

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perlembangan zaman, persaingan dan perubahan terjadi begitu cepat, dalam hal perubahan teknologi, kebutuhan konsumen semakin meningkat, serta inovasi produk yang dibutuhkan sangat dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan *customer* atau pelanggan merupakan orang yang membeli suatu produk barang atau jasa. Bukan hanya perusahaan besar yang merasakan tingkat persaingan tetapi perusahaan kecil dan menengah di Indonesia juga mengalami.

Menurut Yanuarti (2018), persaingan bisnis di industri kreatif semakin ketat sehingga perlu keunggulan kompetitif untuk maju dan mengembangkannya. Salah satunya pada usaha kecil yang harus bersaing dengan para kompetitor-kompetitor lain untuk tetap mempertahankan usahanya dan dituntut untuk selalu *update* dengan perubahan-perubahan yang terjadi untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen.

Salah satu yang dapat dilakukan pengusaha adalah dengan melakukan inovasi. Menurut Suhaeni (2018) menyatakan bahwa inovasi produk tidak hanya mendorong pertumbuhan keuntungan, tetapi juga meningkatkan berbagai kemampuan seperti kemampuan untuk memasuki pasar dan menarik pelanggan. Dengan adanya banyak pesaing membuat para usaha khususnya kuliner harus terus melakukan inovasi baik inovasi produk, strategi pemasaran, pelayanan, desain produk, tempat dan harga

untuk bisa tetap bersaing di antara banyaknyakompetitor lainnya.

Menurut Hasnatika & Nurnida (2019),inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Maka dari itu inovasi dapat membantu pengusaha dalam meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan. Inovasi produk saling berkaitan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Mustamu & Ngatno (2021), merilis produk baru yang inovatif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Pengembangan produk sangat krusial demi keberlangsungan bisnis, terutama dalam membentuk loyalitas para konsumen. Dari produk lama yang telah tercapai titik jenuh dipasar,diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu usaha baik yang sudah ada maupun yang belum.

Menurut Rafsanjani & Sutopo (2017) dengan setiap pelaku usaha setiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menetapkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Dengan melakukan inovasi produk maka usaha yang dijalankan tidak akan tertinggal dengan para pesaing yang mana konsumen lebih tertarik pada sebuah inovasi bukan hanya produk yang itu-itu saja dengan melakukan inovasi diharapkan para konsumen akan semakin royal terhadap produk yang dihasilkan.

Menurut Rendelangi et al. (2023), strategi pemasaran adalah salah satu strategi yang penting untuk membantu meningkatkan daya saing perusahaan dalam

menghadapi era globalisasi dan liberalisasi. Selain inovasi produk strategi pemasaran juga harus berjalan dengan baik yang mana perusahaan harus memikirkan strategi pemasaran yang mengikuti perkembangan dan juga harus tetap mempertahankan ciri khas dari usaha yang dilakukan. Dari pendapat di atas mendefinisikan bahwa strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan.

Menurut Sabaruddin (2016), dalam penyusunan dan penerapan strategi dapat dilakukan dengan mengkombinasikan beberapa strategi secara bersama-sama sehingga menghasilkan kinerja yang lebih optimal. Strategi pemasaran yang digunakan dapat memandu para pengusaha dalam melakukan taktik dan kegiatan lainnya untuk meningkatkan tujuan usahanya. Dengan strategi pemasaran yang baik maka akan memunculkan pengaruh yang baik juga untuk perusahaan. Selain itu, jika strategi pemasaran dilakukan sesuai maka konsumen akan merasa usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengikuti keinginan konsumen sudah sesuai dengan keinginan konsumen.

Menurut Felsi et al. (2022) mendefinisikan loyalitas adalah sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu. Menurut (Rangkuti, 2002) loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap perusahaan, merek maupun produk. Jadi dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen merupakan sebuah sikap konsumen yang melakukan transaksi pembelian produk dari merek yang sama secara berulang.

Menurut Hasan Diperkuat oleh Ismanto et al. (2020) manfaat loyalitas

pelanggan yaitu mengurangi biaya pemasaran, alat perdagangan, dan total biaya bisnis yang berkelanjutan. Menurut peneliti, manfaat dari loyalitas konsumen adalah berkurangnya pengaruh beragam dari para kompetitor dari perusahaan sejenis, tidak hanya kompetisi dalam hal produk namun juga kompetisi dalam hal persepsi. Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam sebuah usaha, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup.

Menurut pelanggan yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produknya. Berdasarkan manfaat loyalitas pelanggan tersebut maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan pelanggannya.

Prasmanan Bg Jack Kota Baru merupakan salah satu prasmanan di Kota Jambi yang beralamat di Jl. H. Agus Salim, Handil Jaya, Kec, Jelutung, Kota Jambi. Jambi 36125 yang menerapkan strategi inovasi dalam berbagai hal di usahanya, khususnya pada inovasi produk seperti mengubah-ubah menu setiap harinya.

Hal ini dapat dibuktikan dari banyaknya menu yang ditawarkan sehingga dapat menarik minat konsumen dengan itu konsumen merasa tidak bosan dengan menu yang sama setiap harinya. Prasmanan Bg Jack ini memiliki 2 konsep ruangan yang digunakan yaitu indoor dan outdoor, dengan fasilitas yang nyaman seperti *wastafel* (tempat cuci tangan), kipas angin, Meja dan kursi terpisah, toilet, dan beberapa lukisan dinding.

Tidak hanya kalangan anak sekolah, tetapi peminat di Prasmanan Bg Jack Kota Baru ini banyak juga dari kalangan para pekerja yang memilih untuk makan siang di Prasmanan Bg Jack Kota Baru. Dalam survei kecil yang dilakukan peneliti pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru ini memiliki lebih dari 10 varian macam makanan dengan berbagai macam rasa yang berbeda. Berikut ini beberapa gambar makanan yang ditawarkan oleh Prasmanan Bg Jack Kota Baru.



Gambar 1.1 Varian menu makanan dan aturan makan di Prasmanan Bg Jack Kota Baru

Sumber : Prasmanan Bg Jack Kota Baru 2023

Diantara banyaknya menu makanan terdapat 10 varian makanan yang menjadi varian paling banyak diminati konsumen atau sering disebut *best seller* yaitu ayam

saos ketumbar, ayam saus asam manis, ayam lada hitam, ikan tempoyak patin, ikan lele cabe ijo, kerang ijo, udang saus asam manis, cumi sambal, sotong sambal, dan kepiting saus. Dari beberapa varian yang *best seller* tersebut peneliti melakukan survei kecil berbentuk wawancara yang mana dalam survei ini peneliti ingin mengungkapkan kenapa konsumen membeli produk yang ditawarkan yang ditinjau dari inovasi produknya.

Berdasarkan dari survei wawancara peneliti memperoleh jawaban 8 dari 10 konsumen kesulitan untuk menentukan pembelian karena banyaknya varian menu yang ditawarkan. Meskipun terdapat menu *best seller* tetapi konsumen masih kesulitan untuk menentukan pembelian, yang mana menu *best seller* juga terlalu banyak sehingga konsumen bingung untuk menentukan pilihannya yang membuat konsumen akan berpikir akan membeli produk yang mana.

Tabel 1.1
Data konsumen dalam satu minggu

Hari	Tanggal	Jumlah konsumen
Senin	13 November 2023	230
Selasa	14 November 2023	230
Rabu	15 November 2023	215
Kamis	16 November 2023	210
Jum'at	17 November 2023	190
Sabtu	18 November 2023	250
Minggu	19 November 2023	250

Sumber : prasmanan bg jack kota baru

Dari data diatas dapat diketahui bahwa dalam satu minggu konsumen yang datang tidaklah sama jumlahnya konsumen bisa meningkat atau menurun dilihat dari waktu. Konsumen akan sangat ramai di waktu *weekend* dimana para konsumen akan datang dengan keluarga mereka untuk menikmati makan siang di prasmanan bg jack kota baru.

Dalam melakukan pembelian, apakah konsumen akan mengulang kembali untuk membeli produk yang sama atau mencoba produk lain yang di tawarkan sehingga konsumen akan royal atau tidak, hal tersebut kemudian menjadi permasalahan yang muncul dan yang akan diungkap oleh peneliti.

Inovasi yang dilakukan dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Prasmanan Bg Jack Kota Baru memberikan *free* Es teh kepada konsumen yang menunjukkan KTM (Kartu Tanda Mahasiswa) serta mengikuti Instagram Prasmanan Bg Jack Kota Baru menjadi daya tarik tersendiri konsumen untuk melakukan pembelian seperti dari segi strategi yang dilakukan Prasmanan Bg Jack Kota Baru.

Dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berkaitan tentang inovasi produk, strategi pemasaran dan loyalitas konsumen dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Prasmanan BG JACK Kota Baru”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru?
2. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru?
3. Apakah inovasi produk dan strategi pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Prasmanan Bg Jack Kota Baru?

4. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak keluar dari pokok pembahasan dan berfokus pada topik yang diangkat, maka penelitian “Pengaruh inovasi produk dan strategi pemasaran terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru” dibatasi pada :

1. Mencakup subjek hanya dibatasi pada konsumen di Prasmanan Bg Jack Kota Baru daerah Jambi.
2. Faktor yang dibatasi hanya seputar inovasi produk dan strategi pemasaran oleh Prasmanan Bg Jack Kota Baru.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dengan inovasi produk dan strategi pemasaran akan mempengaruhi loyalitas konsumen dalam membeli kembali masakan pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru.

Dengan harapan:

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru.
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran dapat

mempengaruhi loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru.

3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan strategi pemasaran dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru.
4. Untuk mengetahui salah satu diantara pengaruh inovasi produk dan strategi pemasaran menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Prasmanan Bg Jack Kota Baru.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat utama dari penelitian ini yaitu :

1. Membantu usaha tersebut dalam mengetahui menu yang disukai dan kurang disukai konsumen sehingga usaha ini bisa melakukan pengembangan dari inovasi produk sebelumnya.
2. Membantu meningkatkan strategi pemasaran di prasmanan tersebut sehingga dapat mengetahui strategi yang dilakukan dapat berjalan dengan baik atau tidak.
3. Membantu prasmanan tersebut mengetahui kelemahannya dari segi inovasi produk dan strategi pemasaran agar dapat menjadi bahan evaluasi untuk usahanya kedepan.