



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi yang terus bertumbuh kembang pada saat ini menunjukkan adanya peningkatan kesejahteraan, hal ini tentunya menjadi harapan bagi setiap orang. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh semua orang agar ekonominya meningkat yaitu dengan membangun sebuah usaha, karena usaha merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan yang lebih sejahtera. Aktivitas mengelola usaha pada umumnya memiliki tujuan untuk menghasilkan laba demi kelangsungan hidup dan memperluas usaha dengan membuka cabang pada tempat yang berbeda.(Rinto Alexandro dkk., 2023).

Indonesia saat ini tengah mengalami kemajuan yang pesat di berbagai bidang, termasuk dalam dunia bisnis. Salah satu dampak dari perdagangan bebas global adalah semakin banyaknya perusahaan asing yang masuk dan berkembang di Indonesia. Kehadiran mereka memunculkan persaingan yang semakin ketat, baik dengan perusahaan lokal maupun sesama perusahaan asing. Persaingan ini terasa di banyak sektor, tak terkecuali di bidang kuliner. Di daerah seperti Jombang, perkembangan bisnis kuliner ikut terdorong oleh tren global ini, menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi para pelaku usaha lokal.(Wijaya & Maghfiroh, t.t.-a)

Persaingan yang semakin ketat antar pengusaha yang sejenis menyebabkan keadaan pasar berubah, Dimana keadaan pasar beralih dari *seller's market*

(kekuatan terletak ditangan penjual) menjadi *buyer'smarket* (kekuatan pasar ditangan pembeli).(Rinto Alexandro dkk., 2023)

Salah satu jenis bisnis kuliner yang tengah berkembang pesat di Jombang adalah café/kedai. Peluang bisnis ini semakin terbuka lebar berkat perubahan perilaku konsumen yang kini semakin tertarik untuk mengunjungi tempat-tempat makan atau minum yang juga menawarkan suasana nyaman untuk bersantai. Dalam keadaan seperti ini, produsen atau pengusaha akan berusaha mendapatkan pembeli dengan memperhatikan permintaan dan selera konsumen. Hal ini mempengaruhi perusahaan-perusahaan untuk menyusun strategi dalam mengembangkan produk yang unik dan menarik, dengan kualitas rasa dan harga yang terjangkau sebagai bentuk solusi mempertahankan perusahaan tersebut dalam menangani persaingan pasar.

Kedai kopi jayaraya merupakan salah satu kedai yang ada di kota Jombang, tepatnya di Jl. Pahlawan No.89 Jelakombo, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61481. Agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lain, maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik. Untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan menyusun strategi pengembangan produk dengan baik. Pengembangan strategi bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal, yang sangat penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya



yang ada persaingan dalam industry kuliner semakin ketat seiring berkembangnya gaya hidup masyarakat yang menuntut variasi makanan dan minuman yang unik, lezat, dan menarik. Kedai kopi menjadi salah satu pilihan utama masyarakat, khususnya generasi muda untuk bersantai dan bersosialisasi.

Faktor yang terpenting dalam pengembangan suatu usaha salah satunya adalah pengembangan produk, produk yang terus berkembang dan memiliki inovasi terbaru tentu saja menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Menu yang monoton atau tidak mengikuti tren pasar cenderung membuat pelanggan bosan dan beralih ke tempat lain. Oleh karena itu, pengembangan menu baru menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya tarik dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Banyak konsumen yang kemudian penasaran dan menginginkan untuk mencoba produk tersebut. Setelahnya jika produk mendapatkan tempat di hati konsumen, barulah produk tersebut kemudian dipertahankan kualitas dan cita rasanya agar menjadi produk yang unggul yang dapat ditawarkan oleh sebuah kedai.

Pengembangan menu baru tidak hanya berkaitan dengan rasa dan tampilan saja, tetapi juga menyangkut pautkan dengan aspek pemasaran, penetapan harga, dan segmentasi pasar. Dengan menciptakan menu yang sesuai dengan preferensi konsumen lokal dan mengikuti tren kuliner yang sedang digemari/disukai oleh konsumen, Kedai Jayaraya diharapkan mampu menarik minat beli yang lebih tinggi dari konsumen, baik pelanggan lama maupun baru.

Bisnis kuliner di jombang sangatlah ketat, terutama dengan menjamurnya kedai kopi (coffee shop) baru hampir setiap titik kota ada, salah satunya adalah



kedai jayaraya. Kedai jayaraya bukanlah kedai yang besar dan mewah, fasilitas juga sangat sederhana sekali, tetapi kedai ini mampu bersaing dan meningkatkan jumlah konsumen setiap harinya. Kedai jayaraya bisa mempertahankan pelanggan lama dan juga menambah pelanggan baru.

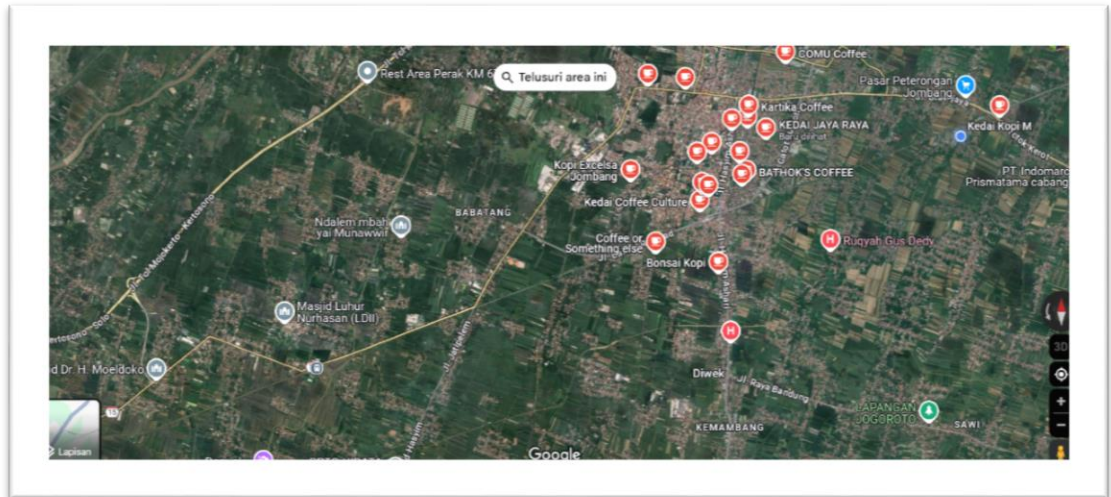
Fenomena ini menunjukkan bahwa inovasi produk dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan bisa menjadi kunci keberhasilan sebuah usaha, bahkan melebihi modal besar atau tampilan fisik kedai. Fenomena ini menjadi dasar utama untuk dilakukannya penelitian pada kedai jayaraya.

Berangkat dari fenomena ini penulis merasa tertarik untuk menganalisis strategi pengembangan produk dalam peningkatan penjualan pada kedai jayaraya. Peneliti ingin melihat secara langsung bagaimana produk-produk yang dimiliki oleh kedai jayaraya baik produk minuman maupun cemilannya, kemudian menganalisis apakah strategi tersebut memberikan peningkatan penjualan yang memberikan dampak positif terhadap perkembangan kedai jayaraya.

Di era persaingan yang begitu ketat hampir setiap titik di kota jombang sangat mudah untuk dijumpai kedai (*coffee shop*), oleh karenanya setiap pengelola kedai (*coffee shop*) diharuskan untuk memiliki strategi yang baik, strategi yang jitu dalam memasarkan produknya sehingga penjualan dari produk minuman dan cemilannya kedai tersebut dapat mengalami peningkatan. Berfokus pada kedai (*coffee shop*) jayaraya peneliti memutuskan untuk melakukan sebuah penelitian dengan mengangkat judul pengembangan menu baru guna meningkatkan minat belikonsumen pada kedai Jayaraya di Jombang



karena semenjak berdirinya kedai ini sering memperbarui produknya dalam menarik pembeli. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data tentang strategi pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan pada kedai Jayaraya.



Gambar 1. Persebaran *coffee shop* di Jombang

Sumber: screenshot,

<https://www.google.com/maps/search/persebaran+coffe+shop+di+jombang>

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang menjadi bahan pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana minat beli konsumen pada kedai Jaya Raya di Jombang?
2. Bagaimana pengembangan produk baru dapat meningkatkan minat beli konsumen pada kedai Jaya Raya di Jombang?
3. Apa strategi yang efektif untuk mengembangkan produk baru pada kedai kopi jayaraya di Jombang?



1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penetapan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui minat beli konsumen pada kedai jayaraya di Jombang.
2. Untuk menganalisis pengaruh pengembangan produk baru terhadap minat beli pada kedai jayaraya di Jombang.
3. Untuk menganalisis strategi yang efektif dalam pengembangan produk baru pada kedai Jaya Raya di Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran dan strategi pengembangan produk. Beberapa manfaat teoritis yang dapat diambil antara lain:

1. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep pengembangan menu baru dalam konteks usaha kuliner seperti kedai kopi.
2. Menjadi literatur tambahan bagi akademisi dalam melihat hubungan antara inovasi produk dengan minat beli konsumen.
3. Menunjukkan penerapan teori manajemen strategi, pengembangan produk, dan perilaku konsumen dalam praktik bisnis riil, sehingga memperkaya referensi teoritis di bidang administrasi bisnis.



1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi beberapa pihak berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha (Kedai Jayaraya):
 - Menjadi evaluasi terhadap strategi pengembangan menu yang telah dilakukan.
 - Memberikan masukan dalam merancang strategi pengembangan produk yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.
 - Memberi arahan agar proses inovasi dan peluncuran produk baru lebih sistematis dan terstruktur.
2. Bagi Praktisi Bisnis Kuliner:
 - Dapat dijadikan contoh atau model dalam menerapkan strategi pengembangan menu untuk meningkatkan daya saing dan menarik konsumen baru.
3. Bagi Mahasiswa dan Peneliti:
 - Sebagai referensi dan acuan dalam melakukan penelitian sejenis, terutama dalam topik-topik yang berkaitan dengan strategi bisnis, inovasi produk, dan perilaku konsumen.
4. Bagi Konsumen/Pelanggan:
 - Secara tidak langsung, penelitian ini dapat mendorong peningkatan kualitas produk dan pelayanan karena pelaku usaha memahami pentingnya menyerap aspirasi konsumen.



1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal penelitian ini menggambarkan secara singkat masing-masing bab terkait pembahasan yang ada dalam penelitian, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami gambaran penulisan proposal dan sistematika penulisan.

a. BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

b. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang penelitian terdahulu, landasan teori yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Literatur dapat bersumber dari jurnal, artikel, buku dan sumber-sumber lain yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

c. BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam proses penelitian, penetapan lokasi penelitian, waktu penelitian, pemilihan informan, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

d. BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang penjelasan tentang gambaran umum objek yang diteliti dan juga hasil penelitian dari analisis strategi pengembangan bisnis yang sudah diteliti.



e. BAB V : PENUTUP

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan penulis dari penelitian yang telah dilakukan serta memberikan saran sebagai acuan pengetahuan yang ada.

