BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk-pauk, panganan maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Kata kuliner merupakan unsur serapan bahasa Inggris yaitu *culinary* yang berarti berhubungan dengan memasak. Sedangkan orang yang bekerja di bidang kuliner disebut koki atau *chef*.

Dalam perkembangannya, penggunaan istilah kuliner digunakan untuk berbagai macam kegiatan, seperti Seni kuliner yaitu seni persiapan, memasak dan penyajian makanan, biasanya dalam bentuk makanan.

Ada juga wisata kuliner yaitu wisata yang bertujuan untuk mencoba menikmati hasil masakan di tempat wisata tersebut. Misalnya wisata kuliner di kota Bandung yaitu mencoba menikmati makanan khas daerah Bandung.

Maraknya toko pakaian dan bisnis pakaian sisa ekspor di seluruh wilayah Kota Bandung secara tidak langsung mendorong pertumbuhan bisnis rumah makan. Setiap produsen makanan berlomba-lomba untuk menciptakan makanan/kuliner dengan rasa dan jenis yang berbeda. Potensi wisata kuliner ini bisa menguntungkan, terutama bagi Pemerintah Kota Bandung dan para pengusaha pariwisata. Dari sisi ekonomi wisata ini mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan wisata itu sendiri. Banyak diantara wisatawan menyukai sajian kuliner Bandung karena selain

harganya relative murah, rasa serta cara penyajian cukup menarik. Ditunjang dengan rasa yang sangat bervariatif.

Untuk menarik minat wisatawan, maka pengusaha di kota kembang ini berlomba-lomba mencari ide kreatif di antara persaingan yang begitu ketat. Memang yang paling menjamur di kota Bandung adalah kuliner yang dikombinasikan dengan tempat rekreasi untuk keluarga.

Kota Bandung tidak hanya terkenal dari segi wisata nya yang unik, Kota Bandung ini ternyata menyimpan keanekaragaman kuliner yang menarik. Salah satu kuliner Kota Kembang ini adalah jenis makanan khas yang terkenal di kota ini seperti Mie kocok, Tahu jablay, Gehu hot jeletot, Tahu lembang, dll.

Makanan kita sehari-hari sering kali menggunakan tahu dalam menunya. Tahu sering kita jumpai dalam setiap makanan dan dalam beragam olahan masakan, banyak masyarakat yang mengkomsumsi tahu. Kandungan sumber protein yang tinggi pada tahu membuatnya sangat penting untuk kesehatan tubuh manusia. Mengkonsumsi tahu juga dapat membantu mengendalikan berat badan kita, mengurangi resiko kanker, menjaga kesehatan kulit dan membuat darah kita jadi lebih sehat.

Mengingat banyak manfaat yang dimiliki dari tahu, membuat industry pembuatan tahu banyak didirikan di tengah masyarakat. Meski hal ini justru membuat persaingan bisnis tahu meningkat, namun permintaan pasokan tahu justru terus meningkat.

Pertumbuhan bisnis kuliner yang makin pesat juga menjadi faktor terpenting dalam usaha ini. Banyak rumah makan, warung maupun restoran

yang memakai tahu dalam setiap sajian menunya, maka tak heran banyak persaingan bisnis dalam pembuatan tahu ini.

Persaingan pelaku bisnis di indonesia khususnya di kota bandung terus mengalami peningkatan, terus bermunculannya berbagai macam bisnis baru diberbagai bidang mengakibatkan persaingan yang semakin tinggi begitupun persaingan di bisnis pembuatan tahu. Industri pembuatan tahu di kota bandung berpusat di daerah cibuntu bandung, industri tahu tersebut sudah ada sejak lama, namun akhir-akhir ini terjadi lonjakan jumlah pelaku usaha industri tahu di daerah cibuntu bandung yang tentunya mengakibatkan persaingan pasar menjadi semakin ketat. Bahkan sekarang ini persaingan antara pengusaha yang satu dengan pengusaha lain sudah dalam kondisi yang semakin kompleks, sehingga masing-masing perusahaan kini berlomba menciptakan inovasi-inovasi baru untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya.

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 pemilik usaha tahu di cibuntu bandung tentang inovasi produk yang dilakukan terus mengembangkan inovasi produknya. Selain Menggunakan inovasi baru 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.

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. Menurut Prayitno dalam Ilyas (2001), teknologi adalah seluruh perangkat ide, metode, teknik benda-benda material yang digunakan dalam waktu dan tempat tertentu maupun untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Tinggi rendahnya daya saing seseorang/organisasi/instansi tergantung kepada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dalam kewilayahan (daerah), Tumar Sumihardjo (2008: 37-38) mengidentifikasi tentang indikator utama dan spesifik sebagai penentu daya saing. Ruang lingkup daya saing pada skala makro meliputi: "(1) perekonomian daerah, (2) keterbukaan, (3) sistem keuangan, (4) infrastruktur dan sumber daya alam, (5) ilmu pengetahuan dan teknologi, (6) sumber daya alam, (7) kelembagaan, (8) *governance* dan kebijakan pemerintah, dan (9) manajemen dan ekonomi mikro."

Mulai tahun 1972, pamor industri tahu rumahan melejit. Banyak warga yang menjadikan usaha produksi tahu sebagai mata pencaharian. Ketika itu, mulai ada mesin penggiling tahu. Kemunculan mesin penggiling tahu itu membuat warga Kampung Cibuntu berbondong-bondong memproduksi tahu. Aep sendiri sudah menggeluti usaha pembuatan tahu sejak 1950-an. Ia mewarisi usaha milik sang ayah.

Tahu dari Kampung Cibuntu dipasok hingga ke wilayah Jakarta, produksinya pun terbilang besar. Pabriknya bisa menghasilkan 180 papan tahu. Satu papan berukuran 60x60 centimeter (cm). Ia bisa menghasilkan omzet Rp 140 juta per bulan. Tapi, keuntungan bersih hanya berkisar 5%-10%.

Produsen tahu lain di Kampung Cibuntu, Iyam Maryani bahkan mampu mencetak omzet hingga Rp 400 juta sebulan. Sama seperti Aep, pemilik Pabrik Tahu Wulan ini hanya bisa mengantongi keuntungan bersih 10%.

Dalam sehari pabrik tahu ini memproduksi 600 papan tahu. Dalam satu papan bisa dicetak sekitar 100 tahu ukuran kecil. Harga jual di banderol mulai dari Rp. 26.000 hingga Rp. 31.000 tergantung ketebalam tahu. Kondisi sekarang lebih sulit dibanding 1990-an. Selain banyak pesaing, harga kedelai yang tak terkontrol kerap mengancam produksi tahu.

Tabel 1.1

Survey Awal Pada Pengusaha Tahu Cibuntu Bandung

Inovasi	**Indikator**	**Keterangan**
Produk **(X1)**	Rasa	80% responden menyatakan bahwa mereka menginginkan varian rasa yang lebih gurih dan enak, sedangkan 20% responden menyatakan tidak perlu
	Ukuran	60% responden menyatakan bahwa mereka menginginkan ukuran dalam kemasan lain, sedangkan 40% responden lainnya mengatakan tidak perlu
	Kemasan	70% responden menyatakan bahwa mereka menginginkan kemasan yang lebih menarik, sedangkan 30% lainnya menyatakan tidak perlu
Pemanfaatan Teknologi **(X2)**	Teknologi Informasi	40% responden menyatakan bahwa mereka setuju dengan teknologi tradisional yang dilakukan tahu, sedangkan 60% responden lainnya tidak perlu
	Teknologi Pemrosesan	70% responden menyatakan bahwa mereka menginginkan sistem pemrosesan

		modern, sedangkan 30% menyatakan tidak perlu
	Teknologi Komunikasi	60% responden menyatakan bahwa mereka menginginkan sistem online, sedangkan 40% lainnya menyatakan tidak perlu
Daya Saing (Y)	Harga Bersaing	40% responden menyatakan bahwa tahu mampu bersaing, sedangkan 60% responden lainnya tidak perlu
	Kualitas Produk	70% responden menyatakan bahwa mereka menyukai kualitas produk tahu, sedangkan 30% responden lainnya memilih produk pesaing
	Keunggulan Produk	40% responden menyatakan bahwa tahu lebih unggul dari produk pesaing, sedangkan 60% responden lainnya memilih produk pesaing

Sumber : Data Primer yang telah diolah

Berdasarkan survey dari 20 orang responden, terdapat masalah pada indikator-indikator yang terjadi seperti pada inovasi produk dimana para responden menginginkan adanya varian rasa yang lebih gurih, ukuran kemasan dan kemasan yang lebih menarik. Pada indikator pemanfaatan teknologi, responden menginginkan adanya teknologi modern seperti sistem online dan

delivery order. Pada indikator daya saing, harga yang lebih mahal dari tahu cibuntu bandung merek lain tetapi lebih murah dari produk tahu lain yang menguasai pasar

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dan menyajikan dalam suatu penelitian dan mengambil judul "Daya Saing Produk Tahu di UMKM Tahu Cibuntu Melalui Inovasi dan Pemanfaatan Teknologi"

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Bagaimana inovasi produk dan pemanfaatan teknologi terhadap kemampuan daya saing umkm tahu cibuntu sehingga mampu bersaing dengan merek-merek tahu lain yang sudah menguasai pangsa pasar.

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

1. Belum adanya inovasi terhadap produk dalam hal varian rasa yang lebih gurih dan enak pada Perusahaan tahu cibuntu bandung.
2. Masih kurangnya pemanfaatan teknologi dalam kegiatan pembuatan produk dan pengemasan produk pada Perusahaan tahu cibuntu bandung.
3. Perlunya peningkatan pemasaran produk melalui pengiklanan dan promosi melalui media online dengan memanfaatkan teknologi internet

maupun media cetak atau elektronik pada Perusahaan tahu cibuntu bandung.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pemikiran diatas, maka rumusan masalah

dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana inovasi produk pada usaha mikro tahu cibuntu bandung
2. Bagaimana pemanfaatan teknologi pada usaha mikro tahu cibuntu bandung
3. Bagaimana daya saing usaha pada usaha mikro tahu cibuntu bandung
4. Bagaimana pengaruh inovasi produk dan pemanfaatan teknologi secara parsial dan simultan pada usaha mikro tahu cibuntu bandung

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan daya saing

Tahu cibuntu sehingga mampu bersaing dengan merek-merek lain yang sudah menguasai pangsa pasar, 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 konsumen tentang inovasi produk pada usaha mikro tahu cibuntu bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang pemanfaatan teknologi pada usaha mikro tahu cibuntu bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang daya saing pada usaha mikro tahu cibuntu bandung
4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi dan pemanfaatan teknologi terhadap daya saing pada usaha mikro tahu cibuntu bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan penulis diharapkan mempunyai 2 (dua) kegunaan utama,yaitu (1) kegunaan Praktis dan (2) kegunaan Akademis. Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan:

1. 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 strategi inovasi produk, pemanfaatan teknologi, dan daya saing.

2. Kegunaan Akademis

a. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai strategi inovasi produk, pemanfaatan teknologi, 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 strategi inovasi produk, pemanfaatan teknologi, dan daya saing.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian pada upaya meningkatkan kualitas industri tahu cibuntu bandung dengan judul daya saing melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi di umkm tahu cibuntu bandung

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di umkm tahu cibuntu bandung

1.5.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama 2 bulan yang dimulai dari bulan september 2016 sampai dengan November 2016.