

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman jenis kuliner yang dapat dikembangkan menjadi sebuah *home industry*]berbagai daerah di Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki potensi yang besar pada bisnis ritel makanan yang menjadi makanan khas dan keistimewaan dari berbagai daerah yang ada di Indonesia. Potensi ritel makanan yang besar tersebut dapat dijadikan sebuah peluang untuk mengembangkan produk rumah tangga (*home industry*) menjadi sebuah bisnis oleh-oleh makanan khas bagi para wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Kebutuhan hidup masyarakat yang semakin kompleks merupakan sebuah peluang yang dapat dilirik oleh setiap perusahaan, yaitu dengan menawarkan berbagai jenis produk yang bermutu dan kompetitif.

Pertumbuhan ekonomi dan perubahan lingkungan yang cepat, mengharuskan perusahaan untuk secara kontinyu memantau dan menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar. Perusahaan harus lebih kreatif dalam merancang dan memutuskan misi bisnis dan strategi pemasaran yang akan diterapkan di lapangan untuk bisa mengantisipasi berbagai macam perubahan yang akan terjadi, serta dapat terus berkompetisi dan bergerak searah dengan keinginan konsumen, karena pada dasarnya fungsi perusahaan adalah memproduksi barang dan jasa yang dapat diterima konsumen sekaligus dapat memenuhi keinginan konsumen, dengan tujuan untuk memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan dan untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran terhadap produk dan jasa yang dihasilkannya.

Sebuah produksi dalam hal ini yang dilakukan oleh *home industry* kuliner tentunya perlu disalurkan demi kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Dewasa ini, semakin banyak *home industry* dibidang kuliner yang menawarkan berbagai jenis produk yang variatif dan unik, oleh karena itu persaingan pasar akan terasa semakin ketat. Hanya perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing yang dapat bertahan dengan situasi seperti saat ini.

Menurut Samli and Weber (2000) kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup di pasar tergantung pada kemampuan untuk bersaing. Disisi lain, menghadapi persaingan pada saat ini tentunya perusahaan menetapkan strategi-strategi pemasaran yang nantinya dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan. Perusahaan yang memiliki karyawan dengan kompetensi yang tinggi, akan lebih mampu menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan dengan kompetensi superior dapat memperoleh keunggulan bersaing yang berkesinambungan dan selanjutnya dapat meningkatkan kinerjanya (Sukma 2018).

Dalam manajemen strategik, pandangan bahwa sumber daya pada akhirnya menentukan keberlangsungan organisasi, seperti menang bersaing dan berkembang disebut dengan RBV (*Resource based view*) yang merupakan suatu metode untuk menganalisis dan mengidentifikasi keunggulan strategis suatu perusahaan berdasarkan pada tinjauan terhadap kombinasi dari asset, keahlian, kapabilitas, dan aset tak berwujud. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa penelitian kali ini mengenai pendekatan RBV (*Resources based View*) yang digunakan untuk mengevaluasi strategi bersaing pada setiap perusahaan. Pendekatan tersebut mencakup sumber daya internal yang dimiliki perusahaan yang menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan memiliki sumber daya dan kapabilitas yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain dan memberikan nilai berharga bagi perusahaan itu sendiri (Wahyudi, 1996).

Salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki ikon kota pariwisata adalah Kabupaten Banyuwangi. Banyuwangi merupakan kota di Jawa Timur yang terletak di ujung timur dari pulau Jawa, kota ini dikenal sebagai *Sun Rise Of Java*. Perkembangan wisata di Banyuwangi mendorong kemajuan daerah tersebut. Hal ini dikarenakan banyak wisatawan yang datang dari luar kota bahkan luar Jawa yang datang ke Banyuwangi hanya untuk menikmati keindahan alam yang ada di sana. Banyaknya wisatawan yang berkunjung, tentu akan membawa buah tangan untuk keluarga di rumah sebagai bukti bahwa wisatawan tersebut telah berkunjung ke Banyuwangi. Salah satu bentuk buah tangan yakni berupa kuliner khas Banyuwangi yang dapat di bawa pulang oleh wisatawan yang bisa didapatkan di pusat oleh-oleh di Banyuwangi.

Berikut adalah beberapa pusat oleh-oleh yang cukup terkenal di Banyuwangi antar lain :

Tabel 1.1. Pusat Oleh-Oleh di Banyuwangi

Nama Toko	Alamat	Produk	Lokasi
Sherly	Jl Borobudur Gg 6 No 2 Banyuwangi	Bagiak, Sale Pisang, Rengginang Aneka Rasa, Keripik Kulit Ikan, Abon Tuna dll.	Strategis, dekat dengan Kota
Ardial	Jl. Basuki Rahmad 115 Banyuwangi	Sale Goreng, Rengginang, Klemben Aneka Rasa, Sale Pisang, Krupuk Cumi dll.	Strategis, dekat dengan Kota
Sri Rejeki	Jln Raya I Setail, Genteng, Kabupaten Banyuwangi	Sale Pisang, Bagiak, Kopi Banyuwangi, Keripik Pisang, Rengginang Aneka Rasa dll	48,5km dari kota
Pelangi Sari	Jl Letkol Ngurah Rai No 16 Banyuwangi	Bagiak, Sale Pisang, Rengginang Aneka Rasa, Keripik Kulit Ikan, Abon Tuna dll.	Strategis, dekat dengan Kota
Pia Glenmore	Jl Kol. Sugiono No 31 Banyuwangi Jl Raya No 1 Glenmore Banyuwangi	Bagiak, Brownies, Proll Tape khas Jember, Suwar-Suwir, Edamame	Strategis, dekat dengan Kota

Sumber : www.banyuwangibaas.com, 2017

Salah satu perusahaan yang menyediakan oleh-oleh di wilayah Kabupaten Banyuwangi yaitu Pusat Oleh-oleh Jajanan Khas Banyuwangi “Sri Rejeki”. Sri Rejeki merupakan perusahaan yang memproduksi serta menjual jajanan dan oleh-oleh khas Banyuwangi. Sri Rejeki merupakan perusahaan yang memiliki susunan organisasi sederhana, terdiri dari pemilik Sri Rejeki sebagai pemegang kekuasaan tertinggi dan bekerja secara bersama-sama dengan satu orang manajer yang dipercaya untuk mengatur segala aktivitas perusahaan mulai dari belanja bahan baku, pencatatan pesanan, distribusi, hingga pengelolaan keuangan perusahaan.

Sri Rejeki yang bertempat di Jl. Raya I Setail, Genteng, Kabupaten Banyuwangi menjual berbagai macam jajanan dan oleh-oleh khas Banyuwangi yang merupakan produk hasil produksi sendiri, seperti kue bagiak, sale pisang, pisang lilit, dan berbagai macam kue kering seperti kue kacang, lidah kucing, kastengel, nastar, kukis cokelat, dan lain-lain. Selain itu ada juga beberapa produk yang diproduksi oleh industri rumahan lain yang turut dijual di Sri Rejeki, seperti

manisan cermai, manisan pala, dan bolu kuwuk (klemben). Berikut adalah daftar produk yang dijual oleh toko Sri Rejeki antara lain :

Tabel 1.2
Daftar Produk Dan Harga UD. Sri Rejeki 2018

No	Nama Produk	Harga Per Bungkus
1	Kelembem	Rp. 18.000,00
2	Bagiak	Rp. 20.000,00
3	Ladrang Sabrang	Rp. 13.000,00
4	Manisan Tomat	Rp. 18.000,00
5	Sale Pisang Basah	Rp. 15.000,00
6	Sale Pisang Kering	Rp. 15.000,00
7	Manisan Pala	Rp. 20.000,00
8	Rengginang	Rp. 15.000,00
9	Pia	Rp. 15.000,00
10	Marning	Rp. 13.000,00

Sumber: UD. Sri Rejeki 2018

Harga yang terjangkau bukan merupakan dasar tolak ukur kemajuan perusahaan. Sri Rejeki memiliki tantangan tersendiri mengingat lokasi yang jauh dari kota (48,5km). Ditengah persaingan yang begitu pesat, sebuah perusahaan harus memiliki daya saing yang tinggi untuk dapat bertahan.

Berkaca pada kondisi dengan persaingan usaha yang sangat ketat dalam industri oleh-oleh di Banyuwangi, hal ini secara langsung menuntut Sri Rejeki untuk menerapkan keunggulan bersaing dalam pengelolaan bisnisnya. Sebuah perusahaan agar dapat terus bertahan dalam industri dan mencapai tujuan yang diharapkan, salah satu faktor kunci yang perlu diperhatikan adalah pengembangan keunggulan kompetitif perusahaan. Keunggulan kompetitif merupakan suatu keunggulan yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan hanya sedikit perusahaan lain yang dapat melakukan tindakan serupa. Untuk bisa menciptakan keunggulan kompetitif dalam bidang usahanya, perusahaan diharapkan dapat menggunakan perangkat-perangkat yang dimilikinya agar dapat menjadi kunci keberhasilan dalam memenangkan persaingan. Oleh karena itu, perusahaan hendaknya mampu mengintegrasikan strategi dan berbagai sumber daya yang dimiliki dalam rangka penciptaan keunggulan kompetitif.

Namun tidak hanya itu, membangun dan memelihara keunggulan kompetitif juga menuntut perusahaan untuk belajar dan beradaptasi jauh lebih cepat agar dapat membedakan dirinya dari pesaing. Dengan demikian, faktor perubahan lingkungan dan perkembangan teknologi turut menjadi salah satu kunci kesuksesan yang harus diperhatikan oleh perusahaan sehingga manajemen perusahaan dapat mengarahkan kompetensinya seiring dengan perubahan lingkungan usahanya.

Keunggulan bersaing sebuah perusahaan dapat diraih dengan metode RBV (*Resource Based View*).

Karenanya studi tentang analisis RBV (*Resources based view*) pada toko oleh-oleh Sri Rejeki Genteng Banyuwangi patut dilakukan guna menciptakan keunggulan bersaing.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berkaca pada kondisi dengan persaingan usaha yang sangat ketat dalam industri oleh-oleh di Banyuwangi, hal ini secara langsung menuntut Sri Rejeki untuk menerapkan keunggulan bersaing dalam pengelolaan bisnisnya. Berkaca pada teori RBV (*Resources Based View*) sebelumnya, jika keunggulan bersaing dapat ditingkatkan dengan membangun sumber daya internal perusahaan. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah kita ketahui bahwa UD Sri Rejeki ini mempunyai pesaing yang sangat ketat.

Maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut, “Bagaimana Menciptakan Keunggulan Bersaing dengan Metode RBV (*Resources based View*) pada Toko Oleh-Oleh Sri Rejeki Genteng Banyuwangi”.

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dibentuk karena adanya tujuan-tujuan tertentu untuk dicapai. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah : “Untuk mengetahui Menciptakan Keunggulan Bersaing dengan Metode RBV (*Resources based View*) pada Toko Oleh-Oleh Sri Rejeki Genteng Banyuwangi”

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Pihak Lain/Almamater
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *Resources based View*.
2. Bagi penyusun
Penelitian ini diharapkan menambah pemahaman mengenai *Resources based View*.