

BAB I

PENDAHULUAN

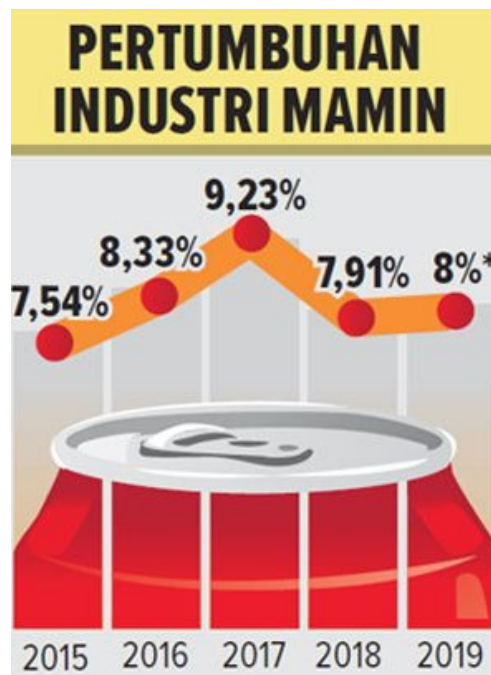
1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini telah berkembang dari masa ke masa. Perkembangan dunia bisnis saat ini didorong oleh kemajuan peradaban, pendidikan, ilmu pengetahuan, dan tuntutan daya saing perusahaan. Pengetahuan akan pasar sangatlah penting bagi perusahaan untuk dapat bersaing sehingga perusahaan mempunyai kemampuan keunggulan bersaing. Pengetahuan akan pesaing, pelanggan, kualitas produk, tata letak atau *layout* dan pengetahuan lain harus dikuasai oleh perusahaan untuk dapat bersaing di pasar.

Perkembangan ini terjadi diberbagai bidang bisnis, salah satunya di industri kuliner. Perkembangan industri kuliner semakin meningkat saat ini, industri kuliner menjadi salah satu industri yang memiliki peningkatan yang cukup tinggi di banding bidang yang lain. Ini dikarenakan kuliner merupakan hal yang penting dalam kehidupan masyarakat saat ini. Bahkan, seiring dengan perkembangan zaman, kuliner tidak hanya menjadi produk konsumsi saja, melainkan saat ini kuliner sudah menjadi gaya hidup dari masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bisnis kuliner saat ini yang berkembang dengan kreatifitas dan inovasi yang tinggi guna untuk menarik perhatian konsumen. Bisa di lihat dari data yang Publikasikan oleh Badan Pusat Statistik and Bank Indonesia (2021) dalam *website* dataindustri.com bahwa kinerja industri makanan semester 1 2020 terhadap semester 1 2019 tetap mengalami pertumbuhan yang positif 2,0 persen.

Sedangkan, pertumbuhan kuartal 2 2020 terhadap kuartal 2 2019 mengalami pertumbuhan sebesar 1,9%. Angka ini memperlihatkan bahwa industri kuliner selalu mengalami pertumbuhan setiap tahunnya.

Selain itu, Data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menyatakan jumlah usaha kuliner di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 5,55 juta unit atau 67,66% dari total 8,20 juta usaha ekonomi kreatif. Rata-rata tingkat pertumbuhan usaha ekonomi kreatif selama 7 tahun terakhir adalah 9,82%. Angka ini tentunya mengisyaratkan bahwa masyarakat sangat bergantung pada industri kuliner dan ini akan meningkat lagi di masa yang akan datang.



Sumber: Kemenperin

Gambar 1.1. Pertumbuhan Industri Mamin

Data yang dikemukakan oleh Kemenperin bahwa terdapat pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia dimana meski terdapat fluktuasi dari

data tersebut tetapi jika dilihat dari tahun ke tahun cenderung mengalami peningkatan yang baik dalam insutri makanan dan minuman. Hal ini dapat di sebabkan oleh minat beli dari masyarakat yang meningkat untuk industri kuliner dan kita ketahui juga bahwa kuliner saat ini sudah menjadi gaya hidup dari masyarakat modern.

Melihat dari data tersebut yang menunjukkan bahwa saat ini masyarakat memiliki minat beli yang tinggi terhadap produk kuliner maka banyak perusahaan yang tidak segan untuk membuka gerai lain di berbagai daerah. Seperti yang dilakukan oleh *JCO Donuts & Coffee*, mereka melakukan ekspansi ke beberapa daerah dalam pengembangan usahanya. Ini mereka lakukan karena potensi yang mereka lihat dari industri kuliner ini. *JCO Donuts & Coffee* membuka sekitar 30-40 gerai dalam tahun 2019. Selain menjamah banyak kota di Indonesia, *JCO* juga sudah melebarkan sayapnya di beberapa negara seperti Malaysia, Singapura, Filipina dan Hongkong. Perusahaan juga ke depannya akan melebarkan sayap ekspansinya sampai Timur Tengah.

Ketatnya persaingan bisnis kuliner, perubahan selera konsumen, serta perubahan sosial ekonomi memunculkan berbagai tantangan dan peluang dalam bisnis tersebut. Sehingga *JCO Donuts & Coffee* sebagai salah satu pelaku bisnis *franchise* di bidang kuliner, harus bisa membuat pilihan terbaik tentang apa yang menjadi kebutuhan konsumen dan bagaimana memenuhi kebutuhan atau permintaan konsumen tersebut. Untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut diperlukan suatu strategi dalam meraih keunggulan bersaing dan menentukan cara mencapai keunggulan tersebut.

Persaingan perusahaan yang terjadi saat ini begitu sengit. Banyak perusahaan yang sejenis menawarkan suatu produk yang serupa namun memiliki keunggulannya masing masing. Strategi yang berbagai macam dilakukan perusahaan untuk meraih meraih keunggulan bersaing mereka. Hal ini dilakukan untuk mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan. Strategi-strategi yang dilakukan tentunya berdasarkan pertimbangan yang telah di perhitungkan sebelumnya. Strategi keunggulan bersaing juga harus memperhatikan baik itu factor internal ataupun eksternal. Seperti yang dikemukakan Lorenzo et al., (2018), bahwa keunggulan bersaing dapat dicapai melalui empat elemen yaitu menghilangkan hambatan untuk memasuki persaingan, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, dan ketepatan dalam pengambilan keputusan jika terjadi intensitas persaingan di pasar. Dari pernyataan diatas bahwa kekuatan eksternal tidak dapat di remehkan dalam keunggulan bersaing.

Keunggulan bersaing yang diciptakan oleh perusahaan sangatlah penting dalam persaingan, *JCO Donuts & Coffee* terus mengembangkan penerapan strateginya terutama melalui kualitas produk. Dengan produk yang memiliki kualitas yang selalu di jaga karena kualitas merupakan suatu factor yang menjadikan pertimbangan konsumen dalam memilih produk tersebut. Seperti yang di katakan Haryono & Marniyati, (2018) Kualitas (mutu) merupakan faktor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan produk tersebut bernilai sesuai dengan maksud untuk apa produk itu diproduksi.

Kualitas merupakan komponen yang tidak akan lepas dari suatu produk. Baik tidaknya produk dapat diukur dari kualitas produk tersebut. Maka dari itu

setiap perusahaan seringkali memprioritaskan kualitas produk. Bahkan dalam perusahaan untuk menjaga kualitas produknya terdapat departemen sendiri dalam mengontrol kualitas produk tersebut. Karena kualitas produk juga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Seperti yang dikemukakan Tintara & Respati, (2020) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dimana semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi pula keunggulan kompetitif produk tersebut. Senada dengan Anggiani, (2016) juga menyatakan bahwa perkembangan desain produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan kata lain bahwa keunggulan bersaing dari suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh kualitas produknya tersebut.

Kualitas produk yang baik tentunya dibarengi dengan pengendalian kualitas yang baik juga. Seperti yang dikatakan oleh Assauri dalam jurnal Kartika (2013) pengendalian kualitas adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menjamin agar kegiatan produksi dan operasi yang dilaksanakan sesuai dengan apa yang direncanakan dan apabila terjadi penyimpangan, maka penyimpangan tersebut dapat dikoreksi sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai. Pengendalian kualitas harus dilakukan perusahaan agar kualitas produk yang akan ditawarkan dapat diterima dan diminati oleh konsumen.

Disamping pengendalian kualitas produk yang terus dilakukan, faktor tata letak juga dapat memengaruhi keunggulan bersaing pada *JCO Donuts & Coffee*. Penerapan tata letak harus diperhatikan untuk meningkatkan lingkungan kerja dan memperlancar kontak dengan konsumen. Seperti yang dinyatakan oleh Haming dan

Nurnajamuddin (2011) bahwa Tata letak merupakan salah satu keputusan strategis operasional yang dapat menentukan efisiensi operasional perusahaan dalam jangka panjang. Tata letak yang baik akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan produktivitas perusahaan. Hal ini menggambarkan bahwa tata letak yang dirancang dengan baik dapat mengefisiensikan biaya operasional serta peningkatan produktivitas dalam perusahaan.

Tata letak merupakan salah satu komponen yang dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Tata letak yang baik dapat menentukan daya saing bagi perusahaan. Tata letak menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, biaya, kualitas lingkungan kerja, kontak dengan pelanggan dan citra perusahaan (Ibrahim, Mananeke, dan Soepeno 2018).

Interaksi juga dapat memengaruhi tata letak yang akan di buat, interaksi ini baik antar karyawan ataupun karyawan dengan pelanggan. Tata letak yang baik tentunya dapat membuat interaksi tersebut dapat berjalan lancar dan dapat membuat kenyamanan baik untuk pelanggan ataupun pelanggan. Atika dan Harahap (2019) mengatakan Tata ruang sebuah cafe sebaiknya memiliki fasilitas ruangan yang memadai agar dapat memberikan dukungan pekerjaan melakukan aktifitasnya, sehingga akan menghasilkan mutu produk yang berkualitas serta memberikan kenyamanan dan keselamatan kerja bagi para pekerja maupun kenyamanan bagi pelanggan. Hal ini yang menjadikan tata letak cukup penting dalam strategi keunggulan bersaing dalam perusahaan.

Oleh karena itu, dari fenomena yang ada yang bisa kita lihat bahwa banyak perancangan tata letak dan juga kualitas produk yang senantiasa dapat

memengaruhi perusahaan maka Peneliti membuat penelitian ini dengan tujuan untuk menemukan Pengaruh langsung maupun tidak langsung antara Tata letak dan Pengendalian kualitas produk dengan keunggulan bersaing dari perusahaan JCO *Donuts & Coffee*.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari Masalah yang telah Peneliti paparkan diatas dapat diidentifikasi bahwa masalah yang akan di selesaikan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana Tata Letak yang diimplementasikan oleh perusahaan JCO *Donuts & Coffee*.
- 2) Bagaimana Kualitas Produk dari perusahaan JCO *Donuts & Coffee*.
- 3) Bagaimana Keunggulan bersaing dari perusahaan JCO *Donuts & Coffee*.
- 4) Bagaimana Pengaruh Tata Letak dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan bersaing dari perusahaan JCO *Donuts & Coffee*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

- 1) Tata Letak yang diimplementasikan oleh perusahaan JCO *Donuts & Coffee*.
- 2) Kualitas Produk dari perusahaan JCO *Donuts & Coffee*.
- 3) Keunggulan bersaing dari perusahaan JCO *Donuts & Coffee*.
- 4) Pengaruh Tata Letak dan Kualitas Produk Keunggulan bersaing dari perusahaan JCO *Donuts & Coffee*.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hal terpenting dalam penelitian adalah manfaat yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah mengungkapkan hasil penelitian tersebut. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Diharapkan hasil teoritis dari penelitian ini akan membantu meningkatkan literatur tentang factor yang memengaruhi Keunggulan bersaing dan menganalisa tentang pengaruh Tata Letak dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan bersaing

2. Terapan Ilmu Pengetahuan

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan berfikir, sehingga dapat menambah pengetahuan serta pemahaman peneliti khususnya mengenai pengaruh Tata Letak dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan bersaing

- b. Bagi Perusahaan

Informasi tersebut dapat digunakan sebagai masukan, dan nantinya dapat digunakan sebagai pertimbangan perusahaan dalam menerapkan dampak pengaruh Tata Letak dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan bersaing

- c. Bagi Lembaga/Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk mendukung perkuliahan. Selain itu, hasil

penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan mempelajari masalah yang sama di kemudian hari.

d. Bagi Pihak Lain

Sebagai sumber informasi yang dapat memberikan manfaat serta digunakan sebagai bahan referensi, pedoman dan pembandingan, untuk keperluan penelitian pada masalah yang sama atau penelitian selanjutnya, atau sebagai masukan bagi pihak lain yang membutuhkan metode ini.

1.5 Lokasi Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini mengambil salah satu pelaku bisnis *franchise* di bidang kuliner yang ada di Indonesia yaitu *JCO Donuts & Coffee* yang memiliki cabang di Tasikmalaya bertempat di Asia Plaza Tasikmalaya.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan selesai dalam waktu terhitung mulai dari Desember 2020 hingga November 2021. Dengan kegiatan penelitian dimulai dari pengajuan judul sampai sidang komprehensif. Secara lengkap jadwal kegiatan penelitian dapat dilihat pada Lampiran.