

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk social, dan makhluk pada dasarnya selalu menghadapi masalah ekonomi, inti dari masalah ekonomi yang dihadapi manusia adalah kenyataan bahwa kebutuhan manusia jumlahnya tak terbatas, sedangkan alat pemuas kebutuhan manusia jumlahnya terbatas.

Sedangkan ekonomi merupakan salah satu ilmu social yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa. Dalam aktivitas ekonomi terdapat kegiatan jual beli. Jual beli dalam ilmu fiqih adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda dan pihak lain menerima sesuatu dengan perjanjian atau ketentuan yang telah disepakati.¹

Dengan semakin berkembangnya suatu bidang usaha pasti akan banyak usaha yang sejenis bermunculan, hal ini juga terjadi di toko roti gembong gedhe yang mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus memiliki daya saing yang cukup kuat untuk dapat terus bersaing dengan perusahaan lainnya terutama perusahaan sejenis. Setiap perusahaan pasti memiliki strategi yang berbeda dalam mencapai keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing ialah kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan. Keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan untuk bekerja dalam satu atau lebih cara yang tidak dapat atau tidak dapat disamai oleh pesaing.²

Keunggulan bersaing ialah Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar daripada pesaingnya di pasar dalam industri yang sama. Menurut Philip Kotler, beberapa Strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dengan menjual barang atau jasa dengan harga rendah (*cost leadership*), menawarkan produk atau jasa dengan yang memiliki keunikan dibandingkan pesaingnya (*differentiation*), atau memfokuskan diri pada hal

¹ Hendi Suhendi, Fiqih Muamalah, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016) 68.

² Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Erlangga, 2008), 301

tertentu (*focus*). Rahasia untuk tetap bertahan hidup di era global ini adalah tetap terus mempertahankan keunggulan bersaing.³

Factor lain juga mempengaruhi agar perusahaan dapat memenangkan keunggulan bersaing yaitu dengan kreativitas. Setiap perusahaan bertanggung jawab untuk kreatifitas pada produknya. Kreativitas ialah kemampuan seseorang untuk menghasilkan hal-hal baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dari sebelumnya. Kreativitas sebagai kemampuan untuk memunculkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dan memecahkan persoalan agar bisa menghadapi peluang.⁴

Setiap perusahaan dituntut untuk melakukan kreativitas barang yang mereka jual. Kreativitas produk mempunyai kemampuan bisa menggabungkan dan mengembangkan ide baru dari yang telah dimilikinya yang didapat dari pihak pelanggan sehingga membentuk kreativitas produk yang bisa memberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Kreativitas produk akan menciptakan produk baru, serta produk baru tersebut bisa mendapat jawaban dari pelanggan. pada saat diperkenalkan dan kemudian akan berpengaruh terhadap kemampuan agar unggul dalam bersaing.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Welly Mulyadi mengenai pengaruh inovasi, kreatifitas, dan kepuasan konsumen terhadap keunggulan kompetitif: Studi Kasus Pada Apple, Inc mengatakan bahwa kreativitas baik secara simultan maupun parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.⁵ Berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Disma Rangga tentang pengaruh kreativitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk kue soes pada toko kue soes merdeka di jalan merdeka No. 25 bandung mengatakan bahwa kreativitas produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan karena masih ada factor lain diluar kreatifitas produk yang lebih mempengaruhi seperti inovasi produk, lokasi toko yang strategis, toko yang menarik minat, pengaruh orientasi pasar dan orientasi teknologi.⁶

³ Philip Kotler "Manajemen Pemasaran" (Jakarta: Erlangga, 2008), 56

⁴ Enni Hairuddin "Kreatifitas Menciptakan Produk," (Jakarta: Pondok Bambu, 2016), 3

⁵ Welly Mulyadi "Pengaruh Inovasi, Kreativitas, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keunggulan Kompetitif: Sebuah Studi kasus" Jurnal Presiding Seminar no 3 (2016)

⁶ Dismawan Rangga "Pengaruh Kreatifitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kue Soes Pada Toko Kue Soes Merdeka Di Jalan Merdeka No. 25 Bandung" jurnal manajemen ekonomi n.b 14

Di Indonesia banyak sekali berbagai macam jenis industry kuliner terutama dibidang makanan, roti gembong gedhe ialah perusahaan dibidang kuliner yang telah memiliki 170 lebih cabang berbagai kota di Indonesia, dan tentunya akan selalu melakukan perluasan bisnis. Roti gembong gedhe percaya bahwa dengan membawa nilai tradisi Indonesia juga menjaga kualitas bahan dan rasa bisa meningkatkan cita rasa yang disukai oleh seluruh kalangan masyarakat di Indonesia. Seiring berkembangnya industry kuliner semakin banyaknya usaha-usaha sejenis yang bermunculan, hal ini akan memunculkan persaingan di antara jenis usaha yang sama. Setiap perusahaan harus memiliki cara untuk dapat mencapai keunggulan bersaing.

Roti gembog gedhe sudah ada dari zaman dulu dan populer kembali. sekilas roti gembog gedhe mirip roti sobek, baik dari segi tekstur maupun rasa tetapi roti gembong sangat berbeda dengan roti sobek karna rasa yang lembut dan selai yang memiliki cita rasa berbeda dari yang lainnya. Roti gembong gedhe mempunyai harga yang terjangkau mulai dari belasan ribu rupiah tergantung selai yang diminta konsumen. Kini roti gembong juga tidak hanya menjual roti gembong saja, akan tetapi menjula sponde dan juga gembong mini yang harganya di mulai dari Rp. 6.000 tergantung dari selai yang di minta konsumen.

Dari hasil wawancara peneliti dengan pemegang cabang toko roti gembong gedhe di kalinyamatan jepara mengatakan bahwa bahan baku yang kurang, dan juga harga BBM yang sekarang mengalami kenaikan harga, hal itu dapat mengganggu proses produksi dan menyebabkan menurunnya kualitas produk.

Selain itu kelangkaan bahan baku mengakibatkan naiknya harga bahan baku. Dengna naiknya bahan baku mnegakibatkan roti gembong gedhe juga harus menaikkan harganya. Daftar tarif penjualan untuk tahun sebelumnya disediakan di bawah ini:⁷

Tabel 1.1. Daftar Harga Jual Produk” Roti Gembong Gedhe”

Menu topping	Harga	
	Desember 2021	September 2022
Original	Rp. 12,000	Rp. 16,000
Strowbrerry	Rp. 18,000	Rp. 22,000

⁷ Mas Irul, wawancara dengan pemegang cabang kalinyamatan jepara, 30 November 2022

Susu	Rp. 18,000	Rp. 22,000
Butter Cream	Rp. 18,000	Rp. 22,000
Durian	Rp. 18,000	Rp. 22,000
Tiramisu	Rp. 19,000	Rp. 23,000
Blueberry	Rp. 18,000	Rp. 22,000
Susu Keju	Rp. 21,000	Rp. 25,000
Abon Mayo Ori/pedas	Rp. 21,000	Rp. 25,000
Nucomaltine	Rp. 21,000	Rp. 25,000
Barbeque Ori Beef/Chicken	Rp. 22,000	Rp. 26,000
barbequeHot Beef/Chicken	Rp. 22,000	Rp. 26,000
Spaghetti Beef/ Chicken	Rp. 22,000	Rp. 26,000
Blackpaper Beef/ Chicken	Rp. 22.000	Rp. 22.000
Durian Real Fruit	Rp. 24,000	Rp. 28,000
Cheese Sauce Beef/ Chicken	Rp. 24,000	Rp. 28,000
Sarikaya	Rp. 19,000	Rp. 23,000
Oreo	Rp. 19,000	Rp. 23,000
Macchiato	Rp. 19,000	Rp. 23,000
Coklat	Rp. 19,000	Rp. 23,000
Coklat Kacang	Rp. 21,000	Rp. 25,000
Banana Milk	Rp. 19,000	Rp. 23,000
Cappuccino	Rp. 19,000	Rp. 23,000
Green Tea	Rp. 19,000	Rp. 23,000
Red Velvet	Rp. 19,000	Rp. 23,000

Sumber: Arsip “Roti Gembong Gedhe” tahun 2021-2022

Bisa dilihat pada table 1.1 harga jual produk roti gembong gedhe dari bulan Desember 2021 - Agustus 2022 terjadi kenaikan. Perusahaan terpaksa menaikkan harga jual produk untuk perusahaan mendapatkna laba dan perusahaan tetap bisa berproses. Naiknya harag jual produk yang disebabkan oleh naiknya harga bahan baku ini mengakibatkan pada menurunnya penjualan “Roti Gembong Gedhe”. Berikut ini ialah table kondisi penjualan “Roti Gembong Gedhe” selama bulan Desember 2021 sampai Agustus 2022.⁸

⁸ Mas Irul, wawancara dengan pemegang cabang kalinyamatan jepara, 30 November 2022

Table 1.2. Penjualan Roti Gembong Gedhe

Tahun	Bulan	Omset
2021	Desember	Rp. 240,000,000
2022	Januari	Rp. 210,000,000
2022	Febuari	Rp. 180,000,000
2022	Maret	Rp. 150,000,000
2022	April	Rp. 120,000,000
2022	Mei	Rp. 120,000,000
2022	Juni	Rp. 120,000,000
2022	Juli	Rp. 120,000,000
2022	Agustus	Rp. 120,000,000

Sumber: Arsip “Roti Gembong Gedhe” tahun 2021-2022

Dapat dilihat pada tabel 1.2 penjualan roti gembong gedhe dari bulan Desember 2021 sampai bulan maret 2022 mengalami peningkatan secara terus menerus tetapi selanjutnya yaitu dari bulan april 2022 sampai agustus 2022 roti gembong gedhe mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan. Dengan menurunnya penjuln, roti gembong gedhe juga mengurangi jumlah stok yang di produksinya agar tidak menimbulkan kerugian yang besar.

Seiring dengan kekurangan bahan baku. dan menurunnya penjualan “Roti Gembong Gedhe” jadi kreativitas untuk penjual sangat dibutuhkan agar industry Roti Gembong Gedhe tetap eksis di pasar. Untuk menghasilkan produk seperti yang diinginkan konsumen dibutuhkan kreativitas dan inovasi bagi penjual untuk memunculkan ide-ide mereka seperti membuat rasa yang berbeda atau bentuk yang berbeda yang belum pernah ada sebelumnya. Namun saat ini dalam perkembangan usahanya dalam beberapa tahun terakhir Roti Gembong Gedhe mangalami penurunan penjualan karena kalah bersaing dengan roti lainya.⁹

Menurut hasil wawancara yang di lakukan dengan pemegang cabang “Roti Gembong Gedhe” di kalinyamatan Jepara

⁹ Mas Irul, wawancara dengan pemegang cabang kalinyamatan jepara, 01 November 2022

mengatakan, saat ini penurunan penjualan “Roti Gembong Gedhe” diakibatkan semangat kreativitas yang dimiliki pengusaha perlahan semakin berkurang, karena pengusaha merasa tidak ada yang harus diperbarui atau ditingkatkan semuanya dianggap sudah cukup. Padahal dalam dunia global saat ini yang penuh persaingan dan berkembang dengan cepat, kreativitas bukan hanya saja merupakan sumber keharuan untuk perkembangan dan ketahanan usaha. Daya kreativitas tersebut sebaiknya dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang different dengan produk yang telah ada di pasar selama ini.¹⁰

Masalah lain juga ada karena kurangnya inovasi dari perusahaan “Roti Gembong Gedhe”. Terbatasnya bahan baku Roti Gembong Gedhe diharapkan dapat mendorong pengusaha Roti Gembong Gedhe agar mencari bahan lainnya sebagai bahan baku sekunder dan komplementer ketika mencari produk lain. Selain itu, inovasi produk juga perlu dilakukan agar membuat roti gembong gedhe yang berbeda dari produk lainnya. Selama ini pembeli roti gembong gedhe mengalami kebosenan akan model, bentuk dan rasa, sehingga membuat penjualan roti gembong gedhe belum memiliki keunggulan bersaing Karena belum mampu menjangkau pasar ekspor lebih luas.

Toko roti gembong merupakan perusahaan di bidang kuliner yang buka pada tahun 2019 dengan brand roti gembong mokoh di Yogyakarta, pada february 2020 dan pada saat pandemic 2020 roti gembong membukan cabang baru dengan brand baru yaitu Roti Gembong Gedhe yang berada di jalan Godean di Yogyakarta. Saat Sejak saat itu roti gembong gedhe terus membuka cabang hingga sampai sekarang sudah memiliki lebih dari 170 lebih cabang di berbagai kota di Indonesia.

Penjualan yang dilakukan bukan main, dalam sehari penjual roti gembong gedhe bisa mencapai 30 ribu potong roti gembong. Pemilik atau pendiri dari roti gembong gedhe yaitu bernama Afandi Syahdana dan Rifadi Pradipta Kusuma bisa disebut bisnis keluarga karna pendirinya adalah kakak beradik.¹¹

Bisnis toko roti gembong gedhe yang dimiliki oleh afandi dan rifadi unggul dibandingka dengan roti gembong lainnya.

¹⁰ Mas Irul, wawancara dengan pemegang cabang kalinyamatan jepara, 01 November 2022

¹¹ Inspiratif, kisah sukses roti gembong gedhe kala pandemic, <https://kumparan.com/pandangan-jogja/inspirasi-kisah-sukses-roti-gembong-gedhe-bisa-buka-69-cabang-kala-pandemi-1w37SlmWllm>. diakses taggal 1 Juli 2021. Pukul 17:31

Keunggulan bersaing bersumber dari berbagai macam kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam merencanakan, membuat, mendistribusikan, mendukung dan memasarkan produknya.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang keunggulan bersaing pada produk industry kuliner “Roti Gembong Gedhe” dengan mengambil judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Produk Terhadap Keunggulan bersaing Produk Roti Gembong pada Toko Roti Gembong Gedhe Di Kalinyamatan Jepara”. Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan Welly Mulyadi. Mengenai pengaruh inovasi, kreativitas, dan kepuasan konsumen terhadap keunggulan kompetitif: studi kasus pada Apple, inc.¹²

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh inovasi produk roti gembong terhadap keunggulan bersaing pada toko roti gembong gedhe di kalinyamatan jepara
2. Bagaimana pengaruh kreatifitas produk roti gembong terhadap keunggulan bersaing pada toko roti gembong gedhe di kalinyamatan jepara
3. Seberapa besar pengaruh inovasi produk dan kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing produk roti gembong pada toko roti gembong gedhe di kalinyamatan jepara baik secara simultan dan parsial.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencapai sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk roti gembong terhadap keunggulan bersaing pada toko roti gembong gedhe di kalinyamatan jepara
2. Untuk mengetahui pengaruh kreatifitas produk roti gembong terhadap keunggulan bersaing pada toko roti gembong gedhe di kalinyamatan jepara
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk dan kreatifitas produk terhadap keunggulan bersaing produk roti gembong pada toko roti gembong gedhe di kalinyamatan jepara.

¹² Welly Mulyadi ”Pengaruh Inovasi, Kreativitas, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keunggulan Kompetitif: Sebuah Studi kasus” Jurnal Presiding Seminar no 3 (2016)

D. Manfaat Penelitian

manfaat yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini mendukung teori inovasi produk dan kreatifitas produk dalam keunggulan bersaing produk roti gembong pada toko roti gembong gedhe kalinyamatan jepara agar mendapatkan kepercayaan dari pelanggan serta diharapkan dapat dijadikan referensi di dunia akademis.

2) Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Manfaat dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana pengaruh inovasi produk dan kreatifitas produk dalam keunggulan bersaing produk roti gembong serta juga menambah pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran

2. Bagi Pihak Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi masukan dalam pemecahan masalah yang dihadapi dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing

3. Bagi Pengambilan Kebijakan

Penelitian ini semoga dapat bermanfaat dan memberikan semangat kepada mahasiswa/I terutama jurusan manajemen khususnya Manajemen Bisnis Syariah yang berkaitan dengan inovasi produk, kreatifitas produk dan juga keunggulan bersaing sehingga akan menjadi pedoman bagi peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian dimasa mendatang

4. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini bisa dijadikan tambahan kajian pustaka yang baru terkait dengan keilmuan dibidang pemasaran.

E. Sistematika Penulisan**BAB I PENDAHULUAN**

Merupakan bab yang berisi tentang gambaran umum atas permasalahan yang akan dibahas. Dalam pendahuluan ini juga terdiri dari lima sub bab, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam kajian pustaka dapat dijelaskan tentang inovasi produk, kreatifitas produk, keunggulan bersaing, harga, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi metode penelitian, objek dan tempat penelitian, populasi dan sampel, devinisi operasional variable dan teknis analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai gambaran umum dari subjek penelitian, yaitu hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjadi penutup yang berisi kesimpulan serta saran-saran yang perlu disampaikan.

