

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perekonomian Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang begitu pesat terutama pada sektor industri kerajinan, makanan, minuman dan *fashion*. Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, hal ini dapat dilihat pada laman berita Tahun 2021 yang diterbitkan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menyebutkan bahwa “Jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp. 8.573,89 Triliun. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi”. (Sumber: ekon.go.id). Hal ini memiliki makna seiring dengan perkembangan tersebut tentunya menyebabkan persaingan antara usaha sejenis dalam mencapai sebuah keunggulan bersaing.

Lingkungan bisnis yang kompetitif, menjadikan perusahaan pada pasar berkembang mencari sumber keunggulan yang memposisikan mereka diatas persaingan pasar sejenis. Menurut Abdollahbeigi dan Salehi (2018) menyatakan bahwa, kemampuan suatu organisasi yang memanfaatkan sumber daya secara efisien akan mendorong keberhasilan sebuah organisasi memperoleh keunggulan bersaing. Untuk mendapatkan keunggulan bersaing setiap perusahaan pasti memiliki pengembangan strategi berbeda. Hosseini et.al (2018) menyatakan

bahwa, keunggulan bersaing dapat dilakukan melalui strategi yang dibuat perusahaan dengan melakukan cara yang berbeda dari pesaingnya, memfasilitasi dan memberikan keunikan pada sebuah produk sehingga hal tersebut tidak mudah ditiru oleh pesaing. Menurut Badrianto et.al (2021) bahwa keunggulan bersaing (*competitive advantage*) perusahaan bisa dibentuk melalui berbagai cara seperti, menciptakan produk dengan desain yang unik, penggunaan teknologi, desain organisasi dan utilitas sumber daya manusia.

Inovasi produk menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing. Dinamika lingkungan bisnis yang begitu cepat mengalami perubahan, berdampak terhadap perubahan dan preferensi selera konsumen. Kejenuhan konsumen terjadi ketika produk yang ditawarkan sudah menjadi kebiasaan umum digunakan manfaatnya, konsumen yang merasa jenuh akan mencari produk sejenis yang memberikan nuansa baru. Hal tersebut menuntut adanya inovasi terhadap produk perusahaan untuk menyempurnakan produk yang dijual. Anning-Dorson (2018) menyatakan bahwa perusahaan pada pasar berkembang dapat menciptakan keunggulan bersaing melalui inovasi produk sebagai pilihan strategis. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mendapatkan kedudukan produk pada pasar sehingga inovasi produk menjadi salah satu cara perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing.

Faktor lain yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah dengan melakukan desain produk yang unik. Dalam orientasi budaya yang semakin visual, penerjemahan arti dalam memposisikan sebuah produk pada pasar bersaing melalui desain adalah hal yang penting. Desain menawarkan satu cara potensial untuk

mendiferensiasikan serta memposisikan produk perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing. Suari et.al (2019) menyatakan bahwa desain yang unik akan mampu memberikan daya tarik minat konsumen, tentu hal tersebut akan menjadikan kesan awal yang baik pada suatu produk. Menurut Kurnia (2017) bahwa desain produk mengandung ide yang lebih luas dari pada hanya sekedar bentuk produk. Sehingga desain produk, memiliki sebuah kedudukan tersendiri bagi persepsi konsumen. Selain Itu, desain yang menarik menjadikan produk memiliki identitas tersendiri, tentu hal tersebut menjadi nilai unggul tersendiri pada persaingan produk sejenis.

Selain itu faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah kualitas produk. Menurut Nurrachman (2021) bahwa ketika konsumen membeli suatu produk tertentu, tentu mereka akan mempertimbangkan kualitas produk tersebut, sehingga kualitas produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing sebuah perusahaan. Kualitas selalu berfokus pada konsumen. Produk dibuat atau dihasilkan untuk memenuhi keinginan konsumen sehingga suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan kebutuhan konsumen. Nurssakinah et.al (2018) menyatakan bahwa kualitas produk menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti penampilan, keadaan, mudah dalam penggunaan, estetika dan lain sebagainya. Produk yang berkualitas tinggi akan menjadi target konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sehingga perusahaan memiliki keunggulan melalui kualitas produk yang sesuai kebutuhan konsumen.

Kota Tanjungpinang adalah salah satu Kota yang terletak di Provinsi Kepulauan Riau. Daerah yang memiliki keanekaragaman hayati laut melimpah, dan iklim tropis serta banyaknya peninggalan sejarah pada Kota Tanjungpinang menjadikan wilayah tersebut menjadi wilayah yang cukup strategis, hal ini menjadi daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk mengunjungi Kota Tanjungpinang. Tentu hal tersebut memunculkan perkembangan bisnis tersendiri di Kota Tanjungpinang. Kota Tanjungpinang yang memiliki perkembangan bisnis pada produk minuman kopi. Dapat dilihat pada berita yang diterbitkan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Tanjungpinang pada Tahun 2018 yang mengatakan bahwa “Perkembangan kedai kopi yang pesat hampir tersebar merata di Kota Tanjungpinang. Mulai dari kedai kopi biasa hingga mulai bermunculan *café* atau *coffee shop* yang menjual aneka ragam kopi”. (Sumber: <https://disperdagin.tanjungpinangkota.go.id>). Fenomena tersebut tentu mengakibatkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif di Kota Tanjungpinang terutama pada Kecamatan Tanjungpinang Barat.

Gondrong *Drink Coffee Shop* menjadi salah satu dari kedai kopi yang menawarkan produk minuman berbahan dasar kopi. Usaha minuman ini didirikan oleh Muhammad Wira Erlambang sejak Tahun 2019, yang beralamat di Jalan Wiratno Kelurahan Kampung Baru, Kecamatan Tanjungpinang Barat, Kota Tanjungpinang, Provinsi Kepulauan Riau. Usaha yang beroperasi di Jalan Wiratno ini memiliki 1 karyawan saja. Usaha ini termasuk kedalam jenis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yakni usaha produktif yang dimiliki perorangan yang memenuhi kriteria usaha. Keunggulan pada produk minuman Kopi Gondrong



*Drink Coffee Shop* ini tentu mengacu pada bahan pokok yang digunakan yaitu menggunakan biji kopi asli jenis *robusta* dan *arabica*. Produk minuman kopi yang ditawarkan seperti *espresso coffee*, *americano coffee* dan *manual brew coffee*, dengan harga yang cukup terjangkau mulai dari belasan ribu rupiah hingga puluhan ribu rupiah.

Namun produk minuman kopi yang ditawarkan mengalami kekalahan dalam kompetisi persaingan pada pasar dikarenakan banyaknya muncul produk sejenis dan pesaing sejenis banyak menawarkan berbagai produk seperti, *caffè latte*, *vanilla latte*, *matcha ice*, *mocktail*, *milky biscoff*, *cotton candy*, sehingga membuat konsumen merasa jenuh dengan produk yang ditawarkan oleh Gondrong *Drink Coffee Shop* dan konsumen beralih pada produk pesaing yang menawarkan berbagai macam variasi-variasi rasa dan desain yang menarik pada produknya.



Sumber: (Produk Gondrong *Drink Coffee Shop* dan *Ruang Ketiga Coffee Shop*)

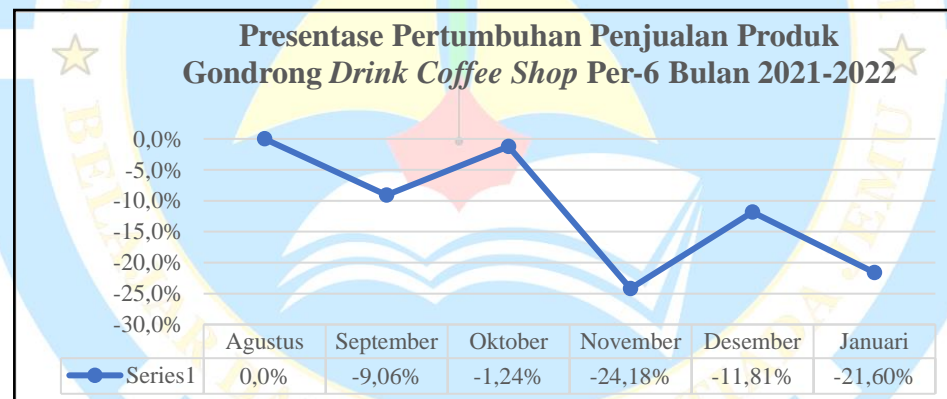
### Gambar 1.1

**Produk Gondrong *Drink Coffee Shop* dan *Ruang Ketiga Coffee Shop***

**Tabel 1.1**  
**Penjualan Produk Minuman Kopi di Kota Tanjungpinang**  
**Per-6 Bulan 2021-2022**

No	Bulan	Gondrong Drink <i>Coffee Shop</i>	Ruang Ketiga <i>Coffee Shop</i>	Akademi Kopi	Koftea	Agape <i>Coffee Shop</i>
1	Agustus	Rp 12.537.000	Rp 13.175.000	Rp 12.960.000	Rp 17.010.000	Rp 11.040.000
2	September	Rp 11.401.000	Rp 11.250.000	Rp 14.470.000	Rp 10.800.000	Rp 10.830.000
3	Oktober	Rp 11.260.000	Rp 19.655.000	Rp 14.820.000	Rp 8.160.000	Rp 14.930.000
4	November	Rp 8.537.000	Rp 15.390.000	Rp 17.280.000	Rp 14.820.000	Rp 18.750.000
5	Desember	Rp 7.529.000	Rp 16.740.000	Rp 16.560.000	Rp 18.775.000	Rp 19.140.000
6	Januari	Rp 5.903.000	Rp 15.280.000	Rp 18.048.000	Rp 19.440.000	Rp 21.670.000
<b>Total Penjualan</b>		<b>Rp 57.167.000</b>	<b>Rp 91.490.000</b>	<b>Rp 94.138.000</b>	<b>Rp 89.005.000</b>	<b>Rp 96.360.000</b>

Sumber: (Data Diolah, 2022)



Sumber: (Data Penjualan Produk Gondrong Drink Coffee Shop, Diolah 2022)

**Gambar 1.2**  
**Presentase Pertumbuhan Penjualan Produk Gondrong Drink Coffee Shop Per-6 Bulan 2021-2022**

Berdasarkan Tabel 1.1 dan Gambar 1.2 di atas dapat dilihat bahwa nilai penjualan produk minuman kopi Gondrong *Drink Coffee Shop* dalam enam bulan terakhir dari bulan Agustus 2021 sampai Januari 2022 mengalami penurunan setiap bulannya dan kalah dari pesaing-pesaing sejenis. Pada bulan Agustus nilai penjualan sebesar Rp.12.537.000 atau presentase nilai penjualan sebesar 0,0%, lalu pada bulan September Produk Minuman Kopi Gondrong *Drink Coffee Shop* mengalami penurunan penjualan sebesar Rp.11.401.000 dengan presentase -9,06% dari bulan lalu. Bulan Oktober mengalami penurunan kembali sebesar Rp.11.260.000 dengan presentase -1,24% dari bulan lalu. Bulan November mengalami penurunan sebesar Rp.8.537.000 dengan presentase -24,18% dari bulan lalu. Pada bulan Desember mengalami penurunan sebesar Rp.7.529.000 dengan presentase -11,81% dari bulan lalu. Bulan Januari nilai penjualan produk minuman Gondrong *Drink Coffee Shop* kembali mengalami penurunan sebesar Rp.5.903.000 dengan presentase -21,60% dari bulan lalu. Sehingga dapat di simpulkan bahwa penjualan Produk Minuman Kopi Gondrong *Drink Coffee Shop* mengalami penurunan setiap bulannya dari bulan Agustus 2021 hingga bulan Januari 2022 yang disebabkan kurangnya pembelian oleh pelanggan pada produk minuman kopi usaha tersebut. Dengan jumlah hasil penjualan yang mengalami penurunan terus-menerus pada setiap bulannya menyebabkan produk minuman kopi Gondrong *Drink Coffee Shop* mengalami kekalahan bersaing dari segi penjualan produk. Maka dalam hal ini inovasi, desain dan kualitas produk diperlukan bagi pemilik usaha Gondrong *Drink Coffee Shop* dan karyawan dalam memunculkan ide-ide

mereka seperti membuat kombinasi rasa produk yang berbeda-beda dan belum pernah ada sebelumnya.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, produk minuman kopi Gondrong *Drink Coffee Shop* mengalami kekalahan dalam bersaing karena konsumen yang merasa jenuh dikarenakan pelanggan merasakan produk yang itu-itu saja. Pihak Gondrong *Drink Coffee Shop* tidak melakukan inovasi pada produknya karena hal tersebut membutuhkan biaya yang besar, namun Gondrong *Drink Coffee Shop* dapat membuat alternatif dari inovasi baru yang tidak menggunakan biaya yang besar, agar pembeli tidak mengalami kejenuhan yaitu dengan menciptakan produk tidak hanya berbahan dasar kopi saja dan mengkombinasikan variasi-variasi rasa yang belum pernah ada sebelumnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alwi dan Handayani (2018) menunjukkan bahwa Variabel Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Selain itu hasil observasi yang peneliti lakukan, produk minuman kopi Gondrong *Drink Coffee Shop* mengalami kekalahan dalam bersaing dikarenakan tidak terdapat desain produk yang unik, menarik dan *up to date* pada produk yang ditawarkan sehingga konsumen tidak tertarik kembali pada produk minuman kopi tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) menyatakan bahwa untuk menambah nilai pelanggan dapat melalui desain produk dengan gaya yang khas, desain akan menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang baik. Desain yang baik akan berkontribusi pada penampilan produk. Sehingga desain akan memberikan identitas terhadap produk yang ditawarkan, hal tersebut merupakan



awal dari ketertarikan konsumen pada produk yang menarik, unik, *up to date* dan memiliki unsur kreativitas didalamnya, produk-produk yang diluncurkan ke pasar dapat diminati oleh konsumen dan menjadikan produk tersebut memiliki karakteristik tersendiri dimata para konsumen. Hal ini relevan dengan penelitian Kurnia (2017) yang menyatakan bahwa Variabel Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Selain itu peneliti juga melakukan observasi yang dilakukan ke beberapa konsumen produk minuman kopi Gondrong *Drink Coffee Shop*, bahwa tidak terdapat keistimewaan ataupun daya tahan yang cukup lama terhadap produknya sehingga belum mencapai kesesuaian spesifikasi yang diinginkan oleh konsumen. Menurut Musfar (2021) menyatakan bahwa semakin lama daya tahan produk tentu akan semakin awet, produk yang awet akan dipresepsikan lebih berkualitas dibandingkan produk yang tidak bisa bertahan dalam waktu cukup lama. Dengan adanya kualitas yang memiliki tingkat daya tahan produk yang baik dan kesesuaian spesifikasi yang diinginkan konsumen maka produk tersebut akan menjadi target konsumen untuk memenuhi keinginan mereka. Sehingga hal tersebut akan semakin di percaya oleh konsumen. Hal ini relevan dengan penelitian Oktaviasari dan Sari (2021) yang menyatakan bahwa Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti memilih objek Produk Minuman Kopi Gondrong *Drink Coffee Shop*, karena kurangnya inovasi, desain dan kualitas pada produknya sehingga produk usaha tersebut mengalami kekalahan dalam bersaing dapat dilihat dari segi penjualan yang menurun. Tujuan

utama dalam penelitian ini yaitu untuk menguji bagaimana Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk dapat mempengaruhi Keunggulan Bersaing. Sehingga peneliti mengambil judul ; **“Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Minuman Kopi Gondrong *Drink Coffee Shop*”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yang dapat mempengaruhi Keunggulan Bersaing Produk Minuman Kopi Gondrong *Drink Coffee Shop* yaitu Inovasi produk, Desain produk dan Kualitas produk.

1. Pihak Gondrong *Drink Coffee Shop* tidak melakukan inovasi pada produknya dikarenakan hal tersebut membutuhkan biaya yang besar.
2. Pelanggan jenuh dengan varian rasa produk yang ditawarkan oleh pihak Gondrong *Drink Coffee Shop*.
3. Pada produk Gondrong *Drink Coffee Shop* tidak terdapat desain produk yang unik dan menarik.
4. Kualitas daya tahan produk Gondrong *Drink Coffee Shop* belum mencapai kesesuaian spesifikasi yang diinginkan konsumen.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Minuman Kopi Gondrong *Drink Coffee Shop*?

2. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Minuman Kopi Gondrong *Drink Coffee Shop*?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Minuman Kopi Gondrong *Drink Coffee Shop*?
4. Apakah Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Minuman Kopi Gondrong *Drink Coffee Shop*?

#### **1.4 Pembatasan Masalah**

Dalam melakukan penelitian ini penulis memiliki ruang lingkup penilaian dengan melibatkan 78 Pelanggan yang membeli produk minuman Kopi Gondrong *Drink Coffee Shop* sebanyak satu kali atau lebih sebagai responden. Kemudian penulis membatasi variabel yang akan diteliti yaitu variabel inovasi produk, desain produk, kualitas produk dan keunggulan bersaing.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Dari uraian permasalahan diatas, tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada produk minuman kopi Gondrong *Drink Coffee Shop*.
2. Untuk mengetahui pengaruh Desain Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada produk minuman kopi Gondrong *Drink Coffee Shop*.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada produk minuman kopi Gondrong *Drink Coffee Shop*.

4. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk Dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada produk minuman kopi Gondrong *Drink Coffee Shop*.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak diantaranya adalah :

1. Bagi Pelaku UMKM Gondrong *Drink Coffee Shop*  
Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM Gondrong *Drink Coffee Shop* untuk lebih jeli memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Sehingga UMKM Gondrong *Drink Coffee Shop* harus melakukan peningkatan dari segi inovasi produk, desain produk, kualitas produk agar dapat bersaing dengan UMKM lainnya.
2. Bagi Perguruan Tinggi  
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta dapat menjadi tambahan literatur dalam perkembangan penelitian selanjutnya serta menjadi refensi, sumber informasi untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi Peneliti  
Penelitian ini dapat menambah wawasan penulis dalam memahami seberapa besar pengaruh inovasi produk, desain produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada produk minuman kopi Gondrong *Drink Coffee Shop*. Serta mendorong penulis berpikir kritis dalam menemukan permasalahan-permasalahan terkait studi kasus pada permasalahan ini. Dan



juga sebagai syarat mendapatkan gelar Strata-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.

4. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan tambahan bagi penelitian selanjutnya dan dapat dipertimbangkan oleh perusahaan yang menghadapi kasus yang sama.

5. Bagi Fakultas

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi atau literatur bagi para pembaca dan bagi peneliti selanjutnya agar dapat lebih memperdalam atau memperluas terkait penelitian ini.

### 1.7 Sistematika Penelitian

Dalam sistematika penulisan ini di maksudkan agar memberikan gambaran yang jelas dan sistematis untuk mempermudah bagi para pembaca dalam memahami penulisan dalam penelitian. Masing-masing bab secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pertama ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan penelitian serta sistematika.

## **BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

Bab kedua ini didalamnya mengemukakan serta menjelaskan tentang hal-hal yang mendasari penelitian ini yang terdiri dari teori-teori ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan permasalahan dalam penelitian ini, hasil-hasil penelitian terdahulu serta penelitian yang memberikan gambaran yang akan diteliti.

## **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ketiga menjelaskan tentang variabel penelitian dan definisi operasionalisasi, sampel perusahaan yang diteliti, jenis dan sumber data yang akan dipakai, pengumpulan data serta metode analisa data.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam hal ini membahas tentang deskripsi gambaran umum di produk minuman kopi Gondrong *Drink Coffee Shop* Kota Tanjungpinang Kecamatan Tanjungpinang Barat memberikan jawaban serta penjelasan tentang hasil pengujian hipotesis yang didapatkan oleh penelitian.

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini memaparkan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian penulis. Pada bab ini juga menyebutkan inti sari dari penelitian yang telah penulis lakukan beserta saran dan masukan kepada penulis.