

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kompetisi bisnis di dunia ini memang tidak dapat dihindarkan, untuk semua usaha yang diperlukan perusahaan harus mengerti, tau apa yang sedang terjadi di pasar tersebut, apa keinginan konsumen dan mengerti akan iklim perubahan bisnis supaya bisa bersaing dengan pesaing lain. Oleh karena itu, upaya apa untuk memahami dan bagaimana cara mengelola berbagai sumber daya yang dimiliki untuk memenangkan persaingan dan menciptakan keunggulan kompetitif harus selalu dibuat.

Persiapan produk baru dalam menghadapi persaingan dari saingan adalah salah satu cara untuk memenangkan persaingan melalui inovasi produk. Inovasi berarti mengamati konsumen untuk menemukan dan memuaskan pelanggan dengan menyediakan produk-produk baru, menciptakan inovasi untuk memiliki posisi strategis di pasar dan menahan serangan dari pesaing dengan tujuan utama untuk memenuhi permintaan pasar. Akibatnya, dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif untuk bisnis. Karena itu, perusahaan diharapkan untuk memberikan pemikiran, ide, dan produk baru yang berinovatif.

Ini menjadi nilai yang diciptakan dari bisnis untuk dapat terus digunakan oleh pelanggan dalam bentuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk memenuhi permintaan dan keluhan pelanggan tentang kualitas produk, kebutuhan pelanggan, pengadaan pasar baru dan keberadaan inovasi produk yang berkelanjutan.

Selain strategi inovasi produk, faktor lokasi mungkin juga mempengaruhi keunggulan kompetitif dalam Pasar UMKM vegetarian, terutama dalam hal aksesibilitas. Kedekatan dengan pasar adalah hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam memilih lokasi.

*Market Driving* dapat mendorong bisnis pasar UMKM vegetarian untuk mengejar inovasi tinggi untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keunggulan kompetitif berkelanjutan adalah nilai yang diciptakan oleh perusahaan untuk pelanggannya, secara terus menerus. Keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dapat dilihat dari keakuratan perusahaan di pasar untuk menyediakan produk dalam menanggapi permintaan konsumen dan keluhan kualitas produk, kebutuhan pelanggan, pengadaan pasar baru dan inovasi produk.

Karena munculnya persaingan di dunia bisnis, pemilik pasar UMKM vegetarian dituntut untuk selalu mengetahui dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang diinginkan konsumen, serta perubahan dalam lingkungan bisnis, sehingga mampu bersaing dengan pasar non-vegetarian lainnya.

Terkait dengan pemasaran kuliner nabati di kota Batam oleh karena itu, upaya perlu dilakukan untuk pengembangan produk dengan melakukan penelitian yang berkaitan dengan keunggulan kompetitif berkelanjutan melalui inovasi dan produk *market driving* untuk masyarakat terutama pada pasar UMKM vegetarian di kota Batam. Menurut W. Kuncoro. W.O. Suriani (2017) dibutuhkan lokasi penelitian yang lebih luas untuk penelitian di masa depan terkait penelitian untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan melalui Inovasi Produk dan *Market Driving*.

## **1.2. Rumusan masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah produk inovasi dapat berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif yang berkelanjutan?
2. Apakah produk inovasi berpengaruh positif pada market driving?
3. Apakah *market driving* berpengaruh positif pada keunggulan kompetitif berkelanjutan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji hubungan antara inovasi produk dan keunggulan kompetitif berkelanjutan
2. Untuk menguji hubungan antara inovasi produk dan *market driving*
3. Untuk menguji hubungan antara *market driving* dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan

### **1.4. Manfaat penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, diharapkan penelitian dapat bermanfaat bagi :

1. Perusahaan

Dalam memberikan informasi dan gambaran kepada pengusaha untuk mengidentifikasi dan menganalisa strategi untuk berkompetitif berkelanjutan.

2. Akademis

Mengembangkan ilmu pengetahuan dan ide untuk pengembangan dalam berinovasi agar dapat bersaing dengan kompetitif lain.