

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan era globalisasi saat ini, membuat kondisi persaingan di dalam dunia bisnis kini menjadi sangat ketat, khususnya dalam dunia bisnis *coffee shop*. Data *Internasional Coffee Organization* (ICO) menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2000-2016 mengalami trend kenaikan. Pada tahun 2000, konsumsi kopi di Indonesia mencapai 1,68 juta bungkus (1 bungkus 60 kg), namun pada 2016 telah mencapai 4,6 juta bungkus atau melonjak lebih dari 174 persen. (www.ico.org/prices/new-consumption-table.pdf). Dengan semakin ketatnya persaingan, menuntut para pelaku usaha untuk mempertahankan dan menarik pelanggan dengan melakukan perubahan dalam bisnis mereka.

Akhir-akhir ini memang kopi menjadi salah satu bahasan yang kian menarik untuk dibicarakan di berbagai wilayah di Indonesia salah satunya kota Indramayu yang dimana masyarakatnya saat ini menjadi penikmat kopi untuk mengikuti trend yang ada, baik wanita maupun pria dengan usia yang masih muda dan juga yang sudah tua. Dengan adanya trend tersebut berakibat pada banyaknya tempat ngopi baru yang bermunculan di kota Indramayu dengan konsep yang berbeda.

Peluang pasar di Indonesia di nilai sebagai salah satu bisnis yang sangat menjanjikan untuk saat ini. Di lihat dari banyaknya pecinta kopi, para pelaku bisnis yang membuka usaha *coffee shop* berlomba-lomba untuk membuat inovasi

dalam olahan produk kopi nya agar memiliki ciri khas dan tetap bertahan di dalam ketatnya persaingan bisnis. Dikutip dari Bisnis.com, bisnis kedai kopi di Indonesia diprediksi akan mencapai angka 15% – 20%. Angka ini dikatakan naik kalau dibandingkan dengan tahun 2018 yang hanya mencapai 8% – 10%. Jumlah kedai kopi di Indonesia dalam tiga tahun terakhir meningkat tiga kali lipat dari 1.083 *outlet* di tahun 2016 menjadi 3.000 *outlet* pada akhir 2019 (beritasatu.com)

Pelanggan semakin pintar dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Sebelum membeli suatu produk, pelanggan akan mencari tahu berbagai informasi terkait produk tersebut. Bahkan mereka juga cukup rajin mencari testimoni dari pelanggan-pelanggan sebelumnya. Prosesnya memang cukup panjang, tetapi begitu mereka merasa puas dengan produk dan layanan yang diterima, bukan tidak mungkin mereka akan kembali melakukan pembelian. loyalitas pelanggan, seorang pelanggan dengan loyalitas tinggi akan cenderung melakukan pembelian kembali. Secara otomatis, penjualan bisnis pun akan meningkat.

Inovasi produk adalah sesuatu yang diubah dalam sebuah produk yang sudah ada atau bisa disebut dengan mengembangkan kreasi penemuan baru dalam produk tersebut. Hal ini dilakukan agar pelanggan tidak bosan dengan produk lama yang di tawarkan dan juga membuat pelanggan penasaran dengan produk tersebut. Namun, sebuah inovasi produk tidak selalu sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Maka dari itu, harus berhati-hati dalam melakukan inovasi terhadap suatu produk dan memperhatikan apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Inovasi produk olahan kopi di indonesia memang sangat beragam. Sebagai contoh seperti *Coffee latte*, *Cappucino*, *Frappucino* dan masih banyak lagi. Akan tetapi dari inovasi tersebut masih memiliki kesamaan yaitu sama-sama perpaduan dari biji kopi dengan campuran susu namun dengan takaran dan teknik pengolahan yang berbeda.

Loyalitas menjadi bukti bahwa konsumen menjadi pelanggan tetap, yang memiliki kekuatan dan sikap positif terhadap sebuah perusahaan atau produk itu. Oleh karena itu, tidak heran jika para pebisnis melakukan berbagai cara untuk menarik pelanggan tetap. Memiliki pelanggan yang tetap atau loyal terhadap bisnis yang dijalankan akan membuat bisnis tetap kokoh dalam berbagai situasi. Para pelanggan ini yang akan menjadi penyokong bisnis saat bisnis sedang mengalami gejolak ekonomi.

Loyalitas pelanggan di pengaruhi oleh kepuasan yang di dapat dari produk yang di beli atau dikonsumsi. Pelanggan yang sudah puas dengan produk tersebut akan merasa bosan terhadap produk itu, sehingga mencari sesuatu yang baru untuk dicoba. Hal ini juga berlaku di *Coffee Bean*, dimana pelanggan sudah mendapatkan kepuasan dengan cita rasa dari kopi yang ditawarkan oleh *Coffee Bean* dan ketika merasa bosan dengan cita rasanya, maka pelanggan akan mencari kedai kopi lain untuk dikunjungi. Dengan demikian, *Coffee Bean* perlu melakukan inovasi terhadap produknya agar dapat menjaga loyalitas pelanggannya.

Coffee Bean merupakan salah satu kedai kopi di kota Indramayu yang bisa dibilang sebagai pelopor kedai kopi di Indramayu. Pemilik *Coffee Bean* membuka awal usahanya dengan membangun kedai kecil yang berdiri pada tahun 2016 namun sekarang kedai kecil tersebut sudah berkembang menjadi lebih luas seiring dengan bertambahnya keuntungan. *Coffee Bean* memiliki banyak menu makanan dan minuman kopi serta produk inovasi andalan yang berbeda dari kedai kopi lainnya seperti pandan *coffee latte*, *coffee* susu keju, dan lemon *presso* dengan harga kopi yang bervariasi mulai dari Rp.18.000-35.000,. Demi memenuhi kepuasan pelanggan, *Coffee Bean* melakukan kegiatan eliminasi produk yang sudah tidak menarik pada menu nya dan menggantinya dengan produk yang baru setiap 6 bulan sekali namun dengan hal tersebut masih belum maksimal dalam menarik minat pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian awal dalam bentuk wawancara kepada pemilik *Coffee Bean* dan berdasarkan data jumlah pengunjung yang didapat, menunjukkan bahwa minat pelanggan terhadap *Coffee Bean* mengalami penurunan setiap bulannya, dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1

Jumlah pengunjung *Coffee Bean* tahun 2019

No	Bulan	Jumlah Pengunjung	Sumber :
1	Januari	1.500	
2.	Februari	1.409	
3.	Maret	1.305	
4.	April	1.295	
5.	Mei	1.320	
6.	Juni	1.309	
7.	Juli	1.400	
8.	Agustus	1.240	
9.	September	1.190	
10.	Oktober	990	
11.	November	1.350	
12.	Desember	1.050	

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa adanya penurunan jumlah pelanggan di setiap bulannya dan penurunan kunjungan *Coffee Bean* yang paling besar terdapat pada bulan oktober dengan jumlah 990 pengunjung.

Berikut data penjualan kopi di *Coffee Bean* pada bulan januari - desember 2019 :

Tabel 1.2

Jumlah penjualan kopi di *Coffee Bean*

Tahun 2019

No	Bulan	Jumlah Penjualan			Sumber : <i>Coffee Bean</i>
		Minuman <i>Coffee</i>	Minuman <i>Non-Coffee</i>	Produk makanan	
1	Januari	829	673	446	
2.	Februari	760	650	329	
3.	Maret	703	604	337	T
4.	April	710	587	361	abel 1.2
5.	Mei	698	625	359	Diatas
6.	Juni	717	598	323	menunju
7.	Juli	674	729	309	
8.	Agustus	629	611	312	kan
9.	September	602	589	403	bahwa
10.	Oktober	564	433	296	jumlah
11.	November	649	705	432	
12.	Desember	591	466	306	penjuala

n di *Coffee Bean* pada tahu 2019 yang menunjukkan adanya fluktuatif tetapi cenderung mengalami penurunan pada penjualan bulan oktober 2019.

Adapun permasalahan tentang loyalitas pelanggan di *Coffee Bean*, hal ini dapat dilihat sebagai berikut :

1. Pengunjung tidak melakukan pembelian secara berulang

Masalah ini diduga disebabkan oleh kurangnya varian produk yang ditawarkan *Coffee Bean* seperti kopi robusta, kopi toraja, ekspreso dan sebagainya yang mempunyai cita rasa kopi yang tidak sesuai dengan selera kalangan anak muda. sehingga para pelanggan tidak melakukan kunjungan maupun pembelian ke *Coffee Bean* secara berulang.

2. Pelanggan mudah tertarik dengan produk pesaing

Masalah ini terjadi karena banyaknya pesaing yang menyebabkan pelanggan mempunyai banyak pilihan dan lebih memilih produk pesaing yang lebih menarik dari segi rasa kopi yang tidak terlalu pahit dan sesuai dengan selera kalangan anak

muda. Sehingga para pelanggan menilai bahwa varian produk yang ditawarkan oleh *Coffee Bean* perlu di perhatikan lebih baik lagi dari segi rasa seperti mencampurkan kopi dengan pandan atau *redvelvet* dan sebagainya sehingga rasa dari kopi tidak itu-itu saja.

Hal tersebut terjadi karena disebabkan oleh kurangnya inovasi dalam produk yang di tawarkan *Coffee Bean* seperti produk kopi yang itu-itu saja, tidak adanya varian produk yang membuat kopi tidak terasa pahit dan hanya memperbanyak variasi pada minuman lain.

Berdasarkan latar belakang dan hasil pra survei yang sudah di paparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di *Coffe Bean* Kota Indamayu**”.

1.2 . Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di paparkan, maka dapat disusun identifikasi masalah yaitu :

1. Bagaimana gambaran umum perusahaan di *Coffee Bean* Kota Indramayu ?
2. Bagaimana pelaksanaan inovasi produk yang dilakukan di *Coffee Bean* Kota Indramayu?
3. Bagaimana kondisi loyalitas pelanggan di *Coffee Bean* kota Indramayu?
4. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan di *Coffee Bean* Kota Indramayu?
5. Bagaimana hambatan dan upaya untuk mengatasi inovasi produk di *Coffee Bean* Kota Indramayu ?

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut : **“Apakah Inovasi produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Coffee Bean Kota Indramayu”**

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran umum perusahaan di *Coffee Bean* Kota Indramayu
2. Untuk mengetahui pelaksanaan inovasi produk yang dilakukan di *Coffee Bean* Kota Indramayu
3. Untuk mengetahui bagaimana kondisi loyalitas pelanggan di *Coffee Bean* Kota Indramayu
4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan di *Coffee Bean* Kota Indramayu
5. Untuk mengetahui hambatan dan upaya untuk mengatasi hambatan tentang Inovasi produk di *Coffee Bean* Kota Indramayu

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan pemaparan diatas bahwa manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi rujukan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan dan memberikan sudut pandang yang baru.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan *Coffee Bean* dapat mengetahui Seberapa besar pengaruh yang diberikan pelanggan dari adanya inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan. Dan dapat memahami apa yang diharapkan pelanggan dari adanya inovasi

tersebut sehingga tidak salah menentukan strategi yang digunakan dalam memuaskan pelanggan untuk meraih loyalitas serta memberikan sumbangan pemikiran untuk mengambil keputusan dalam inovasi produk kopinya.

b. Bagi peneliti

Hasil dari adanya penelitian ini dapat memberikan pengalaman berharga yang dapat memberi pengetahuan penulis mengenai bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan dan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.

c. Bagi Lembaga

penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi mengenai adanya pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan dan di harapkan dapat menjadi dasar pemikiran bagi para pemaca mengenai inovasi produk dan loyalitas pelanggan.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sebuah kedai kopi bernama *Coffee Bean* yang berada di Jl. Gatot Subroto No.5A, Kependean, Kec. Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45214.

1.5.2 Lamanya Penelitian

Lamanya penelitian ini dilakukan sekitar 6 bulan yaitu sejak bulan Desember 2020 sampai penelitian ini selesai dilakukan sekitar bulan Mei 2021.

Tabel 1.3
Jadwal Penelitian

No	Keterangan	Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Penjajagan	█				█																							
2	Studi Kepustakaan	█																											
3	Pengajuan judul	█																											
4	Penyusunan usulan penelitian	█																											
5	Seminar Usulan penelitian									█																			
6	Perbaikan seminar UP									█																			
		Tahap Penelitian																											
1	Pengumpulan Data																												
	Observasi																												
	Wawancara																												
	Dokumentasi																												
2	Pengolahan Data																												
3	Analisis Data																												
		Tahap Penyusunan																											
1	Pembuatan Laporan																												
2	Sidang Skripsi																												
3	Perbaikan																												

Sumber : diolah oleh peneliti tahun 2021