

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan industri produk saat ini sangat kompetitif dan terus berkembang perubahan ini membawa dampak dalam dunia bisnis. Persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang pasti ada. Persaingan akan memberikan peluang dan juga tantangan untuk setiap perusahaan. Bagi perusahaan yang tidak bisa mengikuti perkembangan bisa dipastikan bisnis tersebut tidak akan bertahan lama karena saat ini banyak bisnis yang bermunculan dengan menjual produk yang serupa.

Keberlangsungan hidup dari perusahaan bergantung pada seberapa cepat dan tanggap perusahaan tersebut menghadapi perubahan yang ada. Setiap tahun industri kuliner selalu mendapati perubahan yang sangat bervariasi dalam segi produk salah satu faktornya dikarenakan makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer setiap manusia, hal ini yang melatar belakangi ketatnya persaingan didalam industri kuliner pada saat ini. Dari berbagai macam bisnis industri kuliner, rumah makan merupakan salah satu bisnis industri kuliner yang banyak digemari oleh para pebisnis dan juga konsumen. Karena banyak diminati, tentunya seiring perkembangan zaman persaingan didalam bisnis kuliner berbentuk rumah makan bertambah ketat.

Persaingan yang semakin ketat dan masyarakat yang semakin kritis dalam memilih produk membuat perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan menciptakan produk yang unik, berkualitas tinggi, yang berbeda dan jauh lebih

baik dengan yang ditawarkan oleh kompetitor lain dan tentunya bisa memenangkan hati konsumen.

Meningkatkan pemasaran produk dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya melalui inovasi produk. Inovasi yang dilakukan tentunya harus memiliki ciri khas tersendiri sehingga dapat memberikan nilai tambah pada produk tersebut. Inovasi juga dikenal sebagai faktor penting dalam meningkatkan keuntungan untuk perusahaan karena dengan inovasi bisa memperluas pasar dan mempertahankan bisnis mereka.

Inovasi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, Inovasi dapat diartikan sebagai suatu ide atau gagasan baru dari produk lama yang dijadikan menjadi produk baru yang dapat diterima dikalangan masyarakat dan sesuai dengan kebutuhan serta keinginan konsumen.

Inovasi produk merupakan pengembangan produk baru oleh perusahaan baik yang sudah ada maupun belum. dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh dipasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti secara total baru atau dengan puherkembangan produk lama yang lebih modern dan up to date, sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut. (Dhewanto et al., 2014:67)

Inovasi produk dilakukan agar konsumen tidak merasa bosan dengan produk lama yang di tawarkan dan juga membuat pelanggan penasaran dengan produk baru. Setiap konsumen atau pelanggan selalu ingin mendapatkan nilai yang tinggi dari produk yang diinginkan sehingga minat beli terhadap produk tersebut menjadi lebih tinggi. Pada saat meluncurkan produk yang baru harus

memiliki ciri khas yang dapat membedakan dengan produk pesaing. Namun, inovasi produk tidak selalu berhasil dalam meningkatkan minat beli pelanggan. Beberapa perusahaan mungkin salah menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga inovasi produk yang mereka tawarkan tidak sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami dan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli pelanggan sebelum melakukan inovasi produk.

Menurut Payne Andrian dalam Mulyani et al. (2021) mengemukakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu dengan menggunakan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Minat beli yang ada dalam diri konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, minat membeli merupakan suatu perilaku konsumen yang melandasi suatu keputusan pembelian yang hendak dilakukan.

Sebelum melakukan pembelian, biasanya konsumen akan mencari informasi tentang suatu produk. Setelah itu, konsumen akan melakukan penilaian terhadap produk berdasarkan informasi yang mereka peroleh, selanjutnya konsumen melakukan perbandingan produk dan melakukan evaluasi serta membuat suatu keputusan untuk membeli produk tersebut atau tidak.

Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner yang berlokasi di Jl. Raya Cirebon - Bandung No.21, Hegarmanah, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele berdiri tahun 1994, rumah makan ini pada awalnya hanya menjual makanan khas Sumedang berupa Tahu Sumedang yang dalam pemasarannya banyak dibantu oleh pedagang-pedagang keliling maupun warung-warung tahu Sumedang di sekitar Cikuda sampai daerah Cileunyi, seiring perkembangan rumah makan menambah makanan dan minuman pada menunya seperti makanan khas sunda, Gorengan, jus dan lainnya. Untuk mempertahankan Rumah makan ini sudah melakukan berbagai inovasi produk dalam menunya seperti jus tahu mix buah, tahu geboy, seblak tahu, tasuso dan karedok dunia.

Adapun data penjualan Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele dalam setiap bulannya sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Penjualan Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele

No	Bulan	Penjualan perpersi		Jumlah
		Minuman	Makanan	
1	Januari	4711	10799	15510
2	Februari	3054	6717	9771
3	Maret	3123	7438	10561
4	April	1821	5009	6830
5	Mei	4652	10022	14674
6	Juni	3266	6990	10256
7	Juli	3339	8479	11818
8	Agustus	4638	7736	12374
9	September	4268	4971	9239
10	Oktober	4503	4997	9500
11	November	3594	5230	8824
12	Desember	3461	5122	8583

Sumber : Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele, 2022

Dari tabel di atas menunjukkan adanya fluktuatif di setiap bulannya, penjualan paling rendah ada di bulan april, oktober sampai dengan desember 2022. Permasalahannya ada di minat beli konsumen. Minat beli konsumen bisa dilihat dari cara konsumen memilih produk tersebut sebagai produk prioritasnya. Konsumen akan membeli produk sesuai dengan kepuasan yang didapat setelah membeli produk tersebut. Selain kepuasan, manfaat produk penting untuk menjadi keputusan pembelian sehingga konsumen akan memiliki keinginan dalam hal mereferensikan produk kepada orang lain mengenai manfaat, kualitas, varian dan penampilan produk yang telah dilakukan inovasi oleh perusahaan.

Adapun permasalahan tentang minat beli konsumen di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele, hal ini dapat dilihat dari:

- a. Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain, namun pada kenyataannya konsumen belum merekomendasikan produk yang ada di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele kepada kerabat maupun orang lain.
- b. Minat Prefensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut dan prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya. Konsumen belum menjadikan Rumah Makan Sari Kedele sebagai prioritas utama dalam membeli produknya karena konsumen lebih tertarik pada produk pesaing.

Permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh:

- a. Kualitas produk, Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele cenderung tidak stabil dalam segi rasa misalnya pada menu yang di sajikan terkadang

terlalu asin dan keras.

- b. Varian produk, Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele memiliki berbagai varian produk makanan dan minuman khas sunda namun beberapa dari varian produk tersebut tidak sesuai dengan keinginan atau minat konsumen misalnya pada menu seblak tahu dan jus tahu.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasi pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Gambaran Umum Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele?
2. Bagaimana Pelaksanaan Inovasi Produk dan Minat beli pada Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele?
3. Bagaimana Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele?
4. Bagaimana Hambatan dan Upaya untuk Mengatasi Inovasi Produk di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk Mengetahui Gambaran Umum Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele

2. Untuk Mengetahui Pelaksanaan Inovasi Produk dan Minat beli Konsumen Pada Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele
3. Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele?
4. Untuk Mengetahui Hambatan dan Upaya Untuk Mengatasi Hambatan Tentang Inovasi Produk di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari data dan informasi yang dihasilkan dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat di tinjau dari :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengembangan ilmu pengetahuan tentang pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen dan dapat digunakan untuk pengembangan penelitian-penelitian lebih lanjut.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi perusahaan

Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan inovasi produk bagi Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele. Dengan harapan dapat membawa perusahaan ke arah yang lebih baik lagi.

b. Bagi peneliti

Dengan penelitian ini dilakukan dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada peneliti tentang ilmu pemasaran, terutama dalam kaitannya dengan dampak inovasi produk pada Rumah makan tahu sumedang sari kedele.

c. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membaca dan sebagai masukan pihak lain yang ingin melakukan penelitian selanjutnya

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi :

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele Jl. Raya Cirebon - Bandung No.21, Hegarmanah, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat.

1.5.2 Lamanya penelitian :

Penelitian ini diperkirakan akan berlangsung selama 6 bulan. Dimulai dari awal bulan Januari 2023 sampai dengan bulan Juni 2023. Adapun jadwal kegiatan penelitian yang akan dilaksanakan dan akan dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

