

# INOVASI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING

Oleh: Indra Mulya

**B**eberapa hari lalu diberbagai media masa disuguhkan berita adanya demonstrasi atau unjuk rasa dari sejumlah pengemudi taksi dan angkutan umum di ibukota. Para pendemo yang sebagian besar merupakan pengemudi taksi dari provider taksi terbesar dan ternama di Indonesia tersebut menuntut untuk segera ditutupnya transportasi berbasis aplikasi online. Mereka menganggap aplikasi tersebut telah menyebabkan menjamurnya jumlah penyedia taksi berbasis online sehingga berpengaruh terhadap penurunan penghasilan mereka.



Pro dan Kontra dikalangan masyarakat pun merebak, sebagian besar masyarakat pengguna taksi online yang selama ini memperoleh keuntungan dan kemudahan dengan adanya taksi online berharap agar pemerintah tidak memenuhi tuntutan para pengemudi angkutan umum konvensional tersebut untuk menutup angkutan transportasi berbasis aplikasi. Mereka merasa penyedia taksi berbasis online selama ini telah mampu memberikan kemudahan dengan tarif yang murah dan pelayanan yang memuaskan bagi penggunanya yang tidak mereka dapatkan dari penyedia taksi konvensional. Mereka berpendapat seharusnya para provider taksi konvensional yang harus berbenah diri dalam menghadapi persaingan dengan para penyedia taksi berbasis online. Para penyedia taksi konvensional seharusnya berusaha mencari cara untuk mampu

bersaing dengan menerapkan tarif dan pelayanan yang lebih bersaing jika ingin memenangkan persaingan.

Terlepas dari masalah belum adanya aturan hukum yang mengatur persaingan yang sehat antar kedua jenis transportasi tersebut, ada pelajaran menarik yang bisa diambil oleh para pelaku bisnis dari kasus tersebut, yaitu masalah inovasi dalam memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen. Semakin berkembang dan majunya teknologi serta tingkat persaingan yang semakin tinggi, menuntut perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi.

Inovasi sangat dibutuhkan bagi para pebisnis, terutama pengusaha yang saat ini produk yang dihasilkannya tengah menjadi market leader dalam industrinya. Seperti kata pepatah bijak “roda kehidupan itu selalu berputar”, demikian halnya dengan roda bisnis yang juga selalu berputar. Jika saat ini menjadi market leader belum tentu beberapa tahun yang akan datang akan tetap diatas menjadi market leader. Persaingan dalam berbisnis sangatlah berat, tiap tahun akan lahir pesaing-pesaing baru yang membawa inovasi baru dan akan mengancam eksistensi dari pebisnis-pebisnis lama. Jika para pebisnis lama tetap bertahan dengan cara lama, hampir dipastikan mereka akan semakin tertinggal.

Menurut Munawaroh (2000) perubahan lingkungan yang begitu cepat menuntut perusahaan untuk beradaptasi secara cepat pula dengan melakukan perbaikan terus menerus melalui inovasi baru. Dalam melakukan inovasi, perusahaan berusaha menciptakan nilai lebih bagi konsumen melalui penciptaan produk atau produk baru dan melakukan proses produksi yang lebih baik daripada perusahaan pesaing. Persaingan dalam waktu menggambarkan suatu peningkatan tekanan terhadap perusahaan tidak hanya untuk memperkenalkan produk baru tapi juga melakukan inovasi secara lebih cepat dari pada kompetitor (Tidd, Bessant, and Pavitt, 1998 dan Srimindarti, 2002)

Inovasi sangat diperlukan oleh perusahaan untuk dapat bersaing karena inovasi dapat memberikan nilai tambah atas produk atau jasa yang dihasilkan, inovasi dapat memberikan solusi

yang lebih baik bagi pemecahan permasalahan yang dihadapi konsumen. Inovasi dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memprediksi apa yang dibutuhkan oleh konsumen, memprediksi selera serta keinginan konsumen sehingga nilai tambah yang ingin diciptakan dapat menghasilkan hal-hal yang diinginkan oleh konsumen.

Inovasi tidak selalu harus diartikan sebagai penemuan, inovasi dapat diartikan sebagai pemecahan masalah untuk semua fungsi manajemen (Pemasaran, Produksi, Keuangan dan Sumber Daya Manusia) atau segala usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat perusahaan menjadi lebih baik, bekerja lebih efektif dan efisien sehingga dapat menghasilkan produk dan jasa yang lebih baik dari perusahaan pesaing dengan harga yang lebih kompetitif. Dalam perspektif pemasaran inovasi harus mampu menciptakan 4P yang lebih baik yaitu Harga yang lebih kompetitif (*Price*), produk yang lebih bermutu (*Product*), kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh produk (*Place*) dan informasi yang baik akan produk yang dihasilkan (*Promotion*).

Para penyedia transportasi online telah berhasil melakukan inovasi dalam perspektif pemasaran dimana mereka mampu menciptakan 4P yang lebih baik dari yang diberikan penyedia transportasi konvensional.

1. Dari sisi harga mereka mampu memberikan tarif dibawah tarif transportasi konvensional.
2. Kendaraan yang digunakan memiliki fasilitas terbaru yang tentunya memberi kenyamanan bagi para konsumennya.
3. Kemudahan bagi konsumen mendapatkan kendaraan yang akan mengangkut mereka, cukup dengan menggunakan telepon genggam sarana komunikasi yang hampir dimiliki semua orang, mereka cukup menunggu dijemput langsung ditempat mereka berada.
4. Kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh informasi tentang penyedia jasa transportasi online tersebut.

Inovasi pada akhirnya akan bermuara pada kepuasan konsumen. Dimana kepuasan konsumen merupakan penilaian konsumen terhadap barang atau jasa yang mereka beli atau gunakan. Apabila konsumen memberikan respon positif terhadap produk barang atau jasa yang dihasilkan

tentunya menjadi sebuah jaminan adanya kontinuitas oleh konsumen untuk membeli atau menggunakan kembali produk barang dan jasa yang dihasilkan sehingga mereka akan menjadi konsumen yang loyal bagi perusahaan. Salah satu faktor penentu kepuasan konsumen adalah kualitas produk dari barang atau jasa yang dihasilkan. Beberapa hal yang menjadi dimensi dari kualitas suatu produk adalah fungsi (*performance*), fitur (*features*), keandalan (*reliability*), usia produk (*durability*), pelayanan (*serviceability*), estetika (*aesthetic*) dan persepsi kualitas (*perceive quality*). Ketujuh faktor penentu kualitas produk tersebut harus menjadi fokus perusahaan dalam melakukan inovasi.

Secara singkat dapat disimpulkan tujuan dari inovasi produk disamping untuk meningkatkan daya saing, juga dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya sehingga konsumen menjadi loyal untuk selalu membeli dan menggunakan produk dan jasa yang dihasilkan.