

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Persaingan antar bidang usaha yang terjadi di era globalisasi adalah salah satu alasan utama terciptanya ragam produk, ragam fasilitas dan kualitas pelayanan yang disuguhkan para pengusaha bisnis kepada konsumen. Dalam melakukan persaingan, sebuah perusahaan ataupun seorang pemasar harus memiliki keunggulan bersaing untuk dapat terus bertahan pada produk yang mereka tawarkan pada konsumen serta kualitas pelayan yang baik.

Di era perdagangan bebas dewasa ini, perusahaan diuntut untuk menemukan dan membangun sistem manajemen yang mampu secara profesional meretensi pelanggannya. Untuk itulah perusahaan harus mampu memupuk keunggulan kompetitifnya masing-masing melalui upaya-upaya kreatif, inovatif, secara efisien sehingga menjadi pilihan dari banyak pelanggan yang pada gilirannya menjadi loyal.

Industri di Indonesia yang saat ini berkembang dari makanan dan minuman adalah industri di bidang rumah makan atau restoran. Pertumbuhan jumlah industri rumah makan di Indonesia ini disebabkan karena daya jual dan daya permintaan yang tinggi dari konsumen sehingga industri rumah makan ini berpengaruh besar terhadap karakteristik konsumen dalam memilih rumah makan yang akan di datangi.

Keunikan dari beragam karakteristik konsumen Indonesia menuntut industri jasa atau produk didalam negeri mengubah strategi atau konsep dari industri rumah

makan ini dengan disesuaikan keadaan persaingan saat ini, salah satunya di Kota Gorontalo yang merupakan alternatif tempat yang dijadikan sasaran wirausaha dan perusahaan untuk membuka bisnis kuliner. Salah satu industri rumah makan di Kota Gorontalo adalah Rumah Makan Tiara”. Persaingan industri rumah makan yang ada di kawasan Kota Gorontalo yang menyerupai “Rumah Makan Tiara” ini menjadikan pengelola rumah makan sadar bahwa persaingan pada industri ini semakin ketat, persaingan dengan berbagai strategi.

Pihak pengelola usaha harus benar-benar memikirkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan agar rumah makannya tetap bertahan meskipun banyak ancaman dari kompetitor dengan bidang usaha sejenis. Semakin banyak rumah makan membuat konsumen memiliki berbagai macam pilihan sesuai dengan keinginan mereka. Setiap rumah makan memiliki ciri khas yang berbeda-beda dari kualitas pelayanannya, penataan interior dan fasilitas-fasilitas yang digunakan. Pemilik harus mengetahui dengan saksama apa yang menjadi keinginan konsumen agar konsumen loyal.

Dalam persaingan memasarkan produk dengan tujuan menciptakan pelanggan, perusahaan perlu membangun strategi pemasaran yang baik. Strategi yang harus dilakukan dalam upaya mencapai target pemasaran dimulai dari dalam perusahaan, khususnya produk yang diciptakan oleh perusahaan.

**Tabel 1.1 Data Penjualan Rumah Makan Tiara bulan Januari - Desember 2020**

<b>Data Penjualan Tahun 2020</b>	
<b>Bulan</b>	<b>Pendapatan Bersih</b>
Januari	5.376.000
Februari	5.410.000
Maret	9.328.000
April	4.723.000
Mey	4.452.000
Juni	3.910.000
Juli	8.310.000
Agustus	13.525.000
September	10.055.000
Oktober	7.887.000
November	8.150.000
Desember	8.342.000

Sumber : Data Penjualan Rumah Makan Tiara tahun 2020

Dari tabel 1.1 di atas terlihat data penjualan rumah makan tiara di Kota Gorontalo dari bulan januari sampai dengan bulan desember tahun 2020 yang mengalami peningkatan dan penurunan yang cukup signifikan.

**Tabel 1.2 Daftar Harga Menu Makanan Rumah Makan Tiara Tahun 2020**

<b>RUMAH MAKAN TIARA</b> <b>Makanan</b>		
Nasi goreng pak eko 01 23.000	Kentang goreng 15.000	Bubur Ayam Bandung 10.000
Nasi goreng pak eko 02 15.000	Stick Goroho Original 10.000	Sorba (tanpa beras) 10.000
Mujair Bakar/Goreng 20.000	Stick Goroho Coklat 15.000	Kolak Ubi 10.000
Oci Bakar/Goreng 15.000	StickGorohoCoklat/Keju 15.000	Milu Siram 10.000
Lajang Bakar/Goreng 15.000	Roti Bakar Coklat/Keju 15.000	Sate ayam 15.000
Ayam geprek 15.000	Roti Bakar Coklat 10.000	Gado-Gado 15.000
Lalapan 15.000	Pisang Goreng 10.000	Nugget Pisang 15.000
Mie Ayam Pangsit 15.000	Batata Goreng Original 10.000	Soto Ayam 17.000
Mie Ayam BaksPangsit 18.000	Batata Goreng Coklat 15.000	Batata GorengCoklat/Keju15.000

Sumber : Data Daftar Harga Menu Makanan Rumah Makan Tiara tahun 2020

**Tabel 1.3Daftar Harga Menu Minuman Rumah Makan Tiara tahun 2020**

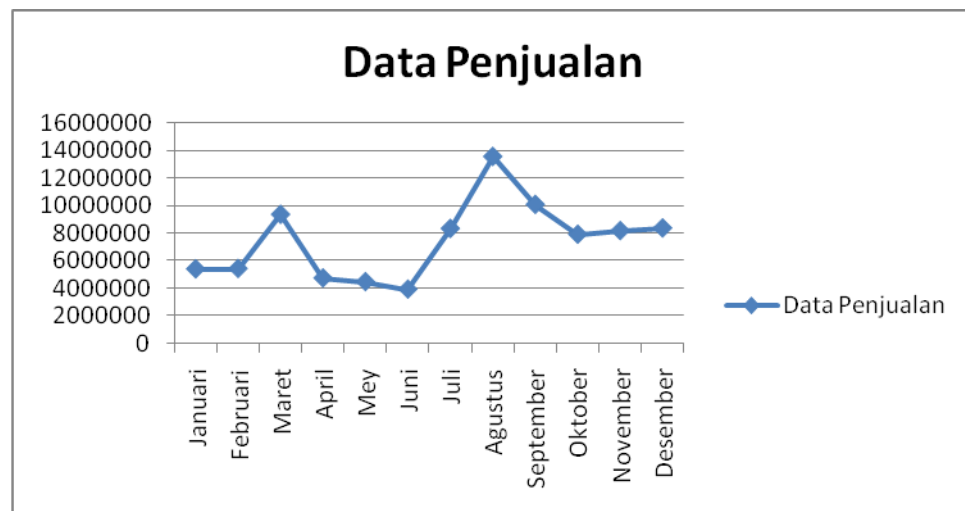
<b>RUMAH MAKAN TIARA</b> <b>Minuman/Jus</b>		
Jus Alpukat 17.000	Es Campur 15.000	Kopi Seduh 6.000
Jus Apel 15.000	Es Kacang Merah 15.000	Kopi Susu 7.000
Jus Semangka 15.000	Es Jeruk 10.000	Teh 5.000
Jus Buah Naga 15.000	Es The 5.000	Teh Susu 7.000
Jus Sirsak 15.000	Es Nutrisari 5.000	Milo 10.000
Jus Jeruk 15.000	Es Milo 10.000	Dancow 10.000
Jus Melon 15.000	Es Dancow 10.000	Cappuccino 10.000
Jus Nenas 15.000	Es Cappucino 10.000	Nutrisari 5.000
Jus Mix (2 Buah) 18.000	Air Mineral 5.000	Jeruk 10.000

Sumber : Data Daftar Harga Menu Minuman Rumah Makan Tiara tahun 2020

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. Ketchen (2009) mendefinisikan manajemen strategi sebagai analisis, keputusan, dan aksi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

Keunggulan kompetitif yang dimiliki suatu produk, mampu menjadi sebuah peluang usaha produktif dan menguntungkan. Jika suatu produk memiliki keunggulan tertentu yang berbeda dengan pesaingnya maka hal ini dapat menjadi nilai lebih bagi produk yang bersangkutan. Perusahaan harus melakukan sebuah strategi untuk memikat hati konsumen dan memenangkan persaingan. Salah satunya dengan menggunakan strategi diferensiasi. Strategi diferensiasi atau strategi pembeda adalah salah satu cara yang dapat diterapkan untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan kepadanya, sehingga perusahaan tidak kalah bersaing dengan perusahaan lainnya. Dengan diferensiasi, produk inovatif yang memenuhi kebutuhan konsumen dapat menjadi area dimana perusahaan memiliki keunggulan dibanding pesaing. Diferensiasi menjadi sebuah prinsip yang ditentukan perusahaan berdasarkan elemen-elemen spesifik yang dibangun oleh perusahaan. Strategi ini dapat membantu perusahaan yang ingin membawa bisnis mereka ke tingkat selanjutnya.

**Grafik 1.1 Data Penjualan Rumah Makan Tiara Januari-Desember 2020**



Sumber : Data Penjualan Rumah Makan Tiara tahun 2020

Dari grafik 1.1 di atas terlihat data penjualan dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember tahun 2020 mengalami peningkatan dan penurunan yang cukup signifikan.

Strategi diferensiasi adalah suatu strategi yang dapat memelihara loyalitas pelanggan dimana dengan menggunakan strategi diferensiasi, pelanggan mendapat nilai lebih dibandingkan dengan produk lainnya (Tampi, 2016:70). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan strategi diferensiasi produk. Diferensiasi produk dapat menjadi solusi perusahaan dalam memenangkan persaingan dan juga mengatasi kejenuhan pasar.

Diferensiasi produk sangat penting bagi strategi produk perusahaan. Tanpa diferensiasi produk, produk perusahaan hanya akan menjadi komoditi. Artinya produk tersebut tidak berbeda jauh dengan produk yang lain, alias produk rata-rata. Umumnya diferensiasi produk akan mengakibatkan konsumen merasa puas terhadap produk yang di tawarkan, kemudian di harapkan konsumen tersebut akan

melakukan pembelian lagi, namun jika konsumen tidak merasa puas, konsumen tersebut akan berhenti untuk membeli produk tersebut. Melihat pentingnya diferensiasi produk mendorong peneliti untuk melakukan kajian tentang diferensiasi produk. Diferensiasi muncul juga dapat dikarenakan tingkat persaingan yang tinggi. Selain itu, para pelaku bisnis menggunakan strategi diferensiasi semata-mata hanya untuk mementingkan dan memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Banyaknya produk-produk yang ditawarkan para pesaing mengharuskan perusahaan untuk memberikan sesuatu yang beda yang bisa dijual di masyarakat sehingga bisa menarik pelanggan baru. Bukan hanya itu, perusahaan juga harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik yang bisa diberikan sebuah rumah makan kepada pelanggannya sehingga loyalitas pelanggan yang sudah ada bisa menjadi suatu keunggulan pada perusahaan. Dalam penelitiannya (Ramadhani, et al., 2013) menyatakan bahwa jika suatu perusahaan mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen maka hal tersebut akan mampu meningkatkan daya saing dari perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu faktor yang menentukan dalam pemilihan produk dan jasa yang dapat memuaskan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan produk/jasa dan memuaskan konsumen, kemauan untuk memberikan pelayanan dengan cepat, keterampilan para karyawan, kemampuan komunikasi yang baik dari pelayan, keinginan

memahami kebutuhan pelanggan, fasilitas fisik dan penyediaan perlengkapan dan sarana lainnya. Jika beberapa aspek di atas dapat dipenuhi maka hal tersebut akan mampu meningkatkan daya saing dari perusahaan rumah makan tersebut.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan (dalam hal ini Rumah Makan Tiara). Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan keunggulan bersaing dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Penelitian ini sebelumnya sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan variabel independen yang berbeda-beda. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Wulan Wilar, dkk/ 2017), dengan judul penelitian pengaruh strategi diferensiasi produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap keunggulan bersaing pada bank asia Tbk. kantor cabang utama manado. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel bebas (independen) yang di gunakan. Selain itu juga, perbedaan paling mendasar yaitu perbedaan pada studi kasus dan periode penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel diferensiasi produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (independen) dengan mengambil studi kasus pada Rumah Makan Tiara di Kota Gorontalo dan dilakukan pada tahun 2021.



Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wulan Wilar, dkk /2017 dengan judul "Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas layanan, dan Citra Merek terhadap Keunggulan Bersaing pada Bank Central Asia, Tbk. Kantor Cabang Utama Manado" hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Diferensiasi Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan baik itu parsial maupun simultan terhadap Keunggulan Bersaing. Sedangkan untuk variabel Citra Merek secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Untuk itu, perusahaan harus mempertahankan Diferensiasi Produk dan Kualitas Layanan yang ada agar unggul dalam bersaing

Berdasarkan bentuk uraian di atas penulis mengangkat permasalahan dalam judul proposal yaitu : **"Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing pada Rumah Makan Tiara di Kota Gorontalo"**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas yang telah diuraikan, diperoleh beberapa permasalahan yang dapat di identifikasikan, antara lain :

1. Banyaknya pesaing sejenis yang sama dengan Rumah Makan Tiara sehingga perusahaan di tuntut untuk memiliki strategi yang tepat agar dapat terus bersaing.
2. Semakin bertambahnya jumlah industri rumah makan yang membuat konsumen memiliki berbagai macam pilihan yang sesuai dengan keinginan mereka

3. Berbagai bentuk penawaran seperti menu dan fasilitas antara rumah makan yang satu dengan rumah makan yang lain adalah sama dan bentuk kualitas pelayanan seperti itu mudah ditiru.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang hendak di angkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah strategi diferensiasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada rumah makan tiara di kota gorontalo ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada rumah makan tiara di kota gorontalo?
3. Apakah strategi diferensiasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada rumah makan tiara di kota gorontalo ?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan utama dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing pada rumah makan tiara di kota gorontalo.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada rumah makan tiara di kota gorontalo.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada rumah makan tiara di kota gorontalo.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak baik secara praktis maupun secara teoritis.

### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Peneliti dapat mengembangkan pengetahuan dan menambah wawasan mengenai masalah yang diteliti. Juga sebagai latihan dan pengalaman dalam mempraktekkan teori yang diterima di bangku kuliah.

### **1.5.2 Manfaat Teoritis**

Keunggulan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai bahan informasi dan pengetahuan yang dapat dijadikan sumbangan pemikiran bagi Jurusan Manajemen terutama tentang pengaruh strategi diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini bisa dijadikan tolak ukur Jurusan Manajemen dalam meningkatkan daya saing perusahaan.