

# Inovasi dan Kreativitas Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing melalui Penerapan Teknologi Digital: Studi Kasus Bakso Favorite Sukarame

Calista Ananda Putri\*<sup>1</sup>, Intan<sup>1</sup>, dan Vicky F Sanjaya<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

\*E-mail: calistaananda04@gmail.com

## ABSTRAK

Dalam era digital saat ini, inovasi dan kreativitas bisnis menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan inovasi dan teknologi digital di Bakso Favorite Sukarame, yang selama ini belum memanfaatkan kedua aspek tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan yang dihadapi serta potensi yang dapat dikembangkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurangnya inovasi produk dan penerapan teknologi digital telah menghambat pertumbuhan dan daya saing Bakso Favorite. Penelitian ini merekomendasikan langkah-langkah konkret untuk menerapkan inovasi produk dan memanfaatkan teknologi digital, yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang pentingnya inovasi dan teknologi dalam industri kuliner.

**Kata kunci:** Inovasi Bisnis, Kreativitas, Teknologi Digital, Kompetitifitas Bisnis, Bakso Favorite Sukarame

## ABSTRACT

*This study examines the role of innovation and business creativity in enhancing competitiveness through the application of digital technology, focusing on Bakso Favorite Sukarame. Despite its popularity, Bakso Favorite has not yet implemented significant innovations in its products and lacks the integration of digital technologies in its operations. Using qualitative methods, specifically interviews with key stakeholders, this research aims to identify existing challenges and opportunities for improvement. The findings reveal that the adoption of innovative practices and digital tools could significantly bolster the restaurant's market position, streamline operations, and attract a broader customer base. This study contributes to the understanding of how small businesses can leverage innovation and technology to remain competitive in a rapidly evolving marketplace.*

**Keywords :** Business Innovation, Creativity, Digital Technology, Competitiveness, Culinary Industry.

## PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, inovasi dan kreativitas menjadi kunci utama bagi bisnis untuk tetap kompetitif di pasar. Sektor makanan, termasuk usaha kuliner, menghadapi tantangan yang semakin kompleks, di mana konsumen tidak hanya mencari kualitas produk, tetapi juga pengalaman yang lebih baik. Salah satu contoh usaha kuliner yang menarik untuk dianalisis adalah Bakso Favorite Sukarame.

Meskipun Bakso Favorite Sukarame dikenal sebagai salah satu tempat makan yang populer di kalangan masyarakat, terdapat masalah mendasar yang perlu diatasi: kurangnya penerapan inovasi pada produk dan penggunaan teknologi digital dalam operasional bisnis. Saat ini, banyak pesaing yang telah memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan layanan, marketing, dan interaksi dengan pelanggan, sedangkan Bakso Favorite masih mengandalkan metode tradisional.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana inovasi dan kreativitas dalam bisnis, khususnya melalui penerapan teknologi digital, dapat meningkatkan daya saing Bakso Favorite Sukarame. Melalui studi kasus ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang dapat diterapkan untuk memperbaiki posisi pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Studi ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi langsung di tempat usaha. Penelitian ini juga akan memberikan rekomendasi strategis untuk membantu Bakso Favorite dalam mengadopsi inovasi yang diperlukan untuk tetap relevan dan kompetitif di industri kuliner.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang kami gunakan ialah metode penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara kepada karyawan dan pelanggan Bakso Favorite Sukarame. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berusaha memahami pengalaman manusia dan interaksinya dalam konteks sosial, budaya, dan politik. Penelitian ini menekankan pentingnya sudut pandang subjektif. Memiliki karakteristik memanfaatkan berbagai metode pengumpulan data, termasuk wawancara mendalam, observasi, dan studi kasus (Denzin dan Lincoln (2011)). Menurut Sugiyono (2022), penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk menganalisis kasus atau masalah spesifik dengan mengandalkan kepercayaan dan pemahaman mendalam terhadap konteks. Wawancara adalah teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mengumpulkan data dari individu melalui dialog langsung. Ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pemikiran, perasaan, dan pengalaman partisipan. Tipe wawancara Patton juga membedakan antara wawancara

terstruktur, semi-terstruktur, dan tidak terstruktur, masing-masing dengan tingkat kebebasan yang berbeda dalam pertanyaan (Patton (2002)).

Wawancara atau interview merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Wawancara dilakukan secara lisan dalam pertemuan tatap muka secara individual (Sukmadinata, 2016:216). Dalam penelitian ini obyek yang akan diwawancarai adalah karyawan dan pelanggan pada Bakso Favorite Sukarame.

Norman K. Denkin mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Sampai saat ini, konsep Denkin ini dipakai oleh para peneliti kualitatif di berbagai bidang. Peneliti ini menggunakan teknik triangulasi karena peneliti menggunakan teknik wawancara secara mendalam. Kombinasi dari beberapa metode atau sumber data dapat memperkuat temuan penelitian. Jika hasil dari berbagai metode menunjukkan kesamaan, hal ini bisa menjadi bukti yang lebih kuat untuk mendukung kesimpulan.

Pertanyaan untuk karyawan Bakso Favorite Sukarame:

1. Apakah Bapak merasa ada kebutuhan untuk mengembangkan atau memperbaiki produk yang ditawarkan? Jika ya, inovasi apa yang Bapak bayangkan?
2. Saat ini, apakah Bakso Favorite Sukarame telah memanfaatkan teknologi digital dalam operasionalnya? Jika belum, teknologi apa yang menurut Bapak sebaiknya diterapkan?
3. Menurut Anda, bagaimana inovasi dan teknologi dapat membantu meningkatkan daya saing Bakso Favorite di pasar?
4. Apakah Bapak pernah menerima masukan dari pelanggan terkait produk atau layanan? Bagaimana tanggapan mereka terhadap inovasi yang ada?
5. Bagaimana proses kreatif tim dalam merancang ide-ide baru? Apakah ada metode tertentu yang digunakan?

Pertanyaan kepada beberapa pelanggan Bakso Favorite Sukarame:

1. Apa pendapat Anda tentang variasi menu yang ditawarkan oleh Bakso Favorite?
2. Seberapa sering Anda mengunjungi Bakso Favorite, dan apa yang biasanya Anda pesan?
3. Apakah Anda pernah merasa kesulitan saat memesan? Jika iya, bisa ceritakan lebih lanjut?
4. Bagaimana pendapat Anda tentang penerapan teknologi digital dalam Bakso Favorite Sukarame ini?
5. Ada pesan atau harapan khusus yang ingin Anda sampaikan kepada manajemen Bakso Favorite?

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Jawaban yang diberikan karyawan pelanggan Bakso Favorite Sukarame

1. "Saya merasa kita perlu mengembangkan menu baru atau variasi dari bakso yang sudah ada. Saat ini, produk kita cukup standar dan kurang menarik bagi pelanggan yang mencari sensasi baru. Akan tetapi, kita sekarang lebih berfokus pada kualitas bahan baku dan rasa produk yang asli sejak dahulu "
2. "Sayangnya, sampai sekarang, kita belum menggunakan teknologi digital dalam operasional. Semua transaksi masih dilakukan secara manual, dan kita belum memiliki sistem pemesanan online."
3. "Tanpa inovasi dan teknologi, kita mungkin kesulitan bersaing dengan restoran lain yang lebih modern. Inovasi produk dan penerapan teknologi dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan efisiensi."
4. "Pelanggan sering memberi tahu kita bahwa mereka ingin melihat lebih banyak pilihan di menu. Mereka juga menyarankan agar kita bisa menerima pesanan melalui aplikasi, seperti yang dilakukan oleh banyak tempat makan lain."
5. "Proses kreatif di tim kami masih terbatas. Kita biasanya hanya berdiskusi ketika ada waktu, tetapi belum ada jadwal rutin untuk mendiskusikan tentang ide baru."

Jawaban yang diberikan pelanggan Bakso Favorite Sukarame:

1. "Saya merasa menu di Bakso Favorite cukup monoton. Sudah lama tidak ada inovasi atau penambahan menu baru, jadi saya merasa bosan dengan pilihan yang ada."
2. "Saya biasanya datang seminggu sekali, tapi belakangan ini saya hanya memesan bakso biasa karena tidak ada pilihan lain yang menarik."
3. "Ya, sulit. Proses pemesanan dan pembayaran masih manual, dan sering kali saya harus mengantri lama. Jika ada sistem pemesanan online pasti akan lebih mudah."
4. "Saya pikir sangat penting. Banyak restoran lain sudah menggunakan aplikasi untuk pemesanan dan pembayaran, dan itu membuat pengalaman makan lebih nyaman."
5. "Saya berharap mereka lebih mendengarkan pelanggan dan terbuka terhadap perubahan. Inovasi sangat penting untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang lama."

Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi keterkaitan antara inovasi dan daya saing ekonomi serta menganalisis peran inovasi dalam meningkatkan daya saing tersebut. Metode yang digunakan adalah wawancara dengan mengumpulkan data

dari berbagai sumber, seperti dari karyawan dan pelanggan Bakso Favorite Sukarame. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi memiliki peran krusial dalam meningkatkan daya saing ekonomi. Inovasi dapat menciptakan nilai tambah, menghasilkan produk atau layanan baru, meningkatkan efisiensi produksi, dan membantu perusahaan menghadapi tantangan di pasar global yang semakin kompetitif. Selain itu, inovasi juga dapat memperkuat posisi kompetitif suatu negara dengan mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Namun, meskipun inovasi menawarkan banyak manfaat bagi ekonomi, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat inovasi di suatu negara, seperti kurangnya dukungan pemerintah, investasi yang minim dalam riset dan pengembangan, akses terbatas terhadap sumber daya manusia berkualitas, serta kurangnya kolaborasi antara sektor publik dan swasta (Bilbao-Osorio & Rodríguez-Pose, 2004; Cameron, 1996; Ulku, 2004; Apriliana & Nawangsari, 2021).

Karyawan Bakso Favorite Sukarame mengungkapkan bahwa mereka tetap menggunakan metode tradisional dalam penyajian dan produksi bakso. Tidak ada variasi produk baru yang ditawarkan, dan resep yang digunakan adalah resep asli yang telah ada sejak lama. Dalam operasional sehari-hari, Bakso Favorite tidak menggunakan teknologi digital. Transaksi dilakukan secara tunai, dan promosi dilakukan melalui cara-cara tradisional. Wawancara menunjukkan bahwa fokus utama mereka adalah pada kualitas bahan baku dan rasa produk.

## **Pembahasan**

### **Kreativitas**

Robert Sutton dalam bukunya "Weird Ideas That Work" (2002) mengemukakan bahwa kreativitas dalam bisnis melibatkan keberanian untuk mengambil risiko dan mencoba ide-ide yang tidak biasa. Ia menekankan pentingnya menciptakan budaya organisasi yang mendukung eksperimen dan toleransi terhadap kegagalan. Amabile, seorang psikolog dan peneliti kreativitas, menjelaskan bahwa kreativitas dalam konteks bisnis dipengaruhi oleh tiga faktor utama: keterampilan individu, pengetahuan domain, dan motivasi. Ia percaya bahwa lingkungan yang mendukung dan kolaboratif dapat meningkatkan kreativitas tim. Kreativitas dalam bisnis merujuk pada kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif yang dapat meningkatkan proses, produk, atau layanan. Kreativitas bukan hanya milik individu, tetapi juga dapat berkembang dalam lingkungan tim atau organisasi, berkontribusi pada inovasi dan keberhasilan bisnis.

Kreativitas sangat penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan, karena memungkinkan mereka untuk membedakan diri dari kompetitor dengan menawarkan produk dan layanan yang khas (Amabile, 2018). Dalam situasi persaingan yang ketat, kemampuan berpikir kreatif menjadi kunci untuk menarik minat pelanggan. Selain itu,

keaktivitas adalah inti dari inovasi; tanpa ide-ide segar, inovasi tidak dapat terjadi, sehingga perusahaan yang mendukung kreativitas karyawan cenderung lebih berhasil dalam menciptakan produk dan solusi baru (Micheli et al., 2019). Kreativitas juga memfasilitasi adaptasi yang cepat terhadap perubahan pasar dan tuntutan pelanggan, yang memungkinkan perusahaan menemukan solusi baru dan efektif dalam situasi yang tidak menentu (Khan et al., 2020).

Untuk meningkatkan kreativitas, diperlukan suatu proses yang terdiri dari langkah-langkah tertentu, yaitu: a. Persiapan b. Penyelidikan c. Transformasi d. Inkubasi e. Penerangan f. Verifikasi g. Implementasi (Alma, 2017). Langkah pertama adalah persiapan, yang dapat dilakukan melalui pendidikan formal, pelatihan, dan pengalaman kerja. Untuk mempersiapkan pemikiran kreatif, perlu dilakukan beberapa hal yang menunjang, seperti belajar secara terus-menerus, banyak membaca berbagai topik, dan berdiskusi dengan rekan kerja, terutama yang memiliki pengalaman. Langkah kedua, penyelidikan, melibatkan pemahaman masalah dan identifikasi komponen utama dari masalah tersebut. Langkah ketiga, transformasi, berfokus pada pengidentifikasian persamaan dan perbedaan yang terdapat dalam informasi dan data yang telah dikumpulkan. Pada tahap ini, analisis konvergen dan divergen dapat diterapkan. Berpikir konvergen adalah kemampuan untuk melihat persamaan dan hubungan antara berbagai informasi dan peristiwa, sedangkan berpikir divergen adalah kemampuan untuk mengidentifikasi perbedaan yang ada. Langkah keempat, inkubasi, melibatkan proses di mana seseorang seolah-olah menjauh dari masalah yang dihadapi, yang dapat membantu memunculkan kreativitas. Melakukan aktivitas santai, seperti berolahraga atau berkebun, seringkali dapat menghasilkan pemikiran kreatif. Langkah kelima, penerangan, adalah saat ide-ide baru muncul, biasanya ketika seseorang sudah melupakan masalah yang dihadapi. Langkah keenam, verifikasi, melibatkan percobaan, simulasi, dan pengujian pasar untuk produk guna memvalidasi ide-ide yang dianggap tepat atau berguna. Langkah ketujuh, implementasi, adalah tahap di mana ide mulai diwujudkan dan digunakan dalam praktik.

## **Inovasi**

Schumpeter adalah salah satu tokoh awal yang membahas inovasi. Ia mendefinisikan inovasi sebagai "pengenalan sesuatu yang baru dalam proses produksi," termasuk produk baru, metode produksi baru, atau pengembangan pasar baru. Menurutnya, inovasi adalah pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Menurut Rusdiana (2014), terdapat beberapa cara untuk meningkatkan kemampuan inovasi dalam produk dan layanan, yaitu: a. Mempelajari inovasi dari pengalaman yang ada, b. Memberikan penghargaan kepada karyawan yang memiliki ide inovatif, c. Berfokus pada perilaku yang mendukung inovasi, d. Menetapkan tujuan yang jelas untuk inovasi, e. Mengembangkan produk inovatif dengan metode yang sederhana, f. Memulai dengan inovasi yang kecil, g. Melakukan percobaan dan perbaikan secara berkelanjutan, h. Mengikuti jadwal yang telah ditentukan dalam proses inovasi, dan i.

Bekerja dengan semangat serta memiliki keyakinan yang kuat terhadap inovasi dan risiko yang dihadapi.

Inovasi memiliki peran krusial dalam meningkatkan daya saing perusahaan, yang memungkinkan mereka untuk membedakan diri dari kompetitor dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang selalu berubah (Schilling, 2016). Selain itu, inovasi memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan tren pasar dan pergeseran preferensi pelanggan, sehingga mereka tetap relevan dalam lingkungan yang dinamis (Khin & Ho, 2019). Dengan mengembangkan produk atau layanan baru, perusahaan dapat menarik pelanggan baru dan meningkatkan pendapatan, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan jangka panjang (Rogers, 2016). Inovasi adalah faktor penting dalam mempertahankan daya saing dan relevansi perusahaan di pasar yang dinamis. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, manfaat dari inovasi dapat mengarah pada peningkatan efisiensi, kepuasan pelanggan, dan pendapatan. Dengan pendekatan yang tepat, perusahaan dapat memanfaatkan inovasi sebagai pendorong utama untuk pertumbuhan.

### **Teknologi Digital**

Porter menyatakan bahwa teknologi digital dapat memberikan perusahaan keunggulan kompetitif melalui peningkatan efisiensi operasional dan inovasi produk. Ia menekankan pentingnya strategi yang tepat dalam memanfaatkan teknologi untuk menciptakan nilai bagi pelanggan. Tapscott menggarisbawahi bahwa teknologi digital mengubah cara kita berinteraksi dan bertransaksi dalam bisnis. Ia menekankan pentingnya inovasi dalam model bisnis untuk memanfaatkan potensi teknologi digital yang berkembang. Teknologi digital mengacu pada perangkat dan sistem yang memanfaatkan teknologi informasi untuk mengolah, menyimpan, dan mengirimkan data. Dalam dunia bisnis, ini mencakup perangkat keras, perangkat lunak, dan jaringan yang mendukung operasional serta interaksi antara perusahaan dan pelanggan.

Penerapan teknologi digital dalam bisnis membawa berbagai manfaat signifikan, termasuk efisiensi operasional, pengalaman pelanggan yang lebih baik, inovasi produk, dan akses global. Dengan otomatisasi proses melalui sistem manajemen rantai pasok berbasis digital, perusahaan dapat mengurangi waktu dan biaya, serta meningkatkan transparansi dan efisiensi (Garg et al., 2021). Selain itu, penggunaan aplikasi mobile dan platform online memungkinkan perusahaan memberikan layanan yang lebih cepat dan responsif, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan (Lemon & Verhoef, 2016; Pappas et al., 2019). Teknologi digital juga mendukung analisis data yang mendalam, membantu perusahaan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan untuk mengembangkan produk baru yang relevan (Brynjolfsson & McAfee, 2014; Frizzo-Barker et al., 2019). Terakhir, internet memberikan peluang bagi perusahaan kecil untuk mengakses pasar global melalui e-commerce tanpa memerlukan infrastruktur fisik yang besar (Tapscott, 2006; Khin & Ho, 2019).

Wawancara dengan karyawan Bakso Favorite Sukarame menunjukkan bahwa

meskipun tidak ada inovasi produk atau penerapan teknologi digital, perusahaan tetap mempertahankan strategi bisnis tradisional. Penyajian dan produksi bakso masih dilakukan dengan resep asli yang telah ada sejak lama, dan tidak ada variasi produk baru yang ditawarkan. Pendekatan ini mencerminkan komitmen mereka terhadap kualitas dan konsistensi, yang menjadi nilai jual utama dalam menarik pelanggan.

Fokus utama Bakso Favorite adalah pada kualitas bahan baku dan cita rasa produk. Pemilik percaya bahwa menjaga rasa yang konsisten dan kualitas yang tinggi adalah kunci untuk mempertahankan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks bisnis makanan, kualitas produk tetap menjadi faktor yang sangat penting, bahkan tanpa adanya inovasi yang mencolok. Pelanggan yang menghargai rasa autentik cenderung kembali, dan hal ini menciptakan loyalitas yang kuat.

Tanpa penerapan teknologi digital, Bakso Favorite mungkin kehilangan kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam era digital saat ini, bisnis yang tidak memanfaatkan teknologi dapat kesulitan bersaing, terutama dengan munculnya banyak pesaing yang lebih inovatif. Muhamad Danuri (2019:119) menyatakan bahwa teknologi digital adalah sebuah teknologi informasi yang lebih mengutamakan pelaksanaan kegiatan secara komputer atau digital dibandingkan dengan penggunaan tenaga manusia. Teknologi ini cenderung pada sistem pengoperasian yang serba otomatis dan canggih dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer.

Fokus pada pelayanan pelanggan dan hubungan personal dapat menjadi keunggulan kompetitif. Namun, hal ini perlu diimbangi dengan strategi lain untuk meningkatkan daya saing, seperti promosi yang lebih luas dan pengembangan produk. Pada hasil Wawancara Bakso Favorite Sukarame menunjukkan bahwa meskipun mereka tidak menerapkan inovasi produk dan teknologi digital, mereka masih dapat bertahan melalui kualitas dan pelayanan. Namun, untuk meningkatkan daya saing dalam jangka panjang, penting bagi mereka untuk mempertimbangkan penerapan inovasi dan teknologi dalam strategi bisnis mereka.

### **Daya saing**

Daya saing merupakan kemampuan suatu perusahaan, industri atau negara untuk bersaing secara efektif dalam pasar global. Konsep ini menjadi sangat penting dalam era globalisasi, di mana persaingan antar perusahaan dan negara semakin ketat. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing dan strategi untuk meningkatkannya menjadi sangat penting. Daya saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan atau industri untuk memproduksi barang dan jasa dengan kualitas tinggi, harga yang kompetitif dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Konsep ini mencakup aspek-aspek seperti efisiensi operasional, kualitas produk, inovasi, strategi pemasaran dan kemampuan sumber daya manusia.

Daya saing suatu perusahaan atau industri dipengaruhi oleh beberapa faktor,

termasuk kualitas produk, harga, inovasi, efisiensi operasional, strategi pemasaran dan kemampuan sumber daya manusia. Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti perubahan teknologi, persaingan global dan kebijakan pemerintah juga mempengaruhi daya saing. Meningkatkan daya saing dapat membawa beberapa manfaat, termasuk meningkatkan pangsa pasar, pendapatan dan kualitas hidup masyarakat. Selain itu, daya saing yang tinggi juga dapat meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan di pasar global.

Untuk meningkatkan daya saing, perusahaan dapat menerapkan beberapa strategi, seperti meningkatkan inovasi, efisiensi operasional dan kualitas produk. Selain itu, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia juga sangat penting. Meningkatkan daya saing tidaklah mudah, karena ada beberapa tantangan yang harus dihadapi, seperti perubahan teknologi yang cepat, persaingan global dan keterbatasan sumber daya. Oleh karena itu, perusahaan harus siap untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing.

Daya saing merupakan kemampuan suatu perusahaan atau industri untuk bersaing secara efektif dalam pasar global. Meningkatkan daya saing memerlukan strategi yang efektif, inovasi dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Oleh karena itu, perusahaan harus terus mengembangkan dan menerapkan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan bersaing di pasar global.

#### Pengertian Daya Saing Menurut Para Ahli

1. Philip Kotler (2016): Daya saing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik daripada pesaing.
2. David Audretsch (2018): Daya saing adalah kemampuan perusahaan untuk mengembangkan inovasi dan teknologi baru.
3. Robert Solow (2015): Daya saing adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi.
4. Vijay Govindarajan (2018): Daya saing adalah kemampuan perusahaan untuk mengembangkan kemampuan kompetitif yang unik.
5. Gary Hamel (2016): Daya saing adalah kemampuan perusahaan untuk mengembangkan strategi yang inovatif dan berkelanjutan.
6. Joseph Stiglitz (2016): Daya saing adalah kemampuan perusahaan untuk mengembangkan kemampuan kompetitif yang unik.
7. Roger Martin (2014): Daya saing adalah kemampuan perusahaan untuk mengembangkan kemampuan integratif yang unik.

#### Manfaat Daya saing

Daya saing yang tinggi meningkatkan pendapatan perusahaan melalui penjualan yang meningkat, Daya saing mendorong perusahaan mengoptimalkan sumber daya dan mengurangi biaya, Daya saing membuka peluang baru bagi perusahaan untuk memasuki pasar baru, Daya saing memperkuat posisi perusahaan di pasar, Daya

saing meningkatkan kemampuan perusahaan bersaing di pasar global, Daya saing mendorong perusahaan mengembangkan inovasi, Daya saing memastikan perusahaan memenuhi kebutuhan pelanggan, Daya saing meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui produk dan jasa yang lebih baik, Daya saing meningkatkan kesadaran merek dan reputasi perusahaan, Daya saing meningkatkan motivasi karyawan untuk berinovasi, Daya saing meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, Daya saing membentuk kultur organisasi yang inovatif dan kompetitif.

## PENUTUP

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa daya saing merupakan faktor kunci untuk kesuksesan perusahaan dalam pasar global. Meningkatkan daya saing memerlukan strategi yang efektif, inovasi, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan praktik bisnis, serta membantu perusahaan meningkatkan kemampuan bersaingnya.penerapan teknologi digital, inovasi produk dan layanan, serta kreativitas pemasaran digital berdampak signifikan terhadap peningkatan daya saing Bakso Favorite Sukarame. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi tersebut efektif meningkatkan kepuasan pelanggan, efisiensi operasional dan kesadaran merek.

## Saran

Perusahaan harus terus mengembangkan dan menerapkan teknologi digital, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta mengembangkan strategi pemasaran digital yang kreatif. Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan kemampuan sumber daya manusia dalam menghadapi perubahan teknologi.

1. bagi pemilik dan pengelola Bakso Favorite Sukarame, saran ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan melalui penerapan teknologi digital, inovasi produk dan layanan, serta kreativitas pemasaran digital.
2. bagi pelaku industri kuliner, saran ini dapat menjadi acuan untuk mengembangkan strategi Kesisnis yang efektif dalam meningkatkan daya saing.
3. bagi pemerintah dan lembaga terkait, saran ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengembangkan kebijakan yang mendukung pengembangan industri kuliner.
4. bagi kalangan akademisi dan peneliti, saran ini dapat menjadi inspirasi untuk mengembangkan penelitian lanjutan terkait daya saing industri kuliner.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini, terutama kepada responden yang telah berpartisipasi dalam pengumpulan data. Terima kasih juga kepada pembimbing dan rekan-rekan penulis yang telah memberikan dukungan dan masukan yang berharga. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T. M. (2018). *Creativity and Innovation in Organizations*. Harvard University Press.
- Audretsch, D. B. (2018). *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company.
- Frizzo-Barker, J., et al. (2019). *Digital Transformation: A Framework for Business*. *Journal of Business Research*, 102, 309-316.
- Garg, S., et al. (2021). *The Role of Digital Technologies in Supply Chain Management*. *International Journal of Production Economics*, 231, 107841
- Govindarajan, V. (2018). *The Three-Box Solution*.
- Hamel, G. (2016). *What Matters Now*.
- Harvard Business Review. (2018). *The Digital Transformation of Business*.
- Khin, S., & Ho, T. C. (2019). The Impact of Digital Technology on Business Model Innovation. *Journal of Business Research*, 100, 244-252.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 14*. Jakarta: Erlangga.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). *Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey*. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96.
- Martin, R. (2014). *The Opposable Mind*.
- McKinsey & Company. (2019). *Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organizations*.
- Pappas, I. O., et al. (2019). *Customer Experience in the Age of Digital Transformation*. *Journal of Business Research*, 120, 100-110.
- Porter, M. E. (2014). *Competitive Advantage*.
- Schilling, M. A. (2016). *Strategic Management of Technological Innovation*. McGraw-

Hill Education.

Solow, R. M. (2015). *Economic Growth and Productivity*.

Stiglitz, J. E. (2016). *The Euro: How a Common Currency Threatens the Future of Europe*.

Sukmadinata, L. A. (2016). *Metode penelitian pendidikan. Remaja Rosdakarya*.

Sutanto, E. (2019). *Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kinerja Perusahaan*. Skripsi. Universitas Indonesia.

Wijayanti, A. (2018). *Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Kompetitifitas Perusahaan*. Tesis. Universitas Gadjah Mada.

World Economic Forum. (2020). *The Future of Jobs Report 2020*.