

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada bisnis kuliner mempunyai kecenderungan yang terus meningkat, baik dari segi kuantitas maupun kualitas karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia. Bisnis kuliner merupakan bagian dari industri penyedia makanan yang kegiatannya meliputi semua hal yang terkait dengan aktivitas memasak yang mana estetika dan kreativitas merupakan elemen yang sangat penting. Segmen industri ini meliputi restoran lokal, restoran full-service, toko makanan, dan jasa boga. Kementerian Perindustrian memprediksi industri makanan pada tahun 2021 dapat bertumbuh hingga 4,49 persen. Perkembangan bisnis makanan dan minuman yang pesat dapat dilihat dari banyaknya pebisnis yang menggeluti bisnis bidang kuliner diungkapkan oleh Siregar (2022). Menurut Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri Jawa Timur, UMKM di sektor kuliner masih cukup mampu bertahan di masa pandemi ini. Tak dipungkiri banyak UMKM Kuliner yang mengalami penurunan omzet. Namun pada saat yang bersamaan, banyak pula pelaku UMKM kuliner baru yang bermunculan. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis kuliner ini tidak hanya ditentukan dengan adanya pandemi namun juga dipengaruhi kinerja bisnis yang dimiliki dan penerapan pada bisnis kuliner.

Kinerja bisnis suatu usaha diukur melalui proses dan hasil yang dilakukan dan diperoleh berorientasi laba maupun tidak berorientasi laba dalam satu periode waktu. Kinerja bisnis yang baik menandakan bahwa segala elemen disetiap

perusahaan mampu mengelola usaha dengan baik sehingga tujuan setiap bisnis akan tercapai, hal ini diungkapkan oleh Darroch (2005). Pulau Madura khususnya Kabupaten Bangkalan memiliki banyak UMKM yang memproduksi aneka olahan bebek dengan bumbu khasnya. Berdasarkan sensus penduduk dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan memiliki 1,06 juta jiwa, sehingga kota Bangkalan memiliki prospek yang cukup bagus dibidang usaha kuliner.

Menurut Sumarsono (2023), bahwasannya bisnis kuliner bebek yang memiliki bumbu khas yaitu Kabupaten Bangkalan, selain itu menurut data yang terdapat pada situs Bangkalan Investment pada tahun 2018 bebek merupakan potensi unggulan dibidang perternakan, serta kaya akan rempah-rempah, hal ini yang menyebabkan banyaknya bisnis kuliner bebek yang bermunculan di Kabupaten Bangkalan. Jumlah bisnis kuliner di Kabupaten Bangkalan pada tahun 2016 hingga 2020 selalu meningkat, data ini diperoleh dari *BPS- Statistic Of Bangkalan Regency*. Terdapat 180 bisnis kuliner bebek yang ada di Kabupaten Bangkalan hal ini berdasarkan dari penelusuran *Google Maps* mengenai bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan. Bisnis kuliner antara lain rumah makan bebek favorit berdasarkan hasil rating dari konsumen antara lain rumah makan bebek barokah, bebek rizky, bebek cobek, bebek pedas glisgis, bebek songkem kenanga, bebek ole olang, raja bebek, bebek sinjay, bebek Pak Salim, bebek bumbu hitam, bebek ikhlas, bebek HQQ, bebek ganjur, bebek tulen pusat, bebek terpesona, bebek pedeng, bebek belut pink, bebek suramadu sambal pencit, bebek prima, bebek pedas galis, bebek kesek, bebek terak bulan, bebek ompos, bebek panggang suramadu, bebek basmalah, bebek warung

RI, bebek lalapan cak dono, bebek matos, bebek lesehan gladak lanjang, dan bebek Madura go Singapura.

Rumah makan bebek yang ada di Kabupaten Bangkalan terdapat rumah makan favorit yang memiliki rating baik diantara 180 rumah makan bebek Bangkalan. Hal ini dikarenakan pelaku bisnis kurang mempertahankan faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis. Faktor utama yang mempengaruhi kinerja bisnis yaitu kinerja inovasi bisnis, yang berkaitan dengan hasil kinerja terbaru dan perubahan yang dilakukan oleh suatu bisnis, inovasi bisnis akan berhasil jika diterapkan *knowledge management*. Maka dari itu perlu dilakukan *transfer knowledge management* pada setiap bisnis. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada pelaku bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan menyatakan kurangnya pengetahuan yang diperoleh dalam menjalankan suatu bisnis sehingga pelaku bisnis melakukan inovasi yang seadanya. Hal ini dibuktikan walaupun memiliki persamaan dalam hal bisnis bebek namun rating konsumen selalu berbeda terhadap bisnis kuliner bebek favorit yang ada di Kabupaten Bangkalan, dikarenakan *knowladge manajem*en yang dimiliki pelaku bisnis berbeda. Misalnya, walaupun bisnis kuliner rumah makan bebek pedeng berdiri lebih lama dengan bisnis kuliner rumah makan bebek sinjay, namun rumah makan bebek sinjay memiliki rangking pertama diantara rumah makan bebek yang lainnya hal ini diperoleh dari madura corner.

Hal yang mempengaruhi keunggulan suatu bisnis kuliner bebek yang ada di Kabupaten Bangkalan bukan ditinjau dari lama berdiri bisnis tersebut namun *knowledge management* yang dimiliki oleh pelaku bisnis. Sehingga dengan permasalahan yang dialami oleh pelaku bisnis kuliner bebek di Kabupaten

Bangkalan perlu dilakukan analisis *knowladge management*. Hal ini bertujuan setiap pelaku bisnis kuliner bebek dapat meningkatkan kinerja inovasi yang baik, mengingat banyaknya kompetitor yang selalu bermunculan hal ini diakibatkan dengan adanya walaupun keadaan yang genting misalkan dengan adanya pandemi coved-19 omset bisnis dibidang lain misalnya pariwisata mengalami penurunan, berbeda halnya dengan bisnis kuliner hal ini dibenarkan dengan adanya pendapat Octavanny (2021), menyatakan bahwa bisnis kuliner adalah salah satu dari 15 subsektor ekonomi kreatif. Berdasarkan pendapat tersebut, maka perlu dilakukan analisis *knowladge manajemen* pada bisnis kuliner bebek yang ada di Kabupaten Bangkalan agar inovasi dapat dilakukan secara maksimal dengan tujuan dapat mencapai *competitive advantage* walaupun banyaknya kompetitor yang bermunculan yang nantinya akan membantu untuk menambah pendapatan di Kabupaten Bangkalan.

Hasil penelitian ini diiperoleh *knowledge acquisition*, *knowledge sharing*, dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap *competitive advantage*. Persamaan pada penelitian ini yaitu menggunakan teori *knowledge management*, namun perbedaan penelitian ini yaitu inovasi ditetapkan sebagai variabel mediasi, memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *competitive advantage* pada bisnis kuliner Bebek di Kabupaten Bangkalan. Terdapat penelitian terdahulu mengenai *knowladge manajemen* terhadap UMKM dan penelitian tersebut selalu ada disetiap tahunnya dan rata-rata peneliti hanya berfokus pada *market performance* dan inovasi, selain itu jenis penelitian yang digunakan menggunakan kualitatif. Misalkan penelitian yang dilakukan oleh Siregar dkk (2020), Darroch (2005), Widyana (2010) berfokus

pada *market performance*. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Keszey (2018) melakukan penelitian terkait *knowledge sharing* terhadap kesuksesan inovasi, serta penelitian yang dilakukan oleh Ratnasari (2016) dan Kwanda (2022) yang melakukan penelitian terkait *knowledge management* menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sehingga dengan adanya studi literatur yang berkaitan dengan judul penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini, maka pada penelitian saat ini memiliki persamaan dan perbedaan terhadap penelitian sebelumnya. Topik ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik pentingnya analisis pengaruh *knowledge acquisition*, *knowledge sharing*, dan inovasi terhadap *competitive advantage* pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *knowledge acquisition*, *knowledge sharing*, dan inovasi terhadap *competitive advantage* pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan yang nantinya digunakan sebagai strategi bisnis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut.

1. Apakah *knowledge acquisition* berpengaruh terhadap *competitive advantage* pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan?
2. Apakah *knowledge sharing* berpengaruh terhadap *competitive advantage* pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan?
3. Apakah *knowledge acquisition* berpengaruh terhadap inovasi pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan?

4. Apakah *knowledge sharing* berpengaruh terhadap inovasi pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan?
5. Apakah inovasi berpengaruh terhadap *competitive advantage* pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan?
6. Apakah *knowledge acquisition* berpengaruh terhadap *competitive advantage* dimediasi inovasi pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan?
7. Apakah *knowledge sharing* berpengaruh terhadap *competitive advantage* dimediasi inovasi pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan penelitian yang akan dibahas adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *knowledge acquisition* terhadap *competitive advantage* pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan.
2. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *knowledge sharing* terhadap *competitive advantage* pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan.
3. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *knowledge acquisition* terhadap inovasi pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan.
4. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *knowledge sharing* terhadap inovasi pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan.
5. Mengetahui dan menganalisa pengaruh inovasi terhadap *competitive advantage* pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan.

- 6 Mengetahui dan menganalisa pengaruh secara tidak langsung inovasi pada *knowledge acquisition* terhadap *competitive advantage* pada bisnis kuliner Bebek di Kabupaten Bangkalan
- 7 Mengetahui dan menganalisa pengaruh secara tidak langsung inovasi pada *knowledge sharing* terhadap *competitive advantage* pada bisnis kuliner Bebek di Kabupaten Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat teoritis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam bidang *knowledge management* sebagai salah satu strategi manajemen pemasaran yang nantinya dapat diaplikasikan kelak nanti jika akan mengembangkan atau membangun suatu usaha.
2. Manfaat praktis, sebagai kontribusi pemikiran strategi manajemen pemasaran berupa analisis pengaruh *knowledge acquisition*, *knowledge sharing*, dan inovasi terhadap *competitive advantage* pada bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan dengan tujuan dapat meningkatkan strategi pemasaran agar beroperasi lebih lama walaupun adanya pesaing baru di masa yang akan datang.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dengan judul “Pengaruh *Knowledge acquisition*, *Knowledge sharing*, Inovasi, Terhadap *Competitive advantage* pada Bisnis Kuliner Bebek Kabupaten Bangkalan” berfokus pada strategi bisnis yang akan diberikan pada

bisnis kuliner bebek di Kabupaten Bangkalan hal ini bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran agar beroperasi lebih lama walaupun adanya pesaing baru di masa yang akan datang maka terdapat batas penelitian pada penulisan tesis. Batasan penelitian ditetapkan agar tujuan dari penelitian dapat tercapai, adapun batasan dari penelitian ini yaitu, penelitian ini dilakukan pada satu produk yaitu olahan bebek di Kabupaten Bangkalan.