan di Kecamatan Rajapolah.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam setiap usaha akan terdapat persaingan didalamnya, termasuk dalam jenis usaha industri kerajinan. Persaingan baik dengan sesama pengrajin ataupun dengan jenis usaha lain menjadi salah satu yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha agar tetap bisa mempertahankan usahanya. Dalam hal ini, pelaku usaha harus mampu bersaing salah satunya dalam bersaing dari segi produknya agar produk yang dijual lebih unggul dari pesaing sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan dan meningkatkan keuntungan. Banyak faktor yang memengaruhi daya saing suatu usaha, dalam usaha industri kerajinan salah satu faktor yang memengaruhinya adalah desain produk dan kualitas produknya.

Desain Produk dapat diartikan sebagai peningkatan maupun penyederhanaan, peningkatan yang dimaksud yaitu dapat berupa penambahan fungsi dan kegunaan produk tersebut. Sedangkan penyederhanaan desain produk bertujuan agar semakin mudah dalam menggunakan suatu produk (Azany, 2014: 45).

Adapun indikator terkait desain produk yaitu variasi desain, model terbaru dan desain mengikuti trend (Azany, 2014: 45). Dari pengertian tersebut terlihat bahwa desain produk ini selalu diperhatikan oleh konsumen karena menyangkut estetika dari

produk tersebut. Seiring berkembangnya zaman maka akan terus bermunculan trend-trend baru, termasuk dalam industri kerajinan. Sehingga agar unggul dalam daya saing, pengrajin harus mengikuti trend terbaru tersebut dalam membuat suatu desain kerajinan, karena konsumen akan mencari dan memilih desain produk terbaru atau yang mengikuti trend yang sedang terjadi. Dari hal tersebut, terlihat bahwa desain produk berpengaruh terhadap daya saing. Artinya apabila desain produknya bagus maka akan meningkatkan daya saing. Sebaliknya, apabila desain produknya kurang bagus maka dapat menurunkan daya saing dari industri tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ni Luh Putu Haristuti dan Lukmandono (2017). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh terhadap daya saing.

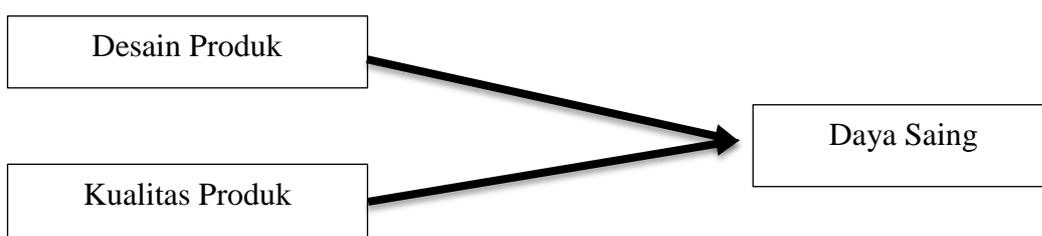
Selain desain produk, faktor lain yang dapat memengaruhi daya saing adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Budiyanto 2016:490). Adapun indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk yaitu berbagai macam variasi produk, daya tahan produk, kualitas produk sesuai dengan spesifikasi dari konsumen, penampilan kemasan produk (estetika) dan kualitas terbaik dibandingkan merek lain (Gito Sudarmo, 2014: 120). Dari pengertian tersebut terlihat bahwa kualitas produk dapat memengaruhi keinginan pelanggan, sehingga memengaruhi daya beli pelanggan terhadap produk tersebut.

Dalam melakukan pembelian produk, konsumen akan membandingkan kualitas produk dari perusahaan mana yang lebih baik, sehingga disini perusahaan harus bersaing untuk memberikan kualitas produk yang baik. Dari hal tersebut terlihat bahwa kualitas produk dapat memengaruhi daya saing bagi industri, artinya apabila kualitas produknya tinggi maka akan meningkatkan daya saing dari industri tersebut. Dan

sebaliknya, apabila kualitas produknya rendah maka dapat menurunkan daya saing dari industri tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yusran dan Jannati Tangngisalu (2020), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap daya saing.

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 dalam Afriyani (2011: 11) tentang standar proses, mendefinisikan daya saing merupakan kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti dan kemampuan menegakan posisi yang menguntungkan. Dengan menggunakan kinerja atau melihat indikator tertentu sebagai acuan, maka dapat diukur tingkat kekuatan dan kelemahan suatu daya saing. Adapun beberapa indikator yang dapat mengukur daya saing antara lain harga bersaing, kualitas produk dan fleksibilitas (Porter, 2013:419).

Untuk lebih menjelaskan pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap daya saing, dibuatkan kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu “ **Terdapat Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Daya Saing pada Industri Kerajinan di Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya baik secara parsial maupun simultan.**”