

# BAB I

## PENDAHULUAN

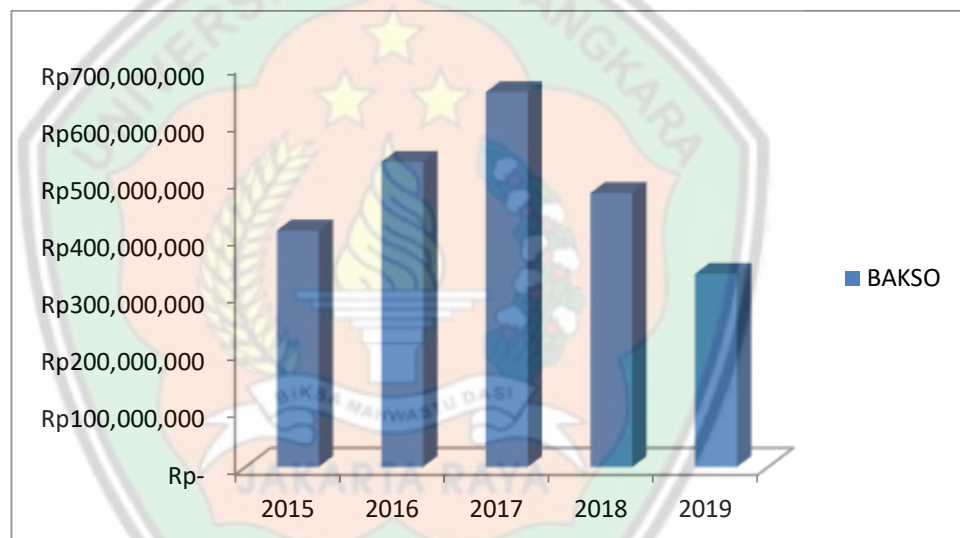
### 1.1. Latar Belakang

Teknologi yang semakin canggih, adalah salah satu faktor pendorong perkembangan dunia industri sekarang ini. Tak hanya industri jasa dan manufaktur, tetapi industri industri kreatif juga saat ini telah menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, terlebih dalam bidang kuliner. hal ini dikemukakan oleh presiden Republik Indonesia Joko Widodo pada *Inacraft* 2017, bahwa industri kreatif merupakan salah satu industri yang memiliki peranan penting dalam menunjang perekonomian Indonesia karena total ekspor untuk produk dari industri kerajinan dan industri kreatif semakin meningkat dan mencapai angka Rp852 Triliun sebuah angka yang tidak kecil. (<http://presidenri.go.id>).

Dengan semakin berkembangnya industri dan bidang bisnis lainnya pasti akan pula memperketat suasana persaingan, terlebih saat ini iklim ekonomi Indonesia sedang meredup akibat adanya inflasi, hal ini mengakibatkan seluruh pelaku bisnis idealnya harus memiliki daya saing yang cukup kuat untuk dapat terus bersaing dengan kompetitornya terutama kompetitor sejenis. Karena saat ini konsumen cenderung memilih produk dengan fitur menarik dan inovatif, jadi pelaku bisnis harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen saat ini. menyoroti kepada judul skripsi yang bertemakan BAKSO, kuliner yang satu ini juga tidak luput dari kejamnya persaingan. Kuliner yang sudah ada sejak abad ke 17 ini memang pesonanya tidak luntur dimakan waktu, namun bukan berarti kuliner yang tidak menghadapi tantangan sama sekali. Semakin majunya zaman saat ini justru membawa tantangan tersendiri saat ini yang di namakan “rasa bosan” terhadap tampilan maupun kombinasi-kombinasi atau varian bakso yang terkesan begitu-begitu aja sejak dulu yang terjadi pada sebagian konsumen.

Tentu saja hal ini dapat mempengaruhi kelangsungan hidup bakso di bumi ini, sehingga nantinya dapat menghambat aliran omset para pelaku usaha bakso. salah satunya seperti yang di alami oleh warung bakso yang berada di tambun ini. Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan Owner “BAKSO SOLO SUPER CITOROSO Bumi Anggrek” mengatakan, “menurut saya saat ini penurunan penjualan “BAKSO” dikarenakan daya beli yang sedang menurun akibat adanya inflasi serta sudah mulai banyak saingan bakso yang buka di dekat lokasi jualan di tambah sepertinya sudah mulai ada penjual lain yang membuat berbagai macam bakso inovatif yang lebih modern dan beragam pilihan”.

Berikut adalah grafik omset penjualan bakso pada tahun 2015-2019.



Gambar 1.1 Grafik Omset Penjualan “BAKSO” Tahun 2015 – 2019

Dapat dilihat pada grafik penjualan “BAKSO” dari tahun 2015 sampai tahun 2017 mengalami peningkatan secara terus menerus tetapi pada tahun selanjutnya yaitu dari tahun 2018 sampai tahun 2019, “BAKSO” mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan. Dengan menurunnya jumlah penjualan, “BAKSO” kini berdampak pada pengurangan tenaga kerja sebanyak 10 orang sehingga akhirnya saat ini hanya memiliki 5 orang karyawan saja.

Kemudian di luar dari itu, peneliti mengamati bahwa ternyata BSSC terjun kedalam dua jenis pasar yakni pasar online dan pasar offline, yang artinya BSSC menghadapi dua tantangan pasar sekaligus baik berasal dari competitor langsung atau yang memiliki produk sejenis maupun competitor tidak langsung yakni yang memiliki produk yang berbeda sama sekali. Pada pasar online, BSSC bersaing dalam layanan gofood yang sama – sama kita ketahui di dalamnya terdapat banyak marchant yang serupa maupun benar – benar berbeda bahkan hingga hidangan – hidangan yang viral saat ini seperti bakso lobster, bakso kepiting, bakso tulang rusuk, hingga bakso balungan, dll. Sedangkan pada pasar offline BSSC menghadapi tantangan yang sedikit ringan berupa tujuh pesaing langsung yang buka di sekitar bumi anggrek tersebut yang juga sama – sama menjual mie ayam dan bakso dengan rata – rata produk yang juga konvensional namun tetap memiliki sedikit ciri khas dari setiap toko yang ada tersebut. Untuk Soal kualitas rata – rata dari kompetitornya baik dalam persaingan online maupun offline juga sama – sama terlihat memiliki kualitas yang sama dengan BSSC dalam segi bakso, sedangkan dalam segi kuah kompetitornya terlihat memiliki kelemahan kurang bumbu dan terlihat menggunakan banyak penyedap rasa, ini dapat terlihat dari kuah kompetitornya yang cenderung bening namun punya rasa gurih yang tidak terlalu beraroma rempah dan kaldu tulang serta lemak.

Maka berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada BAKSO SOLO SUPER CITOROSO Bumi Anggrek).

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing BAKSO?

2. Apakah terdapat pengaruh kreativitas terhadap keunggulan bersaing BAKSO?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing BAKSO?
4. Apakah terdapat pengaruh inovasi, kreativitas dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing BAKSO secara simultan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk “menguji pengaruh inovasi, kreativitas, dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing”.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan pembaca dapat memperoleh informasi yang gamblang mengenai pengaruh inovasi, kreatifitas dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing sehingga nantinya pembaca dapat memaknai kesimpulannya dan bermanfaat bagi dirinya.

#### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan masukan bermanfaat bagi studi manajemen pemasaran yang sehingga dapat menjadi disiplin ilmu yang terus berkembang ke arah positif dan lebih menjadi disiplin ilmu yang lebih sempurna lagi.

#### **b. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan konsumen untuk meningkatkan keunggulan bersaing

BSSC, mengatasi kendala-kendala pada sistem bisnis BSSC, merefleksikan efektifitas kinerja BSSC baik penerapan dan pengelolaannya, serta tidak kalah pentingnya bahwa penelitian ini dapat memperkaya hasil penelitian pada ilmu manajemen pemasaran di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menjadi fasilitas belajar yang diharapkan dapat memberikan informasi yang up to date dan terpercaya.

#### c. Manfaat Bagi Peneliti

Sebagai penambah pengetahuan dan pengalaman tentang masalah-masalah yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh inovasi produk, kreativitas produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing.

#### d. Manfaat Bagi Perusahaan

Sebagai Bahan referensi sekaligus bahan pertimbangan bagi BSSC dalam menentukan kebijakan dan program yang dapat meningkatkan kinerja dalam memperbaiki daya keunggulan bersaing, serta memberikan masukan (saran/kritik) mengenai Pengaruh inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk keunggulan bersaing pada BSSC.

#### e. Instansi Pendidikan

Sebagai bahan masukan bagi Perguruan Tinggi untuk memperbaiki praktik-praktik pembelajaran agar dosen menjadi lebih kreatif, efektif dan efisien sehingga kualitas pembelajaran dan hasil belajar siswa dapat meningkat dan dapat terus berkembang.

### **1.5. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah penelitian yaitu pada strategi keunggulan bersaing “BAKSO”, dilihat dari inovasi produk, kreativitas produk dan kualitas produk.



## **1.6. Sistematis Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini di jelaskan mengenai latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematis penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini di jelaskan mengenai landasan teori yang di gunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini di jelaskan mengenai variable penelitian, cara penentuan dan pengumpulan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

### **BAB IV**

Pada bab ini di jelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil penelitian, dan hasil analisis data.

### **BAB V**

Pada bab ini di jelaskan mengenai kesimpulan dan implikasi manajerial.