

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu industri yang berkembang pesat saat ini yaitu industri makanan. Hal ini terjadi karena makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi manusia. Salah satu jenis makanan yang disukai masyarakat yaitu kerupuk, kerupuk adalah jenis makanan kecil yang mengalami pengembangan volume dan mempunyai densitas yang rendah selama penggorengan (Wulandari & Gafaruddin, 2023). Sebagai suatu produk kerupuk merupakan bentuk usaha industri rumah tangga yang dapat meningkatkan nilai perekonomian. Perkembangan dibidang tersebut dipengaruhi oleh banyak factor diantaranya demografis, gaya hidup, serta kebiasaan di suatu daerah atau nasional. Segala sesuatu yang mempengaruhi masyarakat terus mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, social, budaya, maupun dalam mempengaruhi pola perilaku pesaing dalam menjalankan operasional bisnisnya (Syahdan, 2019).

Salah satunya yaitu kerupuk merah, kerupuk merah terbuat dari adonan tepung tapioka, air, garam, pewarna dan lainnya. Sehingga kerupuk merah dijadikan bahan pelengkap makanan maka permintaan jumlah produksi kerupuk merah sangat tinggi peminatnya (Duskiardi & Mahyoedin, 2020).

Hal ini terlihat dari penjualan yang terus meningkat setiap bulannya, Berikut merupakan data penjualan kerupuk Merah Rumah Adat dalam tahun 2024 dari bulan januari sampai dengan bulan November dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel. 1. 1
Data Penjualan Kerupuk Merah Rumah Adat Tahun 2024 bulan Januari-
November

BULAN	PENJUALAN (KG)
Januari	740
Februari	760
Maret	760
April	745
Mei	770
Juni	740
Juli	760
Agustus	790
September	770
Oktober	800
November	820

(Sumber : Pabrik Kerupuk Merah Rumah Adat)

Dari tabel 1.1. diatas dapat dilihat bahwa penjualan Kerupuk Merah Rumah Adat cenderung mengalami kenaikan dengan kisaran penjualan 700 kg hingga 800 kg setiap bulannya.

Untuk dapat meningkatkan penjualan yang lebih lagi maka harus membutuhkan strategi untuk memahami perilaku konsumen dengan selalu melakukan inovasi baru baik dalam proses produksi maupun dalam proses pemasaran produk serta memusatkan perhatian kepada konsumen. Sehingga dengan menerapkan inovasi baru ini dapat meningkat kan operasional terhadap kerupuk merah rumah adat ini dan dapat meningkatkan jumlah produktivitas dan sekaligus meningkatkan pendapatan dan kinerja operasional nya (Anisah, 2019).

Pengembangan UMKM ini menjadi suatu hal yang krusial mengingat UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada saat ini. Semakin berkembangnya UMKM maka persaingan bisnis juga semakin meningkat (Hafsah, 2020). Persaingan bisnis yang semakin kompleks tersebut memaksa pelaku UMKM untuk mempunyai kreatifitas yang lebih unggul dibandingkan dengan yang lainnya demi mempertahankan eksistensi usahanya. Persaingan bisnis juga membuat pelaku UMKM untuk mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen (Bakrie & Atikah Suri, 2024).

Pelaku usaha juga perlu mengetahui perubahan yang ada di lingkungan bisnis sehingga dapat bersaing dengan UMKM yang lainnya. Adanya tekanan bisnis dari pesaing yang kuat, secara tidak langsung dapat menciptakan kinerja operasional. Hal ini dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi perubahan-perubahan dalam perusahaan yang dinamis dan merespon secara (Iriani & Indriyani, 2023).

proaktif perubahan tersebut melalui perbaikan secara terus-menerus fungsi operasinya untuk meningkatkan kreatifitas dan efisiensi kinerja operasional.

Kinerja operasional merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari aktifitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah organisasi. Setiap perusahaan pasti berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari setiap produksinya, keberhasilan kinerja operasional juga tercermin dari keberhasilan usahanya dalam dunia persaingan bisnis, sehingga dapat dikatakan jika usahanya berhasil maka sukseslah kinerja operasional tersebut (Maylista & Wijayanto,

2022).

(Agustina, 2020) Kinerja operasional merupakan konstruk yang sering digunakan untuk mengukur dampak strategi-strategi dan orientasi yang diterapkan perusahaan. Strategi operasional selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja operasional (seperti volume penjualan dan tingkat pertumbuhan penjualan) yang baik dan juga kinerja keuangan yang baik. Penyusunan strategi operasional melibatkan penentuan kekuatan, arah tujuan dan interaksi dari kekuatan strategik tersebut (Adiputra, 2020).

Menurut Alam, (2022) factor yang mempengaruhi Kinerja Operasional yakni *Product Innovation* dan budaya kualitas. faktor-faktor tersebut dapat membuat kinerja operasional meningkatkan kinerjanya dalam persusahaan. Kinerja operasional adalah tingkat pencapaian rencana kegiatan atau kebijakan yang berhubungan dengan aliran dan perpindahan barang, dari barang mentah sampai barang jadi. Kinerja operasional juga dapat berkaitan dengan efektivitas penggunaan sumber daya perusahaan, seperti modal dan teknologi. Kinerja operasional merupakan aspek penting dalam sebuah perusahaan karena menentukan maju atau mundurnya perusahaan (Ihsan & Ramly, 2022).

Kinerja operasional perlu diukur secara berkala untuk memastikan seberapa besar efektifitas dan efisiensi kegiatan dalam mencapai target perusahaan untuk menciptakan produk inovasi. Kinerja operasioanl merupakan salah satu variabel penunjang dalam berkompetisi, terutama dalam memenuhi kebutuhan konsumen secara kuantitas maupun kualitas (Suwarsa, 2021).

Menurut (Murdani, 2023) mengatakan bahwa inovasi adalah suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis.

inovasi bukanlah konsep dari suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja tetapi juga memberikan nilai kepada kinerja operasionalnya. Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja operasional, karena perusahaan masih terbatas dalam menciptakan ide-ide yang inovatif pada produk. Selain itu, hal lain yang menyebabkan inovasi produk tidak berjalan baik yaitu tidak dilakukan perbaikan terus menerus dalam penetapan harga produk. Product innovation adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa yang baru (Erniati & Romadhoni, 2021). Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan konsumen.

(Fajrina & Yamit, 2022) mengatakan Inovasi produk merupakan ide terbaru yang memberikan nilai tambah dan berdampak positif bagi kehidupan manusia, oleh karenanya inovasi produk ini biasanya terkait dengan teknologi juga. Inovasi produk tidak selalu berkaitan dengan produk, melainkan bisa berupa jasa.

Yulia, (2024) mengatakan bahwa inovasi produk merupakan upaya menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui kinerja operasionalnya. Inovasi produk selalu berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.

Kualitas Sumber daya manusia merupakan salah satu bagian yang dapat membantu pelaksanaan pengembangan lebih lanjut dan juga meningkatkan kemampuan pekerja dengan melengkapi, memberikan mereka dengan informasi,

kemampuan, kompetisi, dan mentalitas pola pikir yang diharapkan untuk dapat memenuhi dan menjalankan tanggung jawab tugasnya nanti dimasa depan (Lutfiyah & Oetomo, 2020). Pada zaman yang dipenuhi dengan dinamika perubahan dan persaingan yang ketat, keberlangsungan perusahaan di era digital sangat bergantung pada kualitas dari sumber daya manusia nya.

Sejalan dengan teori keberlanjutan teknologi, penerimaan dan adopsi teknologi baru menjadi kunci penting dalam menghadapi perubahan global (Muanifah et al., 2023). Menurut (Hinele, 2022) sumber daya manusia yang berkualitas tinggi sangat penting untuk keberhasilan perusahaan.

Kualitas sumber daya menjadi faktor kritis dalam mencapai keunggulan kompetitif di era digital, sdm yang memiliki keahlian dalam teknologi, kemampuan analitis, kreativitas, dan kemampuan belajar yang cepat dapat membantu kinerja operasional beradaptasi dengan perubahan teknologi yang cepat. Oleh karena itu, fokus pada investasi untuk mengembangkan dan merekrut tenaga kinerja operasional yang berkualitas menjadi taktik vital bagi perusahaan yang ingin menjaga daya saingnya di dalam digital yang selalu berubah (Guruh & Iva, 2024).

Kualitas produk adalah didefinisikan oleh (Husnul Khotimah, 2020) sebagai kapasitas suatu produk dalam melakukan tujuan tertentu, yang dapat meliputi fitur-fitur seperti kesederhanaan penggunaan, kemampuan perbaikan, daya tahan, dan akurasi. Menurut (Eduar, 2024) adalah situasi dinamis yang menggabungkan barang, tenaga kerja, orang, dan lingkungan untuk memenuhi kebutuhan setiap pelanggan. Saat ini, setiap produsen memahami pentingnya kualitas produk yang sangat baik dalam memenuhi harapan konsumen disemua

kategori produk yang ditawarkan untuk dijual. Kualitas produk kemampuan produk untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen terkait dengan kinerja, fitur, estetika, keterandalan, keamanan, dan keberlanjutan produk. Kualitas produk tentunya juga merupakan kesesuaian antara kinerja produk dengan tujuan dan kebutuhan konsumen, serta kemampuan produk untuk mempertahankan performa yang diharapkan selama jangka waktu yang lama (Ramadhan & Nasito, 2023).

Menurut (Purba, 2023) kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memenuhi dan memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diharapkan pelanggan. Produk mempunyai makna sangat penting bagi sebuah perusahaan karena tanpa adanya suatu produk, perusahaan tidak akan dapat menjalankan dan mengembangkan bisnisnya (Vocke Poli et al., 2020). Perusahaan harus benar-benar dapat menghasilkan produk bermutu atau berkualitas, sebab jika dilihat dari tingkat persaingan yang semakin ketat dikalangan perusahaan yang menghasilkan produk yang bermutu atau berkualitas baik saja yang akan bertahan dan dapat memenangkan persaingan bersama dengan produk-produk yang sudah lebih dulu berinovasi.

Perusahaan dituntut untuk menciptakan produk dengan kualitas yang baik dengan memperhatikan kinerja operasional serta kualitas produk agar mampu unggul dalam bersaing dibandingkan perusahaan lainnya (Setiyono & Sutrimah, 2020). Fenomena ini membuat pabrik kerupuk Merah Rumah Adat menjadi semakin sempit karena setiap perusahaan saling berlomba-lomba untuk dapat memproduksi secara lebih efisien dan mampu menggaet pangsa pasar barunya di kota-kota yang belum terjamah sebelumnya, sehingga diperlukan adanya strategi yang berfokus untuk memenangkan persaingan produk yang mampu memberikan

kepuasan, memenuhi kebutuhan para konsumen serta penentuan harga yang logis untuk dapat menggaet minat konsumen agar produk tetap dapat diterima dipasar selain berfokus dalam meningkatkan kuantitas produksi, para pelaku bisnis perlu memperhatikan beragam aspek mengenai kualitas yang dihasilkan oleh mesin yang dimiliki saat ini, hal ini dikarenakan kualitas merupakan salah satu bagian dalam kompetisi dipasar (Iriani & Indriyani, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengamati perilaku kinerja pada Pabrik Kerupuk Merah Rumah Ada terutama dalam kinerja operasional. Dimana pekerja sebelum melakukan kegiatannya dalam melaksanakan produk inovasi pada produk, yaitu kerupuk merah maka terlebih dahulu mencari tahu kualitas sumber daya manusia nya agar kualitas produk yang dihasilkan lebih efektif untuk dipasarkan khususnya di kota Padang. Melihat fenomena tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Product Innovation dan Kualitas SDM Terhadap Kinerja Operasional Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening Pada Pabrik Kerupuk Merah Rumah Adat”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas maka identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Promosi yang dilakukan masih belum maksimal sehingga tidak mendorong konsumen untuk membeli produk.
2. Konsumen yang sudah membeli produk tidak bersedia untuk memberikan penilaian terhadap produk yang dibelinya sehingga review produk tidak ter-upgrade.
3. System reward yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang telah

dikerjakan sehingga mempengaruhi produk yang diproduksi.

4. Target dan realisasi kerupuk merah rumah adat belum tercapai yang disebabkan kurang optimalnya produktivitas terhap produk kerupuk merah rumah adat.
5. Kurangnya fasilitas tenaga kerja yang belum terpenuhi pada pabrik kerupuk merah rumah adat.
6. Masih ada pengaruh kepuasan karyawan terhadap kinerja operasional pada pabrik kerupuk merah rumah adat.
7. Kerteliban kerja yang masih rendah dilingkungan pabrik untuk menghasilkan produk.
8. Kurangnya inovasi dan kualitas produk yang akan diproduksi.
9. Kurangnya berkontrobusi terhadap medsos sehingga konsumen kurang tau terhadap produk.
10. Factor psikologis konsumen yang tinggi dalam menentukan pilihan.
11. Ekspetasi pembeli yang buruk dapat merusak kualitas terhadap produk.
12. Masih kurangnya kesadaran tenaga kerja untuk mengatasi komplek konsumen terhadap produk.

1.3 Batasan Masalah

Agar terfokusnya penelitian ini penulis hanya membatasi permasalahan pada hal- hal yang berkenan dengan *product innovation* (X1), dan kualitas SDM (X2), dan kinerja operasional (Y), terhadap kualitas produk (Z), sebagai variabel intervening pada pabrik kerupuk merah rumah adat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat dibuat beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah *Product innovation* berpengaruh terhadap Kualitas Produk pada Pabrik kerupuk Merah Rumah Adat ?
2. Apakah Kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh terhadap Kualitas Produk pada Pabrik kerupuk Merah Rumah ?
3. Apakah pengaruh *Product Innovation* terhadap Kinerja Operasional pada Pabrik kerupuk Merah Rumah Adat?
4. Apakah Kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh terhadap Kinerja Operasional pada Pabrik kerupuk merah Rumah Adat?
5. Apakah Kualitas product berpengaruh terhadap kinerja Operasional pada Pabrik kerupuk merah Rumah Adat?
6. Apakah *Product Innovation* berpengaruh terhadap kinerja Operasional dengan Kualitas Product sebagai variabel intervening pada Pabrik kerupuk merah Rumah Adat?
7. Apakah Kualitas Sumber Daya Manusia berpengaruh terhadap Kinerja Operasional dengan Kualitas Product sebagai variabel intervening pada Pabrik kerupuk merah Rumah Adat?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai oleh penulis, yaitu untuk menganalisis pengaruh :

1. *Product innovation* terhadap kualitas produk pada pabrik kerupuk

merah rumah adat.

2. Kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas produk pada pabrik kerupuk merah rumah adat.
3. *Product innovation* terhadap kinerja operasional pada pabrik kerupuk merah rumah adat.
4. Kualitas sumber daya manusia terhadap kinerja operasional pada pabrik kerupuk merah rumah adat.
5. Kualitas produk terhadap kinerja operasional pada pabrik kerupuk merah rumah adat.
6. *Product innovation* terhadap kinerja operasional dengan kualitas produk sebagai variabel intervening di pabrik kerupuk merah rumah adat.
7. Kualitas sumber daya manusia terhadap kinerja operasional dengan kualitas produk sebagai variabel intervening di pabrik kerupuk merah rumah adat.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa manfaat adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi bahan penelitian selanjutnya dalam menambah penelitian akademik sehingga berguna untuk pengembangan ilmu, khususnya dibidang manajemen operasional.

2. Bagi Ilmu Pengatahuan

Dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan *product innovation*, kualitas tenaga

kerja, kinerja operasional, kualitas produk.

3. Bagi Perusahaan

Untuk dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan kepada product innovation , kualitas Sumber Daya Manusia dan kinerja operasional terhadap kualitas produk dengan prestasi kerja sebagai variabel intervening pada pabrik kerupuk merah rumah adat yang Berkaitan dengan product innovation dan kualitas Sumber Daya Manusia dan kinerja operasional terhadap kualitas produk dengan prestasi kerja pegawai agar mereka dapat meningkatkan prestasi dalam bekerja dengan tujuan untuk dapat tercapainya tujuan organisasi seperti yang diinginkan.

4. Bagi Penelitian Lain

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi yang membaca khusus nya bagi yang sedang melakukan penelitian. Penelitian ini bisa menjadi dasar atau referensi untuk penelitian selanjut nya dan juga dapat menambah pustaka bagi mereka yang mempunyai minat untuk mendalami ilmu pengetahuan didalam bidang manajemen operasional.