



Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Burger Mac

Agnes Aprilia¹, Oktavianur²,

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bandar Lampung, Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No.26, Labuhan Ratu, Kedaton, 35142, Bandar Lampung, Indonesia

Email Corresponding author. otavianur@ubl.ac.id ; agnes.18125013@student.ubl.ac.id

ARTICLE INFO

Article history
Received :
Accepted :
Published :

Kata Kunci:

Keunggulan Bersaing;
Inovasi Produk

Keyword:

Competitive Advantage;
Product Innovation

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Burger.Mac. Kemampuan menciptakan inovasi produk merupakan sumber daya saing strategis yang sangat penting untuk membangun keunggulan bersaing. Oleh karena itu, terdapat hubungan positif yang signifikan antara inovasi produk dengan keunggulan bersaing. Sampel Yang diambil dalam Penelitian Ini Adalah 55 konsumen. Metode pengujian dan analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS. Dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi linier Sederhana, penelitian Ini menunjukkan dampak inovasi produk terhadap keunggulan kompetitif. Akibatnya, dampak inovasi produk terhadap keunggulan bersaing adalah 51,5% , sedangkan sisanya 48,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing Burger.Mac.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product innovation on competitive advantage at Burger.Mac. The ability to create product innovation is a very important and strategic source of competitiveness in building competitive advantage. So, there is a significant positive relationship between product innovation and competitive advantage. The samples taken in this study were 55 consumers. The test method and data analysis used SPSS. The study was conducted using a simple linear regression equation, this study shows the effect of product innovation on competitive advantage. With the result that product innovation on competitive advantage is 51.5% while the remaining 48.5% is Influenced by other variables not examined in this study. The results of this study indicate that product innovation has a significant influence on the competitive advantage of Burger.Mac.

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan kegiatan usaha yang memerlukan keterampilan untuk melakukan pekerjaan, kecuali modal kerjanya yang relatif kecil, namun tanpa keinginan yang kuat untuk berusaha tentu tidak mungkin berhasil, seorang pelaku usaha harus kreatif dan Cara-cara inovatif untuk mensukseskan kegiatan bisnis mereka, terutama di era globalisasi saat ini, di mana pasar terus berkembang dan berubah secara dinamis. Tanpa pelaku usaha yang berpikir kreatif dan inovatif, para pelaku usaha tersebut

dipastikan akan menjadi pengusaha yang suram atau gagal. Tidak hanya perusahaan besar yang membutuhkan produk inovatif, namun semua pelaku bisnis perlu berinovasi. Apalagi di zaman sekarang ini dengan kecanggihan teknologi yang semakin meningkat, sehingga memudahkan kita untuk mengikuti trend yang ada. Milenial kini lebih tertarik menggunakan atau mengonsumsi produk yang diterima dengan baik oleh konsumen, terutama di industri makanan. Banyak yang tertarik menggunakan makanan cepat saji, karena waktu pemesanan yang singkat, pelayanan yang baik, rasa, serta mutu yang ditawarkan oleh perusahaan menarik minat konsumen untuk membeli.

Namun menggunakan adanya perubahan gaya hidup serta sikap konsumsi warga pada kehidupan sehari-hari makin mengestimasi minat warga untuk mengonsumsi makanan cepat saji. Taraf kesibukan dan aktivitas yang dilakukan sehari-hari mengakibatkan pergeseran gaya hidup masyarakat semakin modern dengan menentukan sesuatu yang serba instan. Perubahan gaya hayati ini semakin dimanfaatkan sang perusahaan-perusahaan yang memberikan produk kuliner cepat saji menjadi peluang mereka untuk berinovasi. Salah satu kuliner cepat saji yang paling banyak diminati ialah Burger. Burger merupakan kuliner yang berasal dari benua Eropa yang disajikan untuk sarapan atau makan siang, burger terdiri dari roti tebal bundar yang pada belah 2, kemudian dimasukkan aneka saus biasanya saus mayonaisse, selada, keju serta daging. Bahan standar utama merupakan daging giling yang dicetak bulat pipih serta roti. Daging yang dipakai hendaklah berkualitas baik, tanpa lemak dan masih segar atau beku. Tapi dengan seiring berjalannya saat ini banyak wirausaha burger yang mengganti dagingnya menggunakan aneka ciptaan mirip perkedel kentang atau jamur. Menggunakan inovasi ini bisa juga dianggap burger vegetarian. Keunggulan Burger Perkedel ini untuk menciptakan kuliner cepat saji sehat berupa burger yang menggunakan perkedel kentang serta jamur sebagai pengganti daging yang biasanya dipergunakan. Menggunakan harga yang terjangkau namun tetap memiliki kualitas mutu gizi yang baik.

KAJIAN LITERATUR

Wahyono pada Roring serta Soegoto (2014:1229) menyatakan bahwa penemuan yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan ialah kebutuhan dasar yang pada gilirannya akan menunjuk di terciptanya keunggulan kompetitif. Secara konvensional, istilah penemuan dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan menggunakan produk-produk baru.

Bharadwaj et al., dalam penelitian Sugiyarti (2016:115) mengungkapkan bahwa keunggulan bersaing ialah hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan aneka macam sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan aset yang unik dilihat menjadi sumber asal keunggulan bersaing. Keahlian unik merupakan kemampuan perusahaan untuk berakibat para karyawannya sebagai bagian krusial pada mencapai keunggulan bersaing.

Kemampuan perusahaan dalam menyebarkan keahlian para karyawannya menggunakan baik akan menjadikan perusahaan tadi unggul dan penerapan seni manajemen yang berbasis sumber daya manusia akan sulit untuk diiru oleh para pesaingnya. Sedangkan aset atau sumber daya unik artinya sumber daya nyata yang dibutuhkan perusahaan guna menjalankan taktik bersaing. Ke-2 sumber daya ini harus diarahkan guna mendukung penciptaan kinerja perusahaan yang berbiaya rendah serta memiliki perbedaan dengan perusahaan lain.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memberikan survey pada para konsumen Burger.Mac. dengan jumlah responden sebesar 49 orang. Teknik analisis data yang digunakan merupakan analisis deskriptif serta analisis regresi linear sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 1. Ciri-ciri responden sesuai usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase
1	19-21	30	61,22%
2	22-24	15	30,61%
3	25-27	3	6,13%
4	>27	2	2,04%
Jumlah		49	100%

Sumber: data diolah

Tabel 1 mendeskripsikan bahwa berasal 49 responden ada 30 orang berusia 19-21 tahun (61,22%), 15 Orang berusia 22-24 tahun (30,61%), 3 orang berusia 25-27 tahun (6,13%), serta 2 orang berusia >27 tahun (2,04%). dapat dilihat bahwa pembeli Burger.Mac didominasi usia 19-21 tahun.

Tabel 2. karakteristik Responden sesuai Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Laki - Laki	21	42,86%
Perempuan	28	57,14%
Total	49	100%

Sumber : Data Diolah

Tabel 2 menggambarkan bahwa asal 49 responden terdapat 21 orang respondent berjenis kelamin (42,86%) serta 28 orang respondent berjenis kelamin wanita (57,14%). dapat dicermati bahwa pembeli Burger.Mac didominasi oleh perempuan.

Tabel 3 ciri-ciri Responden sesuai dengan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	35	71,43%
PNS	7	14,29%
Wiraswasta	4	8,16%
Lainnya	3	6,12%
Total	49	100%

Sumber : Data Diolah

Tabel 3 mendeskripsikan bahwa berasal 49 responden terdapat 35 orang responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa (71,43%), 7 orang responden berprofesi sebagai PNS (14,29%), 4 orang lagi berprofesi menjadi wiraswasta (8,16%) serta tiga orang berprofesi menjadi lainnya (6,12%). dapat dipandang bahwa pembeli Burger.Mac didominasi berprofesi menjadi pelajar atau mahasiswa.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$), sehingga diperoleh angka korelasi tabel (r tabel) sebesar 0,456.

Tabel 4. Uji validitas variable x

Item Pertanyaan	RHitung	RTabel	Keterangan
X.1	0,474	0,281	Valid
X.2	0,599	0,281	Valid
X.3	0,599	0,281	Valid
X.4	0,784	0,281	Valid
X.5	0,695	0,281	Valid
X.6	0,665	0,281	Valid
X.7	0,765	0,281	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan yang akan terjadi pengujian di tabel 4 setiap pernyataan membentuk kuisisioner hubungan r hitung yang lebih besar r tabel. dengan kata lain instrumen penelitian yang berjumlah 7 pernyataan untuk penemuan Produk (X) dievaluasi semua butir pernyataan artinya valid.

Tabel 5 Uji Validitas variable Y

Item Pertanyaan	RHitung	RTabel	Keterangan
Y.1	0,569	0,281	Valid
Y.2	0,721	0,281	Valid
Y.3	0,757	0,281	Valid
Y.4	0,767	0,281	Valid
Y.5	0,697	0,281	Valid
Y.6	0,786	0,281	Valid
Y.7	0,747	0,281	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan akibat pengujian di table lima setiap pernyataan menghasilkan kuisisioner korelasi r hitung yg lebih akbar r tabel. dengan istilah lain instrumen penelitian yang berjumlah 7 pernyataan buat Keunggulan Bersaing (Y) dinilai semua buah pernyataan merupakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini memakai metode Cronbach Alpha. yang akan terjadi uji reliabilitas berasal penelitian ini, yaitu :

Table 6. Uji reliabilitas variable x

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	7

Sumber : Hasil olah data SPSS 20

Tabel 7. Uji reliabilitas variable Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	7

Sumber : Hasil olah data SPSS 20

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan buat mengetahui apakah data yg diperoleh berdistribusi normal atau tidak normal. buat lebih memastikan data tadi berdistribusi normal atau tidaknya, perlu dilakukan uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.

Tabel 8. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		49
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	2.40332408
Most Extreme Differences	Absolute	.139
	Positive	.090
	Negative	-.139
Kolmogorov-Smirnov Z		.970
Asymp. Sig. (2-tailed)		.304

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,304 > 0.05, sebagai akibatnya dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Parsial (Uji t)

Berikut ini merupakan tabel dari uji t :

Table 9 Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.135	3.575		1.436	.158
1 Inovasi Produk (X)	.816	.116	.718	7.063	.000

a. Dependent Variable: Inovasi Produk (X)

Sumber : Hasil olah data SPSS 20

Dari hasil perhitungan data di tabel diatas, penemuan Produk berpengaruh signifikan karena Thitung 7,063 > Ttabel dua,011. dan signifikan yang dihasilkan 0,00 < 0,05. Hal ini berarti variabel penemuan Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan Bersaing.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Table 10. analisis regresi linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.135	3.575		1.436	.158
1 Inovasi Produk (X)	.816	.116	.718	7.063	.000

a. Dependent Variable: Inovasi Produk (X)

Sumber : Hasil olah data SPSS 20

Sesuai tabel 10, persamaan regresi dapat diperoleh dari Unstandardized Coefficients, dimana koefisien konstanta terbesar lima,135 dengan standar error 3,575 kemudian variabel penemuan Produk mempunyai koefisien sebesar 0,816 menggunakan baku error 0,116 sehingga model regresi yang terbentuk menjadi berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 9,049 + 0,769X + e$$

keterangan:

- a : Konstanta
- bX : Koefisien regresi variabel X (inovasi Produk)
- e : error

Asal persamaan regresi diatas dapat pada uraikan menjadi berikut:

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar lima,135. Hal ini berarti Bila semua variabel bebas memiliki nol (0) maka nilai variabel terikat (Keunggulan Bersaing) sebesar 5,135.
- penemuan Produk (X) terhadap Keunggulan Bersaing (Y). Nilai variabel penemuan Produk 0,816. Hal ini berarti setiap kenaikan penemuan Produk satu satuan maka variabel Keunggulan Bersaing (Y) akan naik sebanyak 0,819 dengan perkiraan bahwa variabel bebas yg lain dari model regresi ialah permanen.

Uji Koefisien determinasi R²

Table 11 hasil uji koefisien determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.515	.505	2.429

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk (X)

Sumber : Hasil olah data SPSS 20

Nilai R Square yaitu sebanyak 0,515. yang akan terjadi ini memberikan bahwa 51,5 % variabel penemuan Produk(X) berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing (Y) pada usaha Burger.Mac. Sedangkan sisanya 48,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tak dimasukkan pada penelitian ini. Akibat pengujian yg dilakukan sesuai kuesioner yg diisi sang para responden yang menyatakan penemuan Produk pada perjuangan Burger.Mac tercipta hasil tabel diperoleh nilai thitung pada tabel 4.11 buat variabel penemuan Produk sebanyak 7,063 menggunakan nilai signifikan sebesar $0,00 < 0,05$ serta nilai koefisien penemuan Produk positif 0,816 yang menyatakan bahwa penemuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing berarti dapat diterima. Penemuan produk merupakan menciptakan produk baru yang bisa memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen sehingga timbul minat beli terhadap produk tadi, yang diharapkan bisa direalisasikan melalui keputusan pembelian. penemuan poduk wajib bisa membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yg cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan penemuan produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yg mendukung. Disamping itu keberhasilan penemuan yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus serta bukan terlaksana secara insidental. Inovasi akan berimbang pada keunggulan bersaing suatu perusahaan. Perusahaan yang melakukan inovasi secara rutin akan mampu menaikkan keunggulan bersaing menggunakan pesaing. Kemampuan pada membentuk penemuan produk ialah sumber daya saing yg sangat penting serta strategis dalam menciptakan keunggulan bersaing. Jadi, ada korelasi positif yg signifikan antara penemuan produk menggunakan keunggulan bersaing.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis serta pembahasan tentang impak penemuan produk terhadap keunggulan bersaing dapat dikemukakan kesimpulan bahwa penemuan produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. adalah semakin banyak atau sering penemuan produk yang dilakukan sang pengusaha Burger.Mac, maka keunggulan bersaing yg dimiliki akan semakin besar . Disaat sebuah perusahaan sering melakukan inovasi produk, ketertarikan konsumen akan semakin tinggi. Kejenuhan mereka terhadap produk yg itu – itu saja serta hamper seragam dijual diberberapa tempat lainnya hilang. Semakin banyaknya konsumen, maka menandakan bahwa perusahaan itu lebih baik dan diminati daripada perusahaan lain, menggunakan istilah lain keunggulan bersaing perusahaan itu lebih akbar daripada pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Putri, N. I. A. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, *Word of Mouth*, dan *Mobile Marketing* terhadap *Brand Awareness* (Studi pada Konsumen Burger dan Roti Kane Cabang Kepuh Jl. Raya Ngijo No. 25 Kepuharjo, Kecamatan Karang Ploso Kabupaten Malang)
- Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi, dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*.
- Sukarmen, P. (2013). Analisis Pengaruh Inovasi Produk terhadap Konsumen dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening pada Produk Gula Pasir Sebelas (GULAPAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara (Persero). Thesis. Universitas Jember.
- Tamamudin. (2012). Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamima). *Jurnal Penelitian*, 9 (2), 283-300.
- Suryani, T. (2008) *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler. P., & Armstrong. G. (2016). *Principle of Marketing (16th ed.) North Carolina: Pearson Education Limited*