BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era perdagangan bebas dan persaingan global memaksa setiap perusahaan harus siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka perusahaan – perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Untuk itu setiap perusahan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada dilingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan – perusahaan lainnya, sudah seharunya perusahaan berupaya untuk meminimalisasi kelemahan – kelemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk mampu memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menguasai persaingan.

Dengan semakin ketatnya persaingan tersebut maka perusahaan harus memahami apa dan bagaimana cara untuk mengelola berbagai sumber daya yang dimilikinya. Fenomena ini semakin menyadarkan para pengusaha untuk mencari pendekatan-pendekatan serta terobosan yang inovatif guna merebut pangsa pasar. Upaya yang dilakukan yakni mencoba untuk bersaing di pasar yang lebih luas, juga menentukan bagian pasar mana yang dapat dilayani dengan baik. Kunci penting

untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuan perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Persaingan bisnis jasa saat ini sedang ketat-ketatnya, berbagai macam perusahaan jasa menjamur dimana-mana dan saling bersaing satu sama lain. Untuk menghadapi persaingan itu setiap perusahaan dituntut harus selalu peka terhadap perubahan - perubahan yang terjadi pada pasar dan harus mampu menciptakan ide-ide yang kreatif agar jasa yang ditawarkannya dapat menarik bagi konsumen, sehingga apa yang diinginkan oleh konsumen dapat dipenuhi dengan baik dan perusahaan dapat bertahan ditengah-tengah badai persaingan. Restoran sebagai salah satu perusahaan jasa yang menawarkan berbagai macam menu kreatifitas dituntut untuk dapat menyajikan menu yang berbeda dari yang sudah ada, hal tersebut agar dapat memberikan nilai lebih dari sekedar mengkonsumsi produk yang ditawarkan restoran, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk dari restoran tersebut.

Seiring perkembangan bisnis jasa restoran khususnya di Bandung dan sekitarnya pusat bisnis dan kuliner, semakin meningkatkan persaingan di antara restoran-restoran tersebut. Di Bandung dan sekitarnya pusat bisnis dan kuliner banyak sekali usaha-usaha yang sedang marak dan berkembang saat ini salah satunya banyaknya restoran-restoran dengan memperlihatkan persaingan yang ketat dalam merebut konsumen dan mengembangkan pangsa pasar, pada usaha di bidang jasa restoran ini.

Resto & Resort De Tuik Bandung merupakan nama salah satu restoran Sunda yang berada di Jl. Bojong koneng no.8a kampung haur manggung Kabupaten

Bandung. Kampung De Tuik berdiri pada tahun 2006 oleh Rakhmat Basuki bersama istrinya Ina Wiyandini (pendiri Ina Cookies) dengan luas sekitar 1,1 hektar.

Perusahaan jasa harus dapat merancang strategi yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satunya adalah menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi perusahaan. Lokasi fasilitas jasa acapkali merupakan faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa karena lokasi erat hubungannya dengan pasar potensial penyedia jasa (Syahlan A. Sume, 2007:138). Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan keramaian merupakan lokasi yang paling tepat untuk membuka usaha, termasuk usaha Resto & Resort. Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk makan di Restoran, mereka juga mempertimbangkan lokasi tempat makan tersebut. Sebagian orang memilih lokasi tempat makan yang dekat dengan rumah atau kantor. Menurut (Nur Wulandari dan Widiantono, 2013:3) pemilihan lokasi dinilai sangat penting untuk kelangsungan hidup sebuah usaha yang ada pada saat ini, karena lokasi yang strategis memudahkan seorang konsumen untuk menjangkau tempat usaha tersebut. Lokasi Resto & Resort De Tuik Bandung berdasarkan hasil wawancara dengan Bapa Didin selaku manajer operasional Resto & Resort De Tuik Bandung (17/04/2014), terdapat keluhan dari konsumen dalam hal lokasi Resto & Resort De Tuik Bandung yaitu akses yang tidak mudah dijangkau oleh konsumen.

Sehubungan dengan hal itu, penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuisioner kepada 30 responden konsumen Resto & Resort De Tuik Bandung tentang lokasi Resto & Resort De Tuik sebagai berikut :

Table 1.1
Survey Awal Tanggapan Konsumen Tentang Lokasi Usaha Resto & Resort De Tuik

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Resto & Resort De Tuik mudah dijangkau oleh konsumen	5	17%	25	83%
2.	Resto & Resort De Tuik dijalur lalu lintas	7	23%	23	77%
3.	Lokasi Resto & Resort De Tuik lebih mudah dijangkau dibanding lokasi resto selain Resto & Resort De Tuik di daerah bojongkoneng	9	30%	21	70%
Lokasi Usaha (Rata-Rata Jawaban)		**7**	**23%**	**23**	**77%**

Sumber : Resto & Resort De Tuik

Berdasarkan tabel survey awal tentang lokasi usaha Resto & Resort De Tuik Bandung di atas, terdapat masalah pada faktor-faktor yang terjadi seperti pada akses yaitu 83% menyatakan Resto & Resort De Tuik sulit untuk dijangkau oleh konsumen, pada lalu lintas yaitu 77% konsumen menyatakan Resto & Resort De Tuik tidak berada pada jalur lalu lintas, pada kompetisi (lokasi pesaing) yaitu 70% Resto & Resort De Tuik lebih sulit untuk dijangkau. Rata-rata jawaban responden menyatakan bahwa 77% lokasi usaha Resto & Resort De Tuik menjadi kendala kurang minatnya konsumen berkunjung ke Resto & Resort De Tuik Bandung.

Selain lokasi, dalam dunia bisnis yang perlu diperhatikan adalah inovasi produk sebuah perusahaan, yang bisa membuat sebuah perusahaan berani mencoba unggul. Inovasi Produk Dawyer (1987) dalam penelitian Ratna Kusumawati

(2010:54) menyatakan munculnya produk inovasi pada dasarnya adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Produk inovasi diyakini akan dapat meningkatkan penjualan, laba dan juga kekompetitifan suatu organisasi bisnis. Melalui survey awal dan wawancara dengan manajer operasional tentang inovasi produk yang dilakukan penulis, Resto & Resort De Tuik Bandung terus mengembangkan inovasi produknya. Resto & Resort De Tuik Bandung menawarkan menu dengan ciri khas makanan Sunda seperti nasi liwet castrol, nasi tutug oncom, gurame bakar dan lainnya. Selain itu terdapat beberapa produk unggulan lainnya seperti ayam abg, baby chicken dan bala-bala dengan ukuran yang besar. Inovasi produk yang dilakukan Resto & Resort De Tuik Bandung sudah cukup baik, seperti kualitas makanan yang ada sudah memiliki inovasi yang baik dan tampilan produk yang cukup menarik di mata konsumen. Akan tetapi dalam hal varian produk makanan dan minuman yang ditawarkan masih terkesan “biasa-biasa saja”. Berikut hasil survey awal :

Tabel 1.2
Survey Awal Tanggapan Konsumen Tentang Inovasi Produk

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan di Resto & Resort De Tuik memiliki inovasi yang tinggi	19	63%	11	37%
2.	Varian produk makanan dan minuman banyak yang baru di Resto & Resort De Tuik	12	40%	18	60%
3.	Tampilan produk yang ditawarkan di Resto & Resort De Tuik menarik	20	67%	10	33%
Inovasi Produk (Rata-Rata Jawaban)		**17**	**57%**	**13**	**43%**

Sumber : Resto & Resort De Tuik Bandung

Data pada survey awal tentang inovasi produk pada Resto & Resort De Tuik Bandung, terdapat indikator yang menjadi masalah dalam hal fitur produk yaitu 60% konsumen menyatakan bahwa varian produk yang ditawarkan Resto & Resort De Tuik kurang banyak yang baru. Rata-rata jawaban responden mengenai inovasi produk yang dilakukan Resto & Resort De Tuik menyatakan bahwa 43% belum bisa secara sepenuhnya memenuhi inovasi produknya. Hal itu menunjukan bahwa Resto & Resort De Tuik Bandung belum maksimal dalam memahami dan memenuhi kebutuhan ataupun keinginan para konsumennya.

Sebuah perusahaan harus mampu mengembangkan inovasi produknya agar dapat mencapai keunggulan bersaingnya. Keunggulan bersaing sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan kecil memiliki keunggulan bersaing jika pelanggannya memperoleh kesan bahwa produk atau jasanya lebih baik daripada produk atau jasa

pesaing. Pemilik perusahaan dapat mencipatakan persepsi ini dengan berbagai cara. Menurut Porter dalam penelitian Yuni Istanto (2010:125) menjelaskan bahwa “keunggulan bersaing adalah konsep keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan cara memandang sebuah perusahaan sebagai suatu keseluruhan, tetapi harus dari asal keunggulan bersaing itu yaitu berbagai aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya”. Dengan semakin maraknya persaingan bisnis restoran di kota bandung dan sekitarnya yang menawarkan aneka produk yang beragam dengan ciri khas nya yang mampu menarik pelanggan untuk berkunjung. Maka dari itu untuk menghadapi persaingan yang dari hari ke hari semakin ketat, Resto & Resort De Tuik Bandung harus mampu membaca peluang keunggulan bersaing yang dimilikinya. Keunggulan bersaing di Resto & Resort De Tuik Bandung sudah cukup baik seperti produk yag ditawarkan berbeda dengan pesaing. Akan tetapi Resto & Resort De Tuik Bandung kurang mempunyai nilai tersendiri di mata pelanggan. Berikut hasil survey awalnya :

Tabel 1.3
Survey Awal Tanggapan Konsumen Tentang Keunggulan Bersaing

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah produk yang ditawarkan mempunyai nilai tersendiri di mata konsumen	12	40%	18	60%
2.	Resort & Resto De Tuik mempunyai produk yang berbeda	19	63%	11	37%
3.	Adakah produk yang bisa menggantikan ciri khas dari produk Resto & Resort De Tuik	15	50%	15	50%
Keunggulan Bersaing (Rata-Rata Jawaban)		**15**	**50%**	**15**	**50%**

Sumber : Resto & Resort De Tuik

Data pada survey awal tentang keunggulan bersaing pada Resto & Resort De Tuik Bandung, terdapat indikator yang menjadi masalah dalam hal bernilai yaitu 60% konsumen menyatakan bahwa nilai produk yang ditawarkan Resto & Resort De Tuik kurang bernilai. Rata-rata jawaban responden menyatakan bahwa 50% keunggulan bersaing yang dilakukan Resto & Resort De Tuik Bandung cukup baik, namun belum secara maksimal memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumennya.

Berdasarkan uraian - uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk mengadakan Penelitian tentang analisis pengaruh lokasi usaha dan inovasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing pada Resto & Resort De Tuik Bandung.

1.2 Identifikasi Dan Rumusaan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Secara umum setiap perusahaan menginginkan para konsumen mempunyai kepuasan yang tinggi terhadap perusahaan, maka dari itu perusahaan harus tahu inovasi seperti apa yang diharapkan konsumen itu sendiri agar dapat unggul bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan Resto & Resort De Tuik Bandung kurang memperhatikan faktor lokasi usaha yang kurang strategis sehingga mengakibatkan sulitnya konsumen untuk menjangkau tempat usaha.

Resto & Resort De Tuik Bandung dihadapi oleh persaingan yang sangat ketat dan kunci dalam keberhasilan dalam bersaingnya yaitu harus mampu inovatif dalam pengembangan inovasinya agar dapat mencapai keunggulan bersaing. Resort yang ditawarkan Resto & Resort De Tuik Bandung harus mempunyai ciri khas tersendiri dalam hal penyajian produknya. Di mata konsumen, keunikan dari penyajian yang ditawarkan membuat sebuah restoran mempunyai ciri khas tersendiri. Ciri khas ini yang bisa melekat didalam benak konsumen yang bisa membedakan konsepnya dari para pesaing.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka akan diteliti masalah pengaruh lokasi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Dengan demikian tersusun identifikasi masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana tanggapan responden tentang lokasi usaha pada Resto & Resort De Tuik Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden tentang Inovasi produk pada Resto & Resort De Tuik Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden tentang keunggulan bersaing pada Resto & Resort De Tuik Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing pada usaha Resto & Resort De Tuik Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada usaha Resto & Resort De Tuik Bandung.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha dan inovasi terhadap keunggulan bersaing usaha Resto & Resort De Tuik Bandung yang akan penulis gunakan dalam rangka menyusun penelitian.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang lokasi usaha pada Resto & Resort De Tuik Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang inovasi produk pada Resto & Resort De Tuik Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang keunggulan bersaing pada Resto & Resort De Tuik Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing pada usaha Resto & Resort De Tuik Bandung.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada usaha Resto & Resort De Tuik Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Manfaat Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapakan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan yang diteliti, sehingga perusahaan yang bersangkutan dapat memahami tentang lokasi usaha, dan inovasi, serta sebagai bahan pertimbangan dalam rangka memperbaiki kelemahan – kelemahan yang ada.

2. Bagi Pihak Terkait

   Agar mendapatkan informasi tambahan mengenai Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing pada usaha Resto & Resort De Tuik Bandung.

3. Bagi Pengembangan Ilmu Manajemen

   Dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pihak lain yang ingin membuat skripsi dengan topik yang sama khususnya pada program studi manajemen.

1.4.2 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya, dan manfaat penelitian tersebut terurai sebagai berikut :

1. Bagi Pengembangan Ilmu

   Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi tentang pengaruh lokasi usaha dan inovasi terhadap keunggulan bersaing sebagai bahan informasi bagi penelitian pengembangan khasanah ilmu pengetahuan.

2. Bagi Peneliti Lain

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang penerapan pelaksanaan teori yang selama ini penulis peroleh di bangku kuliah, serta referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji dalam bidang yang sama.

3. Bagi Penulis

   Hasil Penelitian ini menambah wawasan dan pengetahuan sebagai bahan perbandingan antara teori dan kenyataan di lapangan sebagai bahan referensi dan

pengalaman yang berharga bagi penulis guna mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja atau dunia usaha

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan selama pembuatan laporan penelitian ini, penulis melakukan penelitian Resto & Resort De Tuik Bandung yang beralamat di Jalan Bojong Koneng Atas, Kampung Haur Manggung Cikutra, Bandung. Waktu penelitian dimulai pada bulan Maret 2014.

Tabel 1.4
Tabel Jadwal Penelitian

No.	Jadwal & Kegiatan	Bulan																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		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.	Pengajuan proposal UP																								
2.	Pencarian perusahaan																								
3.	Bimbingan																								
4.	Sidang UP																								
5.	Penelitian																								
6.	Sidang akhir																								