

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi seperti sekarang ini cafe merupakan suatu bisnis yang menjanjikan. Bukan hanya sekedar area untuk makan saja akan tetapi banyak masyarakat yang menjadikan cafe digunakan untuk tempat berkumpul. Hal ini dapat ditinjau dari gaya masyarakat saat ini yang senang bertatap muka, berbincang – bincang dan juga bersantai. Manusia adalah makhluk sosial dimanapun mereka berada saling membutuhkan satu sama yang lain. Dengan demikian mereka membutuhkan sarana untuk bersosialisasi. Oleh karena itu dengan adanya cafe ini dapat merealisasikan keinginan mereka akan tempat berkumpul

Café atau kafe pada zaman modern ini menjadi salah satu tempat yang semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Semakin berkembangnya gaya hidup masyarakat dan bervariasinya kebutuhan konsumen akan sesuatu serta diikuti kreatifitas dan kemauan para pembuat kafe untuk meyediakan serta memenuhi kebutuhan masyarakat, hal ini menimbulkan kemudahan untuk para konsumen dalam menemukan tempat bersantai berbentuk kafe. Adanya kemauan para pelaku bisnis yang mengalami kendala pada modal berbentuk uang untuk mrndapatkan pinjaman melalui bank berdasarkan pada peraturan Bank Indonesia nomor 17/12/PBI/2015 pasal 2 ayat (1) Bank umum wajib membersihkan Kredit atau Pembiayaan UMKM.

Banyak cafe yang bermunculan mengakibatkan para pelaku usaha cafe berpikir kreatif untuk menciptakan konsep atau inovasi yang berbeda pada cafe-cafe yang sudah ada, hal ini tentu untuk menarik para pengunjung, pada umumnya para pelaku usaha cafe terlebih dahulu mensurvei apa yang menjadi tren di pasaran masyarakat atau dari kebiasaan-kebiasaan masyarakat. Masyarakat kebanyakan suka dengan hal yang baru dan berbeda dari yang sudah ada. Apabila cafe ditata secara inovatif menggunakan tema tertentu, akan membuat nyaman pengunjung, sebab yang berkunjung ke cafe bukan untuk bersantai saja atau meluangkan waktu akan tetapi ingin mengenyangkan perut. Kesempatan inilah yang harus dilakukan para pelaku bisnis cafe dari masyarakat kota moderen seperti kota-kota besar yang kini gaya hidupnya sama sangat metropolitan. Inovasi yang menarik bagi mereka yang mencintai kesederhanaan alami maupun kemewahan yang wajib kita tawarkan.

Dengan Seiringnya waktu di kota medan banyak bermunculan cafe-cafe salah satunya cafe Rilek's yang berada di Jl. Ngumban Surbakti No.459, medan selayang, kota medan. Café Rilek's menawarkan beragam menu yang dapat menggoyang lidah serta suasana yang cukup nyaman untuk menghabiskan waktu luang. Salah satu diantara menu keunggulan yang bisa dinikmati di café Rilek's yaitu indomie rebus (indobus) kikil. Indobus kikil yang ditawarkan café Rilek's sangat spesial karena dibuat dengan menggunakan kuah yang spesial, jadi kuah yang dijadikan indobus kikil bukan kuah hasil dari rebusan dari mie instan, tapi memang dibuat terpisah dan spesial.

Namun masalah yang muncul pada café rilek's ini di identifikasikan adanya peningkatan jumlah café, Menu yang menjadi keunggulan café rilek's yaitu (indobus kikir) yang berbahan dari mie instan yang sekarang ini café lain juga memiliki menu berbahan mie instan juga dan para pelanggan menjadi kurang minat dengan menu indobus kikir tersebut. karna kurang berinovasi, faktor utama yang menyebabkan menu (indobus kikir) menurut dalam penjualan adalah kurangnya inovasi-inovasi pada menu (indobus kikir) dalam hal produksi, tidak kreatif dalam rasa dan miensa terlalu masak dan kikirnya terasa amis, harganya yang terlalu mahal dalam sebuah produk mie instan dan kurang memaksimal dalam menciptakan soal rasa. hal tersebut dan menjadikan menu yang berbahan mie intas menjadi menu utama dicafé pesaing lainnya. Dalam hal ini konsumen memutuskan dalam melakukan pembelian melihat faktor perubahan/penambahan produk baru (Inovasi produk) dan faktor pemasra media sosial seperti instgram dan fecabook. Akan tetapi kenyataannya café rilek's memiliki banyak pesaing lainnya, dengan menggunakan konsep yang hampir sama, dengan adanya perubahan yang dilakukan pada menu, media sosial, fasilitas yang nyaman, cukup membuat café rilek's jauh ketinggalan dalam keunggulan bersaing pada café lainnya.

Menyadari adanya Fenomena pesaing semacam ini cafe rileks yang ada dikota medan untuk terus berupaya menghadapi pesaing yang ada. Dengan membangun kepercayaan diri dari para konsumen melalui peningkatan keunggulan bersaing, seperti melalukan inovasi produk dan melakukan promosi melalui pemasaran media sosial, serta harga yang kompetitif sehingga menajadi kan cafe mampu bersaing unggul tergapad peoduk maupun media sosial.

Berinovasi atau menciptakan sesuatu yang berbeda bahkan baru merupakan hal yang penting dalam dunia bisnis, tidak terkecuali bentuk usahaan café tradisional dan internasional melakukan inovasi agar produk yang dihasilkan tetap menarik minat konsumen.

Dalam penelitian Zainal, dkk (2016) menyatakan bahwa inovasi adalah budaya organisasi yang mencerminkan sejauh mana perusahaan terbuka terhadap ide-ide baru, menerima dan menstimulasi pendekatan baru untuk mendorong ide-ide yang menantang, mengambil resiko, dan bersikap proaktif. Maka inovasi dianggap sebagai kebutuhan di perusahaan untuk menerapkan mengingat pesaing pasar yang cepat sebagai akibat dari dampak globalisasi dan kemajuan pesat dalam teknologi. Keberhasilan perusahaan dalam inovasi dapat dikatakan jika perusahaan selangka lebih baju dibandingkan dengan pesaingnya, diperlukan kecerdasan dalam kegiatan inovasi sehingga inovasi mampu menciptakan keunggulan kompetitif untuk meningkatkan kinerja bagi perusahaan. selanjutkan penelitian yang dilakukan (Anik Rachmatatulli'iya, (2017) juga menunjukkan hasil bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Akhmad Supriyanto, dkk (2017:27-28) Perusahaan dengan kemampuan berinovasi tinggi akan lebih berhasil dalam merespon lingkungan dan mengembangkan kemampuan baru yang menyebabkan keunggulan dalam persaingan usaha.

EY Astutik (2019) pemasaran media sosial terdiri dari upaya menggunakan media sosial untuk membujuk konsumen mengenai produk dan jasa dari suatu perusahaan. Pemasaran media sosial adalah pemasaran menggunakan

komunitas online, jaringan sosial dan blog pemasaran. Muahammad Fitrhayudi Triatmaja (2016) disimpulkan bahwa perilaku terhadap pengguna pemasaran media sosial dan telah merasakan manfaatnya dari media sosial dan selalu berkeinginan untuk menggunakan media sosial untuk meningkatkan keunggulan bersaing dalam strategi pemasaran. Sedangkan Maharani, dkk (2012) mengatakan bahwa sosial media memberikan keunggulan bersaing dengan meningkatkan bargaining position terhadap pelanggan.

Keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan (Bharadwaj et al., dalam Dewi, 2005). Keunggulan bersaing merupakan konsep yang dapat dilihat dari ketepatan perusahaan dalam menyediakan produk di pasar dan respon terhadap keluhan konsumen seperti kualitas produk, kebutuhan konsumen, penguasaan pasar baru serta adanya inovasi produk secara terus menerus (Aditya, 2004). Keunggulan bersaing juga merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai unggul guna menghadapi persaingan dan kemampuan sebuah bisnis untuk mencapai nilai.

Berdasarkan uraian di atas, dapat kita ketahui bahwasanya inovasi produk, pemasaran media sosial merupakan masalah yang penting untuk diteliti. Untuk menciptakan keunggulan bersaing serta mempertahankan dan meningkatkan penjualan, cafe rileks harus memperhatikan inovasi yang di terima konsumen dengan cara mempromosikan kedia sosial dengan hasil yang memuaskan.

Bersadarkan hasil pra survei telah dilakukan peneliti berupa penyebaran kuesoner dengan variabel inovasi produk, pemasaran media sosial dan keunggulan bersaing terhadap 10 responden.

Tabel 1.1 Jawaban Pra Survei Inovasi Produk

No	Pertanyaan	Jawaban %					Jumlah responden
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Café rileks mampu menciptakan produk baru/ menu baru dengan sangat bagus	20%	0%	50%	30%	0%	10
2.	Café rileks mampu memperluas produk baru/ menu baru di luar café rileks	0%	0%	20%	40%	30%	10
3.	Café rileks memodifikasi produk baru/ menu baru pada makanan dan minuman dengan sangat bagus	10%	30%	20%	40%	0%	10

Berdasarkan hasil pra survei tabel 1.1. yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada 10 responden tentang Inovasi produk bahwasannya inovasi yang dilakukan oleh cafe rileks cenderung memilih Netral dikarenakan kurangnya kepercayaan konsumen terhadap keunggulan bersaing yang diterapkan oleh cafe rileks tersebut.

Tabel 1.2. Jawaban Pemasran Media Sosial

No.	Pertanyaan	Jawaban %					Jumlah Responden
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Café rileks selalu memposting teks, gambar dan video pada produk baru/ menu baru dengan sangat kreatif setiap hari	0%	0%	10%	30%	60%	10
2.	Café rileks selalu menginformasikan produk baru/ menu baru kedia media sosial setiap hari	0%	0%	10%	60%	30%	10
3.	Café rileks menggunakan instagram dan facebook untuk mempromosikan produk baru/ menu baru, memperluas dan memodifikasi produk dengan sangat kreatif setiap hari	0%	0%	0%	60%	20%	10

Berdasarkan hasil pra survey tabel 1.2.yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada 10 reseponden tentang pemasaran media sosial yaitu, bahwasanya cafe rileks mendapatkam skor tidak setuju dikarenakan jarang melakukan update terhadap produk/menu kedia sosial karenakan kurang inovasi yang di lakukan oleh cafe rileks membuat tidak unggul untuk bersaing pada cafe lain.

Tabel 1.3 Jawaban Keunggulan Bersaing

No.	Pertanyaan	Jawaban %					Jumlah Responden
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Harga produk baru/ menu baru café rileks mampu bersaing dengan café-café lainnya	0%	10%	10%	20%	60%	10
2.	Keunikan yang dilakukan café rileks terhadap produk/ menu selalu unggul dari cafe lain	0%	0%	10%	30%	60%	10
3.	Café rileks mampu membuat produk baru/ menu baru dengan kualitas yang baik dan tidak dapat ditiru oleh cafe lainnya	0%	10%	20%	30%	40%	10
4.	Café rileks mampu menciptakan rasa produk baru/menu baru pada setiap masakannya	0%	10%	10%	20%	60%	10

Berdasarkan hasil pra servey yang diakukam dengan memberikan pertanyaan kepada 10 responden tentang keunggulan bersaing yaitu, bahwasannya keunggulan bersaing café rileks memperoleh skor sangat tidak setuju dikarenakan harga yang di tawar tidak cocok bersaing, keunikan yang dilakukan oleh produk/menu tidak sesuai dengan harapan konsumen dan tidak mempunya

membuat kualitas produk/menu yang baik. Hal hasil cafe rileks gagal untuk bersaing unggul terhadap cafe lainnya.

Berdasarkan Hasil survey yang di lakukan maka fenomena tersebut menjadikan café rileks belum mampu mendorong konsumen untuk mempercayai inovasi produk dan media sosial, untuk meningkatkan dan mempertahankan keunggulan bersaing,

Bersadarkan permasalahan yang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang judul **“Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Café Rileks Medan”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat kita rumuskan :

1. Apakah inovasi produk berpengaruh dalam keunggulan bersaing ?
2. Apakah pemasaran media sosial berpengaruh dalam keunggulan bersaing?
3. Apakah inovasi produk, pemasaran media sosial berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.
2. Untuk mengetahui pengaruh pemasaran media sosial terhadap keunggulan bersaing.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dalam pemasaran media sosial secara simultan terhadap keunggulan bersaing.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Dapat dijadikan ilmu pengetahuan serta referensi wawasan konsep bisnis waralaba untuk berinovasi produk serta dalam pemasaran media sosial terhadap keunggulan bersaing dalam bisnis. Serta mendapatkan informasi mengenai inovasi produk dalam pemasaran media sosial terhadap keunggulan bersaing.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini sebagai implementasi dari fungsi Universitas, dan diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian dan bahan bacaan yang dapat menambah wawasan pengetahuan bagi dunia keilmuan yang ada di bidang bisnis waralaba khususnya pada Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Sari Mutiara Indonesia.

3. Bagi café Kota Medan

Diharapkan setelah dilakukannya penelitian ini, café kota medan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam pengembangan usaha sehingga semakin besar dalam bisnisnya, berkembang dan berdaya saing tinggi terhadap bisnis waralaba.