

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Persaingan Bisnis harus menggunakan berbagai strategi, termasuk bersaing berdasarkan kinerja strategi pemasarannya, agar dapat mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis global saat ini, yang mengharuskan mereka mampu bertindak dan berperilaku secara tepat dan cepat untuk mengatasi persaingan bisnis yang dinamis dan tidak pasti.<sup>1</sup>

Manusia kini menjalani kehidupan yang lebih aktif, produktif, dan efisien sebagai hasil dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan zaman dan memenuhi permintaan konsumen agar dapat mematuhi. Kekhasan ini menuntut para pelaku bisnis untuk dapat meningkatkan, misalnya, merombak barang-barang lama dan mengembangkan barang-barang baru sehingga orang-orang perlu membeli barang-barang tersebut. Persaingan yang begitu ketat agar tidak kalah bersaing dengan kompetitor lain, perusahaan perlu memiliki strategi yang tepat untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai jual tinggi dan berdaya saing. Untuk berinovasi dan menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, penting untuk memanfaatkan sumber daya perusahaan.<sup>2</sup>

Persaingan produk yang ketat maka dari itu Agar produk mereka dapat bersaing dengan produk pesaing, pengusaha harus memiliki konsep yang

---

<sup>1</sup> Eka Ardianto, *Mengelola Aktiva Merk, Sebuah Pendekatan Strategis, Forum Manajemen* (Jakarta: Prasetiya Mulya, 2017).

<sup>2</sup> Endang Sulistiya Rini, *Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan*, *Jurnal Ekonom*, Vol. 16 No. 1, (2013), 30

orisinal dan kreatif. Perusahaan akan lebih mudah mencapai tujuan yang diinginkan dengan strategi dan perencanaan yang efektif. Pengusaha menggunakan inovasi produk sebagai salah satu cara untuk meningkatkan laba. Hal ini diperlukan bagi bisnis untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan memperoleh keunggulan kompetitif, dan keberhasilan inovasi harus berkelanjutan

Menurut Steve Kensing yang dikutip oleh Aang Curatman, melalui inovasi perusahaan dapat membuat barang yang benar-benar baru atau unik dibandingkan dengan barang yang telah dibuat, atau memproduksi barang yang merupakan peningkatan dari barang yang sudah ada. Pelanggan tertarik dengan harga dan fungsi suatu produk saat menggunakannya, tetapi mereka juga ingin mengetahui apakah produk tersebut memiliki fitur khusus atau keunggulan dibandingkan produk serupa lainnya.<sup>3</sup> Berikut adalah data usaha rumah makan cepat saji yang ada di kota Kediri:

Adanya inovasi produk berdampak pada peningkatan penjualan. Penciptaan dan promosi produk yang telah mengalami desain ulang atau peningkatan yang signifikan disebut sebagai inovasi produk. Menurut Susanto, pengembangan barang dapat dianggap sebagai pemanfaatan pragmatis dari suatu pemikiran dalam barang atau siklus lain. Salah satu makna pengembangan yang diakui secara luas adalah penyajian sesuatu yang benar-benar baru.

---

<sup>3</sup> Aang Curatman, Rahmadi, *Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UMKM Makanan dan Minuman di Wilayah Hajarmukti Kota Cirebon*, Jurnal Logika, Vol XVIII, No 3, Desember 2016.

Sesuatu itu mungkin merupakan layanan baru, produk baru, prosedur baru, atau bahkan peningkatan kecil pada sesuatu yang sudah ada. Namun, ketika orang berbicara tentang inovasi dalam praktik, mereka biasanya merujuk pada produk baru atau yang telah ditingkatkan.<sup>4</sup>

**Tabel 1.1**

**Beberapa Daftar Data Usaha Rumah Makan Cepat Saji Tahun 2024**

No	Nama Usaha	Alamat	Rating	Ulasan
1	Burger King	Kediri Mall, Jl. Hayam Wuruk No.46, Dandangan, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur	4,7 Bintang	2.859 Ulasan
2	McDonal's	Kediri Mall Jl. Hayam Wuruk No.46, Dandangan, Kec. Kota Kediri, Kota Kediri, Jawa Timur	4,5 Bintang	5.154 Ulasan
3	KFC Dhoho Plaza Kediri	Dhoho Plaza Lantai Dasar, Jl. Brigadir Jenderal Katamso No.1 A, Kampung Dalem, Kp. Dalem, Kec. Kota Kediri, Kediri, Jawa Timur	4,4 Bintang	2.933 Ulasan

Sumber : Hasil Observasi Google Maps

Dari pemaparan tiga data usaha rumah makan cepat saji yang ada di kota kediri, dilihat berdasarkan dari ulasan google maps dan observasi wawancara terhadap informan pelanggan, peneliti memilih tiga usaha rumah makan cepat saji meliputi Burger King Kediri Mall, Mc'Donalds Kediri Mall, KFC Dhoho

<sup>4</sup> Mahzura, T. A. S, *Pemanfaatan E-Commerce dalam Peningkatan Penjualan pada Buger Sei Putih Kota Medan. Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, Vol. 2, No. 1, (2020) 65–80. <https://doi.org/10.34012/jebim.v2i1.1178>

Plaza Kediri sebagai data perbandingan yang ada di Kota Kediri sebagai berikut:

**Tabel 1.2**

**Perbandingan Burger King Kediri Mall,**

**Mc'Donalds Kediri Mall, KFC Dhoho Plaza Kediri Tahun 2024**

No	Kategori	Burger king Kediri Mall	Mc'Donalds Kediri Mall	KFC Dhoho Plaza Kediri
1	Produk	Varian topping 15 varian bugger. Ada menu selain bugger (ayam sambal terasi, ayam spicy, ayam bumbu madura, ayam saus kari, fries, chocopie, sundae, dessert Nutella, beverages)	Varian topping 10 varian bugger. Ada menu selain bugger (ALC ayam opor trasi, fries, banana mcflurry, chicken snack wrap, minuman hangat dan dingin)	Varian topping 5 varian bugger. Ada menu lainnya selain bugger (twisty, French fries, prekedel, puff, pudding, oriental don, minuman hangat dan dingin)
2	Harga	Harga mulai dari 23.000	Harga mulai 25.000	Harga mulai 25.000
3	Pemesanan	Melayani dine in, take away, shopee food, grabfood, gofood	Melayani dine in, take away, gofood	melayani dine in, take away, grabfood, gofood
4	Tempat	Outlet terletak di mall lantai 1, Tengah kota pinggir jalan raya. Ada tempat indoor dan outdoor	Outlet terletak di mall lantai 1, dipertengahan kota, pinggir jalan raya, ada tempat indoor dan outdoor	Outlet terletak pada di dhoho plaza kediri lantai 1, tempat indoor

--	--	--	--	--

Sumber : Hasil Observasi

Dari tabel diatas terdapat perbedaan dari hasil observasi pada makanan cepat saji antara bugger king, mc'donalds dan kfc, perbedaan yang paling menonjol pada inovasi produk yang dilakukan oleh bugger king berupa inovasi pada jenis makanan, sedangkan pada Mc'donalds dan KFC inovasi menu yang berupa minuman. Dalam inovasi produknya bugger king secara rutin berinovasi produknya setiap 3 bulan sekali mengikuti trend makanan pada Masyarakat yang diketahui oleh pihak Burger King melalui *Guest Question*, Peneliti tertarik memilih bugger king sebagai objek penelitian karena memiliki kelebihan pada inovasi makanan yang dilakukan secara berkala dibanding dengan para pesaingnya (mc'donalds dan kfc).

Bugger king adalah rumah makan cepat saji yang berada di Kediri Mall lantai 1, Jl. Hayam Wuruk No.46, Dandangan, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur. Bugger king berdiri di kota kediri sejak 2018 yang menu utamanya berupa bugger yang merupakan jenis makanan junk food atau makanan cepat saji, dengan adanya inovasi produknya menambah menu makanan seperti ayam spicy, ayam sambal terasi, ayam bumbu madura, ayam saus kari, yang merupakan makanan khas daerah tertentu yang dipaduan dengan ciri khas produk Burger King.

Keunikan yang ada di Burger King adalah dari strategi inovasi produk dengan melokalisasi budaya lokal untuk diangkat ke produk mereka, upaya

pemasarannya untuk melayani berbagai pasar dan preferensi budaya dalam penciptaan produk baru maupun pengembangan inovasi produk yang sudah ada, inovasi yang dilakukan Burger King menyesuaikan dengan budaya konsumsi lokal agar selaras dengan selera lokal, memastikan bahwa produknya tetap relevan dan menarik bagi konsumen masyarakat lokal.

Dalam menciptakan inovasi produk yang sesuai dengan preferensi lokal, Burger King hadir secara langsung menyambut para customernya untuk melakukan pendekatan dengan konsumennya, mereka melakukan guest question setiap minggunya guna menemukan preferensi lokal yang diminati oleh customernya. Dengan hadirnya guest question tersebut Burger King dapat menemukan preferensi lokal yang ada dan melokalisasikan ke dalam bentuk produknya.

Manajer Burger King mengungkapkan bahwa semakin meledaknya usaha kuliner yang muncul, Burger King didorong untuk selalau melakukan strategi inovasi dengan cara yang unik agar mampu bersaing dalam industri makanan, strategi inovasi yang dilakukan belum tentu mendapatkan keberhasilan, maka dari itu untuk meminimalisir kerugian perusahaan, maka dari itu untuk melakukan strategi inovasi produk diperlukannya ide-ide atau penemuan penemuan yang bisa diterima oleh masyarakat.

Berikut dapat dilihat dari tabel data penjualan Burger King pada tahun 2023-2024 berdasarkan temuan maupun wawancara observasi bersama Pak Iwanda selaku Manager Burger King Kediri Mall sebelum inovasi Produk dan

sesuadaha Dilakukannya Inovasi produk:

**Tabel 1.3**

**Data Penjualan Burger King Kediri Mall Tahun 2023-2024**

Bln	Sebelum Inovasi produk 2023			Sesudah Inovasi Produk 2024		
	<i>Dine In</i>	<i>Delivery Order</i>	Total	<i>Dine In</i>	<i>Delivery Order</i>	Total
1	4.906	647	5.553	5.036	2.513	7.549
2	3.111	545	3.656	2.365	2.344	4.709
3	2.796	473	3.269	5.040	2.105	7.145
4	5.309	875	6.185	7.379	2.874	10.253
5	3.385	640	4.025	4.661	1.971	6.632
6	3.710	659	4.369	4.792	2.326	7.118

**Sumber : Hasil Observasi Burger King Kediri Mall**

Berdasarkan dari data yang sudah dipaparkan, penjualan pada tabel 1.3 bahwa adanya peningkatan jumlah setiap item yang terjual dari data tahun 2023 dan tahun 2024. Menurut iwanda manager Burger King dengan adanya inovasi produk yang dilakukan dapat meningkatkan penjualan pada *Dine-in* dan *Delivery Order*

Dengan adanya inovasi produknya yang melokalisasi produk refensi local Burger King dapat menciptakan sebuah produk yang berkolaborasi dengan selera lokal, dengan adanya inovasi produk maka dapat meningkatkan penjualannya. Oleh karena itu dengan menariknya inovasi yang dilakukan oleh Burger King, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

**“STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Burger King Kediri Mall)”.**

**B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi inovasi produk Bugger King Kediri Mall?
2. Bagaimana peran strategi inovasi produk dalam meningkatkan penjualan Burger King Kediri Mall?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menjelaskan inovasi produk pada Burger King Kediri Mall?
2. Untuk menjelaskan inovasi produk dalam meningkatkan penjualan Burger King Kediri Mall?

**D. Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaaat dalam beberapa aspek terkait penelitian ini, antara lain :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian yang diharapkan menambah ilmu pengetahuan dalam kalangan akademik, khususnya mahasiswa IAIN kediri yang bisa dapat dipelajari, diteliti atau dikaji lebih lanjut tentang strategi produk, guna meingkatkan kemajuan inovasi produk. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pembuatan karya ilmiah selanjutnya yang memiliki persamaan fokus penelitian.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan dalam penelitian ilmiah serta dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai inovasi produk. Serta dengan dilakukan penelitian ini peneliti dapat menambah wawasan tentang penciptaan karya ilmiah.

### b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan untuk memberikan manfaat yang terkait dengan inovasi produk didalam kalangan Masyarakat guna meningkatkan hasil inovasi produk pada sebuah usaha dan dapat menambah kajian pendukung dalam menghadapi masalah penelitian.

## **E. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan penelitian terdahulu terkait dengan objek kajian penelitian ini yaitu:

1. Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UD. Merah Delima Bakery Bandar Lor Kota Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UD. Merah Delima Bakery Bandar Lor Kota Kediri. Hasil penelitian ini bahwa inovasi produk yang menjadi unggulan di UD. Merah Delima Bandar Lor Kota Kediri untuk meningkatkan volume penjualan dengan inovasi produk, perbedaan penelitian berupa Lokasi penelitian, penelitian yang akan dilakukan di Burger King Kediri Mall. Persamaan penelitian

berupa sama sama membahas berupa inovasi produk dan meningkatkan volume penjualan.<sup>5</sup>

2. Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Bakso dan Tahu Bakso UD maju Mapan Sokaraja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi inovasi produk dapat meningkatkan volume penjualan. Hasil penelitian dari adanya strategi inovasi produk dengan menggunakan tiga indikator, yaitu varian produk, desain produk, dan kualitas produk. Dari ketiga indikator tersebut mampu meningkatkan volume penjualan. Perbedaan penelitian ini terletak pada Lokasi yang diteliti, sedangkan peneliti selanjutnya meneliti di Burger King. Persamaan penelitian ini pada yang dibahas berupa inovasi dan penjualan.<sup>6</sup>
3. Pengaruh Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM Kerupuk Pedas Memble Cirebon). Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh inovasi produk, harga terhadap volume penjualan UMKM Kerupuk Pedas memble Cirebon. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh pada volume penjualan kerupuk pedas memble. Perbedaan penelitian ini terletak pada Lokasi yang diteliti yang diangkat oleh peneliti selanjutnya yang berlokasi di Burger King Kediri

---

<sup>5</sup> Farah Habibah, *Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada UD. Merah Delima Bakery Bandar Lor Kota Kediri* (Skripsi, Kediri: IAIN Kediri, 2020).

<sup>6</sup> Yulia Nur Khasanah, *Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Bakso dan Tahu Bakso UD maju Mapan Sokaraja* (Skripsi, Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2022).

Mall. Persamaan penelitian berupa pada konteks penelitian yang diangkat berupa inovasi produk dalam meningkatkan penjualan.<sup>7</sup>

4. Inovasi Produk Mie Ayam-Bakso Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Bakso Taman Pesona. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Upaya inovasi produk UMKM Bakso taman dalam meningkatkan volume penjualan dan faktor pendorong dan penghambat, perbedaan penelitian ini pada Lokasi penelitian yang berbeda sedangkan penelitian yang akan datang meneliti di Burger King. Sedangkan persamaan berupa konteks yang diteliti yang berupa inovasi produk dan meningkatkan penjualan.<sup>8</sup>
5. Peran Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan ( Studi Kasus Pada UD. LM Bakery Lirboyo Kecamatan Mojoroto Kota Kediri). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran strategi inovasi dalam meningkatkan penjualan pada UD. LM Bakery. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi produk yang dilakukan UD. LM Bakery meningkatkan kualitas produk dan beragamnya varian produk dan mengembangkannya gaya dan desain produk. Perbedaan penelitian ini pada Lokasi penelitian yang menjadi objek penelitian. Persamaan pada penelitian ini pada masalah yang diangkat berupa strategi inovasi produk dan meningkatkan penjualan.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Danu Reza, *Pengaruh Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM Kerupuk Pedas Memble Cirebon)*, (Skripsi, Cirebon: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) 2020.

<sup>8</sup> Ditaria Ilham, *Inovasi Produk Mie Ayam-Bakso Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Bakso Taman Pesona*, (Skripsi, Surakarta: Universitas Muhammadiyah), 2021.

<sup>9</sup> Amalila Susanti, *Peran Strategi Inovasi Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada UD. LM Bakery Lirboyo Kecamatan Mojoroto Kota Kediri)*, (Skripsi, Kediri: Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2024.

