

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi teknologi modern sangatlah pesat mendorong para pelaku bisnis untuk mampu menguasai teknologi. Sebagai manusia yang terus berkembang mengikuti zaman dari segi ekonomi secara global, pasar internasional yang kian hari kian terbuka lebar meningkatkan peluang dan memberikan dampak kehidupan yang menjadi semakin praktis dan ekonomis. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen (kominfo.go.id)

Kota Bandung mempunyai objek wisata alam maupun objek wisata sejarah. Kota Bandung pun menawarkan pengalaman berwisata yang menarik yaitu wisata belanja pakaian (*factory outlet*) dan wisata kuliner. Wisata kuliner dipilih para wisatawan karena Bandung dikenal dengan suasana yang sejuk dan tempat yang tepat untuk berwisata kuliner. Bandung menawarkan hidangan – hidangan kuliner mulai dari tradisional sampai internasional. Maka dari itu para pelaku bisnis berlomba-lomba membuka usaha di bidang kuliner. Usaha kuliner Kota Bandung sangat bermacam-macam mulai dari kafe atau *coffee shop*, *restoran*, *foodcourt* sampai pedagang kaki lima. Sudah sejak lama Bandung merupakan tujuan favorit bagi kalangan warga ibukota dan Bandung juga di kenal dengan kota wisatanya yang ramai.

Para pelaku bisnis tidak akan pernah diam untuk dapat terus berkembang mempertahankan bisnisnya atau perusahaannya baik di bidang jasa atau produksi. Teknologi dapat membantu dalam perkembangan suatu bisnis untuk dapat menjangkau perilaku konsumen yang lebih luas. Pemilik produk atau jasa harus mampu melihat bagaimana pasar dan pesaing usaha yang memiliki produk atau jasa yang sama. Hal ini

menyebabkan dunia industry semakin meningkat sehingga menuntuk para pelaku usaha di berbagai bidang terus meluncurkan inovasi produk baru, khususnya dalam dunia bisnis kopi, kondisi persaingan dalam dunia bisnis kopi secara signifikan menjadi persaingan yang akan terus berlanjut dan tidak akan pernah selesai sehingga membuat para pelaku usaha semakin ketat dalam persaingan pada setiap tahunnya, dengan adanya persaingan ini pelaku usaha harus bisa tetap mempertahankan. Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi dengan kemampuan perusahaan untuk menarik pembeli, selain itu juga dipengaruhi faktor – faktor diluar perusahaan, salah satu upaya untuk mempertahankanya yaitu dengan meningkatkan pembelian ulang pelanggan untuk terus royal membeli produk tersebut.

Menurut (Hadi,2011) peningkatan referensi pelanggan sebesar 5% dapat menghasilkan peningkatan laba dalam jangka panjang sebesar 25% sampai dengan 95%. Banyak café yang menyajikan menu serupa bahkan memiliki spesifikasi bersaing yang sama, memungkinkan munculnya kejenuhan pasar. Kejenuhan pasar ini akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Konsumen yang merasa jenuh akan mengurangi frekuensi pembelian terhadap suatu produk. Oleh karena itu, banyak *coffee shop* yang berlomba-lomba menciptakan ciri khas atau keunikan agar memiliki nilai lebih tersendiri bagi pelanggan.

Tantangan dalam menghadapi kejenuhan pasar dan semakin berkembangnya teknologi dan informasi saat ini, kemampuan perusahaan dituntut untuk lebih cermat dalam persaingan bisnis. Jika perusahaan ingin tetap eksis dalam persaingan, maka perusahaan harus memperhatikan salah satu fungsi pokoknya yaitu pemasaran.(Rahmi & Rizki Diyah Purnawanti, 2016).

Pengetahuan dan teknik pemasaran merupakan upaya bagaimana seorang wirausaha mempunyai cara kreatif untuk memasarkan produknya. Semakin menarik

dan kreatif teknik pemasaran yang dilakukan, semakin mudah produk diterima oleh konsumen (Darmawan et al., 2021, p. 1).

Inovasi baru-baru ini menarik perhatian yang signifikan karena kemampuannya untuk meningkatkan keunggulan kompetitif (Lee, 2012). Inovasi telah menjadi factor dominan dalam mempertahankan daya saing di seluruh dunia. Ini mendorong pertumbuhan organisasi, mendorong kesuksesan di masa depan, dan merupakan mesin yang memungkinkan bisnis untuk mempertahankan kelangsungan hidup mereka dalam ekonomi global (Husti and Mahyarni, 2019). Terciptanya sebuah inovasi produk diharapkan perusahaan dapat menempati posisi strategis di pasar, memiliki *life cycle* yang lebih panjang dan dapat menahan serangan dari pesaing serta dapat memenuhi keinginan pasar (konsumen) (Y. S. Maulana & Alisha.2020)

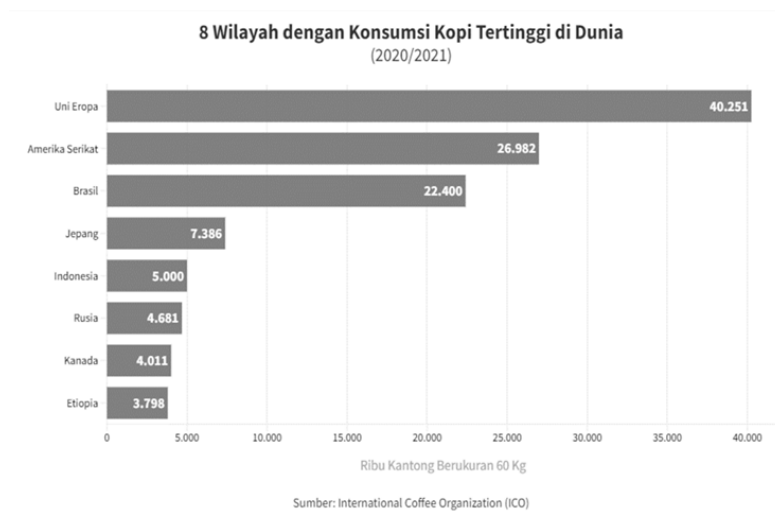
Inovasi produk merupakan pusat dari keberhasilan suatu bisni, dimana sebagai perusahaan yang menerapkan struktur dan strategi yang memusatkan pemilihan waktu pengembangan teknologi dan persaingan (Cooper dalam Suseno,11) Inovasi telah menjadi faktor dominan dalam mempertimbangkan day saing di seluruh dunia. Hal ini mendorong pertumbuhan organisasi, mendorong kesuksesan di masa depan dan merupakan mesin yang memungkinkan bisnis untuk mempertahankan kelangsungan hidup mereka dalam ekonomi global (Husti dan Mahyani, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa inovasi produk merupakan gabungan dari macam-macam proses yang saling mempengaruhi, dimana perusahaan menciptakan sebuah produk baru yang diperkenalkan ke pasar (Y.S. Maulana & Alisha, 2020).

Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan yang di dapat dari produk yang dibeli 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 Yip hauz , dimana pelanggan sudah mendapatkan kepuasan dengan cita rasa dari kopi yang ditawarkan oleh Yip hauz dan ketika merasa bosan dengan cita rasanya,, maka pelanggan akan mencari coffe shop lain untuk dikunjungi. Dengan demikian, Yip hauz perlu melakukan inovasi terhadap produknya agar dapat menjaga loyalitas pelanggannya.

Pertumbuhan jumlah coffe *shop* setiap tahunnya terus bertambah, karena *coffee shop* yang berkembang dengan peminatnya yang paling pesat, sudah termasuk bisnis yang sangat menjanjikan yang dapat menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang dan waktu yang lama. Diantara industri yang banyak berkembang di Indonesia salah satunya industry kopi dikarenakan industry ini yang paling cepat berkembang dan paling diminati oleh banyak kalangan masyarakat, khususnya masyarakat menengah, Dari data *internasional coffee organization*, Indonesia masuk dalam daftar 8 negara dengan jumlah konsumsi tertinggi di Dunia 2020/2021 seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. 1 Wilayah dengan konsumsi kopi terttinggi di Dunia

Awalnya *coffee shop* hanya tempat untuk menikmati kopi, tetapi di jaman sekarang fenomena *coffee shop* lebih banyak digunakan oleh pengunjung sebagai gaya hidup khususnya remaja yang cenderung menyukai *hangout* atau nongkrong dan juga

tempat untuk mengerjakan pekerjaan, tugas kuliah, tempat untuk rapat atau hanya sekedar berdiskusi. Kota Bandung atau sering disebut kota kembang merupakan salah satu kota yang bukan Cuma terkenal sebagai tempat wisata alam, wisata fashion hingga kota kembang dan juga beragam kuliner tetapi terkenal juga dengan *coffee shopnya*.

Sejak tahun 2019 perkembangan *coffee shop* meningkat pesat akibat kebutuhan masyarakat. Kota Bandung yang digandrungi oleh anak muda seperti mahasiswa dan mahasiswi yang menjadi penikmat kopi di zaman sekarang ini. Maka tidak heran jika kota Bandung merupakan salah satu kota yang banyak mempunyai *coffee shop* yang berkualitas serta mempunyai desain yang unik dan menarik agar menjadi ciri khas untuk memikat para pelanggan. Menyediakan kopi yang nikmat dan tempat yang nyaman dengan fasilitas dan pelayanan yang terbaik serta harga yang terjangkau merupakan strategi nilai tambah *coffee shop* dalam mendapatkan konsumen.

YIP HAUZ (*Yes Ice Please*) merupakan salah satu kafe yang menyajikan gelato dan makanan berat. Ditulis dalam buku "*Gelato & Gourmet frozen Desserts: Professional Learning Guide* by Luciano Ferrari", gelato adalah makanan penutup yang biasa disajikan dalam *gourmet* (hidangan mewah). Kafe YIP HAUZ yang berlokasi di Jalan Lengkong Besar 37, Bandung ini berdiri pada tanggal 30 Juni 2016. Pemilik dari kafe YIP HAUZ sepasang suami istri bernama Jonathan dan Daisy, mengoperasikan kafanya mulai dari jam 12.00 sampai dengan 22.00 WIB,

Yip HAUZ merupakan tempat untuk melakukan aktifitas berkumpul dengan teman, *me time* atau bahkan mengerjakan pekerjaan dan mengikuti berbagai event yang telah disediakan di Yip HAUZ menjadikan Yip HAUZ sebagai tempat kreatif untuk bisa melakukan kegiatan dalam satu tempat.

Lokasi strategis berada di pinggir jalan dan dekat pusat kuliner Lengkong kecil sehingga memudahkan para konsumen baik penduduk lokal maupun wisatawan untuk

menuju coffe shop tersebut. Yip hauz memiliki banyak menu makanan dan minuman kopi serta produk inovasi andalan yang berbeda dari *coffee shop* lainnya seperti *coffe latte*, *matcha berry latte*, *coffe nade* dengan harga kopi yang bervariasi mulai dari Rp.18.000 – 40.000,.

Peneliti melakukan pra survey untuk mengetahui apakah konsumen puas akan inovasi produk yang di tawarkan oleh Yip Hauz lengkong. Berikut peneliti melakukan pra survey dengan para konsumen yang pernah berkunjung sebanyak 20 responden.

Tabel 1. 1 Kuesioner Pra-Survey

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	presentase
1	Rasa produk sudah sesuai	12	8	40 %
2	Tampilan menu saat disajikan menarik	8	12	60 %
3	Keberagaman produk yang disajikan	3	17	85 %
4	Kemasan produk memiliki desaign yang menarik	4	16	80 %
5	Produk sudah sesuai dengan deskripsi	10	10	50 %
6	Mereferensikan Yip Hauz kepada lingkungan	5	15	75 %
7	Keinginan untuk berkunjung kembali	3	17	85 %

Sumber : Diolah Peneliti.

Tabel pra survei menjelaskan bahwa beberapa pengunjung memberikan pernyataan yang telah peneliti siapkan sebelumnya dengan dasar-dasar penggunaan teori yang disesuaikan, Dari pertanyaan tersebut permasalahan terletak pada kepuasan konsumen dalam aspek inovasi produk.

Berdasarkan hasil penelitian awal yang peneliti lakukan di Yip Hauz terdapat permasalahan sebagai berikut :

1. Pengunjung tidak melakukan pembelian secara teratur

Masalah ini diduga karena kurangnya inovasi produk yang ditawarkan oleh Yip Hauz, cita rasa yang ditawarkan tidak menarik dan tidak sesuai dengan selera kalangan anak muda sehingga para pelanggan tidak melakukan kunjungan

maupun pembelian ke Yip Hauz secara berulang. Pelanggan mudah tertarik dengan produk pesaing

2. Menunjukkan kekebalan terhadap pesaing

Banyaknya pesaing seperti makmur jaya coffee roaster, yumaree coffee roaster, pawon pitoe café yang memiliki varian menu yang lebih bervariasi. Hal tersebut menyebabkan pelanggan mempunyai banyak pilihan dan lebih tertarik memilih produk pesaing yang lebih menarik dari segi rasa dan tampilan. Para pelanggan menilai bahwa varian produk yang ditawarkan oleh Yip Hauz perlu di perhatikan lebih baik dari segi rasa dan tampilannya.

Hal tersebut terjadi diduga disebabkan oleh :

1. Kurangnya varian Produk

Kurangnya varian produk yang ada pada Yip Hauz menyebabkan kurang tertariknya konsumen dalam melakukan pembelian ulang dan kunjungan kembali dikarenakan para konsumen lebih memilih produk-produk kekinian yang sedang trend. Contoh: tidak adanya produk minuman dan gelato yang sedang ramai pada coffee shop lainnya yang sudah mempunyai produk seperti *gelato lotus biscoff* dan *milk shake*

Tabel Menu Yip Hauz			
Coffee		Non Coffee	
<i>Espresso</i>	<i>Cold Brew</i>	Thai Tea	Lychee Tea
<i>Americano</i>	<i>V 60</i>	Green Thai Tea	Peach Tea
<i>Café latte</i>	<i>Flat White</i>	Lemon Tea	Thai Lemon Tea
		Chocolate	
Gelato		Makanan	
Chocolatte	Pei pa koa	French Fries	Fried rice
Bluberry	peanut	Fries plater	Boneless Chicken
Matcha	Taro	Chicken wings	Cheese Roll

2. Kurangnya kualitas produk.

Kualitas produk merupakan faktor penting dalam menarik minat konsumen untuk berkunjung ke Yip Hauz dikarenakan konsumen akan memilih produk-produk yang memiliki kualitas produk yang baik mulai dari segi rasa, penyajian dan bahan-bahan yang digunakan. Contoh: Produk pada minuman Es kopi susu dicampur tolak angin dan gelato yang dicampur dengan *French fries*.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas pelanggan Pada Yip Hauz Lengkong**”.

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana gambaran umum perusahaan Kopi Yip Hauz Lengkong ?
2. Bagaimana kondisi inovasi produk dan loyalitas pelanggan pada kopi Yip Hauz Lengkong ?
3. Seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Yip Hauz lengkong?
4. Bagaimana hambatan dan upaya untuk mengatasi inovasi produk pada Kopi Yip Hauz lengkong ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui gambaran umum perusahaan pada Kopi Yip Hauz Lengkong
2. Mengetahui kondisi inovasi produk dan loyalitas pelanggan yang dilakukan pada Kopi Yip Hauz Lengkong
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Yip Hauz Lengkong
4. Mengetahui hambatan dan upaya pada inovasi produk yang ada di Kopi Yip Hauz Lengkong

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan pemaparan diatas bahwa manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

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

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan

penelitian ini diharapkan kopi Yip Haul Lengkong 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 pembaca mengenai inovasi produk dan loyalitas pelanggan.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sebuah coffeshop bernama Yip haul yang berada di Jl. Lengkong Besar No.37, Cikawao, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40261

1.5.2 Lamanya Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini dari mulai mengumpulkan data-data, mengolah data sampai pelaporan yaitu selama 6 Bulan, sejak Bulan November 2023 sampai dengan April 2024.

Tabel 1. 2 Jadwal Penelitian

NO	KETERANGAN	NOV				DES				JAN				FEB				MARET				APRIL				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
TAHAP PERSIAPAN																										
1	Penjajakan	■																								
2	Studi Kepustakaan		■																							
3	Konsultasi Judul			■																						
4	Pengajuan Judul			■																						
5	Penyusunan Usulan Penelitian				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■										
6	Seminar Usulan Penelitian													■												
TAHAP PENELITIAN																										
1	Pengumpulan Data																									
	a. Observasi					■	■	■	■																	
	b. Wawancara												■	■	■	■										
	c. Dokumentasi																									
	d. Studi Kepustakaan																									
2	Pengolahan Data																									
3	Analisis Data																									
TAHAP PENYUSUNAN																										
1	Penyusunan Laporan				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	Perbaikan Laporan																					■	■	■	■	■
3	Sidang Skripsi																						■	■	■	■
4	Perbaikan Hasil Sidang Skripsi																						■	■	■	■

Sumber : Diolah oleh peneliti 2024