

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Usaha bisnis kuliner di Indonesia bukan hal yang diragukan lagi kesuksesannya, dengan bermodalkan keragaman sumber daya alam Indonesia yang cukup tinggi menjadikan usaha kuliner ini terus berkembang dari waktu ke waktu. Disamping itu, usaha kuliner adalah usaha yang tidak ada matinya karena makan adalah sebuah kebutuhan preliminary bagi manusia. Fenomena yang menarik beberapa tahun ini yakni semakin tumbuh suburnya bisnis waralaba atau establishment di bidang kuliner atau makanan.

Perkembangan dunia usaha saat ini berjalan dengan pesat. Khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat yang mengharuskan setiap pelaku usaha bisnis harus mampu memikirkan hal apa saja yang harus mereka lakukan agar usaha yang mereka jalankan mempunyai daya saing. Persaingan yang semakin ketat, menuntut masing – masing UMKM harus selalu melakukan yang terbaik dalam setiap kegiatannya. Agar tetap bertahan dan produknya harus bisa diterima oleh konsumen.

Usaha mikro kecil menengah adalah istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008.

UMKM dapat berarti bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil Dikutip dari. https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_mikro_kecil_menengah

Pertumbuhan dan pengembangan perekonomian di suatu negara tidak terlepas dari peran para pengusaha swasta besar, menengah, maupun kecil. Usaha kecil adalah perusahaan skala kecil yang mampu bertahan karena usaha kecil juga berperan dalam pemetaan perekonomian di Indonesia dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat, serta memiliki potensi menghasilkan devisa negara.

Dalam bisnis inovasi produk dan teknologi informasi merupakan dua hal yang berkaitan. Terlebih di era saat ini teknologi memiliki peran yang besar bagi aktivitas manusia. Perkembangan teknologi saat ini sudah semakin cepat, salah satunya yaitu teknologi informasi. Tanpa peran teknologi informasi mungkin perkembangan tidak akan maju seperti saat ini. Secara fungsi teknologi informasi memiliki guna untuk menjadi solusi dari permasalahan yang ada, membuat aktivitas menjadi efektif dan efisien, serta meningkatkan daya saing. Teknologi informasi sendiri sudah masuk ke semua bidang, salah satunya bisnis. Pada masa seperti ini apabila bisnis tidak mengikuti teknologi akan terancam bangkrut.

Menggunakan inovasi produk untuk menghadapi persaingan pasar ternyata cukup efektif untuk memenangkan pasar yang ada. Tanpa adanya inovasi dari para pelaku usaha, bisa dipastikan konsumen akan cepat bosan dan bisnisnya pun akan tenggelam di tengah ramainya persaingan. Karena itulah, para pelaku usaha kecil maupun besar dituntut untuk selalu berinovasi baik dalam urusan internal perusahaan maupun untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

Melonjaknya jumlah pelaku usaha belakangan ini tentunya mengakibatkan persaingan pasar menjadi semakin ketat. Bahkan sekarang ini persaingan antara pengusaha yang satu dengan pelaku usaha lainnya sudah dalam kondisi yang semakin kompleks, sehingga masing-masing perusahaan kini berlomba menciptakan inovasi-inovasi baru untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya.

Menurut Trustorini Handayani (2018) Inovasi produk memainkan peran penting dalam pengembangan produk baru, efisiensi proses, dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam hal memperluas pangsa pasar (Product innovation plays a critical role in the development of new products, process efficiency, and sustained competitive advantage in terms of extending market share).

Untuk melakukan inovasi, tentunya perusahaan memerlukan teknologi yang baik dan tepat. Teknologi juga sangat berpengaruh pada inovasi yang akan dilakukan karena inovasi mengikuti perkembangan zaman atau perkembangan komoditi pasar sehingga produk yang dihasilkan tersebut menarik dan mampu bersaing dengan produk yang telah lebih dulu menguasai pangsa pasar yang ada. Sehingga inovasi produk dan teknologi informasi sangat berpengaruh terhadap daya saing produk perusahaan.

Kemajuan teknologi komputer maupun teknologi informasi telah mendorong bisnis untuk terus memanfaatkan teknologi tersebut dalam melayani konsumennya dengan lebih baik. Bisnis makanan atau restoran merupakan salah satu bisnis yang memiliki kesempatan untuk menerapkan teknologi informasi di dalam proses

bisnisnya. Salah satu contoh potensi penerapan teknologi pada sistem pemesanan dan layanan antar makanan, yang saat ini masih banyak menggunakan cara manual dengan dengan menelpon jika ingin memesan antar makanan.

Menurut Arief Rahmana (2009) Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Teknologi ini menggunakan perangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global.

Ketatnya persaingan bisnis kuliner, perubahan selera konsumen, serta perubahan sosial ekonomi memunculkan berbagai tantangan dan peluang dalam bisnis tersebut dan tingginya minat masyarakat terhadap kuliner makanan cepat saji, menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dan menerjemahkan apa maksud dan keinginan konsumen. Bukan hanya harus mampu memberikan pelayanan langsung saja, tetapi karena semakin berkembangnya teknologi tentu untuk lebih praktisnya konsumen sangat menginginkan kemudahan dalam bertransaksi online karena cepat dan mudah. Para produsen dituntut untuk menciptakan sebuah produk inovatif nan baru dan dapat diterima baik dimasyarakat.

Pada halnya yang terjadi di restoran ramen khususnya di Kabupaten Bandung semakin banyak permintaan konsumen akan inovasi produk ramen yg bervariasi, maka semakin banyak restoran yang berlomba-lomba untuk menguasai pasar.

Makanan adalah kebutuhan sehari-hari. Mie merupakan produk makanan yang sangat populer, banyak sekali diminati dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, di Indonesia banyak berbagai jenis kuliner dengan berbahan dasar mie. Mulai dari berbagai makanan khas daerah sampai dengan karakteristik yang berbeda berdasarkan kondisi saat ini banyak sekali bermunculan Mie siap saji atau bisa di kenal dengan jenis, varian dan ide kreatif yang berbeda. Mie termasuk salah satu hidangan pokok yang di sukai masyarakat.

Belakangan ini wisata kuliner yang sedang diminati dan banyak dibicarakan orang adalah mie ramen. Mie yang populer di Jepang ini dapat dengan mudah diterima dan diminati oleh masyarakat apalagi dikalangan pelajar dan mahasiswa yang gemar mencari suasana baru dan mencoba hal-hal yang baru, terlebih berbahan baku mie yang sudah biasa dikonsumsi oleh masyarakat kita. Sebagian orang mengkonsumsi karena adanya rasa penasaran juga rasa ingin tahu seperti apa dan bagaimana mie ramen tersebut, serta ada juga karena memang mie ramen merupakan makanan favorit.

Ramen adalah salah satu makanan yang berasal dari Jepang dan mulai digemari oleh pecinta kuliner di Indonesia. Ramen adalah mie kuah Jepang yang sebenarnya berasal dari Cina dan telah menjadi hidangan yang sangat populer di Jepang. Ciri khas dari ramen adalah bentuk mie yang tipis dan berwarna kuning merupakan hasil buatan tangan atau buatan mesin. Sekilas memang mirip dengan mie instan yang ada di

Indonesia. Namun mie ramen memiliki diameter yang lebih kecil. Mie ramen tersebut dimasukkan ke dalam kuah yang dibuat dari berbagai jenis kaldu. Meskipun mie ramen bukan berasal dari Indonesia, tapi mie ramen tersebut mampu mencuri perhatian pecinta kuliner di Indonesia khususnya dikalangan anak muda yang senang mencoba sesuatu hal yang baru. Mie ramen yang ada di Indonesia dihidangkan tidak berbeda jauh dengan ramen yang ada di Jepang, hanya saja sudah melewati beberapa proses modifikasi yang telah disesuaikan dengan lidah orang Indonesia, baik itu dari kuah maupun dari topping atau tambahan yang disajikan dalam ramen tersebut sesuai dengan selera konsumen.

Berikut adalah tabel data restoran-restoran yang produknya berbahan dasar mie ramen di sekitar Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Tabel 1.1

Data Restoran

No	Nama Restoran	Alamat
1.	Ramen bajuri soreang	Jl. Gandasari, Gandasari, Kec. Katapang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat
2.	Rumah ramen soreang indah	Kompleks Soreang Indah No.31, Cingcin, Kec. Soreang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat
3.	Pickmie	Jl. Terusan Kopo-Soreang, RT./RW/RW.03/03, Cingcin, Kec. Soreang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40914
4.	Ramen merdeka	SWB Blok E No.2, Jl. Gandasari, Gandasari, Kec. Katapang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40921

5.	A&F Ramen	Kp cinangsi No.002/017, Pulosari, Kec. Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40378
6.	Ichiraku ramen soreang	Jl. Raya Gading Tutuka, Cingcin, Kec. Soreang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40921
7.	Ramen bewok	Jl. Cikambuy Hilir No.56, Sangkanhurip, Kec. Katapang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40921
8.	Bara senja ramen	Jl. Tol Soroja, Parungserab, Kec. Soreang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40921
9.	Mie ramen aboy	JL Kawasan Ruko Sentra Bisnis, No. 1502, Ganda, Katapang, Blok E, Gandasari, Kec. Katapang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40921
10.	Kitty ramen	Jl. Raya Soreang - Banjaran No.5, Soreang, Kec. Soreang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40911
11.	Mojok Dimsum & Ramen	Jalan Raya Banjaran, Batukarut, Arjasari, Kabupaten Bandung, West Java 40379
12.	Idodo ramen bento	Jl. Raya Banjaran - Arjasari No.157, Lebakwangi, Kec. Arjasari, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40379
13.	Ramen AA Majalaya	Jl. Raya Cicalengka - Majalaya No.229, Sukamanah, Kec. Paseh, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40392
14.	Giga Ramen	Rancaekek Wetan, Kec. Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40394
15.	Warteg bahari ramen	Jl. Raya Lingkar Bojong Sereh, Lebakwangi, Kec. Arjasari, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40379
16.	Ichiraku ramen & suhsi	Jl. Gandasoja No.47, Sukamantri, Kec. Paseh, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40383

17.	Gokana ramen & teppan	Cipagalo, Kec. Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40287
18.	Stasion ramen banjaran	Banjaran, Kec. Banjaran, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40377
19.	Ramen harayuuu	Jl. Raya Banjaran No.637, Batukarut, Kec. Arjasari, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40379
20.	Toshi ramen	Jl. Propinsi No.15-20, Tenjolaya, Kec. Pasirjambu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40972
21.	Cie Cie Ramen	Jl. Terusan Soreang - Cipatik, Pataruman, Kec. Cihampelas, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40562
22.	Ramentol yakitori	Parungserab, Kec. Soreang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40921
23.	Ramen 69	Ciluluk, Kec. Cikancung, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40396
24.	Ramen Cemen	Jalan Raya Bandung - Garut KM 27,5, Komp Duta Family Blok F No. 5/6, Cimanggung, Sindangpakuon, Kec. Cimanggung, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40395
25.	Shinju Ramen TKI	Jl. Taman Kopo Indah 2 No.64, Rahayu, Kec. Margaasih, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40226
26.	Megume Ramen & Steak	Jl. Sukamenak No.114, Sukamenak, Kec. Margahayu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40227
27.	Okini bento samyang & ramen	Komp. Bumi Panyileukan Blk. E15 No.8, Mekar Rahayu, Kec. Margaasih, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40614
28.	Hayuka, Sushi - Ramen - Rice Bowl	Jl. Raya Bojongsoang No.130, Lengkong, Kec. Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40287
29.	Yoake Ramen Cikuya	Jl. Raya Cicalengka - Majalaya, Cikuya, Kec. Cicalengka, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40395

30.	Banzai Ramen House	Jl. Raya Cicalengka Timur No.387, Cicalengka Wetan, Kec. Cicalengka, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40395
-----	--------------------	---

Sumber : DiOlah Oleh Peneliti

Dalam penelitian ini penulis mengadakan penyebaran kuisisioner awal sebanyak 20 kuisisioner untuk survey awal. Berikut adalah hasil survey awal penulis terhadap inovasi produk, teknologi informasi dan daya saing pada pelaku usaha dari restoran Mie Ramen yang berada di daerah kabupaten Bandung. Hasil survey awal tersebut dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

Tabel 1.2

Survey awal Inovasi Produk

Pertanyaan	Ya	Persentase	Tidak	Persentase
Apakah anda melakukan perubahan desain produk? Contohnya membuat produk dengan desain tampilan yang baru	15	75%	5	25%
Apakah anda melakukan inovasi teknis? Contohnya penggunaan alat modern pada saat proses produksi mie ramen	9	45%	11	55%
Apakah anda melakukan pengembangan produk? Contohnya produk lama yang di	8	40%	12	60%

kembangkan kembali agar jadi lebih menarik				
--	--	--	--	--

Sumber : Survey Pada Pelaku Usaha Restoran Mie Ramen

Berdasarkan survey awal diatas, sebanyak 55% responden menjawab tidak melakukan inovasi teknis pada restorannya. Kebanyakan restoran pada saat pelayanan masih tradisional atau masih ditulis tangan pada kertas belum menggunakan tablet atau alat khusus untuk proses pelayanan. Dalam dunia usaha, setidaknya para pemilik usaha restoran mie ramen harus memikirkan bagaimana cara mereka dapat mempertahankan ke eksistensian mereka dan mempercepat proses produksi agar mempersingkat waktu didalam proses pelayanannya.

Sebanyak 60% responden tidak melakukan pengembangan produk pada restoran nya. Karena kurang nya pengetahuan pelaku usaha tentang inovasi produk dengan indikator pengembangan produk. Sehingga pelaku usaha tersebut tidak melakukan pengembangan produknya. Menu makanan yang lama masih ada dalam daftar menu makanan restorannya. Dan konsumen akan merasa bosan jika menu makanan produk restorannya tidak ada yang baru sehingga akan terjadinya kurang nya minat konsumen berkunjung kembali pada restoran tersebut. Lalu restoran tersebut akan tertinggal oleh pelaku usaha produk ramen lainnya yang sudah melakukan inovasi produk.

Menurut Thomas W. Zimmerer dkk (2008:57) dalam Dede Ihya dan Rizki Zulfikar (2018:12) Inovasi produk merupakan sesuatu yang penting untuk perusahaan

karena dengan adanya inovasi teknis dan pengembangan produk akan meningkatkan kemampuan bersaing. Inovasi teknis merupakan keinginan pelanggan untuk selalu mencari produk yang lebih baik dan pengerjaannya sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Dan Pengembangan produk merupakan upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk – produk baru, serta memperbaiki atau memodifikas produk – produk lamanya, agar dapat selalu memenuhi tuntutan pasar dan selera konsumen.

Jadi pada variabel inovasi produk restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung memiliki permasalahan di indikator inovasi teknis dan pengembangan produk.

Tabel 1.3

Survey awal Teknologi informasi

Pertanyaan	Ya	Persentase	Tidak	Persentase
Apakah restoran anda sering menggunakan teknologi yang bisa mendukung proses produksi atau memasarkan produk agar menghasilkan produk yang lebih variatif dan mudah dikenal oleh masyarakat?	8	40%	12	60%
Apakah restoran anda menyediakan alat produksi yang canggih atau modern pada saat proses produksi?	12	60%	8	40%

Apakah di restoran anda menggunakan media sosial atau aplikasi khusus untuk mempermudah bertukar informasi dengan konsumen?	14	70%	6	30
Apakah restoran anda bekerja sama dengan e commerce untuk dijadikan sebagai Teknik promosi agar lebih mudah dan lebih cepat dalam proses memperkenalkan suatu produk dari restoran anda?	9	45%	11	55%

Sumber : Survey Pada Pelaku Usaha Restoran Mie Ramen

Berdasarkan Survey awal diatas, pada indikator Intensitas teknologi informasi sebanyak 60% para pelaku usaha kurang mampu menggunakan teknologi untuk bisa mendukung proses produksi agar menghasilkan produk yang lebih variatif. Para konsumen kurang tertarik pada restoran tersebut karena produk restoran nya kurang bervariasi. Sehingga para kosumen akan cepat bosan.

Dan 55% para pelaku usaha tidak bekerja sama dengan e commerce . Dan para pelaku usaha tersebut hanya mengandalkan media social untuk mempromosikan produknya. Sehingga para konsumen hanya sebagian yang mengetahui produk dari perusahaannya tersebut.

Pada fenomena diatas dapat diketahui bahwa intensitas teknologi informasi pada restoran ramen tidak digunakan dengan maksimal dikarenakan kurangnya pemahaman dan kurangnya teknologi yang tersedia pada perusahaannya. Dan juga para

pelaku usaha tidak menggunakan e commerce untuk akses bekerjasama sehingga promosi dan pemasaran produknya tertinggal oleh para pelaku usaha lain yang sudah bekerja sama dengan perusahaan e commerce.

Menurut Sarosa dan Zowghi (2003) teknologi informasi adalah semua teknologi yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses, dan menyebarkan informasi. pada intensitas teknologi informasi Seberapa mampu perusahaan mampu menggunakan teknologi yang bisa mendukung proses produksi agar yang dihasilkan tersebut lebih variatif. Dan kemudahan akses bekerjasama penggunaan teknologi informasi mampu dijadikan sebagai sebuah teknik promosi yang lebih mudah dan lebih cepat dalam proses memperkenalkan suatu produk ke pasar yang akan dituju.

Jadi variabel teknologi informasi pada indikator intensitas teknologi informasi dan kemudahan akses bekerja sama di restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung memiliki permasalahan karena para pelaku usaha kurang mampu menggunakan teknologi informasi dan usaha tidak bekerja sama dengan e commerce . Dan para pelaku usaha tersebut hanya mengandalkan media social untuk mempromosikan produknya.

Tabel 1.4
Survey awal Daya Saing

Pertanyaan	Ya	Persentase	Tidak	Persentase
Apakah harga dari produk restoran terjangkau?	15	75%	5	25%
Apakah dari harga produk sesuai dengan kualitas produk yang d tawarkan oleh Restoran anda?	13	65%	7	35%
Menurut anda dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya. apakah lebih unggul dari produk restoran lainnya ?	7	35%	13	65%

Sumber : Survey Pada Pelaku Usaha Restoran Mie Ramen

Berdasarkan survey awal diatas, sebanyak 65% responden menyatakan bahwa keunggulan bersaing dari restorannya masih kurang, dikarenakan produk dan pemasarannya tidak memenuhi keinginan konsumen atau kurang menarik bagi para konsumen,

Menurut Rita (2019) Keunggulan bersaing merupakan suatu proses dinamis bukan sekedar dilihat sebagai hasil akhir. Hal ini dikarenakan keunggulan bersaing berasal dari banyaknya aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya. Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan suatu kondisi yang dimiliki perusahaan dimana melebihi pesaingnya.

Jadi pada variabel daya saing restoran mie ramen di sekitar kabupaten bandung mengalami masalah pada indikator keunggulan bersaing.

Berdasarkan survey dari 20 orang pelaku usaha, terdapat masalah pada indikator-indikator yang terjadi seperti pada inovasi produk dimana para responden tidak melakukan inovasi teknis dan tidak melakukan pengembangan produk. Pada indikator teknologi informasi, pelaku usaha belum memahami intensitas teknologi informasi dan kemudahan akses bekerjasama. Pada indikator daya saing, keunggulan produk masih kurang sehingga akan timbulnya masalah seperti konsumen memilih produk yang lain.

Oleh karena itu berdasarkan uraian diatas dan penelitian terdahulu, tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti hubungan langsung dan tidak langsung antara **“Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi Terhadap Daya Saing Pada Restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung”**

1.2 IDENTIFIKASI DAN RUMUSAN MASALAH

1.2.1 IDENTIFIKASI MASALAH

Bagaimana pengaruh inovasi produk dan teknologi informasi terhadap daya saing pada restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung sehingga mampu bersaing dengan restoran lainnya yang sudah menguasai pasar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Inovasi produk di restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung masih kurang dikarenakan responden tidak melakukan inovasi teknis.
2. Inovasi produk di restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung masih kurang dikarenakan responden tidak melakukan pengembangan produknya.
3. Teknologi informasi restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung pelaku usaha belum memahami intensitas teknologi informasi sehingga teknologi yang ada jarang digunakan.
4. Teknologi informasi restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung pelaku usaha kurang akses bekerjasama.
5. Daya Saing restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung masih rendah karena kurangnya keunggulan bersaing restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung.

1.2.2 RUMUSAN MASALAH

Yang telah dipaparkan dalam latar belakang maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana tanggapan pelaku usaha tentang inovasi produk pada restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung
2. Bagaimana tanggapan pelaku usaha tentang teknologi informasi pada restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung
3. Bagaimana tanggapan pelaku usaha tentang daya saing pada restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh inovasi produk dan teknologi informasi terhadap daya saing pada restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung

1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

1.3.1 MAKSUD PENELITIAN

Untuk mengetahui bagaimana daya saing restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung. sehingga mampu bersaing dengan restoran lain, bagi kepentingan penelitian yang berfungsi sebagai bahan analisis yang akan dipakai dalam kegiatan penelitian penulis, untuk menentukan hasil akhir dari pemecah masalah.

1.3.2 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha tentang inovasi produk pada restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha tentang teknologi informasi pada restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha tentang daya saing pada restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh inovasi produk dan teknologi informasi terhadap daya saing pada restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung.

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 KEGUNAAN PRAKTIS

Hal terpenting pada sebuah penelitian merupakan manfaat yang bisa dirasakan atau diterapkan sesudah terungkapnya hasil dari penelitian tersebut. Adapun penulis mengharapkan adanya kegunaan dalam penelitian ini adalah:

Kegunaan Praktis

Adapun penulis mengharapkan dari hasil penelitian ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu:

Bagi Perusahaan :

Sebagai bahan masukan untuk atau sumbangan informasi bagi pengelola perusahaan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam menentukan inovasi produk, teknologi informasi, dan daya saing.

1.4.2 KEGUNAAN AKADEMIS

a. Bagi Penulis Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai inovasi produk, teknologi informasi, dan daya saing. Melalui penerapan ilmu dan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam teori penelitian ini.

b. Bagi Peneliti Lain Untuk peneliti lain diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan penelitian berikutnya dan dapat menambah wawasan yang dapat menambah pengetahuan tentang inovasi produk, teknologi informasi , dan daya saing.

1.5 LOKASIDAN WAKTU PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian pada upaya meningkatkan kualitas restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung dengan judul pengaruh inovasi produk dan teknologi informasi terhadap daya saing pada restoran Mie Ramen di Kabupaten Bandung.

1.5.1 LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di restoran Mie Ramen di sekitar Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

1.5.2 WAKTU PENELITIAN

Adapun waktu pelaksanaan penelitian dilakukan dimulai dari bulan April 2022 sampai dengan Agustus 2022.

TABEL 1.4
WAKTU PENELITIAN

NO.	Uraian	Waktu Kegiatan																							
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Survey Tempat Penelitian																								
2.	Melakukan Penelitian																								
3.	Mencari Data																								
4.	Membuat Proposal																								
5.	Seminar																								
6.	Revisi																								
7.	Penelitian Lapangan																								
8.	Bimbingan																								
9.	Sidang																								