

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Ngikan Yuk

Ngikan Yuk atau yang biasa di sebut Ngikan merupakan rumah makan yang mengusung konsep franchise dengan menu berbahan utama ikan. Ngikan didirikan pada Oktober 2019 oleh Muhammad Ikra, seorang pengusaha kuliner sejak 2014. Tidak sendiri, Ikra bekerja sama dengan sosok terpercaya di bidang pengembangan franchise seperti CEO Baba Rafi Hendy Setiono untuk mengembangkan strategi produk dan pemasaran. Selain itu, agar manajemen perusahaan cepat dikenal masyarakat, Ikra menggandeng mitra yang juga dikenal masyarakat dan memiliki usaha di bidang kuliner Rachel Vennya dan Niko Al Hakim. Rachel Vennya dikenal oleh para milenial sebagai artis *Instagram* atau biasa disebut *selebgram*, selain itu ia juga dikagumi karena merupakan pengusaha sukses karena memiliki bisnis di bidang *fashion* maupun makanan. Sedangkan Niko Al Hakim dikenal sebagai suami dari Rachel Vennya, yang juga dikagumi sebagai pengusaha sukses dibidang makanan yaitu Sate Taichan Goreng pada tahun 2016. (Entrepreneur Bisnis, 2021)



Gambar 1. 1 Logo Ngikan Yuk

Sumber: Ngikan Yuk Buah Batu Bandung, 2020

Ngikan awalnya berdiri dengan konsep berupa *food container* yang terletak pada jalan Tebet Utara Dalam No. 4, Jakarta Selatan. Setelah melihat respon baik dan antusias konsumen yang tinggi, Ngikan memanfaatkan peluang yang ada dengan membuka gerai di beberapa cabang yang tersebar di beberapa Kota. Pada tanggal 7 Desember 2019 Ngikan membuka cabang rumah makan pertamanya di Jalan R.E. Martadinata No. 127, Kota Bandung.

Meskipun Ngikan merupakan perusahaan yang baru berdiri pada Oktober 2019, Ngikan telah mempunyai cabang yang tersebar di seluruh Indonesia sebanyak kira-kira 122 cabang, sebagaimana yang dipertunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. 1 Jumlah Cabang Ngikan Yuk di Indonesia

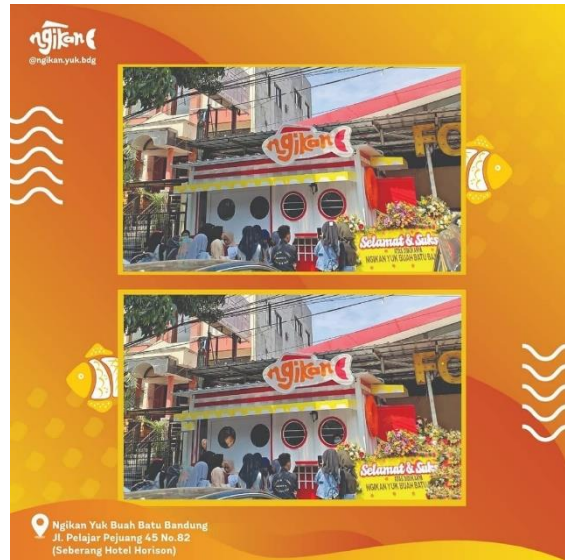
Wilayah	Jumlah Cabang	Wilayah	Jumlah Cabang
DKI Jakarta	21	Cirebon	2
Bogor	7	Purwokerto	2
Bekasi	5	Lampung	1
Depok	2	Medan	1
Bandung	6	Pekanbaru	3
Malang	4	Banjarmasin	1
Solo	2	Tasikmalaya	2
Mojokerto	1	Jember	1
Serang	1	Lombok	1
Cilegon	1	Dumai	1
Tangerang	11	Padang	1
Kudus	1	Batam	1
Tegal	1	Palembang	1
Kuningan	1	Kediri	1
Purbalingga	1	Bali	1
Jambi	2	Palu	1
Banyumas	1	Balikpapan	1
Karawang	1	Samarinda	1
Jogjakarta	7	Palangkaraya	1
Surabaya	10	Pontianak	2
Sidoarjo	3	Gresik	4
Semarang	3		

Sumber: Instagram Ngikan Yuk, 2021

Dari tabel 1.1 diatas, Ngikan dapat memiliki banyak cabang yang tersebar di Indonesia. Hal ini tercapai karena Ngikan telah mengantongi dua konsep untuk ditawarkan kepada mitra yang hendak berpartisipasi. Pertama, waralaba reguler, yang berarti seluruh dana operasional secara langsung dikelola oleh mitra. Konsep tersebut sangat tepat untuk calon mitra yang sungguh-sungguh hendak serius ketika menjalankan bisnisnya. Konsep kedua adalah *autopilot* dimana seluruh proses operasional secara langsung dikelola tim Ngikan, sementara mitra hanya perlu menerima laporan hasil bulanan. Konsep berikut tepat untuk mitra yang hendak berbisnis tetapi tak ingin melakukannya sendiri dikarenakan waktu yang terbatas. (Entrepreneur Bisnis, 2021)

Sementara itu, konsep hidangan utama yang disuguhkan oleh Ngikan terinspirasi dari hidangan *fish and chips* yang dimodifikasi menggantikan *chips* dengan nasi menyesuaikan makanan pokok orang Indonesia. Menu utama tersebut yaitu ikan *fillet* yang dibalut tepung dan dilengkapi pula dengan sajian nasi liwet serta beragam sambal yang dapat dipilih. Sebagai pendamping ikan goreng, juga disediakan nasi dengan isian teri halus dan potongan daun jeruk. Sebagai pendamping, disediakan beberapa pilihan sambal seperti sambal oseng mercon, acar kuning, serta matah. Ngikan menyediakan pula tiga macam paket makanan dengan harga mulai dari Rp 22.000 per paketnya. Paket tersebut antara lain yaitu paket saus acar kuning, paket saus oseng mercon, dan paket saus sambal matah.

1.1.2 Contoh Cabang Ngikan Yuk di Kota Bandung



Gambar 1. 2 Lokasi Ngikan Yuk Buah Batu Bandung Saat Grand Opening Tahun 2019

Sumber: Instagram Ngikan Yuk BDG, 2021

Ngikan membuka cabang di Kota Bandung pada tanggal 30 November 2019 yang berada di Buah Batu tepatnya pada Jl. Pelajar Pejuang 45 No. 82 yang berada persis di seberang Hotel Horison Bandung. Sebelum *grand opening*, Ngikan Buah Batu membuat Instagram dengan nama akun @ngikan.yuk.bdg pada 28 Oktober 2019 yang di khususkan untuk memberikan informasi terkini untuk para pengguna *Instagram* seperti informasi menu-menu yang ditawarkan, *games* tebak-tebakan berhadiah, dan lain sebagainya. Empat hari sebelum *grand opening*, pembeli dapat melakukan *pre-order* jika ingin memesan Ngikan dengan syarat minimal pembelian 3 porsi secara *online* dengan menggunakan *link* Tokopedia yang ada di *bio* Instagram Ngikan.



Gambar 1. 3 Menu Ngikan Pertama Kali ditawarkan Tahun 2019

Sumber: Instagram Ngikan Yuk BDG, 2021

Sama halnya dengan cabang Ngikan lainnya, Ngikan Buah Batu pada saat *grand opening* turut menawarkan menu yang sama yaitu tiga macam paket makanan yang berbeda dengan harga Rp 19.000 per paketnya. Paket tersebut antara lain yaitu paket ngikan saus acar kuning, paket ngikan saus oseng mercon dan paket ngikan saus sambal matah. Namun dengan berjalannya waktu, pada saat ini Ngikan telah memiliki lebih dari 3 paket makanan dengan menu yang terus dikembangkan. Selain itu harga yang ditawarkan saat ini pun berbeda dibandingkan pada tahun 2019 yaitu berkisar diantara Rp 4.000,- sampai Rp 29.000,-.



Gambar 1. 4 Menu Ngikan Tahun 2021

Sumber: Instagram Ngikan Yuk BDG, 2021

Dapat dilihat dari Gambar 1.4 bahwa menu terbaru dari Ngikan saat ini yaitu paket Ngikan Salero Padang yang berisi nasi putih, ngikan, bumbu rendang, kuah gulai, dan sambal hijau. Menu tersebut terdapat bumbu rendang dan juga kuah gulai yang merupakan salah satu ciri khas dari Nasi Padang yang biasa ditemui di pinggir jalan. Pada 3 minggu sebelum paket tersebut ditawarkan, Ngikan juga menyuguhkan menu paket terbaru yang bernama Ngikan Mie Goreng yang berisi Ngikan, Indomie Goreng *Original* beserta sambal khas Ngikan.



Gambar 1. 5 Lokasi Baru Ngikan Yuk Buah Batu Bandung Tahun 2020

Sumber: Instagram Ngikan Yuk BDG, 2021

Sementara itu, cabang Ngikan Buah Batu yang awalnya berada di jalan Jl. Pelajar Pejuang 45 No. 82 berpindah lokasi ke *The Lodspot* yang tepatnya berada di Jl. Lodaya No.7 yang berada didekat lokasi Ayam Suharti. Alasan pindahnya lokasi cabang Ngikan Buah Batu dijelaskan pada laman instagram @ngikan.yuk.bandung bahwa tempat di *The Lodspot* lebih nyaman, luas, dan bersih serta tersedianya *free wifi* untuk kenyamanan pelanggan yang datang. Perpindahan lokasi ini dilakukan pada tanggal 31 Januari 2020 dimana waktu tersebut hanya berjarak kurang lebih 2 bulan sejak awal berdirinya Ngikan Buah Batu Bandung.

1.1.3 Visi dan Misi Ngikan Yuk

Visi: Menjadi pelopor bisnis waralaba ikan dengan cita rasa khas Indonesia yang menginspirasi dan dikenal pada skala nasional.

Misi:

- 1) Mengembangkan 100 *outlet* dalam jangka waktu 1 tahun ke seluruh Indonesia.
- 2) Bekerja keras menciptakan terobosan baru serta mengembangkan diri menjadi lebih baik setiap tahunnya.

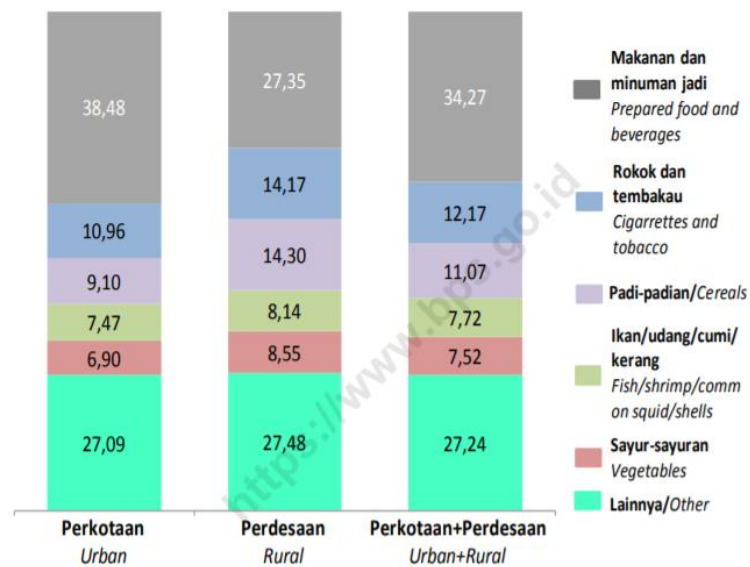
- 3) Memberikan pelayanan yang memuaskan untuk para franchise serta pelanggan.
- 4) Bahan baku memanfaatkan bahan baku ikan yang berkualitas.
- 5) Gaya hidup baru, mendorong masyarakat untuk memulai makan ikan sebagai gaya hidup baru.

Kontribusi penelitian terhadap visi dan misi Ngikan yaitu untuk memberi saran strategi agar dapat mewujudkan terciptanya terobosan baru serta pengembangan perusahaan seperti mencetuskan inovasi unik yang dapat dituangkan kedalam menu tanpa melupakan ciri khas Ngikan dan menjaga kerahasiaan racikan setiap menu didalam perusahaan.

1.2 Latar Belakang

Industri kuliner ialah satu diantara sektor yang pertumbuhannya paling cepat di Indonesia, bahkan dunia. Berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia saat peluncuran Bango Culinary Heritage tahun 2018, dia menyebutkan sektor kuliner berkontribusi 41,4% terhadap total kontribusi negara. Tahun 2016 ini merupakan yang tertinggi dibandingkan 16 subsektor lainnya, menurut Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Bahkan, industri makanan dan minuman dalam periode pertumbuhan ekonomi kini masih dapat tumbuh 0,22 % setahun yang lalu. (Sindo News, 2020)

Sementara itu, data dari BPS (Badan Pusat Statistik) jumlah usaha penyedia makanan dan minuman di Indonesia memiliki jumlah keseluruhan 11.001 dan khususnya pada Provinsi Jawa Barat berjumlah 1.794 usaha di bidang kuliner. Provinsi Jawa Barat menyediakan jenis usaha kuliner terbesar kedua setelah DKI Jakarta. Hal ini membuat provinsi Jawa Barat menjadi tempat favorit kedua bagi pengunjung untuk melakukan wisata kuliner.



Gambar 1. 6 Persentase Pengeluaran per kapita Sebulan menurut Kelompok Komoditas Makanan dan Daerah Tempat Tinggal, Maret 2020

Sumber: Badan Pusat Statistik, Susenas Maret, 2020

Dapat dilihat dari gambar diatas, persentase rata-rata pengeluaran dalam satu bulan berdasarkan daerah tempat tinggal serta kelompok makanan maka makanan dan minuman menjadi komoditas tertinggi di angka 34,2%. Melalui data di atas, diperlihatkan di mana di Indonesia, makanan dan minuman jadi merupakan komoditas makanan tertinggi pada persentase pengeluaran per kapita dalam sebulannya. Khususnya pada daerah perkotaan, makanan dan minuman jadi merupakan biaya terbesar yang dikeluarkan pada konsumsi rumah tangga. Hal ini merupakan salah satu peluang pada bisnis kuliner untuk terus menyuplai permintaan konsumen didukung dengan inovasi yang baru.

Tabel 1. 2
Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia Provinsi Jawa Barat,
Susenas Maret 2020

Provinsi/Province: JAWA BARAT

Kelompok Komoditas <i>Commodity Group</i>	Perkotaan <i>Urban</i>	Perdesaan <i>Rural</i>	Perkotaan+Perdesaan <i>Urban+Rural</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Makanan/Food			
Padi-padian/ <i>Cereals</i>	62 877	77 664	66 331
Umbi-umbian/ <i>Tubers</i>	5 666	4 449	5 381
Ikan/udang/cumi/kerang <i>Fish/shrimp/common squid/shells</i>	39 863	30 445	37 663
Daging/ <i>Meat</i>	34 479	24 090	32 053
Telur dan susu/ <i>Eggs and milk</i>	40 783	26 601	37 471
Sayur-sayuran/ <i>Vegetables</i>	43 272	36 425	41 673
Kacang-kacangan/ <i>Legumes</i>	13 177	12 625	13 049
Buah-buahan/ <i>Fruits</i>	32 997	23 356	30 746
Minyak dan kelapa/ <i>Oil and coconut</i>	12 765	12 020	12 591
Bahan minuman/ <i>Beverages stuffs</i>	18 573	19 069	18 689
Bumbu-bumbuan/ <i>Spices</i>	13 162	11 591	12 795
Konsumsi lainnya <i>Miscellaneous Type Of Food Commodity</i>	13 125	11 791	12 813
Makanan dan minuman jadi/ <i>Prepared food and beverages</i>	269 941	188 168	250 843
Rokok/ <i>Cigarettes</i>	81 780	90 169	83 739
Jumlah makanan/Total food	682 461	568 465	655 838
Bukan makanan/Non-food			
Perumahan dan fasilitas rumah tangga <i>Housing and household facilities</i>	369 627	206 655	331 566
Aneka Barang dan jasa <i>Goods and services</i>	193 461	91 296	169 601
Pakaian, alas kaki, dan tutup kepala <i>Clothing, footwear, and headgear</i>	40 734	30 579	38 363
Barang tahan lama/ <i>Durable goods</i>	68 189	38 615	61 282
Pajak, pungutan, dan asuransi <i>Taxes and insurance</i>	45 667	20 937	39 892
Keperluan pesta dan upacara/kenduri <i>Parties and ceremonies</i>	30 646	21 108	28 418
Jumlah bukan makanan/Total non-food	748 324	409 190	669 122
Jumlah/Total	1 430 785	977 655	1 324 960

Sumber/Source: Susenas Maret 2020/The March 2020 Susenas

Sumber: Badan Pusat Statistik, Susenas Maret, 2020

Sama dengan halnya pengeluaran untuk konsumsi khususnya pada Provinsi Jawa Barat, kelompok komoditas makanan yang tertinggi pada setiap kelompok wilayah adalah makanan dan minuman jadi berasal dari daerah perkotaan dengan jumlah 269.941. Data tersebut menunjukkan bahwa makanan dan minuman jadi

merupakan sebuah komoditas yang sering dilakukan oleh konsumsi rumah tangga khususnya penduduk provinsi Jawa Barat. Peluang pada bisnis kuliner di Jawa Barat menjadi bertambah dengan banyaknya konsumsi rumah tangga khususnya pada makanan dan minuman jadi.

Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa minat konsumsi makanan jadi di Indonesia sangat tinggi hingga dapat meningkatkan peluang bisnis khususnya di bidang kuliner. Beberapa wilayah Indonesia juga memiliki konsumsi makanan dan minuman olahan yang tinggi. Sebagai contoh pada Provinsi Jawa Barat yang berdasarkan data diatas dinyatakan bahwa penduduknya memiliki tingkat konsumsi makanan yang tinggi hingga dapat mempengaruhi tingginya transaksi jual beli dengan sejumlah bisnis kuliner. Dikutip dari pernyataan kepala DISPARBUD (Dinas Pariwisata dan Budaya) kepada Media Indonesia bahwa di tahun 2020 diperkirakan ada sekitar 30 juta wisatawan lokal yang telah datang berkunjung ke Jawa Barat karena wisata masih diminati oleh wisatawan lokal. Dengan begitu, banyaknya wisatawan di Jawa Barat diharapkan dapat lebih meningkatkan peluang bisnis di bidang usaha kuliner. Selain itu, saat ini tidak jarang bisnis usaha kuliner menjadi salah satu *icon* pariwisata pada sebuah daerah. Setiap daerah memiliki masakannya sendiri yang unik dan ini bisa menjadi daya tarik karena rasa dan sejarahnya. Bahkan, makanan seringkali menjadi brand yang mengangkat sebuah daerah bahkan menjadi salah satu subsektor yang berkontribusi terhadap ekonomi kreatif Indonesia. (Media Indonesia, 2021)

Sebuah bisnis diharuskan memiliki daya saing yang mumpuni agar usaha tetap dapat bertahan dan berkembang. Sebuah inovasi baru dapat menjadi salah satu sumber berhasilnya sebuah usaha. Dibutuhkan kemampuan untuk menghasilkan ide produk yang baru dan berbeda melalui inovasi, serta keberanian mengambil risiko dan optimis terhadap keberhasilan ide yang digagas. Dalam menggeluti sebuah bisnis, khususnya dalam dunia kuliner mengharuskan sebuah inovasi yang dapat menjadi pembeda dari pesaingnya. Sebuah pembeda ataupun ciri khas sebuah bisnis kuliner tersebut dapat ditargetkan pada sebuah menu. Sebuah inovasi dalam membuat menu yang berbeda maupun yang memiliki ciri khas bisa dijadikan satu diantara daya pikat kepada konsumen. Olahan ikan seperti *Fish and Chips*

merupakan makanan khas Britania Raya dapat menjadi salah satu contoh menu yang dapat dikreasikan menjadi sebuah konsep baru bagi sebuah rumah makan. *Fish and chips* sendiri merupakan makanan berbahan utama ikan filet berbalut tepung yang di dampingi dengan kentang goreng dan juga saos.

Khususnya pada Kota Bandung, sudah cukup banyak usaha kuliner yang berfokus pada hidangan ikan berbalut tepung seperti *Fish & Co*, *Fish Streat*, dan juga Ngikan. Perbedaan dari ketiga usaha tersebut yaitu terdapat pada konsep dan juga harga yang ditawarkan. *Fish & co* menawarkan olahan *fish and chips* yang beberapa menunya dikolaborasikan dengan berbagai makanan laut seperti kerang, udang dan sebagainya. Beragam olahan nasi juga disuguhkan agar dapat menyesuaikan lidah orang Indonesia. Pasar yang dituju *Fish & Co* termasuk untuk kalangan menengah atas. Selanjutnya, *Fish Streat* memiliki konsep makanan *fish and pasta*. *Fish Streat* menyediakan beberapa jenis pasta dengan pilihan saus yang beragam. Pasar yang dituju termasuk kalangan menengah. Sedangkan pada usaha Ngikan Yuk memiliki konsep *fish and rice* yang menjadikan nasi menjadi makanan pokok mengikuti selera pasar di Indonesia. Olahan nasi yang ditawarkan yaitu nasi liwet serta didampingi saos khas Indonesia seperti oseng mercon, sambal matah, acar kuning dan woku yang juga memiliki pasar di kalangan menengah.

Memiliki konsep *fish and rice*, pada awal berdirinya Ngikan Yuk membuat banyak masyarakat yang penasaran dengan menu yang ditawarkan hingga rela menunggu dalam antrian panjang. Ada banyak pelanggan yang rela untuk antre hingga 2,5 jam demi menu *fish and rice* yang ditawarkan oleh Ngikan. Berhari-hari setelah *grand opening*, antrean panjang selalu terjadi di gerai Ngikan dari pengunjung yang penasaran terhadap menu yang ditawarkan (Detik Food, 2019). Selanjutnya saat melihat potensi minat konsumen terhadap cemilan, Ngikan baru saja meluncurkan inovasi lain pada produknya yang berbentuk cemilan bernama Ngikan Pop. Berbeda dengan *trend* yang ada, Ngikan mengkreasi cemilan tersebut dengan ciri khas produk utamanya yaitu ikan fillet. Selain bahan utama yang berbeda, bumbu yang digunakan pun berbeda karena Ngikan memiliki pilihan bumbu Mie Goreng.

Pada awal tahun 2020, Covid-19 dinyatakan telah masuk ke Indonesia. Sejak saat itu, pandemi Covid-19 membawa banyak dampak. Setiap spek kehidupan terkena dampaknya secara merata, salah satunya adalah aspek ekonomi, khususnya bisnis makanan, mulai dari restoran hingga UMKM. Beberapa restoran dan UMKM telah mengurangi mobilitas selama jam buka, membatasi makan di tempat. Oleh karena itu, semua restoran dan bisnis UMKM wajib melayani delivery order saja. Namun hal ini terbilang tidak seefektif saat makan hingga membuat mau tidak mau banyak UMKM serta restoran yang bangkrut serta gulung tikar dikarenakan PSBB.

Sementara itu, diungkapkan Ikhsan Ingratubun selaku Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo), kira-kira 30 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) gulung tikar diakibatkan pemberlakuan PSBB akibat Covid-19. Berlandaskan data Akumindo, ada kira-kira 34 juta usaha mikro pada tahun 2020, turun lebih dari 50%, sekitar 64,7 juta unit usaha pada tahun 2019. Hal ini juga menyebabkan lebih dari 7 juta pekerja UMKM kehilangan pekerjaan (CNN Indonesia, 2021). Selain itu, Herman Muchtar selaku presiden Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia Jawa Barat (PHRI), mengungkapkan hingga pertengahan tahun 2020, sekitar 280 restoran di wilayah Jawa Barat harus tutup akibat pandemi Covid19 yang kemungkinan lebih besar (Jabarekspres, 2021).

Selanjutnya pada waktu yang sama, diantara tahun 2020-2021 saat banyaknya restoran yang terancam bangkrut bahkan telah bangkrut, ngikan masih tetap terus membuka 7 cabang termasuk relokasi di Kota Bandung. Dikatakan oleh Ketua Asosiasi Kafe dan Restoran (AKAR) Arif Maulana bahwa survey yang telah dilakukan oleh AKAR mencatat ada sekitar 50 kafe dan restoran melapor penurunan bisnis yang serius, bahkan sejumlah Kafe dan restoran harus tutup dan PHK (Kompas, 2021).

Dari fenomena diatas dapat disimpulkan bahwa Ngikan dapat bertahan dalam kondisi dimana banyak usaha yang gulung tikar. Maka dari hal tersebut, penelitian ini dianggap penting karena cara atau strategi yang dilakukan Ngikan dapat berguna bagi pengusaha lain khususnya di bidang kuliner. Selain itu, agar

Ngikan dapat mempertahankan serta mengembangkan strategi yang mereka gunakan agar bisa tetap bertahan dalam situasi sulit sekalipun. Ngikan juga dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki banyak cabang yang tersebar di Indonesia dalam 2 tahun terakhir, dimana hal tersebut merupakan salah satu karakteristik yang menarik untuk dijadikan penelitian ini.

1.3 Perumusan Masalah

Minat konsumsi makanan jadi di Indonesia sangat tinggi hingga dapat meningkatkan peluang bisnis khususnya di bidang kuliner. Beberapa daerah di Indonesia pun mempunyai tingkat konsumsi yang tinggi terhadap makanan maupun minuman jadi. Sebuah bisnis dibutuhkan daya saing yang mumpuni agar usaha tetap dapat bertahan dan berkembang. Sebuah inovasi baru dapat menjadi salah satu sumber berhasilnya sebuah usaha. Dibutuhkan kemampuan guna melahirkan sesuatu konsep produk yang berbeda serta baru dalam berinovasi serta keberanian untuk mengambil resiko serta optimis akan keberhasilan ide yang dicetuskan.

Melihat lonjakan kasus gulung tikar dari penggelut bisnis kuliner pada beberapa tahun terakhir, Ngikan justru dapat mempertahankan bisnisnya hingga saat ini bahkan berani untuk terus menciptakan inovasi yang berbeda pada produk-produknya untuk menciptakan daya saing yang unggul untuk mendapatkan daya tarik konsumen. Tentu saja hal ini perlu diteliti lebih lanjut agar dapat mengetahui bila adanya pengaruh inovasi Ngikan pada keunggulan bersaing serta mengetahui alasan atas bertahannya Ngikan dalam bersaing terkait inovasi produk untuk mempertahankan konsumen.

Berlandaskan dengan fenomena-fenomena yang sudah dijelaskan, maka dari itu penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh inovasi produk pada keunggulan bersaing dengan judul “Pengaruh Inovasi dan Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Ngikan Di Kota Bandung”. Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibahas, berikut hal ingin penulis pecahkan dipenelitian ini yakni:

1. Bagaimana inovasi produk Ngikan di Kota Bandung menurut konsumen?
2. Bagaimana keunggulan bersaing Ngikan di Kota Bandung menurut konsumen?

3. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Ngikan di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan guna mengetahui serta menganalisis:

1. Inovasi produk pada Ngikan di Kota Bandung menurut konsumen.
2. Keunggulan bersaing pada Ngikan di Kota Bandung menurut konsumen.
3. Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Ngikan di Kota Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat praktis maupun teoritis yang hendak dicapai pada penelitian yang diangkat yaitu:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis yang hendak dicapai yaitu untuk memberikan landasan bagi peneliti selanjutnya dalam memecahkan masalah yang terkait dengan keunggulan bersaing maupun inovasi produk. Hasil pada penelitian ini juga diharapkan bisa memperbanyak dan melengkapi keilmuan pada bidang manajemen.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang hendak dicapai yaitu memberikan rekomendasi strategi bisnis bagi perusahaan dan juga memberikan sumbangan pemikiran bagi manajemen perusahaan untuk dijadikan acuan alternatif dalam memberikan informasi mengenai pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Ngikan Yuk di Kota Bandung.

1.6 Sistematika Penjelasan Ringkas Laporan Penelitian

Sistematika penulisan yang dipergunakan dipenelitian ini untuk menjelaskan secara singkat dari setiap Bab, yaitu:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada pendahuluan terdapat beberapa bagian yang meliputi sub bab mengenai penggambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan ruang lingkup penelitian beserta sistematika penjelasan ringkas laporan penelitian.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada tinjauan pustaka terdapat beberapa bagian yang terdiri dari sub bab mengenai teori & penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian terdapat beberapa bagian yang terdiri dari sub bab mengenai jenis penelitian yang diambil, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi serta sampel penelitian, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data yang akan digunakan, dan pengujian hipotesis.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian dan pembahasan berisi uraian dengan sistematis selaras terhadap perumusan masalah dan tujuan penelitian yang di ambil. Didalam bab ini berisikan 2 bagian yaitu bagian pertama menyampaikan hasil penelitian serta bagian kedua menyampaikan pembahasan ataupun analisis atas hasil penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada kesimpulan dan saran berisi kesimpulan atas hasil penelitian serta saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.

|