BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai bagian dari pengembangan kewirausahaan, perkembangan UKM perlu terus didorong. Di luar negeri, termasuk di Indonesia, keberadaan dan pentingnya kewirausahaan semakin diakui. Rata-rata setiap negara sudah mengetahui letak dan peran penting kewirausahaan, bukan hanya dijadikan sebagai mesin pertumbuhan ekonomi atau "*engine of economic growth*", tetapi juga begitu penting untuk menyelesaikan permasalahan pengangguran (Suryadi, 2013).

Diperlukan upaya terpadu untuk mendorong investasi guna menciptakan lapangan kerja. Peningkatan investasi membantu mempercepat pertumbuhan ekonomi. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi membuka peluang kerja yang lebih luas, karena peningkatan aktivitas ekonomi memerlukan lebih banyak tenaga kerja. Secara teori, peningkatan pertumbuhan ekonomi sebesar 1% dapat menciptakan tambahan 400.000 lapangan kerja. Oleh karena itu, untuk mengurangi tingkat pengangguran, tingkat pertumbuhan PDB Indonesia perlu ditingkatkan minimal 1%, dan investasi akan mempengaruhi tingkat pertumbuhan tersebut.

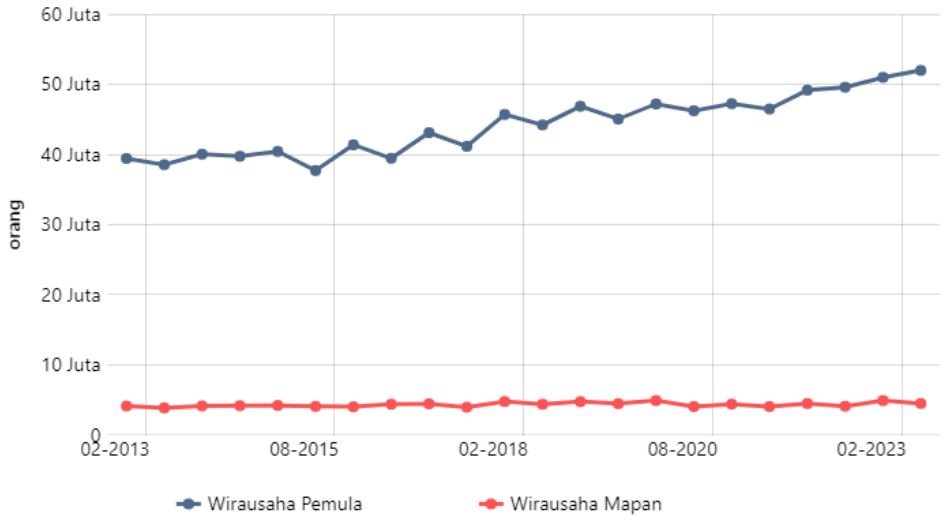
Kewirausahaan merupakan salah satu jenis investasi yang dilakukan wirausaha. Hasilnya, kewirausahaan telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penurunan tingkat pengangguran di Indonesia. Jumlah peluang kerja di Indonesia diperkirakan akan meningkat seiring dengan meningkatnya populasi wirausaha di negara tersebut (Muliansyah et al., 2021).

Menurut perkiraan Badan Pusat Statistik, sekitar 52 juta orang di Indonesia tergolong calon wirausaha pada Agustus 2023. Jumlah tersebut mencakup sekitar 32,2 juta wiraswasta dan sekitar 19,8 juta pekerja paruh waktu atau bantuan gratis. Pada saat yang sama, sekitar 4,5 juta orang merupakan wirausaha mapan. Mereka adalah orang-orang yang menjalankan usahanya dengan bantuan karyawan tetap/buruh dibayar. Dengan demikian, pada Agustus 2023 rasio wirausaha

pemula mencapai 35,21%, sedangkan rasio wirausaha mapan 3,04% dari total angkatan kerja nasional.

Secara keseluruhan, jumlah wirausaha pemula meningkat sebesar 12,6 juta atau 31,8% dari Februari 2013 hingga Agustus 2023 selama 10 tahun terakhir. Pada periode yang sama, jumlah wirausaha mapan meningkat sebanyak 360.900 orang atau 8,7%. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan telah tumbuh secara signifikan di Indonesia dalam satu dekade terakhir (Databoks, 2023):

Gambar 1. 1 Jumlah wirausaha di Indonesia berdasarkan kategori (Februari 2013-Agustus 2023)



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Peranan wirausaha sangat akan memberi pengaruh untuk kemajuan perekonomian dan perbaikan pada keadaan ekonomi diIndonesia. Menjadi seorang wirausaha berarti mampu mengenali dan mengevaluasi peluang usaha, mengumpulkan sumber daya yang diperlukan dan bergerak untuk mendapatkan keuntungan dari peluang tersebut Akibatnya, jumlah dan kualitas perusahaan diperkirakan akan meningkat sehingga berdampak pada peningkatan PDB Indonesia (Suwandi et al., 2024).

Perkembangan bisnis di indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat, didorong oleh banyaknya merek dan produk yang meningkatkan daya saing di pasar. Kekuatan pendorong perubahan cara berpikir masyarakat adalah kekuatan pendorong utama yang menjadikan aktivitas pasar penting bagi organisasi dan bisnis. Partisipasi dalam aktivitas pasar akan mendukung pencapaian tujuan perusahaan dan keberlanjutan yang mengutamakan keuntungan.

Perusahaan menghadapi kebutuhan untuk memahami dan menyikapi persaingan dunia bisnis. Hal ini mencakup pemahaman dinamika pasar, perubahan dan pentingnya inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, semuanya bertujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Kemampuan inovasi usaha kecil dan mikro berkaitan dengan cara mereka mengamati pasar, mengidentifikasi peluang dan mengembangkan produk atau proses baru untuk mewujudkan keuntungan. Menurut (Dhewanto et al., 2015) Inovasi produk tidak hanya mencakup pembuatan produk baru oleh perusahaan, tetapi juga dapat dianggap sebagai upaya peningkatan kualitas dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas bahan baku, bentuk fisik, dan fungsi barang yang telah dipasarkan sebelumnya.

Inovasi produk menjadi pendorong kesuksesan bisnis karena memungkinkan perusahaan untuk terus merespons perubahan selera dan kebutuhan pelanggan dengan mengevaluasi kualitas produk yang mereka tawarkan (Fauzi & Mandala, 2019). Menurut Hubeis (2012) Inovasi Produk perlu dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan tetap dapat bertahan dan menjadi lebih kompetitif (Oscardo et al., 2021). adalah selaras dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh (Lestari et al., 2020), Hasil penelitian dan analisis data memperlihatkan bahwa inovasi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Keunggulan bersaing pengusaha tidak hanya berasal dari produk inovatif mereka, tetapi juga dari kualitas layanan pelanggan yang mereka berikan. Kualitas pelayanan berarti memenuhi harapan pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka dengan produk dan layanan berkualitas. Tjiptono (2006) menyatakan bahwa suatu

pelayanan mempunyai kualitas pelayanan yang ideal apabila melebihi harapan pelanggan. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang rendah menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan (Fauzi & Mandala, 2019)**.**

Setiap pengusaha perlu menjaga kualitas layanan untuk mempertahankan kehadirannya dan membangun kepercayaan pelanggan. Setiap pengusaha memandang konsumen sebagai prioritas yang harus dilayani dengan baik karena pengusaha memperoleh keuntungan berkelanjutan dari konsumen tersebut (Widjoyo et al., 2014). Hal ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Nurachman, 2021) yang menunjukkan bahwa inovasi produk, kualitas produk, dan kualitas layanan, secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Sejalan dengan perkembangan waktu, meningkatnya kebutuhan manusia seiring kemajuan peradaban mendorong masyarakat Indonesia untuk bertransisi dari kondisi kurang maju menuju keadaan yang lebih baik, dengan harapan mencapai kehidupan yang lebih modern. Modernisasi berdampak pada perilaku manusia, termasuk kecenderungan menjalani gaya hidup konsumeris, terbukti dengan munculnya inovasi-inovasi minuman modern. Perusahaan minuman saat ini banyak digemari karena mudah dalam pengelolaannya dan selalu mempunyai pangsa pasar yang stabil, apalagi dengan adanya minuman modern yang digandrungi banyak orang. Popularitas minuman ini tidak hanya didorong oleh rasa yang unik dan penampilan yang menarik, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh para pengusaha minuman.

Di Indonesia, minuman boba menjadi minuman modern yang popular dalam beberapa tahun terakhir. Di Taiwan dikenal sebagai zenzhu naicha, atau teh susu dengan bola tapioka , minuman ini terbuat dari campuran teh, kopi, susu, dan jus dengan rasa manis (Aditya, 2019). Minuman Boba popular karena rasa, kualitas, merek, dan karakteristik uniknya yang unggul (Purwianti í et al., 2023). Bola bola tapioka yang kenyal dibuat dengan cara merebus tepung tapioka dengan sirup gula merah dan memiliki warna hitam yang khas serta rasa yang manis.

Hal ini menimbulkan lebih banyak persaingan di antara merek minuman Boba untuk menarik perhatian konsumen. secara efektif di pasar minuman boba yang semakin kompetitif, penting bagi setiap pelaku usaha untuk memahami lanskap persaingan di daerah operasional mereka. Di kawasan Mendalo, Kecamatan Jambi Luar Kota, Berikut ini adalah beberapa merek minuman boba yang telah dikenal dan menjadi pilihan konsumen:

Tabel 1. 1 Daftar Minuman Boba di Mendalo

1	Hey Boba
2	Boboba
3	Xini Boba
4	Teman Cerita
5	Boba Cha
6	Royal Buble
7	Callysta Boba
8	Boba santri

(Sumber: Data primer, 2024)

Dalam menghadapi persaingan di pasar minuman boba di Mendalo, penting untuk memahami bagaimana setiap merek, termasuk Boba Pattaya, dapat menonjol dan menarik perhatian konsumen. Pattaya awalnya dikenal sebagai merek yang mengkhususkan diri dalam penjualan minuman Thai tea dan kopi dan telah memiliki cabang usaha di berbagai lokasi, termasuk Jambi, Pekanbaru, dan Singkut. Kualias layanan pelanggan di Pattaya dikenal baik karena ini termasuk strategi penting dalam menarik dan mempertahankan bisnis yang sudah ada. Penjual dikenal ramah, responsif, dan bersedia memberikan saran dan pelayanan yang baik. Selain itu, tersedianya tempat duduk yang nyaman untuk menunggu pesanan, serta layanan pesan melalui WhatsApp dan Instagram memudahkan konsumen untuk memesan dan menyesuaikan minuman mereka sebelum datang ke outlet.

Seiring berjalannya waktu popularitas Thai tea mulai menurun, pemilik Pattaya melakukan inovasi dengan mengikuti tren yang sedang berkembang. .Mereka

berinovasi dengan menambahkan varian minuman baru, yaitu Minuman Kekinian Brown Sugar Boba minuman yang memiliki beragam varian rasa dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas. Minuman ini menawarkan rasa yang unik dan menarik yang diminati oleh konsumen. Saat ini, outlet Pattaya di Jambi terletak di Mendalo, Kecamatan Jambi Luar Kota, Provinsi Jambi. Pattaya menawarkan berbagai pilihan menu minuman yang beragam dan menarik. Berikut adalah beberapa menu yang tersedia di Pattaya:

Tabel 1. 2 Daftar Minuman Pattaya

No	Varian Rasa
1	Caramel Macchiato
2	Choco Oreo
3	Macha
4	Fresh Milk
5	Salted Caramel
6	Red Velvet
7	Bubble Gum
8	Taro
9	Tiramisu
10	Strawberry
11	Choco SilverQueen
12	Milo
13	Vanilla Blue
14	Green Tea
15	Avocado
16	Coffe

17	Melon
18	Thai Tea
19	Choco Caranel
20	Choco Taro
21	Mangga
22	Avocado Coffee
23	Aneka Buah
24	Teh Sirsak
25	Teh Jambu Biji
26	Teh Leci
27	Teh Original Jasmine
28	Lemon Tea
29	Lychee Tea
30	Green Tea
31	Coklat
32	Taro
33	Thai Tea Original

(Sumber: Minuman Pattaya)

Inovasi ini menunjukkan komitmen Pattaya untuk tetap relevan dalam industri yang berkembang pesat ini dan menunjukkan kepekaannya terhadap keinginan konsumen yang terus berkembang. Selain memenuhi keinginan pelanggan akan variasi rasa, minuman Brown Sugar Boba juga menunjukkan upaya mereka dalam memberikan pengalaman minum yang lebih memuaskan kepada pelanggan. Saat ini, lokasi Pattaya di Mendalo, Jambi, bukan hanya memberikan pelanggan kesempatan untuk menikmati Thaitea atau kopi tradisional tetapi untuk menjelajahi menu minuman yang menarik dan bervariasi.

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pertumbuhan dan kinerja penjualan minuman Boba Pattaya, penting untuk menganalisis data penjualan dan pendapatan setiap tahunnya. Berikut adalah data penjualan dan pendapatan tahunan dari minuman Boba Pattaya selama periode 2018 hingga 2023:

Tabel 1. 3 Total Penjualan Produk Dan Pendapatan Pertahun

No	Tahun	Total Penjualan	Total Pendapatan
1	2018	5.246	Rp. 52.180.000
2	2019	7.177	Rp. 60.646.000
3	2020	5.543	Rp. 49.256.000
4	2021	4.967	Rp. 44.036.000
5	2022	8.345	Rp. 65.063.000
6	2023	8.712	Rp. 72.000.000

(Sumber: Data wawancara langsung dari Owner Pattaya,2023)

Dari informasi pada Tabel 1.3 terlihat total penjualan dan pendapatan Boba Pattaya mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Pada tahun 2019 terjadi peningkatan penjualan yang cukup signifikan yakni sebanyak 7.177 unit dan omzet sebesar Rp 60.646.000. Dengan penjualan sebanyak 5.543 unit dan pendapatan sebesar Rp49.256.000 pada tahun 2020, terdapat kemungkinan penurunan akibat pandemi COVID-19. Namun pada tahun-tahun berikutnya penjualan kembali meningkat terutama pada tahun 2022 dan 2023 dengan total penjualan masing-masing mencapai 8.345 dan 8.712 unit serta pendapatan masing-masing mencapai Rp65.063.000 dan Rp72.000.000.

Peningkatan tersebut kemungkinan disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk pemulihan ekonomi pasca pandemi yang menghasilkan peningkatan aktivitas sosial, serta strategi inovasi produk yang dilakukan oleh Boba Pattaya. Inovasi produk menjadi penting dalam konteks ini karena dapat memberikan perusahaan keunggulan kompetitif dengan menghadirkan produk yang menarik bagi

konsumen, memenuhi kebutuhan yang berkembang, dan membedakan dirinya dari pesaing.

Namun, seperti halnya dalam setiap usaha inovatif, Pattaya juga menghadapi tantangan. Salah satunya adalah ketidakkonsistenan dalam penyablonan kemasan produk mereka; terkadang mereka menggunakan sablon, terkadang tidak. Konsistensi ini penting karena dapat mempengaruhi citra merek dan kesan visual bagi konsumen. Oleh karena itu, Pattaya terus berusaha meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka dengan tujuan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi setiap pelanggan..

Dengan demikian, untuk lebih memahami faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan bersaing Boba Pattaya, penelitian akan difokuskan pada analisis kualitas pelayanan yang diberikan oleh penjual serta inovasi produk yang dilakukan. Kualitas pelayanan menjadi aspek penting karena memengaruhi persepsi konsumen terhadap pengalaman mereka dengan merek tersebut, sementara inovasi produk memberikan nilai tambah dan keunggulan yang dapat membedakan Boba Pattaya dari pesaingnya.

Oleh karena itu, penelitian ini akan menelusuri seberapa besar "**pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing minuman Boba Pattaya**" dengan harapan memberikan pandangan yang berharga bagi manajemen perusahaan untuk meningkatkan kinerja mereka di pasar yang kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diungkapkan sebagai berikut, yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keunggulan Bersaing Minuman Boba di pattaya?
2. Apakah inovasi produk dapat mempengaruhi keunggulan Bersaing Minuman Boba Pattaya?
3. Apakah kualitas pelayanan dan inovasi produk mempunyai dampak yang signifikan terhadap keunggulan Bersaing Minuman Boba di pattaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keunggulan Bersaing Minuman Boba Pattaya di pattaya
2. Mengetahui dan menganalisis apakah inovasi produk berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing Minuman Boba Pattaya.
3. Mengetahui dan menganalisis apakah ada interaksi antara kualitas pelayanan dan inovasi produk yang mempengaruhi Keunggulan Minuman Boba di Pattaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari dilakukannya penelitian adalah:

1. Secara teoritis diharapkan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai kegiatan kewirausahaan, peningkatan pendapatan masyarakat dan sumbangan pemikiran yang dapat diimplementasikan dalam perekonomian.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi titik awal bagi Masyarakat di Jambi dalam mengembangkan kegiatan kewirausahaaan.