

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kualitas Bahan Baku

Kualitas bahan baku merupakan fondasi utama dalam menjamin keberhasilan proses produksi dan daya saing suatu perusahaan. Bahan baku yang berkualitas tinggi tidak hanya menentukan kelancaran operasional, tetapi juga secara langsung mempengaruhi mutu produk akhir, efisiensi biaya, kepuasan pelanggan, dan reputasi perusahaan di pasar. Dalam era persaingan global yang semakin ketat, di mana konsumen menuntut standar kualitas yang lebih tinggi serta kecepatan dan ketepatan pengiriman, pengelolaan kualitas bahan baku menjadi isu strategis yang tidak dapat diabaikan. Kegagalan dalam memastikan konsistensi kualitas bahan baku dapat berdampak sistemik, mulai dari pemborosan sumber daya, peningkatan biaya produksi, hingga hilangnya kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, urgensi pengendalian dan peningkatan kualitas bahan baku menjadi kunci utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Bahan Baku

Menurut Rusdiana, (2014:368) Bahan baku adalah barang-barang yang dibeli untuk digunakan dalam proses produksi. Beberapa bahan baku didapatkan langsung dari sumber alam, sementara yang lain diperoleh dari perusahaan lain. Secara harfiah, kualitas adalah kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan. Dalam dunia bisnis, kualitas bisa menjadi alat yang sangat kuat untuk mempertahankan

bisnis perusahaan. Oleh karena itu, kualitas dapat digunakan untuk memenangkan persaingan. Menurut Soemarso, (2005:271) menyatakan, “Bahan baku adalah barang-barang yang digunakan dalam proses produksi yang dapat mudah dan langsung diidentifikasi dengan barang atau produk jadi”. Berdasarkan pengertian secara umum, perbedaan arti kata antara bahan baku dan bahan mentah dapat mempunyai arti sebagai sebuah bahan dasar yang berada diberbagai tempat, yang mana bahan tersebut dapat digunakan untuk diolah dengan suatu proses tertentu ke dalam bentuk lain yang berbeda wujud dari bentuk aslinya.

Kualitas bahan baku adalah tingkat atau derajat kesesuaian bahan yang digunakan dalam proses produksi dengan spesifikasi dan standar yang telah ditetapkan untuk menghasilkan produk akhir yang memenuhi persyaratan kualitas. Kualitas ini mencakup berbagai karakteristik fisik, kimia, dan biologis yang mempengaruhi kinerja bahan baku dalam proses produksi serta kualitas produk akhir yang dihasilkan (Pratiwi & Sugiyarti, 2022).

Bahan baku terbagi menjadi dua jenis yaitu bahan baku langsung dan tidak langsung. Bahan baku langsung atau direct material adalah semua bahan baku yang merupakan bagian daripada barang jadi yang di hasilkan. Biaya yang di keluarkan untuk membeli bahan baku langsung ini mempunyai hubungan yang erat dan sebanding dengan jumlah barang jadi yang di hasilkan. Bahan baku tidak langsung atau disebut juga dengan indirect material, adalah bahan baku yang ikut berperan dalam proses produksi tetapi tidak secara langsung tampak pada barang jadi yang di hasilkan (Kurniawan & Ali, 2020).

2.1.1.2 Faktor Penentu Kualitas Bahan Baku

Berikut adalah beberapa faktor utama yang menentukan kualitas bahan baku:

1. Kebersihan: Bahan baku harus bebas dari kotoran, kontaminan, atau benda asing lainnya yang dapat mempengaruhi hasil akhir produk.
2. Kekonsistenan: Konsistensi dalam kualitas bahan baku penting untuk memastikan produk akhir memiliki karakteristik yang seragam dari waktu ke waktu.
3. Kekuatan: Kekuatan atau kekokohan bahan baku berperan dalam menentukan keandalan dan daya tahan produk akhir.
4. Kemurnian: Kemurnian bahan baku menentukan tingkat pencemaran atau adanya zat tambahan yang tidak diinginkan yang dapat mempengaruhi kualitas produk.
5. Ketersediaan dan Ketersediaan yang Memadai: Bahan baku harus tersedia dalam jumlah yang cukup dan dapat diakses dengan mudah untuk memenuhi kebutuhan produksi tanpa gangguan.

Penting untuk memastikan bahwa semua faktor ini dipertimbangkan dan dikelola dengan baik untuk memastikan kualitas produk akhir yang optimal.

2.1.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Bahan Baku

Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas bahan baku:

1. Asal Bahan Baku: Kualitas bahan baku dapat dipengaruhi oleh tempat asalnya, misalnya, kondisi iklim, lingkungan, atau metode pertanian atau produksi.

2. Proses Produksi: Cara bahan baku diproses sejak awal hingga sampai ke tangan produsen juga memengaruhi kualitasnya. Proses tersebut mencakup panen, pengangkutan, penyimpanan, dan pengolahan awal.
3. Penanganan dan Penyimpanan: Cara bahan baku ditangani dan disimpan juga dapat mempengaruhi kualitasnya. Penanganan yang buruk atau penyimpanan yang tidak tepat dapat menyebabkan kerusakan atau kontaminasi.
4. Umur Simpan: Bahan baku yang sudah melewati umur simpannya mungkin mengalami penurunan kualitas, terutama jika tidak disimpan dengan benar.
5. Penggunaan Pestisida atau Bahan Kimia: Penggunaan pestisida atau bahan kimia lainnya dalam produksi bahan baku dapat memengaruhi kualitasnya, terutama jika digunakan dalam jumlah yang berlebihan atau jika bahan tersebut memiliki residu yang tinggi.
6. Kontaminasi: Kontaminasi oleh bahan asing seperti logam berat, mikroba, atau bahan kimia lainnya juga dapat mempengaruhi kualitas bahan baku.
7. Ketersediaan Air dan Nutrisi: Faktor-faktor lingkungan seperti ketersediaan air dan nutrisi juga dapat mempengaruhi kualitas bahan baku, terutama dalam konteks pertanian atau produksi tanaman.
8. Standar Kualitas: Kualitas bahan baku juga dipengaruhi oleh standar kualitas yang ditetapkan oleh pemerintah atau industri terkait.

Memperhatikan dan mengelola faktor-faktor ini dengan baik dapat membantu memastikan kualitas bahan baku yang optimal untuk produksi.

2.1.1.2 Metode Pengukuran Kualitas Bahan Baku

Ada beberapa metode yang umum digunakan untuk mengukur kualitas bahan baku, tergantung pada jenis bahan dan industri yang terlibat. Beberapa metode umum meliputi:

1. Analisis kimia: Menggunakan teknik laboratorium untuk menganalisis komposisi kimia bahan baku, seperti kandungan nutrisi, kadar air, dan kontaminan.
2. Uji fisik: Meliputi pengukuran berbagai sifat fisik seperti kekerasan, kekuatan tarik, kekuatan tekan, densitas, dan kekeruhan.
3. Uji mikrobiologis: Untuk bahan baku yang memerlukan sterilisasi atau yang rentan terhadap kontaminasi mikroba, uji mikrobiologis digunakan untuk memastikan kebersihan dan keselamatan.
4. Uji organoleptik: Melibatkan evaluasi sensorik manusia terhadap sifat-sifat organoleptik seperti rasa, warna, aroma, dan tekstur.
5. Uji fungsi atau kinerja: Untuk bahan baku yang digunakan dalam produk-produk tertentu, seperti bahan baku untuk produk farmasi atau teknologi, uji kinerja dilakukan untuk memastikan bahwa bahan baku memenuhi standar yang ditetapkan.

Pemilihan metode tergantung pada tujuan pengukuran, jenis bahan, dan standar kualitas yang diperlukan oleh industri atau aplikasi tertentu.

2.1.1.3 Pengertian *Material Requirement Planning* (MRP)

Material Requirements Planning (MRP) merupakan suatu metode untuk menentukan apa, kapan dan berapa jumlah komponen dan material yang dibutuhkan

untuk memenuhi kebutuhan dari suatu perencanaan produksi. Perencanaan material secara detail dilakukan dengan Material Requirements Planning, yaitu penggabungan aktivitas yang mempengaruhi koordinasi dari suatu usaha di dalam perusahaan (Chandra, 2001:42-50).

2.1.1.4 Tujuan *Material Requirement Planning* (MRP)

a. Mengurangi Jumlah Persediaan

Salah satu tujuan MRP adalah sistem untuk menentukan jumlah bahan baku yang dibutuhkan dan kapan bahan baku tersebut dibutuhkan sesuai jadwal produksi induk (master produksi schedule).

b. Mengurangi Waktu Tenggang (*Lead Time*)

Tujuan lain dari penerapan MRP yaitu bisa membantu mengidentifikasi jumlah dan waktu material yang dibutuhkan sehingga pihak purchasing bisa melakukan tugasnya dengan efektif. Dari sini sistem MRP juga dapat membantu perusahaan untuk menghindari keterlambatan produksi yang umumnya disebabkan oleh masalah kekurangan material.

c. Arus Informasi yang Transparan dan Cepat

Perusahaan yang menggunakan sistem MRP dapat menginformasikan dengan cepat dari pihak produksi ke bagian pengiriman barang sehingga bisa mengestimasi kemungkinan waktu pengirimannya dan mampu membantu meningkatkan kerjasama antara pihak terkait.

d. Meningkatkan Efisiensi Operasi

Tujuan berikutnya dari penerapan MRP pada perusahaan yaitu membantu setiap divisi agar selalu terkoordinasi dengan baik. Dengan begitu, perusahaan

dapat meningkatkan efisiensi kegiatan operasionalnya ketimbang perusahaan yang tidak menerapkan sistem MRP.

2.1.1.5 Keuntungan *Material Requirement Planning* (MRP)

a. Kontrol Persediaan Barang

Salah satu kunci efisiensi proses produksi barang adalah sistem manajemen persediaan yang baik di perusahaan. Salah satu cara MRP bekerja adalah memberikan data jadwal produksi untuk menentukan level permintaan barang dan biaya persediaan yang tepat untuk memenuhi produksi tersebut.

b. Perencanaan Pembelian

Menyederhanakan proses produksi sangat bergantung pada data ketersediaan bahan baku dan barang jadi, apa saja yang perlu dibeli dan kapan waktu untuk membeli bahan baku.

c. Penjadwalan Kerja

Penjadwalan kerja dapat didefinisikan mengelola waktu aktif produksi, memprediksi hasil yang produksi dan kepatuhan terhadap jadwal produksi. Manager dapat menggunakan informasi tersebut untuk mengontrol operasi per jam, peralatan dan tugas tenaga kerja, bahkan memprediksi waktu tenaga kerja dan biaya operasional secara akurat.

d. Pengelolaan Sumber Daya

Bahan baku adalah sumber kehidupan dari setiap proses manufaktur. Memiliki kontrol dan informasi mengenai ketersediaan bahan baku dan hasil yang diharapkan juga memberi perusahaan manufaktur sebuah insight mengenai sumber daya lain untuk terlibat dalam proses tersebut.

e. Efisiensi Waktu

Salah satu keunggulan dari sistem MRP adalah dapat mengotomatisasi proses kerja dan hanya membutuhkan sedikit campur tangan manusia. Ini tentu akan meningkatkan efisiensi waktu tenaga kerja yang dipakai untuk melakukan inventarisasi, pembelian, dan manajemen produksi.

2.1.2 *Good Manufacturing Practices (GMP)*

Dalam era globalisasi dan persaingan industri yang semakin ketat, penerapan *Good Manufacturing Practices (GMP)* menjadi sangat krusial untuk menjamin kualitas, keamanan, dan konsistensi produk yang dihasilkan, khususnya dalam sektor makanan, farmasi, dan kosmetik. GMP tidak hanya berfungsi sebagai pedoman standar produksi yang sistematis, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab etis dan hukum perusahaan dalam melindungi konsumen dari potensi bahaya kesehatan. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap keamanan produk serta ketatnya regulasi internasional, implementasi GMP menjadi sebuah keharusan strategis bagi perusahaan agar mampu memenuhi standar mutu global, meningkatkan daya saing, dan membangun kepercayaan pasar secara berkelanjutan.

2.1.2.1 *Pengertian Good Manufacturing Practices (GMP)*

Good Manufacturing Practices (GMP) adalah prinsip produksi yang baik, merupakan dasar bagi ISO 22000. GMP dan HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) diterapkan terutama oleh industri pada produk dengan risiko sedang hingga tinggi, seperti obat-obatan, makanan, kosmetik, dan industri lain yang terlibat dalam proses produksi tersebut. GMP memastikan konsistensi dalam

standar kualitas produk yang dihasilkan. Di Indonesia, pengembangan GMP diatur oleh BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) (Fitriana & Kurniawan, 2020).

Good Manufacturing Practices (GMP) adalah aturan yang mengatur cara-cara dalam proses produksi, sehingga produsen dapat memenuhi standar yang ditetapkan untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Fokus utama dalam penerapan GMP adalah memastikan standar kualitas dan keamanan produk, terutama dalam mencegah kontaminasi produk (Sari, 2016).

Menurut Al Hasan et al., (2019:2) *Good Manufacturing Practices* (GMP) merupakan pedoman cara memproduksi makanan yang baik pada seluruh rantai makanan, mulai dari produksi primer sampai konsumen akhir dan menekankan hygiene pada setiap tahap pengolahan.

2.1.2.2 Tujuan *Good Manufacturing Practices* (GMP)

Tujuan Penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP), antara lain :

1. Menjaga Keselamatan Konsumen

Hasil produksi makanan dan minuman yang telah mempertimbangkan CPMB yang baik dan benar tentu akan memberikan kualitas yang baik pula kepada konsumen. Dengan begitu, keselamatan konsumen pun dapat tetap terjaga.

2. Pengetahuan Produk Bagi Konsumen

Para konsumen memiliki hak untuk mengetahui setiap rincian makanan ataupun minuman yang akan mereka konsumsi. Detail yang dimaksud dapat berupa komposisi makanan, tanggal kedaluwarsa hingga efek sampingnya.

3. Melindungi Pasar

Dari sisi produsen, penerapan GMP bertujuan untuk memasarkan produk secara positif kepada masyarakat. Dengan begitu, perusahaan dapat mengembangkan citra yang baik di mata para konsumen. Di era yang mengandalkan sosial media seperti saat ini, konsumen dapat dengan mudah menyebarkan opini atas sebuah produk dari berbagai perusahaan. Menerapkan GMP yang baik dan benar tentu dapat meningkatkan kredibilitas merek bagi konsumen ketika menggunakan produk dan membantu calon konsumen lain untuk merasa lebih aman ketika memilih produk.

4. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Perusahaan juga akan mendapatkan keuntungan dari segi kepercayaan jika menghasilkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan prosedur GMP. Kualitas yang baik dan konsisten juga akan membantu perusahaan mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen.

5. Mencapai Tujuan Perusahaan

Kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan dapat membantu perusahaan mencapai tujuan bisnis. Dengan demikian, perusahaan dapat memiliki performa yang efektif dan efisien.

6. Menekan Biaya Operasional

Pelaksanaan GMP yang baik dan benar juga dapat membantu perusahaan dalam menekan anggaran dan biaya operasional.

Penerapan GMP dapat mengacu berbagai referensi, namun sejauh ini tidak ada standar internasional yang bersifat official seperti halnya standar ISO. Oleh

karena itu, berbagai negara dapat mengembangkan standar GMP tersendiri, seperti di Indonesia terdapat berbagai standar GMP yang di terbitkan oleh BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan) sesuai dengan jenis produk yang dihasilkan.

Sebagai contoh beberapa standar GMP tersebut:

1. Standar GMP untuk industri obat-obatan disebut dengan CPOB (Cara Pembuatan Obat yang Baik)
2. Standar GMP untuk industri makanan disebut dengan CPMB (Cara Pembuatan Makanan yang Baik)
3. Standar GMP untuk industri kosmetik disebut dengan CPKB (Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik)
4. Standar GMP untuk industri obat tradisional disebut dengan CPOTB (Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik)

Praktik Good Manufacturing Practices (GMP) dilakukan dengan tujuan memberikan panduan tata cara khusus yang diperlukan untuk setiap tahapan dalam rantai pangan, proses pengolahan, atau penanganan bahan pangan. Hal ini bertujuan untuk mencegah kesalahan dan meningkatkan penerapan prinsip kebersihan yang spesifik untuk setiap bidang tersebut (Fitriana & Kurniawan, 2020). Penerapan praktik atas *Good Manufacturing Practices* memiliki keuntungan sebagai berikut :

- a. menjamin kualitas dan keamanan pangan;
- b. meningkatkan kepercayaan dalam keamanan produk dan produksi;
- c. mengurangi kerugian dan pemborosan;
- d. menjamin efisiensi penerapan HACCP; dan
- e. memenuhi persyaratan peraturan/spesifikasi/standar.

2.1.2.3 Prinsip Dasar *Good Manufacturing Practices* (GMP)

Prinsip-prinsip dasar *Good Manufacturing Practices* (GMP) adalah seperangkat standar yang mengatur proses produksi dan pengolahan makanan, obat-obatan, dan produk kesehatan lainnya ini termasuk:

1. Kebersihan dan sanitasi: Menjaga area produksi dan peralatan agar bersih untuk mencegah kontaminasi.
2. Pengendalian mutu: Memastikan bahan baku, proses produksi, dan produk akhir memenuhi standar mutu yang ditetapkan.
3. Pengendalian proses: Memiliki prosedur yang jelas dan terdokumentasi untuk mengendalikan setiap tahap produksi.
4. Pemantauan dan pengendalian lingkungan: Memantau lingkungan produksi untuk mencegah kontaminasi dan kerusakan produk.
5. Pelatihan dan pendidikan karyawan: Memastikan karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk menjalankan tugas mereka dengan baik.
6. Dokumentasi dan rekaman: Mencatat semua kegiatan produksi secara akurat dan terdokumentasi.
7. Pengendalian peralatan: Memastikan peralatan produksi dan pengukuran beroperasi dengan benar dan terkalibrasi.
8. Penanganan dan penyimpanan bahan baku: Menyimpan bahan baku dengan benar untuk mencegah kontaminasi dan kerusakan.
9. Penanganan produk yang tepat: Memastikan produk disimpan, dikemas, dan dikirim dengan benar untuk menjaga mutu dan keamanan.

10. Pengendalian dan penanganan sampah: Mengelola limbah secara aman dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Prinsip-prinsip ini membantu memastikan bahwa produk yang dihasilkan aman, berkualitas, dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

2.1.2.4 Indikator *Good Manufacturing Practices* (GMP)

Indikator *Good Manufacturing Practices* (GMP), meliputi :

1. Validasi proses dan peralatan adalah langkah penting untuk memastikan bahwa proses produksi menghasilkan produk yang konsisten dan sesuai dengan spesifikasi. Hal ini melibatkan pengujian dan evaluasi mendalam terhadap proses produksi dan peralatan yang digunakan.
2. Kontrol kualitas berperan dalam menguji dan memastikan kualitas produk yang dihasilkan. Ini meliputi pengujian bahan baku, pengujian di berbagai tahap produksi, dan inspeksi akhir sebelum produk dikirim ke pasar. Dalam GMP, dokumentasi memiliki peran yang sangat penting. Pencatatan data produksi, resep produk, tanggal kedaluwarsa, dan catatan penting lainnya harus dicatat dan tersedia untuk verifikasi dan audit.
3. Pelatihan karyawan merupakan tahap yang tak boleh diabaikan dalam implementasi GMP. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran karyawan tentang GMP dan praktik terbaik yang harus mereka terapkan dalam pekerjaan sehari-hari.
4. Layanan pelanggan adalah bagian penting dari GMP, termasuk penanganan aduan dan masalah konsumen dengan cepat dan efektif. Memiliki prosedur yang

jelas dan sistem yang tepat untuk menanggapi keluhan penting untuk menjaga kepuasan pelanggan.

2.1.3 Keunggulan Bersaing

Dalam era persaingan bisnis yang semakin dinamis dan disruptif, keunggulan bersaing menjadi elemen vital yang menentukan keberlangsungan dan pertumbuhan organisasi. Globalisasi, kemajuan teknologi, serta perubahan preferensi konsumen menuntut perusahaan untuk tidak hanya mampu beradaptasi, tetapi juga menciptakan diferensiasi yang berkelanjutan guna mempertahankan posisinya di pasar. Keunggulan bersaing memungkinkan perusahaan menawarkan nilai superior dibandingkan pesaing, baik melalui inovasi produk, efisiensi operasional, kualitas layanan, maupun kapabilitas sumber daya manusianya. Tanpa strategi keunggulan bersaing yang terstruktur dan relevan, organisasi rentan kehilangan daya saing dan terpinggirkan dalam kompetisi yang semakin ketat. Oleh karena itu, pengembangan keunggulan bersaing bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan strategis bagi setiap entitas bisnis yang ingin tetap relevan dan unggul di tengah ketidakpastian lingkungan bisnis saat ini.

2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Menurut Prasetya & Lukiastuti, (2009:23) Keunggulan bersaing berarti menciptakan sistem yang memiliki keunggulan unik dibandingkan pesaing lain. Idennya adalah menciptakan nilai bagi pelanggan (customer value) dengan cara yang efisien dan berkelanjutan. Manajer operasi dapat mencapai keunggulan bersaing melalui pembedaan, biaya rendah, dan respons cepat.

melanjutkan bahwa strategi nilai yang diciptakan sebuah perusahaan tidak akan dapat diterapkan atau ditiru oleh arus lain atau juga untuk potensial pesaing lainnya.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Penentu Keunggulan Bersaing

Faktor-faktor penentu keunggulan bersaing bisa bervariasi tergantung pada industri dan konteks bisnis tertentu. Namun, secara umum, beberapa faktor yang sering menjadi penentu keunggulan bersaing antara lain:

1. **Diferensiasi Produk/ Layanan:** Kemampuan untuk menawarkan produk atau layanan yang unik atau memiliki keunggulan yang membedakannya dari pesaing. Ini bisa berupa inovasi, kualitas yang lebih tinggi, atau fitur tambahan yang tidak ada pada produk/layanan pesaing.
2. **Biaya Produksi Rendah:** Kemampuan untuk memproduksi barang atau layanan dengan biaya yang lebih rendah daripada pesaing, sering kali melalui efisiensi operasional, teknologi produksi yang canggih, atau akses ke sumber daya yang murah.
3. **Fokus Pasar (Segmentasi):** Memilih segmen pasar tertentu dan secara efektif memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen dalam segmen tersebut dengan lebih baik daripada pesaing.
4. **Inovasi Teknologi:** Kemampuan untuk terus-menerus mengembangkan dan menerapkan teknologi baru atau penemuan dalam proses produksi, produk, atau layanan, yang dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam hal kualitas, efisiensi, atau keunggulan lainnya.

5. Akses ke Sumber Daya yang Penting: Memiliki akses yang lebih baik atau kontrol atas sumber daya kunci seperti bahan baku, tenaga kerja terampil, distribusi, atau infrastruktur yang mendukung operasi bisnis.
6. Kualitas Manajemen: Kemampuan untuk mengelola operasi bisnis secara efisien dan efektif, termasuk pengelolaan rantai pasokan, manajemen produksi, keuangan, dan SDM.
7. Strategi Pemasaran dan Penjualan: Kemampuan untuk memasarkan dan menjual produk atau layanan dengan cara yang lebih efektif daripada pesaing, termasuk branding yang kuat, saluran distribusi yang efisien, dan strategi promosi yang berhasil.
8. Reputasi dan Citra Merek: Memiliki reputasi yang baik di mata konsumen dan pemangku kepentingan lainnya dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan, karena konsumen cenderung memilih merek yang mereka percayai dan hormati.

Kombinasi dari faktor-faktor ini sering kali menjadi kunci keunggulan bersaing bagi suatu perusahaan dalam pasar tertentu.

2.1.3.3 Indikator Keunggulan Bersaing

Menurut Reniati, (2013:86) keunggulan bersaing dipengaruhi oleh beberapa elemen pokok. Elemen-elemen pokok meliputi:

1. Keunikan Produk dan Layanan

Keunikan produk dan layanan adalah kemampuan suatu perusahaan untuk membuat atau menciptakan suatu produk yang sulit ditiru oleh compotitor.

2. Harga/nilai

Harga/nilai yang ditawarkan harus sebandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen, yaitu harga yang ditawarkan harus sebanding dengan nilai dan kepuasan yang diterima oleh konsumen.

3. Variasi Produk/layanan

Variasi produk/layanan yang diberikan beragam dan bisa dalam bentuk variasi produk atau jenis pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen.

4. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan yang baik akan memberikan nilai lebih kepada konsumen untuk memberikan keputusan memilih produk dari perusahaan tersebut, maka brand image suatu perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2.1.3.4 Strategi Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler & Garry, (2001) mendefinisikan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) sebagai keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Lima strategi kompetensidasar dalam bersaing dalam strategi keunggulan kompetitif untuk bisnis yang sukses :

1. Strategi Kepemimpinan Biaya (*cost leadership strategy*)

Menjadi produsen rendah biaya dalam menghasilkan barang dan jasa, atau membantu menurunkan biaya bagi pemasok dan pelanggan, sehingga pesaing memiliki biaya produksi yang lebih tinggi.

2. Strategi Diferensiasi (*differentiation strategy*)

Mengembangkan cara-cara untuk membedakan produk dan layanan dari para pesaing atau mengurangi keunggulan diferensiasi dari pesaing. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk fokus pada produk atau jasa untuk memberikan keuntungan dalam segmen pasar yang unik/niche market.

3. Strategi Inovasi (*innovation strategy*)

Menemukan cara baru dalam melakukan bisnis. Strategi ini dapat melibatkan pengembangan produk dan atau jasa yang unik guna memasuki pasar yang unik /niche market. Hal ini juga dapat melibatkan perubahan radikal dalam proses bisnis untuk memproduksi atau mendistribusikan produk dan layanan dari mayoritas jenis dan cara yang ada.

4. Strategi Pertumbuhan (*growth strategy*)

Secara signifikan memperluas kapasitas perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa, ekspansi ke pasar global, diversifikasi ke produk dan jasa baru, atau mengintegrasikan ke dalam produk dan jasa terkait.

5. Strategi Aliansi (*alliance strategy*)

Membentuk hubungan bisnis baru/alianse dengan pelanggan, pemasok, pesaing, konsultan, dan perusahaan lain. Hubungan ini bisa berupa merger, akuisisi, usaha patungan, pembentukan “perusahaan virtual,” atau pemasaran lainnya, manufaktur, atau perjanjian distribusi antara pelaku usaha dengan mitra dagangnya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini selain menggunakan buku sebagai referensi, penelitian ini juga menggunakan penelitian terdahulu sebagai referensi. Beberapa penelitian

terdahulu dari kualitas bahan baku, *good manufacturing practices*, dan keunggulan bersaing dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Tahun/ Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Erdi1, E., & Haryanti, D. (2022). Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan <i>Good Manufacturing Practices</i> Terhadap Keunggulan Bersaing Di PT Karawang Foods Lestari.	a. Variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing (Y) b. Variabel independen yaitu Kualitas Bahan Baku (X_1) dan <i>Good Manufacturing Practices</i> (X_2)	Objek penelitian, yaitu pada PT Karawang Foods Lestari.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas bahan baku dan <i>good manufacturing practices</i> berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.	<i>Ikraith-Ekonomika</i> , 6(1), 199–206. https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2482
2.	Herawati, H., & Mulyani, D. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan <i>Good Manufacturing Practices</i> Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Ud. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo.	a. Variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing (Y) b. Variabel independen yaitu Kualitas Bahan Baku (X_1) dan <i>Good Manufacturing Practices</i> (X_2)	Objek penelitian, yaitu pada Ud. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo ..	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel bebas (kualitas bahan baku dan <i>good manufacturing practices</i>) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap	<i>UNEJ E-Proceeding</i> , 463–482.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				keunggulan bersaing.	
3.	Sibarani, H., & Alhazami, L. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan <i>Good Manufacturing Practices</i> Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Perusahaan PT. XYZ.	a. Variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing (Y) b. Variabel independen yaitu Kualitas Bahan Baku (X_1) dan <i>Good Manufacturing Practices</i> (X_2)	-Objek penelitian, yaitu pada PT XYZ	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas bahan baku dan <i>good manufacturing practices</i> terhadap keunggulan bersaing.	Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi, 1(2), 094–113. https://doi.org/10.55606/jurrie.v1i2.372
4.	Sentosa, E., & Trianti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Bahan Baku, <i>Good Manufacturing Practices</i> dan Kualitas Tenaga Kerja Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Delta Surya Energy di Bekasi.	a. Variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing (Y) b. Variabel independen yaitu Kualitas Bahan Baku (X_1) dan <i>Good Manufacturing Practices</i> (X_2)	-Tambahan variabel independen yaitu Kualitas Tenaga Kerja -Objek penelitian, yaitu PT Delta Surya Energy di Bekasi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas bahan baku, <i>good manufacturing practices</i> dan kualitas tenaga kerja secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.	<i>Jurnal Manajemen</i> , 13(2), 62–71. https://doi.org/10.47313/oikonomia.v13i2.506

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
5.	Dewi Pratiwi & Listya Sugyarti. (2022). Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan <i>Good Manufacturing Practices</i> Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada PT. Kurnia Dwimitra Sejati Bogor)	a. Variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing (Y) b. Variabel independen yaitu Kualitas Bahan Baku (X_1) dan <i>Good Manufacturing Practices</i> (X_2)	Objek penelitian, yaitu pada PT. Kurnia Dwimitra Sejati Bogor.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Bahan Baku dan <i>manufacturing practices</i> berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.	Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol.1, No.2
6.	Fandy, T. (2019). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Efisiensi Biaya Produksi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada CV. Granvile.	a. Variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing (Y) b. Variabel independen yaitu Kualitas Bahan Baku (X_1)	-Variabel independen yaitu Efisiensi Biaya Produksi. -Objek penelitian, yaitu pada CV. Granvile.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial Kualitas Bahan Baku dan Efisiensi Biaya Produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.	<i>Jurnal Ilmiah Akuntansi</i> , 10, 89–101.
7.	Wahyuni, G., & Efriyenti, D. (2021). Analisis Kualitas Bahan Baku Dan <i>Good Manufacturing Practices</i> Terhadap	a. Variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing (Y) b. Variabel independen	Objek Penelitian, yaitu pada PT Super Box Industries.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas	<i>Jurnal Akuntansi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis</i> , 5(2), 5–16.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Keunggulan Bersaing Pada PT Super Box Industries.	yaitu Kualitas Bahan Baku (X_1) dan <i>Good Manufactu ring Practices</i> (X_2)		bahan baku dan <i>good manufactur ing practices</i> berpengaruh signifikan terhadap tingkat keunggulan bersaing.	http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/902

2.3 Kerangka pemikiran

Menurut Rusdiana, (2014) Bahan baku adalah barang-barang yang dibeli untuk digunakan dalam proses produksi. Beberapa bahan baku didapatkan langsung dari sumber alam, sementara yang lain diperoleh dari perusahaan lain. Secara harfiah, kualitas adalah kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan. Dalam dunia bisnis, kualitas bisa menjadi alat yang sangat kuat untuk mempertahankan bisnis perusahaan. Bahan baku yang berkualitas tinggi biasanya memiliki karakteristik seperti kemurnian, kekonsistenan, dan kesesuaian dengan spesifikasi yang ditentukan, yang pada akhirnya berkontribusi pada kualitas akhir produk yang dihasilkan. Selain itu, kualitas merupakan salah satu faktor yang digunakan oleh konsumen untuk memutuskan pembelian suatu produk, di mana produk tersebut dapat dibandingkan dengan pesaingnya berdasarkan kualitasnya. Kualitas bahan baku yang baik dapat menjadi salah satu faktor kunci dalam menciptakan keunggulan bersaing. Bahan baku yang berkualitas tinggi dapat menghasilkan produk akhir yang lebih baik, memenuhi harapan pelanggan, dan membedakan perusahaan dari pesaingnya. Sebaliknya, bahan baku yang buruk dapat

mengakibatkan produk akhir yang rendah mutu dan menurunkan daya saing perusahaan (Hilary & Wibowo, (2021). Jadi, memperhatikan kualitas bahan baku merupakan strategi penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Dewi Pratiwi, Listya Sugiyarti (2022) menyatakan bahwa kualitas bahan baku berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Menurut (Daputra et al., 2022) Good Manufacturing Practices (GMP) adalah serangkaian pedoman dan prosedur yang diterapkan dalam proses produksi untuk memastikan bahwa produk dibuat secara konsisten dan dikendalikan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan. GMP mencakup aspek-aspek penting seperti kebersihan, peralatan, pengendalian proses, pelatihan karyawan, dan dokumentasi, yang semuanya bertujuan untuk mencegah kontaminasi, kesalahan, dan variabilitas dalam produk akhir. *Good Manufacturing Practices* (GMP) memiliki keterkaitan yang signifikan terhadap keunggulan bersaing suatu perusahaan. Dengan menerapkan GMP, perusahaan memastikan bahwa produk-produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas, keamanan, dan efektivitas yang tinggi. Penerapan praktik ini meminimalkan risiko kontaminasi, kesalahan produksi, dan produk cacat, yang tidak hanya mengurangi biaya produksi tetapi juga menghindari potensi penarikan kembali produk yang mahal. Produk yang konsisten dalam kualitas meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas dan citra merek di pasar. Selain itu, GMP membantu perusahaan mematuhi regulasi yang berlaku, menghindari sanksi hukum dan menjaga reputasi perusahaan. Dengan efisiensi operasional yang lebih baik dan kepastian dalam kualitas produk, perusahaan dapat berinovasi lebih efektif dan

responsif terhadap kebutuhan pasar. Secara keseluruhan, penerapan GMP tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga memberikan keunggulan strategis yang signifikan dalam persaingan pasar yang ketat. Dewi Pratiwi, Listya Sugiyarti (2022) menyatakan bahwa kualitas bahan baku dan *good manufacturing practice* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing

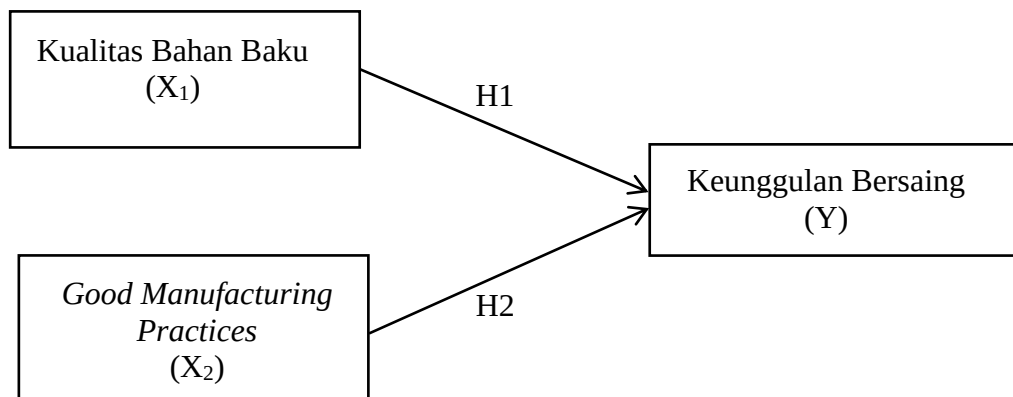
Dalam menghasilkan produk yang baik memerlukan pengolahan yang efektif dan melakukan proses yang efisien, supaya menghasilkan produk yang diinginkan yang sesuai dengan standar. Untuk setiap pengolahan produk yang baik sangat diperlukan manajemen dalam memproduksi produk yang terbaik. Oleh karena itu perusahaan harus mengetahui dasar yang kuat tentang manajemen operasi/ produksi.

Salah satu cara untuk menciptakan keunggulan bersaing adalah dengan kualitas bahan baku. Bahan baku merupakan barang-barang yang diperoleh untuk digunakan dalam proses produksi, beberapa bahan baku diperoleh secara langsung dari sumber-sumber alam. Bahan baku juga dapat diperoleh dari perusahaan lain (Herawati & Mulyani, 2016).

Perusahaan akan mencapai keunggulan bersaing apabila produk yang mereka produksi mampu menunjukkan kualitas terbaik. Pengembangan produk dan Standar kualitas yang dilakukan perusahaan tersebut memiliki peranan terhadap keunggulan bersaing. Dalam konteks operasional, perusahaan menitik beratkan pada konsep peningkatan kualitas dan eksistensi produk untuk memaksimalkan fungsi operasionalnya dalam perusahaan, dalam hal ini untuk mencapai keunggulan bersaing. Dalam hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erdi &

Haryanti (2022) mengatakan bahwa *Good Manufacturing Practices* (GMP) berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan pemaparan teori di atas maka gambar model pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan pada kerangka pemikiran di atas, maka dapat diambil suatu hipotesis sebagai berikut:

1. Kualitas Bahan Baku berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada pengusaha Bakso di Kota Tasikmalaya
2. *Good Manufacturing Practices* berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada pengusaha Bakso di Kota Tasikmalaya