

BAB I

PENDAHULUAN

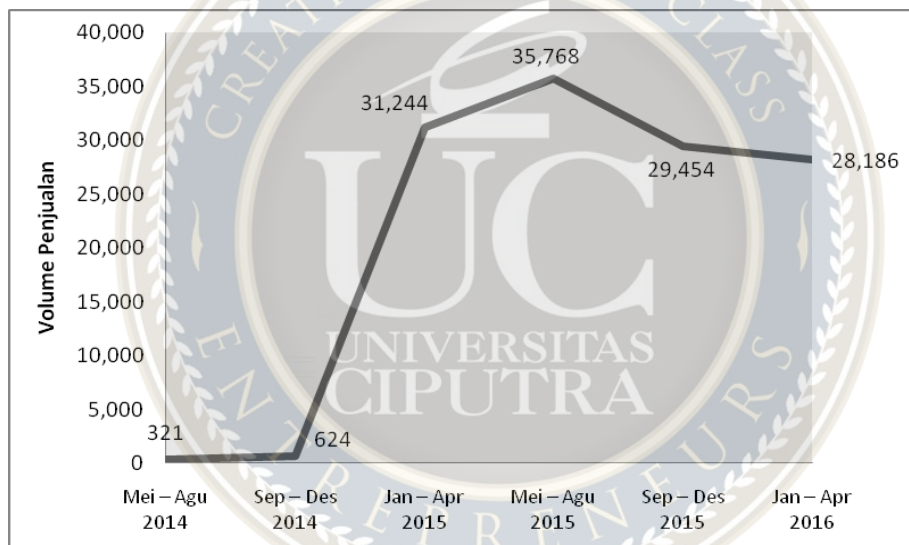
1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan usaha Industri kuliner di Indonesia, merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Kuliner bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia semata, saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Perkembangan kuliner makanan di Indonesia tidak hanya membuat banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini, tetapi juga tidak sedikit pula pelaku bisnis yang gulung tikar. Oleh karena itu, pelaku bisnis dituntut untuk lebih produktif dan inovatif serta mampu memahami resiko yang akan dialami.

Suryana (2013:10) menjelaskan bahwa seorang wirausahawan diharuskan untuk memiliki beberapa karakteristik dalam dirinya guna untuk mencapai tujuan, adapun karakteristik yang harus dimiliki seorang wirausahawan yaitu: memiliki rasa percaya diri, kerja keras, memahami risiko sebagai bagian dari upaya meraih sukses, memiliki kemampuan organisasi, dapat menentukan tujuan, berorientasi hasil, memiliki tanggung jawab terhadap hasil, kreatif, menyukai tantangan dan mendapatkan kepuasan pribadi ketika berhasil mencapai ide-idenya. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia mencapai angka 8% pada tahun 2012 dan 13% pada tahun 2013. Menurut Kotler (2011:58) untuk meningkatkan persaingan pada masing-masing perusahaan yang dapat memenangkan persaingan tersebut dengan

menampilkan berbagai produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

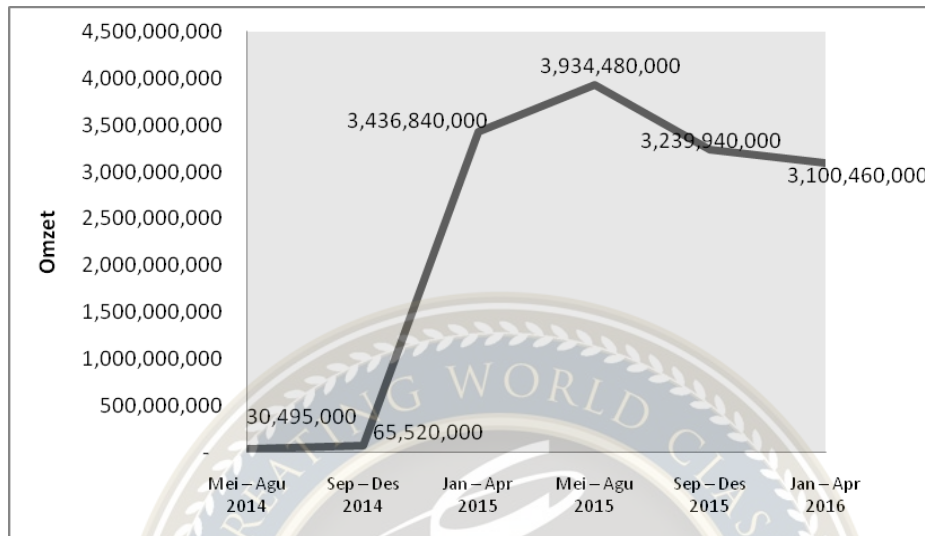
Dengan adanya perkembangan bisnis tersebut membuat Terang Bulan – Martabak 93 mengalami peningkatan penjualan. Terang Bulan – Martabak 93 adalah bidang usaha yang bergerak pada bidang kuliner. Selama tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 Terang Bulan – Martabak 93 mengalami peningkatan penjualan yang signifikan, dimana hasil penjualan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1



Gambar 1.1
Volume Penjualan Terang Bulan – Martabak 93
Sumber: Data Internal Perusahaan

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada periode penjualan pertengahan tahun sampai akhir tahun 2014 Terang Bulan – Martabak 93 mampu menjual 945 loyang, namun pada tahun 2015 terjadi peningkatan volume penjualan dimana Terang Bulan – Martabak 93 mampu menjual 96.466 loyang, dan penjualan pada periode bulan Januari – April 2016 Terang Bulan – Martabak 93 mampu menjual 28.186 loyang. Dalam hal ini peningkatan omzet penjualan Terang Bulan –

Martabak 93 juga ikut mengalami peningkatan yang signifikan, dimana dilihat pada Gambar 1.1



Gambar 1.2
Omzet Terang Bulan – Martabak 93
Sumber: Data Internal Perusahaan

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa omzet penjualan pada pertengahan tahun 2014 sampai dengan akhir tahun 2014 mampu mendapatkan omzet sebesar Rp. 96.015.000, kemudian pada tahun 2015 Terang Bulan – Martabak 93 mampu mendapatkan omzet sebesar Rp. 10.611.260.000, kemudian pada bulan Januari – April 2016 Terang Bulan – Martabak 93 mampu mendapatkan omzet sebesar Rp. 3.100.460.000. Namun dengan adanya peningkatan penjualan dan omzet penjualan tersebut, Terang Bulan – Martabak 93 juga memiliki kekurangan yaitu terletak pada harga dan Kualitas Layanan yang berikan.

Hasil pengamatan awal peneliti terhadap 30 responden akan hal-hal utama yang dijadikan bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian di Terang Bulan – Martabak 93 dapat terlihat pada Tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1
 Pengamatan Awal Bahan Pertimbangan Konsumen Terang Bulan – Martabak 93

Faktor-Faktor Yang Menjadi Bahan Pertimbangan Konsumen Terang Bulan – Martabak 93	Total Responden	%
Inovasi	9	30.0
Kualitas Layanan	8	26.7
Harga	6	20.0
Rasa	6	20.0
Lainnya.....	1	3.3

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2016

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa peringkat dari rasio kesesuaian terletak pada inovasisebanyak 9/30 responden dan Kualitas Layanan sebanyak 8/30 responden yang diberikan oleh Terang Bulan – Martabak 93. Terkait dengan inovasi dan Kualitas Layanan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli dikarenakan saat ini telah banyak bermunculan kompetitor sejenis yang menawarkan produk serupa, sehingga inovasi dibutuhkan untuk menjaga konsumen tetap loyal terhadap produk Terang Bulan – Martabak 93. Setelah mengetahui faktor yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam membeli, peneliti melakukan survey dengan menanyakan apa yang mendasari konsumen memilih faktor tersebut, dan hasilnya menunjukkan bahwa pentingnya inovasi dikarenakan saat ini banyak kompetitor yang menawarkan produk sejenis dengan kualitas yang serupa, kemudian juga rasa yang ditawarkan kurang bervariasi, sedangkan terkait dengan Kualitas Layanan konsumen merasakan Kualitas Layanan yang lama ketika terjadi keramaian pengunjung. Kemudian terkait Kualitas Layanan juga adanya keluhan tidak adanya Kualitas Layanan *service delivery*. Sehingga dengan adanya penelitian awal tersebut, diharapkan pihak Terang Bulan – Martabak 93 mampu mempertimbangkan Inovasi dan Kualitas Layanan yang sudah ada.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Inovasi dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Terang Bulan – Martabak 93”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumuusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah inovasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Terang Bulan – Martabak 93?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Terang Bulan – Martabak 93?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh Inovasi terhadap loyalitas konsumen Terang Bulan – Martabak 93.
2. Mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap loyalitas konsumen Terang Bulan – Martabak 93.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen bisnis, khususnya dalam kajian mengenai pengaruh inovasi dan Kualitas Layanan terhadap loyalitas konsumen.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti yang berkaitan dengan strategi bisnis melalui inovasi dan Kualitas Layanan yang ada di dunia bisnis
2. Bagi akademis, penelitian ini dapat menambah perbendaharaan kajian ilmu manajemen khususnya yang berkaitan dengan strategi bisnis.
3. Bagi Pembaca, Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang strategi bisnis suatu perusahaan.