

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. 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, dan apabila suatu bisnis memasarkan produk yang tidak menjadikan konsumen merasa jenuh atas inovasi yang dilakukan maka bisnis tersebut memiliki keunggulan dalam bersaing.

Bisnis dalam bidang kuliner seperti rumah makan merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat. Rumah makan adalah usaha bisnis yang menawarkan berbagai pilihan makanan dan minuman yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen. Kebanyakan konsumen memilih rumah makan untuk dijadikan sebagai tempat ternyaman dalam menyantap menu makanan dan sebagai tempat ajang perkumpulan dengan keluarga, teman dan rekan kerja. Konsumen juga akan memilih rumah makan yang tidak hanya menawarkan produk yang berkualitas saja tetapi konsumen akan tertarik pada rumah makan yang menyesuaikan dengan pola kehidupan konsumen yang praktis. Seperti rumah makan yang menyediakan jasa *delivery*, merupakan pengantaran makanan menggunakan ojek online. Serta rumah makan yang menyediakan jasa *catering* bagi konsumen yang melakukan

permintaan pemesanan makanan dalam jumlah banyak untuk berbagai macam keperluan seperti acara pernikahan, rapat, pesta dan lain sebagainya.

Kota Jambi merupakan salah satu kota yang berorientasi pada pengembangan perdagangan barang dan jasa salah satunya yaitu dibidang kuline

Tabel 1.1 Jumlah Penyedia Makanan dan Minuman di Kota Jambi Tahun 2021

| Bulan | Jumlah Penyedia Makanan dan Minuman |
|--------------|--|
| Januari | 960 |
| Februari | 1.000 |
| Maret | 1.000 |
| April | 2.790 |
| Mei | 2.790 |
| Juni | 2.970 |
| Juli | 2.970 |
| Agustus | 2.970 |
| September | 4.100 |
| Oktober | 4.160 |
| November | 4.160 |
| Desember | 4.160 |

Sumber : (BPS Kota Jambi, 2022)

Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2021 terjadi peningkatan penyedia makanan dan minuman serta restoran disetiap bulannya. Terjadinya peningkatan tersebut berkaitan dengan perekonomian masyarakat dan kebutuhan serta keinginan konsumen. Kota jambi memiliki berbagai macam rumah makan, seperti rumah makan yang menyediakan makanan khas Jambi dan rumah makan khas dari suku lain yang menyediakan makanan khas dari daerahnya. Data berikut menunjukkan jumlah rumah makan di Kota Jambi pada tahun 2021 (hanya terdapat data tahun 2021).

**Tabel 1.2 Data Jumlah Rumah Makan dan Jumlah Penduduk di Kota Jambi
Pada Tahun 2021**

| Kecamatan | Jumlah Rumah Makan | Jumlah Penduduk |
|------------------|---------------------------|------------------------|
| Kota Baru | 7 | 81.525 |
| Alam Barajo | 45 | 110.377 |
| Jambi Selatan | 70 | 57.194 |
| Paal Merah | 58 | 106.895 |
| Jelutung | 43 | 59.602 |
| Pasar Jambi | - | 11.182 |
| Telanai Pura | 129 | 49.456 |
| Danau Sipin | 22 | 43.561 |
| Danau Teluk | 3 | 12.907 |
| Pelayangan | - | 12.994 |
| Jambi Timur | - | 66.469 |
| Total | 377 | 612.162 |

Sumber : (BPS Kota Jambi, 2022)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa pada tahun 2021 terdapat 377 rumah makan di Kota Jambi, serta terdapat 45 rumah makan di Kecamatan Alam Barajo. Ketika konsumen banyak membeli produk dari rumah makan, maka banyak pula pengusaha membuka usaha sejenis. Semakin banyak jumlah rumah makan maka akan semakin menimbulkan persaingan. Pelaku bisnis haruslah memiliki strategi yang mampu digunakan untuk lebih unggul dibandingkan dengan pesaing usaha sejenis.

Dalam konteks persaingan bisnis, memiliki keunggulan yang kompetitif merupakan hal yang sangat penting. Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan strategi yang menjadikan perusahaannya lebih menguntungkan dibandingkan perusahaan lain (Apriliani & Ferdinand Tae, 2015). Perusahaan yang memiliki keunggulan dalam bersaing adalah perusahaan yang mempunyai konsumen yang merasakan dan menerima adanya perbedaan pada produk yang dikonsumsinya dengan produk pesaing perusahaan tersebut. Curatman

et al., (2016) menjelaskan bahwa suatu perusahaan yang unggul dalam bersaing adalah perusahaan yang memiliki kemampuan memberikan nilai lebih pada produk yang dibeli konsumen dari apa yang diberikan oleh pesaing usaha tersebut atas produk yang dipasarkannya. 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 payung gelius. 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.

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). Nurachman (2021) menjelaskan bahwa terjadinya kesamaan tampilan pada produk yang sejenis dengan pesaing menyebabkan terjadinya inovasi pada produk. Produk dari pesaing biasanya dipasarkan tanpa adanya perubahan pada produk, maka dalam hal ini pelaku bisnis memiliki kesempatan untuk melakukan inovasi. Inovasi pada produk sangat penting dilakukan agar konsumen tidak merasa bosan dengan produk lama yang dipasarkan. Kebanyakan pembeli pada rumah makan bukan hanya sekedar ingin mengkonsumsi produk yang dijual, tetapi para konsumen juga akan menilai dari aspek lain. Penelitian yang dilakukan Nurmali & Haloho (2020) memberikan kesimpulan terhadap analisis yang dilakukan pada variabel inovasi produk bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing, peneliti juga menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing akan meningkat apabila pelaku bisnis selalu melakukan inovasi pada produknya.

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 secara simultan inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang telah dilakukan pada produk serta berkualitasnya suatu produk maka akan memiliki tingkat keunggulan bersaing yang tinggi. Berkualitas atau tidaknya suatu produk akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan hal ini akan mempengaruhi keunggulan bersaing suatu bisnis termasuk rumah makan.

Salah satu rumah makan yang memasarkan produk khas dari suatu suku adalah rumah makan Batak. Rumah makan Batak merupakan rumah makan yang menjual berbagai menu makanan khas dari suku Batak. Produk yang dipasarkan juga produk makanan khas Batak yang bersifat halal dan non halal. Kebanyakan produk utama yang dipasarkan sejenis dengan produk rumah makan Batak lainnya. Hal inilah yang menjadi tantangan bagi para pelaku usaha rumah makan. Biasanya produk sejenis yang dipasarkan yaitu daging panggang yang biasa disebut BPK, saksang, tango-tango, manuk napinadar, ikan mas arsik, dan dekke naniura. Berikut adalah daftar rumah makan Batak yang terdapat di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi.

Tabel 1.3 Rumah Makan Batak di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi

| No. | Nama Rumah Makan | Nama Pemilik |
|-----|---|-----------------------|
| 1. | Rumah Makan Khas Batak Robema | Marbun |
| 2. | Rumah Makan Palas Roha Khas Batak Toba | Ronald Sihombing |
| 3. | Rumah Makan Khas Batak Tabo Nai | Dewita br Manurung |
| 4. | Rumah Makan Lapo Mangan Pandiangan | Marulin br Pandiangan |
| 5. | Rumah Makan BPK Tarigan | Supriadi Tarigan |
| 6. | Rumah Makan Khas Karo Kabanjahe | Feronika br Purba |
| 7. | Rumah Makan BPK Nande Oen | Sepnawati br Barus |
| 8. | Rumah Makan Haposan | Tina br Manik |
| 9. | Rumah Makan Martimus (Lapo Simanjuntak) | Ratna br Saragih |
| 10. | Rumah Makan Gundaling | Nova br Ginting |

| | | |
|-----|-------------------------------|----------------------------|
| 11. | Rumah Makan Tambar Lihe | Binardi Tarigan |
| 12. | Rumah Makan Siangkan | Sopianti br Parangin angin |
| 13. | Rumah Makan Putra Raja Sonang | Harianja Sinaga |

Sumber : Hasil Survei Awal, 2023

Survey awal yang telah dilakukan penulis di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi dengan melalui penyebaran kuesioner terhadap 10 responden sebagai pelanggan pada Rumah Makan Khas Karo Kabanjahe dan Rumah Makan Palas Roha Khas Batak Toba membuktikan bahwa terdapat 6 jawaban yang menyatakan tidak dari para pelanggan pada variabel inovasi produk. Hal ini membuktikan bahwa pelaku usaha pada rumah makan Batak belum sepenuhnya melakukan inovasi pada produknya. Padahal kenyataannya melalui inovasi produk konsumen tidak akan merasa jenuh atas produk yang dipasarkan dan hal ini berkaitan dengan keunggulan bersaing pada rumah makan Batak. Sedangkan pertanyaan pada variabel kualitas produk terdapat 3 responden yang menjawab tidak terhadap kualitas produk pada rumah makan Batak tersebut. Jawaban responden tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat kekurangan dalam peningkatan kualitas produk pada kedua rumah makan tersebut. Setiap bisnis kuliner termasuk rumah makan mampu menarik konsumen melalui peningkatan kualitas produk. Kualitas produk merupakan harapan utama dari para konsumen, dengan kualitas produk yang baik akan menjadikan bisnis untuk unggul dalam bersaing. Serta hasil survei mengenai variabel keunggulan bersaing menunjukkan bahwa terdapat jawaban tidak dari responden sebanyak 4 orang. Jawaban ini membuktikan bahwa pemilik rumah makan belum sepenuhnya unggul dalam bersaing, karena kualitas dan inovasi pada produk yang dimiliki belum sepenuhnya sempurna dimata konsumen. Dengan inovasi dan kualitas produk yang dimiliki rumah makan akan menciptakan keunggulan dalam bersaing dengan usaha sejenis.

Berdasarkan hasil survey awal, latar belakang yang sudah diuraikan dan memberikan penjelasan teori, penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh inovasi produk, kualitas produk terhadap keunggulan bersaing, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk**

dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Rumah Makan Batak di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Batak di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Batak di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi?
3. Apakah inovasi dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Batak di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisa pengaruh inovasi produk dan kualitas produk secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Batak di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi.
2. Untuk menganalisa pengaruh inovasi produk secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Batak di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi.
3. Untuk menganalisa pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Batak di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian yang dilakukan diharapkan memberikan referensi serta memberikan wawasan pengetahuan bagi pembaca mengenai Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Rumah Makan Batak di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemilik Usaha

Hasil penelitian ini menjadi bahan masukan bagi pemilik usaha rumah makan Batak di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi untuk selalu melakukan inovasi produk dan meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing dengan usaha sejenis.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini dilaksanakan sebagai wujud tri dharma terhadap pendidikan di perguruan tinggi dan pengabdian terhadap masyarakat. Melalui penelitian ini penulis memperoleh banyak pengetahuan dari dunia praktisi dan menggabungkannya dengan pengetahuan teoritis yang diperoleh dari perkuliahan.