

PENTINGNYA STRATEGI BERSAING DAN INOVASI PRODUK UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PADA CAFE 89 DEGRESS

Michelle Malonda¹, Dhea Azmarita², Rahmanisa³, Jovi Saputra⁴

¹STIE Pembangunan Tanjungpinang, Program Studi Manajemen,
michellemalondaaa@gmail.com

² STIE Pembangunan Tanjungpinang, Program Studi Manajemen
emdheaazmarita@gmail.com

³ STIE Pembangunan Tanjungpinang, Program Studi Manajemen
rahmanisa622@gmail.com

⁴ STIE Pembangunan Tanjungpinang, Program Studi Manajemen
jovisaputra666@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang semakin maju dengan pertumbuhan UMKM yang semakin pesat membutuhkan beberapa strategi untuk UMKM bertahan menghadapi persaingan. Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan UMKM, cafe 89 Degress yaitu sebuah cafe yang berada di Kota Tanjungpinang harus meningkatkan inovasi produknya dan juga menerapkan strategi untuk menghadapi persaingan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh strategi bersaing dan pengaruh perkembangan inovasi produk untuk meningkatkan kinerja karyawan pada cafe 89 Degress. Dalam penelitian kami menggunakan metode kualitatif jenis data yang kami gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara secara langsung

Kata Kunci : Strategi bersaing, Inovasi produk, Kinerja.

ABSTRACT

The development of an increasingly advanced era accompanied by the increasingly rapid growth of MSMEs requires several strategies for MSMEs to survive in the face of competition. Along with the growth and development of MSMEs, cafe 89 Degress, a cafe located in Tanjungpinang City, must improve its product innovation and also implement strategies to face competition. The purpose of this study is to analyze the effect of competitive strategy and the influence of product innovation development to improve employee performance at cafe 89 Degress. In our research using qualitative methods, the type of data we use in this study is primary data with data collection techniques through direct interviews.

Keywords : *Competitive strategy, Product innovation, Performance.*

PENDAHULUAN

Cafe merupakan suatu jenis restoran yang biasanya menyajikan minuman dan makanan saja, cafe juga menyediakan ruangan untuk bersantai seperti *indoor* (di dalam) dan *outdoor* (di luar) ruangan. Cafe tidak hanya menyajikan makanan berat namun juga berfokus pada menu makanan ringan seperti kue, roti, dan sup. Untuk minuman biasanya disajikan bervariasi seperti *coffee* dan *non coffee*. Cafe biasanya menyediakan menu yang lebih sedikit dibandingkan dengan restoran. Namun cafe menawarkan suasana relaksasi untuk para konsumennya yang merasa lelah dan jenuh dengan kegiatan keseharian mereka yang penuh dengan ketegangan.

Usaha ini juga mendapatkan perhatian banyak orang yang selama ini sudah banyak

berkembang pesat terutama di Kota Tanjung Pinang, bidang usaha cafe merupakan salah satu bidang usaha yang biasanya bertahan dan bahkan berkembang di dalam kondisi perekonomian Indonesia yang tidak menentu.

Akan tetapi persaingan usaha di sektor ini semakin keras, memaksa setiap bisnis cafe ini untuk terus bersaing dan juga bertahan dengan tepat memilih strategi yang akan dijalankan oleh bisnis ini. Bisnis ini perlu di dukung oleh strategi bersaing yang tepat dalam menghadapi persaingan tidak hanya perusahaan besar, namun terlebih lagi usaha di sektor ini yang banyak berkembang belakangan ini perlu di dukung strategi bisnis yang baik.

Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan Inovasi bisnisnya agar dapat bersaing di pasar. cafe ini harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, perbedaan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi cafe ini untuk merancang Inovasi agar dapat menciptakan keunggulan bersaing. Kunci utama cafe untuk memenangkan persaingan adalah memberikan diferensiasi produk dari cafe – cafe lain serta memberikan kualitas pelayanan yang berkualitas yang dapat menguntungkan bagi cafe

Menurut Pearce dan Robinson (1997), strategi adalah rencana yang berskala besar dan berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan guna mencapai sasaran – sasaran yang akan dicapai perusahaan. i

Menurut Michael Porter (1985), strategi adalah alat untuk mencapai suatu keunggulan bersaing. Menurut Hamel dan Prahalad, strategi merupakan tindakan yang bersifat inkremental (bersifat meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan (Umar, 2011, p.31).

Menurut Hunger dan Wheelen (2011), strategi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing (Hunger dan Wheelen, 2011, p.16).

Menurut Assauri (2013), strategi adalah penetapan keputusan yang harus diambil dalam menghadapi para pesaing di dalam lingkungan kehidupan yang saling memiliki ketergantungan, sehingga perlu ada kegiatan yang diarahkan, terutama dalam perkiraan perilaku satu dengan yang lainnya.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu rumusan berisikan keputusan akan rencana perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut dan juga mencapai keunggulan bersaing dengan melihat masa depan perusahaan tersebut.

Menurut Porter, strategi bersaing adalah pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan di dalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi (Porter, 1985, p.1).

Menurut Drucker (1999), perusahaan yang berhasil menciptakan keunggulan bersaing (competitive advantage) adalah perusahaan yang mampu menciptakan inovasi dan kreativitas melalui proses inovasi yang efektif dan terencana. Inovasi adalah sebagian kombinasi baru dari faktor – faktor produksi yang dibuat oleh pengusaha dan pemikiran inovasi adalah kekuatan pendorong yang penting dalam pertumbuhan ekonomi.

Inovasi merupakan pengenalan dan aplikasi yang disengaja dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi mengenai ide, proses, produk atau prosedur yang baru dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi, yang dirancang untuk menguntungkan pekerjaan, tim kerja atau organisasi tersebut (West, 2000:18).

Inovasi merupakan proses *no-linear* dari dua komponen meliputi implementasi kreativitas dan inovasi. Pada awal proses, kreativitas mendominasi dan kemudian, akan didominasi oleh proses implementasi inovasi. Inovasi dalam kewirausahaan terbagi atas dua tipe inovasi yang membentuk keuntungan bagi suatu usaha dengan cara yang berbeda yaitu inovasi produk dan inovasi proses (McDaniel,2002:105)

Kotler (2007:36) mendefinisikan inovasi produk sebagai gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Nasution (2005:44) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar.

Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya (Nasution,2005:44). Inovasi produk dapat dikategorikan lebih ringkas dalam tiga kategori (Lukas dan Ferrel,2000:240):

1. Perluasan Produk (*line extensions*) Perluasan produk merupakan produk yang masih familier bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.

2. Peniruan Produk (*me-too products*) Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familier dengan pasar.

3. Produk Baru (*new-to-the-world products*) Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

Inovasi merupakan sebuah ide, praktik atau obyek yang dipahami sebagai sesuatu yang baru oleh masing – masing individu atau unit pengguna lainnya. Proses keputusan inovasi

pada prinsipnya merupakan kegiatan pencarian dan pemrosesan informasi dimana individu termotivasi untuk mengurangi ketidakpastian tentang keuntungan dan kekurangan inovasi (Sumarwan, 2010).

Menurut Kinicki dan Williams (2003) dalam Humasunri (2013), inovasi adalah kaidah mencari jalan untuk menghasilkan produk baru yang lebih baik.

Manajemen Kinerja

Manajemen kinerja merupakan gaya manajemen yang dasarnya adalah komunikasi terbuka antara manajer dan karyawan yang menyangkut penetapan tujuan, memberikan umpan balik baik dari manajer kepada karyawan maupun sebaliknya (Schwartz, 1999).

Dari kedua kata manajemen dan kinerja, jika digabungkan menjadi satu kata baru yaitu Manajemen Kinerja (*Performance Management*). Beberapa definisi diungkapkan oleh para ahli sebagai berikut: (Wibowo, 2007)

Manajemen kinerja sebagai proses komunikasi yang dilakukan secara terus menerus dalam kemitraan antara karyawan dengan atasan langsungnya. Proses komunikasi ini meliputi kegiatan membangun harapan yang jelas serta pemahaman mengenai pekerjaan yang akan dilakukan (Bacal, 1994).

Manajemen kinerja sebagai sarana untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dari organisasi, tim dan individu dengan cara memahami dan mengelola kinerja dalam suatu kerangka tujuan, standar, dan persyaratan-persyaratan atribut yang disepakati (Armstrong, 2004).

Manajemen kinerja saat ini merupakan salah satu indikator yang menjadi acuan apakah suatu perusahaan berkembang atau tidak. Manajemen kinerja telah menjadi semakin penting bagi para manajer, baik itu disektor publik ataupun non publik, yang berada dibawah tekanan untuk meningkatkan kinerja perusahaannya. (Holloway, Francis, and Hinton, 1999 dalam Biron, Farndale, dan Paauwe, 2011).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian kami berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan suatu keadaan secara fakta pada Cafe 89 Degress Tanjungpinang ini untuk mengetahui dan menganalisis pentingnya strategi bersaing dan membuat inovasi ada sebuah produk serta meningkatkan kinerja karyawan 89 degress Tanjungpinang. Adapun jenis data yang kami gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara secara langsung serta dokumentasinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disampaikan hasil dari analisis yaitu pentingnya strategi bersaing dan berinovasi terhadap produk untuk meningkatkan kinerja para karyawan 89 degress Tanjungpinang. Strategi bersaing pada dasarnya untuk membuat cafe 89 Degrass lebih unggul dari pesaingnya dalam menciptakan keunggulan dalam sebuah usaha ini dalam penelitian ini kami berusaha membuat sebuah inovasi terhadap cafe 89 Degrass Tanjungpinang. Dalam hasil dan pembahasan ini berdasarkan wawancara yang telah kami lakukan pada Cafe 89 Degrass Tanjungpinang bahwa dalam meningkatkan strategi dalam mengembangkan Cafe 89 Degrass Tanjungpinang yaitu dengan cara melakukan pembaruan suasana atau mengupgrade hal – hal kecil maupun hal – hal besar seperti melakukan renovasi bangunan, ada penambahan menu baru, ada pergantian meja baru dan hal – hal lainnya . Dengan tujuan untuk menarik konsumen lebih banyak dan membuat konsumen tidak mudah bosan berada di ruangan cafe tersebut karena telah diperbaharui .

Dan adapun strategi pengembangan produktivitas karyawan agar kinerja yang dilakukan oleh karyawan itu meningkat dalam meningkatkan produktivitasnya atasan memberikan kenyamanan saat bekerja. Misalnya atasan melakukan pendekatan dengan karyawan ketika ada suatu masalah dan memberikan solusi serta memberikan ruang untuk istirahat agar tidak mengganggu konsentrasi saat bekerja. Selain itu cafe 89 Degrass Tanjungpinang selalu mengutamakan kualitas makanan yang mereka unya serta memiliki pelayanan yang baik dan ramah agar konsumen selalu mengingat dan menjadikan cafe 89 Degrass Tanjungpinang sebagai tempat ternyaman.

Berikut ada beberapa faktor dalam menentukan strategi dalam bersaing :

Strategi Bersaing Generik

Masing-masing dari strategi generik melibatkan rute fundamental berbeda untuk keunggulan kompetitif, menggabungkan pilihan tentang jenis keunggulan kompetitif ditelusuri dengan lingkup sasaran strategis untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan dapat dibagi atas dua kategori, yaitu analisis lingkungan eksternal dan analisis lingkungan internal. Analisis lingkungan eksternal dibagi ke dala dua kategori. Kategori yang pertama adalah lingkungan jauh, sedangkan kategori yang kedua adalah lingkungan industri. Sedangkan analisis lingkungan internal merupakan analisis aspek-aspek yang ada di dalam perusahaan (Umar, 2011, p. 74).

Analisis Lingkungan Internal

Ada pengelolaan karyawan cafe 89 Degress harus mengetahui tujuan dari Cafe 89 Degress Tanjungpinang ini dibangun.

Ada pengorganisasian, bertujuan untuk membangun sebuah kelompok kerja antara karyawan di Cafe 89 Degress Tanjungpinang seperti waiters, barista dan kitchen dengan atasan seperti *owner* dan pemilik Cafe itu sendiri memiliki komitmen antara keduanya supaya mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Motivasi, dalam hal ini karyawan Cafe 89 Degress Tanjungpinang dituntut untuk proses mempengaruhi orang untuk mencapai tujuan tertentu.

Kontrol, semua manajer dalam suatu organisasi memiliki tanggung jawab pengendali, seperti melakukan evaluasi kinerja dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meminimalkan inefisiensi. Fungsi pengendalian manajemen sangat penting untuk evaluasi strategi yang efektif (David, 2011, p. 102).

Analisis Lingkung Eksternal

Proses melakukan analisis lingkungan eksternal harus melibatkan sebanyak manajer dan karyawan mungkin. Keterlibatan dalam proses strategis manajemen dapat menyebabkan pemahaman dan komitmen dari para anggota organisasi. Individu menghargai memiliki kesempatan untuk menyumbangkan ide – ide dan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik dari perusahaan mereka 'industri, pesaing, dan pasar. Untuk melakukan audit eksternal, perusahaan harus terlebih dahulu mengumpulkan intelijen kompetitif dan informasi tentang tren ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, dan teknologi (David, 2011, p. 62).

KESIMPULAN

Kesimpulan yang ditarik adalah Cafe 89 Degress Kota Tanjungpinang sudah berkembang, karena sudah banyak membuka cabang di tetap di Kota Tanjungpinang tetapi berada di lokasi yang berbeda – beda seperti di Jalan Rawasari Jalan Rawasari No.22 A, Tanjungpinang 29111 dan di Jalan Ir Sutami, Komplek Ruko Akasia No.27, Tanjungpinang 29112. Di Cafe 89 Degress juga menyajikan aneka makanan , minuman serta cemilan. Jumlah menu makanan yang banyak untuk dipilih agar konsumen tidak merasa bosan. Pada lokasi Cafe 89 Degress yang strategis serta Cafe 89 Degress yang buka pada pukul 09.00 - 22.00 WIB, Cafe ini sangat menyita perhatian bagi masyarakat di Kota Tanjungpinang.

Cafe 89 Degress ini menyediakan aneka variasi makanan dan minuman, mulai dari cemilan hingga makanan berat. Di 89 Degress juga memiliki berbagai macam variasi coffee

mulai dari yang hangat hingga dingin, dan minuman segar lainnya. Jumlah menu makanan dan minuman di Cafe ini sangat banyak dan beraneka ragam.

Dalam penilaian kinerja karyawan Cafe 89 Degress ini sudah cukup di bilang baik, dengan susunan kegiatan mereka. Sistem penilaian karyawan merupakan sistem yang digunakan oleh manajemen perusahaan untuk melakukan evaluasi atas seluruh sumber daya perusahaan, apakah sumber daya perusahaan tersebut telah berjalan sesuai dengan standar – standar yang ditetapkan oleh suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Dengan adanya penilaian kinerja karyawan, diharapkan sasaran- sasaran yang belum berjalan dengan baik dapat dilakukan evaluasi dan tindak lanjut, sehingga sasaran - sasaran tersebut dapat berjalan sebagaimana mestinya demi kemajuan perusahaan.

Penelitian dalam Cafe 89 Degress ini memberikan penilaian kinerja dengan cara kerja karyawan, kerajinan dalam bekerja, ketepatan waktu dalam masuk kerja, tanggung jawab sesuai dengan *jobdesk* mereka masing – masing.

Penelitian di Cafe 89 Degress ini memberikan penilaian kinerja dengan cara melihat kinerja dari kerja karyawan, Cafe 89 Degress juga selalu ingin meningkatkan cita rasa agar memberikan yang terbaik untuk pelanggan. Keterbatasan pada Cafe 89 Degress yaitu adanya biaya PPN yang harus di bayar.

SARAN

Dalam berkembangnya zaman, ada baiknya Cafe 89 Degress mengembangkan beberapa hal seperti : Menyediakan kegiatan Live Acoustic, Menyediakan permainan – permainan seperti UNO, dll. Mengembangkan Cafe dengan persediaan – persediaan hal yang baru seperti di atas akan membantu Cafe 89 Degress tidak merasa bosan jika mengunjungi Cafe 89 Degress di Kota Tanjungpinang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, S. Y. (2022). Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 352. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3912>
- Cahyani, A. A., Mallongi, S., & Mahmud, A. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Makassar. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 219–232. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v4i1.768>

Artikel Luaran Penelitian

- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 82–88. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>
- Rijanto, M. (2021). Analisis Strategi Bersaing Bisnis Home Industry. *DeReMa (Development Research of Management)*: *Jurnal Manajemen*, 16(2), 227. <https://doi.org/10.19166/derema.v16i2.3989>
- Suroso, B. H., & Sri Setyo Iriani. (2014). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Sedap Cup. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1174–1185.