

EKSPLORASI LEVEL INOVASI RESTORAN UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF DI KAWASAN PARIWISATA SANUR

**Ni Wayan Chintia Pinaría^{1*}, Ini Kadek Swandewi²,
Putu Mira Astuti Pranadewi³, Made Pradnyan Permana Usadi⁴**

^{1,3}Jurusan Hospitaliti, Politeknik Pariwisata Bali

²Jurusan Kepariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

*Email: tia@ppb.ac.id

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan tingkat inovasi restoran di kawasan wisata Sanur sebagai bagian dari upaya membangun keunggulan kompetitif. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh restoran yang menyajikan makanan Indonesia dan Barat di kawasan wisata Sanur. Sampel penelitian terdiri dari restoran dengan rating Google antara 4,5 hingga 5 serta memiliki lebih dari 1.500 ulasan. Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode, yaitu observasi melalui web dan media sosial serta observasi langsung. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, yang melibatkan perhitungan persentase inovasi dan pengkategorian tingkat inovasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat inovasi restoran di kawasan wisata Sanur bervariasi, dengan satu restoran berada pada tingkat inovasi rendah, enam restoran pada tingkat inovasi menengah, dan satu restoran pada tingkat inovasi tinggi. Rata-rata persentase penerapan inovasi di restoran-restoran Sanur adalah 59%, yang menempatkan mereka dalam kategori inovasi menengah. Temuan ini memiliki nilai tinggi bagi berbagai pemangku kepentingan. Dengan menerapkan strategi inovatif, restoran dapat memanfaatkan wawasan ini untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mereka.

Kata Kunci: Inovasi, Keunggulan Kompetitif, Restoran, Pariwisata, Bisnis Hospitaliti.

ABSTRACT. This research aims to determine the level of restaurant innovation in the Sanur tourism area as part of an effort to build a competitive advantage. The population in this study includes restaurants serving Indonesian and Western food. The sample consists of restaurants with a Google Rating of 4.5-5 and over 1,500 reviews. Data was collected using two methods: web and social media observation, and direct observation. The analysis technique used is descriptive quantitative, which involves calculating the percentage of innovation and categorizing it into different levels of innovation. The research results show that the level of restaurant innovation in the Sanur tourism area varies, with one restaurant at a low level of innovation, six restaurants at a medium level, and one restaurant at a high level. The average percentage of restaurant innovation implementation in the Sanur tourism area is 59%, placing these restaurants in the medium innovation level category. This research significantly advances our understanding of innovation within the hospitality and tourism sector by examining the innovative practices of restaurants in a leading tourist destination. The findings are highly valuable for various stakeholders. By implementing innovative strategies, restaurants can leverage these insights to enhance their competitive advantage.

Keywords: Innovation, Competitive Advantage, Restaurant, Tourism, Hospitality Business.

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis yang semakin pesat seperti saat ini menjadikan persaingan antara satu bisnis dengan bisnis lainnya semakin ketat. Perusahaan perlu menanggapi ketatnya persaingan ini dengan cepat agar tetap dapat bertahan dan menciptakan keberlanjutan bisnis di masa depan. Berbagai strategi diterapkan guna bertahan, salah satunya dengan membangun keunggulan kompetitif (Wijayanthi et al., 2020). Keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan pesaingnya dengan memanfaatkan sumber daya dan kompetensi yang dimiliki (Dewi et al., 2024; Sunarsih, 2017). Perusahaan dengan keunggulan kompetitif akan mampu menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi para pemangku kepentingan seperti pelanggan dan pemasok dibandingkan kompetitornya. Pada era modern, perusahaan dituntut untuk lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Untuk unggul, perusahaan memerlukan tindakan yang inovatif sebagai elemen utama (Ernawati et al., 2022). Inovasi menjadi salah satu sumber penting dari keunggulan kompetitif (Bahren et al., 2018; Setyaningrum, 2021). Menurut (Rifa'i et al., 2016) inovasi adalah salah satu strategi dalam mencapai keunggulan kompetitif.

Inovasi adalah pengenalan atau pengembangan produk atau metode baru yang memberikan dampak positif serta nilai tambah pada produk, proses, atau pelayanan (Dachyar & Fatkhurrohman, 2011). Di tengah permintaan pasar yang semakin beragam dan siklus produk yang semakin pendek, para pengusaha diharapkan lebih peka, kreatif, dan inovatif (Rifa'i et al., 2016). Kemampuan perusahaan untuk melakukan inovasi berkelanjutan terhadap produk yang dipasarkan akan menjadikan produk sesuai dengan permintaan pasar (Gani et al., 2022; Sunarsih, 2017). Inovasi menjadi faktor utama kesuksesan karena mampu meningkatkan kualitas produk, efisiensi secara keseluruhan, menurunkan biaya, memenuhi kebutuhan pelanggan, meningkatkan penjualan dan keuntungan, serta membantu meningkatkan pangsa pasar dan membedakan diri dari pesaing. Perusahaan dapat melakukan inovasi di berbagai lini seperti produk, proses, pemasaran, pelayanan, teknologi, dan manajemen. Berbagai perusahaan berupaya dalam melakukan inovasi termasuk pada bisnis restoran.

Restoran merupakan salah satu bisnis yang sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat. Data Kementerian Perindustrian menunjukkan kenaikan sebesar 3,68 persen dalam pertumbuhan industri restoran dan rumah makan di Indonesia (Bali Post, 2023). Jumlah restoran dan rumah makan di Bali pun meningkat dari

3.245 menjadi 4.429 pada tahun 2023. Kota Denpasar menjadi wilayah dengan pertumbuhan restoran terbesar dari 604 menjadi 952 pada tahun 2023 meningkat sebesar 36,55% (BPS Bali, 2024).

Satu-satunya kawasan pariwisata di kota Denpasar dan merupakan kawasan pariwisata tertua di Bali adalah kawasan pariwisata Sanur. Kawasan pariwisata Sanur terdiri dari beberapa Desa/Kelurahan diantaranya Sanur Kaja, Sanur Kauh, Sanur, Serangan, Kesiman Petilan (Disparda Kota Denpasar, 2020). Setiap tahun pertumbuhan restoran di kawasan pariwisata Sanur semakin meningkat didorong oleh meningkatnya jumlah wisatawan dan perkembangan sektor pariwisata di kawasan ini. Keberadaan daya tarik wisata di suatu daerah atau wilayah mampu menumbuhkan bisnis lainya karena wisatawan ketika melakukan perjalanan wisata tidak hanya mengunjungi daya tarik wisata tetapi juga menikmati makanan dan minuman di daerah wisata yang sedang dikunjungi.

Restoran yang sedang banyak berkembang saat ini adalah restoran yang menyajikan menu Indonesia sekaligus menu Western. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ernawati et al., 2022) dengan judul “*Consumer Preferences For Indonesian Food*” menunjukkan hasil bahwa makanan Western menjadi jenis makanan yang paling disukai, diikuti oleh makanan Indonesia. Sehingga banyak restoran yang menyajikan kedua jenis makanan ini dalam menu mereka. Hal tersebut berdampak pada persaingan restoran yang menyajikan kedua menu tersebut semakin meningkat. Menurut (Ivkov et al., 2016) bisnis restoran saat ini menghadapi pasar yang sangat dinamis. Pengusaha restoran menerapkan berbagai strategi untuk membangun keunggulan kompetitif sehingga dapat bertahan ditengah-tengah ketatnya persaingan.

Untuk dapat membangun keunggulan kompetitif serta berkelanjutan sebuah perusahaan terutama bisnis restoran harus terus berinovasi. Dalam konteks catering, inovasi adalah hal yang penting. Inovasi berkaitan dengan ide, praktik, proses, atau produk yang memecahkan masalah dan dianggap baru oleh konsumen (Gagic, 2016). Bisnis restoran tidak cukup hanya berinovasi pada produk tetapi juga dalam pemasaran, proses, pelayanan, dan teknologi untuk membangun keunggulan kompetitif (Gagic, 2016; Sharma et al., 2022; Suprianto et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh (Gagic, 2016) memberikan penekanan khusus pada inovasi dalam industri restoran menunjukkan bahwa restoran yang menerapkan berbagai inovasi menjadi lebih menarik dan memiliki pengaruh besar terhadap profitabilitas secara keseluruhan. Begitu juga dengan restoran yang berada di kawasan pariwisata

Sanur.

Hal ini juga berlaku untuk restoran yang berada di kawasan pariwisata Sanur. Restoran yang berada di kawasan pariwisata Sanur tidak hanya melayani masyarakat lokal tetapi juga wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata sehingga restoran harus terus berinovasi untuk tetap relevan dengan perkembangan zaman. Inovasi dalam pemasaran, produk dan layanan, proses untuk memenuhi ekspektasi wisatawan yang tinggi dan beragam. Selain itu, penyesuaian terhadap tren kuliner global dan lokal serta penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan. Dengan menerapkan inovasi yang tepat, restoran di Sanur tidak hanya dapat menarik lebih banyak pengunjung tetapi juga membangun reputasi yang baik dan meningkatkan profitabilitas dalam pasar yang kompetitif. Sebagian besar penelitian sebelumnya membahas dampak inovasi pada kesuksesan bisnis secara umum, tetapi jarang ada yang mengevaluasi level inovasi restoran secara spesifik, terutama di kawasan pariwisata seperti Sanur. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui level inovasi restoran di kawasan pariwisata Sanur dalam upaya membangun keunggulan kompetitif.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Inovasi

Inovasi adalah sesuatu hal yang baru atau yang lebih baik yang berkaitan dengan pelayanan, produk, proses, strategi pemasaran dan metode organisasi (Sharma et al., 2022). Inovasi juga dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menerapkan ide, proses, barang, atau jasa baru secara efektif, serta kemampuan untuk mengubah dan beradaptasi. Ketika membahas mengenai inovasi merupakan penciptaan sesuatu yang baru oleh organisasi untuk memuaskan pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar. Inovasi adalah proses dalam menciptakan gagasan atau ide baru yang pada akhirnya mampu menciptakan nilai tambah (Suryati et al., 2022). Tujuan inovasi adalah untuk menghadirkan sesuatu yang baru yang unik yang belum dilakukan pesaing dan menghadirkan pengalaman positif pada pelanggan (Naveed et al., 2012). Ruang lingkup inovasi pada konteks bisnis restoran terdiri dari inovasi produk, inovasi pelayanan, inovasi proses, inovasi pemasaran (Gagic, 2016; Sharma et al., 2022). Inovasi produk dan layanan mengacu pada produk dan layanan baru atau yang ditingkatkan secara signifikan seperti pengenalan bahan baru, produk setengah jadi, komponen baru, atau fitur produk baru (Camisón & Monfort-Mir,

2012). Inovasi proses mengacu pada perubahan yang dilakukan yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi, seperti peralatan baru atau peningkatan otomatisasi, metode produksi yang lebih efisien, atau pemanfaatan sumber energi baru. Inovasi pemasaran adalah metode pemasaran baru melibatkan perubahan dalam desain produk, strategi promosi, harga, dan hubungan baru dengan pelanggan tertentu.

2.2 Keunggulan Kompetitif

Perusahaan agar dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan diharapkan memiliki keunggulan kompetitif yang menjadi ciri khas, membedakan, dan memberikan value yang berbeda dibandingkan pesaingnya. Keunggulan kompetitif merupakan daya tarik yang lebih baik atau lebih tinggi dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh kompetitor (Suryati et al., 2022). Keunggulan kompetitif menghasilkan nilai ekonomi yang lebih tinggi dan menarik minat yang lebih besar daripada pesaingnya, sehingga perusahaan harus terus berinovasi untuk memenangkan persaingan. Keunggulan kompetitif adalah jantung dari kinerja perusahaan dalam pasar yang kompetitif (Porter, 1985).

3. METODE PENELITIAN

Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan dua metode yakni *web-observation* dan *social media observation* serta observasi langsung. Pada saat melakukan *web-observation* dan *social media observation* serta observasi langsung peneliti membawa cek list yang berisi indikator inovasi dan memberikan centang pada kolom Ya/Tidak. Indikator inovasi dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian (Gagic, 2016). Indikator inovasi pemasaran meliputi kepemilikan logo, ketersediaan website, media sosial. Inovasi proses meliputi ketersediaan layanan pemesanan online, dan opsi pembayaran yang beragam. Inovasi produk dan layanan terdiri dari penandaan hidangan lokal dan nasional pada menu, penerjemahan menu, nilai energi dari setiap hidangan, variasi ukuran porsi, penggunaan bahan makanan organik, menu anak-anak, hidangan untuk penderita diabetes, produk roti gandum utuh, penandaan alergen, hidangan bebas gluten, hidangan vegetarian, dan akses Wi-Fi gratis.

Tabel 1. Cek List Observasi Penelitian

Nama Restoran:		
Indikator	Keterangan	
	Ada	Tidak Ada
Logo Restoran		
Website Restoran		
Media Sosial Restoran		
Layanan Pemesanan Online		
Opsi Pembayaran yang Beragam		
Penandaan Hidangan Lokal dan Nasional pada Menu		
Penerjemahan Menu		
Nilai Energi dari setiap Hidangan		
Variasi Ukuran Porsi		
Penggunaan Bahan Makanan Organik		
Menu Anak-Anak		
Hidangan untuk Penderita Diabetes,		
Produk Roti Gandum Utuh		
Penandaan Alergen		
Hidangan Bebas Gluten		
Hidangan Vegetarian		
Akses Wifi Gratis		

(Sumber: Gagic, 2016)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh restoran yang menyajikan makanan Indonesia dan Western di kawasan pariwisata Sanur. Sampel dalam penelitian ini adalah restoran yang menyajikan makanan Indonesia dan Western di kawasan pariwisata Sanur dengan Google Rating 4,5-5 dan jumlah review di atas 1.500. Penilaian Google yang tinggi antara 4,5 hingga 5 dan jumlah ulasan yang signifikan (lebih dari 1.500) mengindikasikan bahwa restoran tersebut sangat populer dan memiliki reputasi yang sangat baik di mata pelanggan. Restoran dengan lebih dari 1.500 ulasan memiliki basis data ulasan yang cukup besar, memungkinkan

representasi yang lebih akurat tentang pengalaman pelanggan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan mencari persentase inovasi yang dilakukan kemudian memasukkannya ke dalam level inovasi dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 2. Level Inovasi

Persentase Inovasi	Level Inovasi
0-30%	Sangat Rendah
30-50%	Rendah
50-70%	Sedang
70-90%	Tinggi
90-100%	Sangat Tinggi

(Sumber: Gagic, 2016)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Restoran

Restoran yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah restoran yang berada di kawasan pariwisata Sanur. Kriteria pemilihan restoran meliputi restoran yang menyediakan menu Indonesia dan Western, memiliki rating di Google antara 4,5 hingga 5, serta jumlah ulasan sebanyak 1.500 atau lebih. Pada Tabel 3, menunjukkan restoran yang menjadi sampel dalam penelitian ini:

Tabel 3. Rating dan Jumlah Ulasan Restoran di Kawasan Pariwisata Sanur

No	Nama Restoran	Rating	Jumlah Ulasan
1	Arena Pub & Restaurant	4,6	2.950
2	Coco Bistro Sanur	4,8	2.863
3	Lila Pantai Sanur	4,5	1.802
4	La Playa	4,5	1.500
5	Massimo Italian Restaurant	4,7	13.637
6	Soul on The Beach	4,6	2.526
7	Soul in a Bowl	4,5	1.527
8	The Hub	4,5	2.271

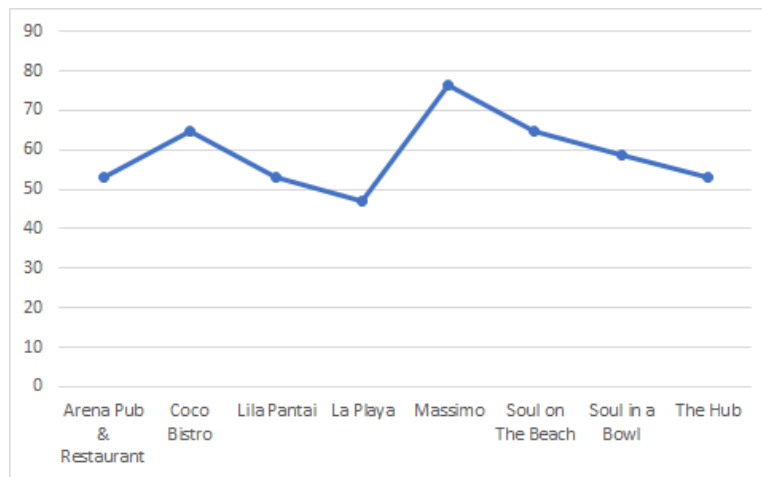
(Sumber: Google, 26 Juli 2024)

Tabel 3 menunjukkan rating dan jumlah ulasan dari restoran-restoran yang terletak di kawasan pariwisata Sanur, yang memberikan gambaran tentang popularitas berdasarkan tanggapan pengunjung. Restoran dengan rating tertinggi

dalam tabel tersebut adalah Coco Bistro Sanur dengan rating 4,8 dan 2.863 ulasan. Massimo Italian Restaurant juga mencatatkan rating yang sangat baik yaitu 4,7 namun dengan jumlah ulasan yang jauh lebih banyak yakni 13.637 ulasan. Restoran lain seperti Arena Pub & Restaurant dan Soul on The Beach juga mencatatkan rating yang cukup tinggi yaitu 4,6, dengan jumlah ulasan masing-masing 2.950 dan 2.526. Sementara itu, beberapa restoran lainnya, seperti Lila Pantai Sanur, La Playa, Soul in a Bowl, dan The Hub, memiliki rating 4,5, dengan jumlah ulasan yang bervariasi antara 1.500 hingga 2.271. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa restoran-restoran di kawasan pariwisata Sanur umumnya memiliki rating yang cukup tinggi yang mencerminkan kualitas dan popularitas mereka dikalangan pengunjung.

4.2 Hasil Penelitian

Inovasi pada restoran di kawasan pariwisata Sanur diukur melalui 17 indikator yang mencakup aspek teknologi, layanan, dan keberlanjutan. Indikator tersebut disusun berdasarkan kebutuhan wisatawan modern yang semakin mengutamakan kenyamanan, kepraktisan, dan gaya hidup sehat. Beberapa indikator seperti ketersediaan website, media sosial, dan layanan pemesanan online menunjukkan adopsi teknologi digital yang penting di era pemasaran berbasis internet. Di sisi lain, indikator seperti menu vegetarian, hidangan bebas gluten, dan penggunaan bahan organik mencerminkan tren keberlanjutan dan gaya hidup sehat yang kian populer di kalangan wisatawan. Ketersediaan menu yang diterjemahkan, penandaan alergi, dan variasi ukuran porsi memperlihatkan upaya restoran dalam melayani kebutuhan tamu yang lebih beragam, baik lokal maupun internasional. Setelah dilakukan observasi pada situs web, media sosial, serta observasi langsung ke masing-masing restoran, didapatkan persentase implementasi inovasi pada delapan restoran di kawasan pariwisata Sanur, yang ditampilkan pada Grafik 1 berikut ini:



(Sumber: Hasil Penelitian, 2024)

Grafik 1. Persentase Implementasi Inovasi Restoran di Kawasan Pariwisata Sanur

Berdasarkan Grafik 1, terlihat bahwa terdapat satu restoran dengan persentase inovasi sebesar 76%, dua restoran dengan persentase inovasi sebesar 65%, satu restoran dengan persentase inovasi sebesar 59%, dua restoran dengan persentase inovasi sebesar 53%, dan satu restoran dengan persentase inovasi sebesar 47%. Restoran Massimo memiliki tingkat inovasi tertinggi (76%), yang mencerminkan adopsi signifikan terhadap indikator inovasi, terutama dalam aspek digitalisasi, diversifikasi menu, dan keberlanjutan. Coco Bistro dan Soul on The Beach masing-masing memiliki tingkat inovasi sebesar 65%, menunjukkan upaya yang baik dalam memenuhi indikator inovasi tetapi masih memiliki ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Soul in a Bowl berada pada tingkat inovasi sebesar 59%, Arena Pub & Restaurant, Lila Pantai, dan The Hub masing-masing memiliki tingkat inovasi sebesar 53%. La Playa memiliki tingkat inovasi 47%. Persentase inovasi tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam kategori untuk menentukan level inovasi restoran di kawasan pariwisata Sanur. Berikut adalah Tabel 4 yang menunjukkan level inovasi restoran di kawasan tersebut:

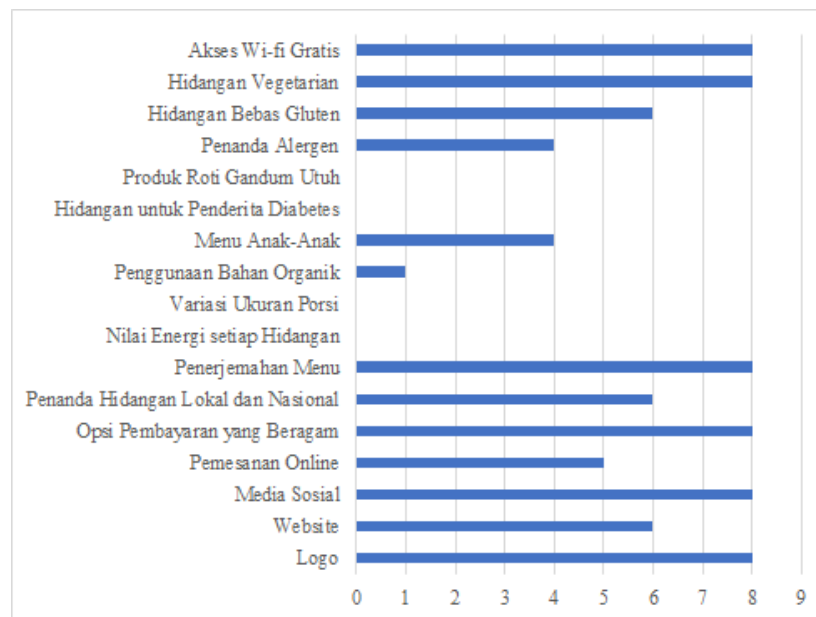
Tabel 4. Level Inovasi Restoran di Kawasan Pariwisata Sanur

Persentase Inovasi	Jumlah Restoran	Level Inovasi
0-30%	-	Sangat Rendah
30-50%	1	Rendah
50-70%	6	Sedang
70-90%	1	Tinggi
90-100%	-	Sangat Tinggi

(Sumber: Hasil Penelitian, 2024)

Berdasarkan Tabel 4 level inovasi restoran dikelompokkan ke dalam lima kategori: sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: tidak ada restoran yang berada pada level sangat rendah (0-30%) maupun sangat tinggi (90-100%). Satu restoran, yaitu La Playa berada pada level rendah (30-50%) dengan persentase inovasi sebesar 47%. Enam restoran masuk dalam kategori sedang (50-70%). Restoran-restoran ini mencakup Arena Pub & Restaurant, Coco Bistro, Lila Pantai, Soul in a Bowl, Soul on The Beach, dan The Hub, dengan persentase inovasi berkisar antara 53% hingga 65%. Hanya satu restoran, yaitu Massimo, yang berada pada level tinggi (70-90%), dengan persentase inovasi sebesar 76%. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas restoran di kawasan pariwisata Sanur berada pada level inovasi sedang, dengan beberapa di antaranya menunjukkan potensi untuk meningkatkan indikator inovasi agar mencapai kategori tinggi atau sangat tinggi.

Sedangkan pada Tabel 5 di bawah ini menunjukkan implementasi inovasi pada restoran di kawasan pariwisata Sanur. Sebanyak 8 restoran telah menggunakan logo yang jelas, aktif di media sosial, menawarkan opsi pembayaran yang beragam, menyediakan menu vegetarian, dan akses Wi-Fi gratis. Selain itu, 6 restoran memiliki website, menandai hidangan lokal dan nasional, serta menyediakan hidangan bebas gluten. Penerjemahan menu juga telah dilakukan oleh 8 restoran. Namun, ada beberapa area yang perlu diperbaiki seperti pemesanan online yang hanya diterapkan oleh 5 restoran dan hanya 4 restoran yang menyediakan menu anak-anak serta penanda alergen. Beberapa aspek lainnya, seperti nilai energi pada hidangan, variasi ukuran porsi, dan hidangan untuk penderita diabetes, belum diterapkan. Hanya 1 restoran yang menggunakan bahan organik, dan tidak ada restoran yang menyediakan produk roti gandum utuh.

Tabel 5. Implementasi Inovasi pada Restoran di Kawasan Pariwisata Sanur

4.3 Pembahasan

Berdasarkan data yang disajikan, dapat dianalisis bahwa sejumlah restoran telah berhasil menerapkan beberapa elemen penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam. Secara umum, 8 restoran telah memperkenalkan logo yang mencerminkan identitas restoran dengan baik, serta aktif di media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan. Ini menunjukkan pemahaman yang kuat terhadap pentingnya branding dan pemasaran digital dalam industri restoran yang menjadi salah satu aspek utama dalam memperkenalkan dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan di era modern. Selain itu, 8 restoran juga telah menyediakan menu yang diterjemahkan dengan baik, yang memungkinkan restoran untuk melayani pelanggan internasional secara lebih efektif. Fasilitas Wi-Fi gratis yang disediakan oleh 8 restoran juga menunjukkan perhatian terhadap kenyamanan pelanggan karena akses internet menjadi salah satu kebutuhan penting dalam pengalaman bersantap terutama bagi pelanggan yang membutuhkan koneksi untuk bekerja atau bersosialisasi.

Namun, meskipun ada pencapaian positif dalam aspek branding, komunikasi, dan kenyamanan pelanggan, terdapat beberapa area yang menunjukkan kebutuhan untuk pengembangan lebih lanjut. Misalnya, meskipun 8 restoran menyediakan berbagai opsi pembayaran yang beragam, hanya 5 restoran yang menyediakan fasilitas pemesanan online, yang mungkin menghambat kenyamanan bagi pelanggan yang lebih memilih untuk melakukan pemesanan secara daring. Hal ini

menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dalam proses pemesanan restoran masih bisa diperluas, terutama dengan perkembangan pesat aplikasi pemesanan online yang telah menjadi bagian integral dari kebiasaan konsumen masa kini. Selain itu, meskipun ada beberapa restoran yang memberikan penanda hidangan lokal dan nasional (6 restoran), serta menyediakan menu untuk anak-anak (4 restoran), hal ini belum cukup memadai untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin beragam. Kebutuhan akan variasi ukuran porsi dan hidangan khusus untuk penderita diabetes juga sangat minim, dengan data menunjukkan tidak ada restoran yang menyediakan pilihan tersebut, yang dapat menjadi peluang untuk inovasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan diet khusus atau preferensi gizi tertentu.

Pada aspek kesehatan dan keberlanjutan, penggunaan bahan organik terbilang sangat terbatas, hanya diterapkan oleh 1 restoran, sementara semakin banyak konsumen yang mencari pilihan makanan yang lebih sehat dan ramah lingkungan. Begitu juga dengan kurangnya perhatian terhadap hidangan bebas gluten, roti gandum utuh, dan menu yang aman bagi penderita alergi, yang tercermin dari angka yang rendah pada elemen-elemen ini. 4 restoran menyediakan penanda alergen, tetapi angka tersebut masih jauh dari harapan, mengingat semakin tingginya jumlah pelanggan yang memiliki sensitivitas terhadap bahan makanan tertentu. Selain itu, meskipun 6 restoran menyediakan hidangan bebas gluten, hal ini masih jauh dari mencakup seluruh pelanggan yang memerlukan alternatif makanan tersebut, mengingat semakin berkembangnya kesadaran akan pentingnya diet bebas gluten.

Secara keseluruhan, meskipun ada sejumlah restoran yang telah berhasil menerapkan berbagai fitur yang memperkaya pengalaman pelanggan, masih ada banyak ruang untuk perbaikan dan inovasi. Restoran perlu lebih sensitif terhadap kebutuhan kesehatan dan gaya hidup pelanggan yang lebih beragam, seperti menyediakan hidangan yang lebih inklusif untuk penderita penyakit tertentu, memperkenalkan lebih banyak pilihan makanan sehat, serta memperluas penggunaan bahan organik dan ramah lingkungan. Di samping itu, restoran juga perlu mengoptimalkan teknologi, seperti pemesanan online, untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi operasional. Memperhatikan aspek-aspek ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing restoran, tetapi juga memenuhi permintaan pelanggan yang semakin kritis terhadap kesehatan dan keberlanjutan.

Inovasi sangat penting untuk keberlanjutan bisnis di era persaingan ketat seperti saat ini. Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata persentase implementasi inovasi

restoran di kawasan pariwisata Sanur mencapai 59%. Persentase ini menempatkan restoran di kawasan tersebut dalam kategori level inovasi sedang. Ke depan, untuk membangun keunggulan kompetitif restoran-restoran tersebut perlu meningkatkan level inovasinya ke tingkat yang lebih tinggi. Penelitian ini juga menemukan beberapa indikator inovasi yang belum diterapkan di restoran yang menjadi sampel, seperti informasi nilai energi pada setiap hidangan, hidangan khusus untuk penderita diabetes, produk roti gandum utuh dan variasi ukuran porsi.

Penelitian yang dilakukan oleh Suhairi (2023) salah satu restoran yang memberikan informasi nilai energi pada hidangan makanan yang dipasarkan adalah restoran MCD. McDonald's mulai menambahkan label nutrisi pada kemasan produknya untuk mengatasi keraguan masyarakat terkait nilai gizi. Langkah ini menjadikan McDonald's sebagai restoran cepat saji pertama yang memungkinkan pelanggan pilihan lebih bijak dalam mengonsumsi makanan. Perubahan tersebut viral di berbagai medi. Pada triwulan III tahun 2008, tanggapan positif mencapai 68%, tanggapan netral 23%, dan tanggapan negatif hanya 9%. Kampanye ini berhasil secara luar biasa dalam memperkuat ekuitas merek McDonald's. Hal ini menunjukkan bahwa kedepan memberikan informasi nilai gizi pada makanan yang dihidangkan menjadi hal yang menarik untuk dipertimbangkan oleh pengelola restoran di kawasan pariwisata Sanur karena dapat meningkatkan citra restoran dan dapat sebagai salah satu cara dalam membangun keunggulan kompetitif.

Kemudian terkait hidangan khusus untuk penderita diabetes juga dapat menjadi pertimbangan bagi pengelola restoran di kawasan pariwisata Sanur. Hal tersebut tidak terlepas dari informasi peningkatan jumlah penderita diabetes di Indonesia. Kasus diabetes menempatkan Indonesia pada peringkat ke-6 dari 10 negara dengan jumlah kasus diabetes melitus terbanyak di Asia (International Diabetes Federation, 2017). Saat ini, konsumen semakin sadar akan pentingnya memilih makanan dan minuman yang sehat (Darung & Kristinae, 2021), baik dari segi nutrisi, kesegaran, bahan baku, maupun keseimbangan diet. Kesadaran ini mendorong peningkatan konsumsi makanan dan minuman yang sehat, seperti sayuran, buah-buahan, protein, dan nutrisi penting lainnya. Selain mempertimbangkan informasi nilai energi pada setiap hidangan dan hidangan khusus untuk penderita diabetes. Ketersediaan produk roti gandum utuh dan variasi ukuran porsi juga dapat dipertimbangkan oleh pengelola restoran di kawasan pariwisata Sanur untuk membangun keunggulan kompetitif.

5. SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah level inovasi restoran di kawasan pariwisata Sanur bervariasi diantaranya satu restoran masuk ke dalam level inovasi rendah, enam restoran berada pada level inovasi sedang, dan satu restoran masuk ke dalam level inovasi tinggi. Rata-rata persentase implementasi inovasi restoran di kawasan pariwisata Sanur mencapai 59%. Persentase ini menempatkan restoran di kawasan pariwisata Sanur dalam kategori level inovasi sedang. Dalam rangka membangun keunggulan kompetitif restoran dapat mempertimbangkan indikator-indikator yang belum tersedia di restoran yang dikelola seperti menyediakan informasi nilai energi pada setiap hidangan, menyediakan hidangan khusus untuk penderita diabetes, ketersediaan produk roti gandum utuh dan variasi ukuran porsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahren, B., Ramadhani, I., & Suroso, E. (2018). Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Marketing Dan Inovasi Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 8–18.
- Camisón, C., & Monfort-Mir, V. M. (2012). Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives. *Tourism Management*, 33(4), 776–789. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.08.012>
- Dachyar, M., & Fatkhurrohman. (2011). The Effect of Innovation Factor to Customer Loyalty by Structural Equation Model. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 52, 845–849.
- Darung, F., & Kristinae, V. (2021). Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Rumah Makan di Kalimantan Tengah. *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*, 11(2), 69–78.
- Dewi, E. S. M., Wahyuni, N. C. T., Pujiyati, H., Yasa, N. N. K., & Giantari, I. G. A. K. (2024). Rumusan Strategi Bisnis dan Strategi Pemasaran Pada UMA Sapna Villa Berdasarkan Analisis IFAS-EFAS. *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*, 14(1), 137–153.
- Ernawati, Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Sinambela, E. A. (2022). *Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM melalui Strategi Orientasi Pasar dan Inovasi Produk* (Vol. 5, Issue 2).
- Gagic, S. (2016). Restaurant innovativeness: A case study of Vojvodina. *The European Journal of Applied Economics*, 13(2), 57–69. <https://doi.org/10.5937/ejae13-10503>
- Gani, N. S., Hidayanti, I., & Damayanti, R. (2022). The Effect Of Product Innovation And Servicescape On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction At Lain Hati Coffee Shop In Ternate. *Journal of Management and Islamic Finance*, 2(1), 89–104. <https://doi.org/10.22515/jmif.v2i1.5242>
- Ivkov, M., Blešić, I., Simat, K., Demirović, D., Božić, S., Stefanović, V., Professor, A., Simat student, K., Demirović, D. M., & Professor, F. (2016). Innovations In The Restaurant Industry-An Exploratory Study 11186). In *Innovations In The Restaurant Industry-An Exploratory Study Economics Of Agriculture* (Vol. 63).
- Naveed, T., Akhtar, I., & Cheema, R. (2012). International Journal of Management & Organizational Studies Volume 2, Issue 2 The Impact of Innovation on Customer

- Satisfaction and Brand loyalty: A Study of the Students of Faisalabad. *Journal of Management & Organizational Studies*, 2(2), 62–68.
- Rifa'i, M., Sasongko, T., & Indrihastuti, P. (2016). Meningkatkan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Inovasi dan Orientasi Pasar pada Usaha Sektor Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal EKBIS*, XX(1), 1–23.
- Setyaningrum, R. P. (2021). Enhancing customer loyalty through product innovation and perceived value. *Linguistics and Culture Review*, 5(S3), 1337–1355. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5ns3.1816>
- Sharma, P., Manhas, P. S., & Sarangal, R. (2022). Assessing The Impact of Innovative Practices on Customer Experience Satisfaction and Loyalty: A Study on Quick-Service Restaurants in North India. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 20(2), 83–99. <https://doi.org/10.5614/ajht.2022.20.2.06>
- Sunarsih, N. (2017). Membangun Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi dan Kewirausahaan. In *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif* (pp. 43–58). Universitas Terbuka.
- Suprianto, E., Derriawan, & Zulkifly. (2021). Pengaruh Strategic Leadership , corporate Culture, Commitment Managemen, Innovation dan Competitive Advantage di Moderasi Change Management Terhadap Corporate Performance. *Jurnal Ekobisman*, 6(1), 70–85.
- Suryati, A., Murwaningsari, E., & Mayangsari, S. (2022). *Keunggulan Kompetitif "Konsep dan Studi Kasus* (Kodri (ed.); 1st ed., Vol. 1). CV Adanu Abimata.
- Wijayanthi, I. A. T., Ratini, P. M., & Pradnyadari, N. K. (2020). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Hunia Kamar di Anantara Uluwatu Bali Resort. *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*, 10(1). <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/juima/article/view/1068>