

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era sekarang semakin mengalami peningkatan yang mengakibatkan persaingan semakin pesat. Bisnis yang semakin meningkat disebabkan adanya perubahan pola keinginan dan permintaan konsumen yang mendorong pelaku bisnis untuk bersaing dalam memasarkan produk. Dengan adanya perubahan pola keinginan konsumen dan meningkatnya persaingan, maka pelaku bisnis dapat membuat rencana yang efektif untuk mengatasi tantangan tersebut agar bisnis yang dimiliki bertahan dan mampu bersaing dengan pembisnis lainnya. Keberlangsungan hidup suatu bisnis tergantung seberapa cepat dan tanggapnya para pelaku bisnis dalam menghadapi perubahan.

Menurut (Lestari et al., 2020) menyatakan bahwa inovasi tidak selalu menciptakan, inovasi dapat berarti mengubah model maupun rancangan bisnis sehingga dengan adanya perubahan dalam lingkungan dapat memberikan produk atau layanan yang lebih baik. Inovasi juga merupakan kata kunci bagi setiap perusahaan yang ingin terus bertahan di era persaingan bebas seperti sekarang. Inovasi produk adalah pengenalan dan pengembangan jenis barang dan jasa yang baru dan berbeda dan melengkapi kekurangan-kekurangan dari penemuan sebelumnya dan menekankan pada segi kualitas. Inovasi yang tinggi, baik itu inovasi produk maupun proses akan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan produk yang berkualitas dan memiliki daya saing.

Inovasi produk merupakan salah satu dari banyaknya faktor yang mempengaruhi keunggulan dalam bersaing, tentunya inovasi yang dilakukan pada produk haruslah memiliki ciri khas tersendiri yang akan memberikan nilai tambah pada produk. Inovasi merupakan proses penciptaan ide, pengembangan produksi dan pemasaran produk baru (Harsasi, 2019). Kemampuan untuk menghasilkan produk atau proses inovatif memiliki potensi untuk memberikan keunggulan bersaing kepada perusahaan, melibatkan dua aspek utama: (1) membedakan produknya dari pesaing, dan (2) menurunkan perencanaan biaya jual dibawah pesaing. Maka dari itu, agar dapat mempertahankan keunggulan dalam persaingann, perusahaan perlu berkomitmen secara berkelanjutan terhadap upaya inovasi (Rahmawati, 2021).

Penelitian oleh Saragih, R. (2017) menemukan bahwa inovasi selalu berkaitan dengan dua hal atau kriteria utama, yaitu kebaruan (novelty) dan perbaikan (improvement), dimana kebaruan tidak harus berupa menciptakan sebuah hal/produk baru tapi dapat pula baru jika dilihat pada sisi nilai guna, kondisi atau aplikasinya. Sedangkan kriteria improvement bermakna pencarian alternatif terbaik untuk sebuah proses maupun sebuah produk. Peneliti juga menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing akan meningkat apabila pelaku bisnis melakukan inovasi pada produknya. Bisnis yang memiliki keunggulan dalam bersaing adalah bisnis yang mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan melakukan inovasi pada produknya. Apabila produk yang dipasarkan berkualitas maka konsumen akan merasa puas karena telah memenuhi kebutuhan yang diharapkan. Apabila suatu bisnis memasarkan produk yang kurang berinovasi,

konsumen akan merasa jenuh atas inovasi yang kurang dilakukan, maka bisnis tersebut akan kalah dalam keunggulan bersaing.

Kualitas produk merupakan salah satu aspek yang memengaruhi keunggulan bersaing. Terpenuhiya kualitas suatu produk dapat diketahui melalui produk yang dipasarkan perusahaan dengan memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen (Muhlisin & Ekasari, 2020). Pada penelitian Linanda (2022) menyimpulkan bahwa kualitas produk memengaruhi keunggulan bersaing. Hal ini berarti bahwa produk telah mengalami inovasi dan akan memiliki tingkat keunggulan bersaing yang tinggi. Kualitas produk adalah tingkat kualitas yang diharapkan untuk mencapai kualitas tersebut agar dapat memenuhi permintaan konsumen (Rorsyida & Yamit, 2022). Hasil dari penelitian sebelumnya (Dahmiri, 2021) penelitian tersebut membuktikan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen maka akan semakin meningkatnya keunggulan bersaing.

Keunggulan bersaing menjadi kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global. Perubahan pola persaingan tersebut membuat pelaku usaha mau tidak mau harus mengikuti arus global dengan selalu mengawasi perubahan yang terjadi. Inovasi ini tidak hanya dilihat dari segi proses menciptakan produk atau jasa baru saja yang kemudian ditawarkan ke pasar tetapi juga merupakan proses menciptakan cara baru yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis. Bisnis yang semakin meningkat disebabkan karena adanya perubahan pola keinginan dan permintaan konsumen yang mendorong pelaku bisnis untuk bersaing dalam memasarkan produk. Dengan adanya perubahan pola keinginan

konsumen dan meningkatnya persaingan, maka pelaku bisnis dapat membuat rencana yang efektif untuk mengatasi tantangan tersebut agar bisnis yang dimiliki bertahan dan mampu bersaing dengan pembisnis lainnya. Keberlangsungan hidup suatu bisnis tergantung seberapa cepat dan tanggapnya para pelaku bisnis dalam menghadapi perubahan. Bisnis yang memiliki keunggulan dalam bersaing adalah bisnis yang mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan melakukan inovasi baru pada produknya. Apabila produk yang dipasarkan berkualitas maka konsumen akan merasa puas karena telah memenuhi kebutuhan yang diharapkan.

Menurut Kotler & Keller (2016), keunggulan bersaing adalah strategi yang menciptakan nilai tambah unik bagi pelanggan melalui efisiensi biaya atau diferensiasi, lalu secara strategis mengoptimalkan seluruh elemen pemasaran (produk, harga, promosi, distribusi). Tujuannya adalah agar produknya lebih menarik dibandingkan pesaing dan dapat menciptakan loyalitas serta performa pasar yang unggul. Satu perusahaan memiliki keunggulan bersaing atas perusahaan lainya terjadi ketika perusahaan tersebut mendapatkan tingkat keuntungan dan memiliki potensi mendapatkan laba lebih tinggi. Dalam konteks persaingan bisnis, memiliki keunggulan yang kompetitif merupakan hal yang sangat penting. Perusahaan yang memiliki keunggulan dalam bersaing adalah perusahaan yang mempunyai konsumen yang merasakan dan menerima adanya perbedaan pada produk yang dikonsumsi dengan produk pesaing perusahaan tersebut. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Lestari et al., (2020) menyimpulkan bahwa inovasi dan kualitas produk dikatakan tinggi serta memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing Toko

Borneo Bakery. Berdasarkan kesimpulan tersebut peneliti juga mengartikan bahwa apabila inovasi dilaksanakan dengan baik dan memperhatikan kualitas produk maka akan menghasilkan produk yang mampu meningkatkan keunggulan dalam bersaing.

Persaingan usaha dalam bisnis merupakan ancaman bagi pelaku usaha jika hal tersebut dianggap sepele dan tidak segera diatasi untuk mencari solusi, maka usaha yang dimiliki dapat kalah dalam dunia persaingan dan mengalami kebangkrutan. Oleh karena itu, para pelaku usaha yang menghasilkan barang atau jasa dituntut untuk dapat mempunyai kualitas produk yang baik dan dapat melakukan inovasi terhadap produknya guna meningkatkan keunggulan bersaing pada sebuah perusahaan. Lingkungan persaingan bisnis yang semakin ketat dan meluas di setiap daerah, menuntut pelaku usaha untuk mampu memikirkan faktor-faktor apa saja yang harus dilakukan dan dipelajari untuk mendapatkan usaha yang lebih unggul dari bisnis lain dalam bersaing.

Salah satu bisnis roti dan kue di Kota Kupang adalah Borneo Bakery berdiri pada tahun 1995 oleh David Gunawan sebagai pemilik usaha. Dalam jangka panjang, produk ini begitu populer dikalangan pembeli sehingga terus adanya kemajuan. merupakan salah satu dari beberapa toko roti yang tidak hanya menjual roti saja tetapi juga menjual makanan cemilan yang ada di Kota Kupang tepatnya berlokasi di Kelurahan Kuanino Kecamatan Kota Raja. Toko Borneo menyajikan berbagai makanan cemilan dengan aneka rasa dan bentuk. Sementara itu, produk Borneo Bakery yang menjadi keunggulan pada toko Borneo adalah Roti Kelapa dan Donat Kelapa. Pelaku bisnis juga harus bisa dalam membaca

peluang usaha yang ada di pasar, salah satunya yaitu persaingan usaha toko roti. Bisnis roti dan kue atau bakery menjadi salah satu bisnis kuliner yang cukup banyak dicoba dan diminati oleh pengelola usaha. Roti merupakan makanan yang pada umumnya berbahan dasar utama dari tepung terigu dan air, yang difermentasikan dengan ragi, tetapi ada juga yang tidak menggunakan ragi. Namun dengan adanya perkembangan teknologi manusia mampu membuat roti diolah dengan berbagai bahan dasar seperti garam, minyak, mentega, dan telur untuk menambahkan kadar protein didalamnya, sehingga mendapatkan tekstur dan rasa tertentu.

Toko roti merupakan bisnis yang membutuhkan keunggulan bersaing yang tinggi, karena tingginya tingkat persaingan yang ada pada sektor ini. Pada saat banyak masyarakat yang membeli roti tentu banyak para pengusaha yang ingin membuka toko roti dengan harapan adanya keuntungan. Dengan banyaknya toko roti yang ada tentu saja dapat meimbulkan persaingan usaha, jika terdapat isu mengenai persaingan usaha tentu para pelaku usaha harus dapat memahami bagaimana agar dapat bersaing dengan pengusaha lain yang sejenis. Perubahan pola persaingan membuat pelaku usaha mau tidak mau harus dapat mengikuti arus global tersebut dengan cara selalu mengawasi perubahan karena adanya perkembangan zaman di era globalisasi ini membawa dunia persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Analisis peluang usaha sangat penting dilakukan untuk mencapai keberhasilan pada suatu bisnis. Sering kali seorang pengusaha mengalami dilema saat mendefenisikan produk yang akan ditawarkan. Bahkan juga merasa ragu

apakah produk tersebut unik dan layak untuk dijual atau tidak. Pengusaha juga harus menyusun strategi perusahaan, penjualan, hingga ide bisnis yang baru (Liputan6.com), tidak terkecuali usaha bisnis Toko Borneo bakery menjadi salah satu bisnis kuliner yang sangat ramai diminati. Pemilik usaha juga berfokus pada inovasi dan kualitas, dalam inovasi tak hanya fokus pada roti saja tetapi dengan menciptakan inovasi baru seperti jajanan pasar kue basah, kue kering, kue tar. Permasalahan yang dialami oleh pemilik Toko Borneo Bakery tidak lain merupakan inovasi produk dan kualitas produk. Untuk menentukan inovasi produk tentunya yang bisa diterima oleh konsumen, dimana ada produk yang lebih cantik atau yang sedang viral di tempat lain belum tentu bisa diterima dan juga bahan baku yang terlalu mahal. Dalam menciptakan inovasi baru atau produk baru tidak hanya menciptakan produk berdasarkan kecocokan pemilik usaha tetapi, harus cocok dengan konsumen sehingga bisa menarik minat konsumen lebih banyak. Ini merupakan tantangan yang harus dilakukan dimana pemilik usaha harus terus meningkatkan inovasi produk yang lebih dibanding pesaing di tempat lain. Inovasi produk dapat berupa pengembangan rasa, kemasan, penyajian produk yang lebih menarik bagi konsumen, sementara itu, kualitas produk dapat dilihat dari segi cita rasa, aroma, kebersihan serta penggunaan bahan baku yang berkualitas.

Inovasi produk tetap diperlukan tetapi, produk yang sudah dijalankan harus tetap dijalankan karena pasarnya telah ada. Toko ini menjadi unggul dibanding toko lain karena fokus pada inovasi produk yang terus ada, dengan banyaknya inovasi produk mereka bisa menciptakan inovasi setiap sebulan sekali

jadi, tidak hanya Roti tetapi ada jajanan pasar dan lain sebagainya. Bahan yang dipakai pun tentunya yang berkualitas, untuk harganya sendiri Toko Borneo Bakery mengusahakan tidak mengambil margin terlalu besar tetapi, harganya bisa masuk di masyarakat. Inovasi produk dapat meningkatkan daya saing produk dan menarik minat konsumen, sedangkan kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Seorang pengusaha dalam bisnis merupakan ancaman bagi pelaku usaha karena jika hal tersebut dianggap sepele dan tidak segera diatasi untuk mencari solusi, maka usaha tersebut akan kalah dalam dunia persaingan dan mengalami kebangkrutan. Seorang pengusaha harus mampu menciptakan keunggulan bersaing dari berbagai aspek bisnis agar mampu bertahan dalam mengembangkan usaha. Persaingan harus dihadapi dengan harapan agar perusahaan dapat bersaing dan tetap mampu mempertahankan eksistensinya (Jefriansyah dan Wahdiniwaty, 2018). Terdapat banyak faktor yang dapat menentukan keunggulan bersaing, salah satunya dengan melakukan inovasi produk. Inovasi pada toko roti seperti inovasi bentuk, rasa, harga, kemasan, serta tampilan roti (Paulus dan Wardhani, 2018). Lingkungan persaingan bisnis akan semakin bertambah, yang mengharuskan pelaku usaha untuk mampu memikirkan hal dan faktor-faktor apa saja yang harus dilakukan dan dipelajari agar usahanya dapat unggul dalam bersaing.

Berikut adalah Data beberapa jumlah produk dan harga produk pada Toko Borneo Bakery Kuanino Kupang:

Tabel 1. 1

Data Jumlah Produk dan Harga Produk Pada Toko Borneo Bakery Kuanino Kupang

NO	NAMA PRODUK	HARGA PRODUK
1	Roti Kelapa	Rp. 39.000
2	Donat Milo Coklat	Rp. 9.500
3	Donat Kelapa	Rp. 11.000
4	Donat Bakar Black Forest	Rp. 9.500
5	Donat Jumbo	Rp. 11.500
6	Donat Algojo	Rp. 45.000
7	Donat Brownies	Rp. 69.000
8	Donat Pizza	Rp. 50.000
9	Tart Black Forest 30 cm	Rp. 405.000
10	Tart 22 cm Black Forest	Rp. 320.000
11	Tart Triple	Rp. 240.000
12	Tart Brownies Kukus Coklat	Rp. 90.000

13	Roti Sisir Coklat Keju	Rp. 22.500
14	Roti Sisir Mentega	Rp. 22.500
15	Roti Bunga	Rp. 18.500
16	Roti Tawar Gandum	Rp. 22.000
17	Roti Tawar Gula Merah	Rp. 17.000
18	Roti Tawar Coklat	Rp. 19.000
19	Sarang Semut (pan)	Rp. 115.500
20	Cake Bruder Keju (pan)	Rp. 126.500
21	Keripik Singkong 3 Dara	Rp. 18.000
22	Jagung Bunga Bulat	Rp. 13.000
23	Keripik Pisang Luan	Rp. 27.000
24	Kue Kering Rombutter	Rp. 120.000
25	Bidaran Keju	Rp. 20.000
26	Onde-onde	Rp. 7.500
27	Pisang Bolen	Rp. 8.500
28	Klepon	Rp. 6.500
29	Pastel Kari Ayam	Rp. 7.500

30	Pisang Kremes	Rp. 8.000
31	Lapis Surabaya	Rp. 12.000
32	Kue Sus	Rp. 11.000
33	Brownies Snow	Rp. 13.000
34	Pie Susus Keju	Rp. 12.500
35	Putu Belanda Ovamaltine	Rp. 10.500
36	Kue Talam Labu	Rp. 6.500
37	Nasi Unti	Rp. 6.500
38	Arem-arem	Rp. 7.000
39	Ketan Ubi Unti	Rp. 6.500
40	Gabin Ayam	Rp. 7.500
41	Lumpia	Rp. 8.000
42	Kroket Smoke Beef	Rp. 7.500
43	Kroket Smoke Chiken	Rp. 7.500
44	Kroket Sapi	Rp. 7.500
45	Pastel Roguth Sapi	Rp. 7.500
46	Rol Moca	Rp. 9.500

47	Rol Kuning	Rp. 9.500
48	Rol Kukus	Rp. 9.500
49	Rol Pandan	Rp. 9.500
50	Rol Coklat	Rp. 9.500
51	Rol Zebra	Rp. 9.500
52	Rol Kotak	Rp. 11.500
53	Rol Tiger	Rp. 11.500
54	Putu Belanda Brownies	Rp. 10.500
55	Pie Puding Coklat	Rp. 11.500
56	Pie Puding Merah	Rp. 11.500
57	Pie Oreo	Rp. 11.500
58	Pie Brownies	Rp. 11.500
59	Pie Pisang Mini	Rp. 11.500

Sumber: Toko Borneo Bakery Kuanino Kupang

Berdasarkan data tabel 1.1 terkait harga produk yang diperoleh dari Toko Borneo Bakery Kuanino Kupang, diketahui bahwa terdapat variasi harga dan variasi produk pada setiap produk yang ditawarkan. Mulai dari harga yang rendah sebesar Rp. 6.500 hingga harga tertinggi Rp. 405.000. produk dengan harga yang terjangkau seperti Donat Milo Coklat, Donat Bakar sampai dengan jajanan pasar

seperti Kue Sus itu dijual pada kisaran harga di bawah Rp. 15.000, sedangkan produk premium seperti Tart Black Forest 30 cm dijual di atas Rp. 100.000. Toko Borneo Bakery ini menunjukkan bahwa toko menerapkan strategi diferensiasi harga berdasarkan jenis produk, bahan baku, ukuran, tingkat kesulitan dalam proses produksinya, dan segmentasi pasar.

Penetapan harga produk pada tabel di atas menunjukkan adanya strategi pemasaran yang mengacu pada prinsip diferensiasi dan segmentasi pasar, dimana toko menyesuaikan harga berdasarkan nilai guna serta target konsumen yang ingin dicapai. Produk dengan harga yang lebih rendah seperti jajanan pasar, donat, dan roti biasa ditujukan kepada konsumen harian, sedangkan produk yang bernilai tinggi seperti kue tart dan cake ditujukan kepada konsumen untuk kebutuhan khusus atau perayaan tertentu, seperti perayaan ulang tahun, atau pesta keluarga. Penyesuaian harga yang disajikan juga berdasarkan nilai tambah yang ditawarkan seperti cita rasa yang khas, estetika penyajian, inovasi bentuk produk, dan juga kualitas produk.

Kotler dan Amstrong (2014) menyatakan keunggulan kompetitif sebagai keunggulan di atas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan manfaat lebih yang mendukung harga barang yang mahal. Keunggulan bersaing juga dapat berasal dari berbagai aktivitas perusahaan seperti dalam hal merancang, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan maka perumusan masalah yang akan dibahas di penelitian ini adalah terkait “Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Toko Borneo Bakery Kuanino Kupang”.

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Toko Borneo Bakery Kuanino Kupang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Toko Borneo Bakery Kuanino Kupang?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Toko Borneo Bakery Kuanino Kupang.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada Toko Borneo Bakery Kuanino Kupang.

b. Manfaat Penelitian

1) Manfaat akademik

Hasil dari penelitian ini sangat diharapkan menjadi salah satu referensi dan acuan untuk penelitian-penelitian yang dilakukan selanjutnya. Juga diharapkan bermanfaat sebagai sumber diskusi sebagai bahan bacaan bagi mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen dan khususnya dalam bidang Kewirausahaan atau pihak lainnya yang memerlukan.

2) Manfaat Praktis

- Bagi Toko Borneo Bakery Kuanino Kupang, penelitian ini sangat diharapkan akan menghasilkan informasi yang bermanfaat untuk mengetahui sejauh mana pentingnya meningkatkan implementasi strategi inovasi produk untuk dapat mempertahankan konsumen dan persaingan yang ada dan mampu menciptakan inovasi yang bervariasi dan memperbaiki kualitas produk, terhadap Toko Borneo Bakery Kuanino Kupang.
- Bagi penulis, penelitian ini merupakan aplikasi dan teori yang selama ini diperoleh dalam proses perkuliahan agar dapat mengetahui sejauh mana pentingnya meningkatkan implementasi strategi inovasi produk untuk dapat mempertahankan konsumen dan persaingan yang ada dan mampu

memperbaiki kualitas produk, terhadap Toko Borneo Bakery Kuanino
Kupang