

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Restoran atau rumah makan menjadi salah satu bisnis paling menggiurkan untuk diusahakan. Tidak hanya masakan daerah. Di Indonesia kini mulai banyak Restoran yang menawarkan produk makanan yang bisa terbilang unik dan murah salah satunya adalah olahan mie. Mie merupakan produk makanan yang sangat populer, banyak sekali diminati dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, di Indonesia banyak berbagai jenis kuliner dengan berbahan dasar mie. Mulai dari berbagai makanan khas daerah sampai dengan karakteristik yang berbeda berdasarkan kondisi saat ini banyak sekali bermunculan. Mie siap saji atau bisa di kenal dengan jenis, varian dan ide kreatif yang berbeda. Mie termasuk salah satu hidangan pokok yang di sukai masyarakat. Belakangan ini olahan tepung tersebut banyak tampil dengan berbagai macam varian baru (Kurniawati, 2020).

Salah satu kuliner utama berbahan dasar Mie yang banyak diminati oleh Masyarakat yaitu Mie Gacoan. Mie Gacoan adalah sebuah waralaba restoran asal Indonesia. Usaha ini didirikan pada awal tahun 2016 di Kota Malang, dan berada di bawah naungan PT Pesta Pora Abadi. Hingga akhir tahun 2022, Mie Gacoan telah mempekerjakan lebih dari 3.000 orang di puluhan gerainya yang tersebar di seantero Indonesia, terutama di Pulau Jawa, Sumatra, dan Bali. Dimana focus dalam penelitian ini adalah Mie Gacoan Madiun.

Makanan utama yang disajikan oleh restoran ini adalah mi goreng pedas dengan nama produk "Mie Suit", "Mie Gacoan" dan "Mie Hompimpa". Pembeli dapat memilih sendiri tingkat kepedasan dari mi tersebut. Restoran juga menyajikan dimsum, udang keju dan udang rambutan, siomay ayam sebagai makanan sampingan. Untuk minuman, tersedia aneka es buah dengan nama-nama unik seperti "Es Teklek" hingga "Es Gobak Sodor". Sebelumnya, nama-nama produk pada menu Mie Gacoan menggunakan nama-nama dengan unsur setan, iblis, dan lainnya. Nama-nama tersebut kemudian disesuaikan mulai tanggal 1 Februari 2023 untuk memenuhi kriteria Sistem Jaminan Halal (SJH) dari Majelis Ulama Indonesia.

Pada Mie Gacoan Madiun sangat memperhatikan minat beli konsumen. Oleh karena itulah menu-menu yang ada pada Mie Gacoan Madiun sesuai dengan keinginan Masyarakat. Minat beli merupakan kecenderungan sikap konsumen yang tertarik lalu mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian melalui berbagai tahapan dan tingkat kemungkinan hingga dengan kemampuan untuk membeli produk, jasa atau merek tertentu. Oleh karena itulah minat beli merupakan hal yang sangat penting yang menjadi salah satu prioritas yang diperhatikan oleh suatu pemilik usaha.

Minat beli konsumen selalu tertanam dalam diri setiap individu yang tidak seorang pun bisa mengetahui apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Minat beli terbangun dari sikap konsumen terhadap suatu produk, hal tersebut berasal dari keyakinan konsumen tentang suatu produk. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk maka akan menyebabkan

menurunnya minat beli konsumen. Minat dikatakan sebagai keadaan dimana konsumen belum melakukan suatu tindakan, namun dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa Mie Gacoan ini merupakan salah satu restoran yang banyak peminatnya karena menawarkan berbagai jenis makanan mie olahan. Selain itu, Mie gacoan juga menyediakan tempat nyaman dengan dekorasi yang menarik. Mie Gacoan ini cocok untuk menjadi tempat berkumpul, bersantai dan diskusi. Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan peneliti dengan Manajer karyawan Mie Gacoan Madiun diperoleh informasi mengenai jumlah pengunjung pada Mie Gacoan Madiun pada tahun 2023 sebagai berikut:

Tabel 1.1

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Mie Gacoan Madiun pada Tahun 2023

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	34.056
2	Februari	32.255
3	Maret	32.854
4	April	31.024
5	Mei	28.236
6	Juni	30.543
7	Juli	32.685
8	Agustus	33.534
9	September	30.875
10	Oktober	31.023
11	November	29.152
12	Desember	28.187

(Sumber: Dok. Mie Gacoan Madiun, 2023).

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung pada Mie Gacoan Madiun mengalami perkembangan yang fluktuatif. Hal ini dikarenakan dalam jumlah pengunjung tersebut terjadi penurunan jumlah

pengunjung dan juga peningkatan jumlah pengunjung. Beberapa variable yang mempengaruhi minat beli pada Mie Gacoan Madiun yaitu inovasi produk, harga, dan promosi online. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Khairati (2022), Astuti (2023), Maino (2022), Harliningtyas (2020), Zakiah (2021), Cahyani (2024), Wijana (2022), Kurniawan. (2023), Nelawati (2023) yang menjelaskan bahwa inovasi produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Menghadapi persaingan yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk mencari solusi baru dalam strategi perusahaan demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, khususnya dalam hal pengembangan produk strategi inovasi perlu dikembangkan dan dilakukan, tanpa inovasi perusahaan akan mati sebaliknya perusahaan yang melakukan inovasi secara terus-menerus akan dapat mendominasi pasar, dengan kreatifitas, model dan penampilan produk yang baru. Strategi inovasi ini sangat ditentukan oleh kebutuhan konsumen dan trend masa sekarang, sehingga konsumen tidak bosan akan produk yang dihasilkan.

Inovasi produk adalah suatu perubahan pada sekumpulan informasi yang berhubungan dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, yaitu dengan cara memodifikasi produk tersebut untuk menjadikan sesuatu yang lebih bernilai, menciptakan hal baru dan juga berbeda, yaitu dengan merubah suatu bahan menjadi sumber daya dan menggabungkan sumber daya tersebut menjadi suatu inovasi baru atau spesifikasi produk yang lebih produktif, baik secara langsung maupun tidak langsung yang dipengaruhi

oleh kepastian untung maupun rugi atau proses waktu melaksanakannya, dalam rangka meraih keunggulan yang kompetitif.

Menurut Setiadi (2020), inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Disamping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus dan bukan terlaksana secara incidental (Elitan & Anatan, 2019).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan manager Mie Gacoan Madiun diperoleh informasi bahwa Mie Gacoan terkenal karena mereka terus berinovasi dengan beragam menu; menawarkan berbagai varian menu dan rasa yang tidak hanya lezat, tetapi juga unik. Dengan melakukan ini, mereka berhasil menarik berbagai segmen pasar, dari pecinta makanan pedas hingga mereka yang lebih suka pilihan makanan yang lebih ringan. Inovasi produk ini memastikan bahwa pelanggan memiliki alasan untuk kembali, selalu ada sesuatu yang baru untuk dicoba. Diversifikasi menu juga mencakup pilihan untuk berbagai kebutuhan diet, seperti opsi vegetarian atau menu rendah kalori. Ini memperluas jangkauan pelanggan Mie Gacoan ke demografi yang lebih luas, termasuk mereka yang mungkin memiliki keterbatasan diet tertentu. Menawarkan menu musiman atau terbatas waktu juga

bisa menciptakan rasa urgensi dan menarik pelanggan untuk berkunjung sebelum menu tersebut tidak tersedia lagi. Adapun bentuk inovasi produk yang dilakukan oleh pihak Mie Gacoan Madiun dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 2 Bentuk Inovasi Produk yang dilakukan Mie Gacoan Madiun

No	Inovasi Produk	Keterangan
1	Penelitian dan pengembangan	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan riset pasar untuk memahami preferensi dan tren kuliner terbaru. • Bekerja sama dengan chef dan ahli gizi untuk mengembangkan menu yang inovatif dan lezat. • Mencoba rese
2	Variasi menu	<ul style="list-style-type: none"> • Menawarkan berbagai tingkat kepedasan untuk mengakomodasi selera yang berbeda. • Menyediakan menu non-pedas dan vegetarian untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. • Menambahkan menu baru secara berkala untuk menjaga kesegaran dan menarik minat pelanggan.
3	Menu musiman dan keterbatasan waktu	<ul style="list-style-type: none"> • Menawarkan menu yang unik dan spesial yang sesuai dengan musim atau acara tertentu. • Menciptakan rasa urgensi dan mendorong pelanggan untuk mencoba menu baru sebelum kehabisan. • Memberikan nilai tambah dan pengalaman unik bagi pelanggan.k.

Sumber: Manager Mie Gacoan Madiun, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pihak Mie Gacoan Madiun melakukan berbagai inovasi produk. Hal ini dilakukan untuk dapat lebih meningkatkan jumlah pembeli. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa inovasi produk memiliki pengaruh terhadap minat beli. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Khairati (2022), Apriyono (2024), Pebriani (2023), Astuti. (2023), Maino (2022), Tarmidi (2021), Sujarwo (2021), Yusuf. (2021), Harliningtyas. (2020), Zakiah (2021), Cahyani (2024), Wijana (2022), Kurniawan. (2023), Anggara (2022), Nelawati

(2023) yang menjelaskan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Indikasi selanjutnya yang mempengaruhi minat beli yaitu harga. Harga merupakan salah satu hal yang cukup dominan diperhatikan oleh pembeli. Hal ini dikarenakan seseorang akan memiliki keinginan membeli ketiga harga dari produk yang dibeli sesuai dengan kemampuan mereka. Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran. Harga juga salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa harga pada Mie Gacoan cukup terjangkau karena pada Mie Gacoan Madiun memberikan porsi yang cukup banyak, sehingga harga yang tertera pada produk Mie Gacoan Madiun sesuai dengan kualitas produk dari mie Gacoan tersebut. Selain itu, harga pada Mie Gacoan Madiun juga dapat bersaing dengan kuliner mie lainnya yang berada di Madiun. Adapun harga beberapa menu pada Mie Gacoan Madiun sebagai berikut:

NOODLE	DIMSUM	BEVERAGE	
• Mie Sui 9.5K	• Siomay 8.6K	• Es Gobel Sodor 8.6K	• Mineral 4.1K
• Mie Homewine	• Udang Rambutan 8.6K	• Es Tehlek 5.9K	• Lemon Tea 5.9K
Lv 1-4 9.5K	• Udang Kolo 8.6K	• Es Slaku Bathok 5.9K	• Milo 7.7K
Lv 6-8 10.5K	• Lumia Udang 8.6K	• Es Perak Ummet 8.6K	• Orange 5.0K
• Mie Gacoan	• Pansit Goreng 9.5K		• Es Tea 4.1K
Lv 0-4 9.5K			• Tea Tarik 6.4K
Lv 6-8 10.5K			• Vanilla Latte 7.7K
			• Thai Tea 7.7K
			• Thai Green Tea 7.7K
			• Es Coklat 7.7K

Gambar 1.1 Daftar Menu dan Harga Mie Gacoan

Sumber: Dok. Mie Gacoan Madiun, 2024

Berdasarkan informasi yang diperoleh di atas menunjukkan bahwa harga produk pada Mie Gacoan Madiun beragam dengan harga yang cukup terjangkau. Adanya harga yang terjangkau tersebut tidak heran Ketika banyak dari Masyarakat yang berminat untuk emmbeli mie Gacoan di Madiun tersebut. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Khairati (2022), Apriyono (2024), Astuti. (2023), Maino (2022), Tarmidi (2021), Harliningtyas (2020), Zakiah (2021), Cahyani (2024), Wijana (2022), Kurniawan. (2023), Nelawati (2023) yang menjelaskan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Indikasi selanjutnya yang mempengaruhi minat beli yaitu promosi online. Promosi online adalah salah satu cara promosi yang menarikatastrategi pemasaran yang menarik dalam mengenalkan dan menawarkanbrand/merek produk barang maupun jasa secara online, dengan memanfaatkan segala kemajuan teknologi elektronik, media komunikasi dan juga berbagai platform internet. Promosi *Online* adalah kegiatan promosi menggunakan internet seperti halnya sosial media (Pirendra, 2017).

Jenis media berpengaruh terhadap daya tarik konsumen dan keputusan pembelian pada toko *online*, seperti halnya media promosi dan iklan yang baru seperti media sosial dan sarana promosi lain yang mempengaruhi minat beli konsumen. Untuk memasarkan suatu produk seorang pemasar harus mengembangkan program komunikasi yang efektif yang ditujukan kepada konsumen untuk mengkomunikasikan informasi yang ada dan dirancang untuk menghasilkan tindakan konsumen yang mengarah kepada keuntungan perusahaan.

Berdasarkan informasi yang diberikan oleh Manager Mie Gacoan Madiun dapat diketahui bahwa Mie Gacoan memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik pelanggan. Dengan memposting konten yang menarik, seperti foto dan video yang menampilkan menu mereka, mereka berhasil menciptakan buzz di kalangan pengguna media sosial. Strategi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas online mereka, tetapi juga mendorong interaksi pelanggan melalui komentar dan ulasan. Mereka juga menggunakan media sosial untuk mengumumkan promo dan event khusus, yang sering menarik pelanggan untuk berkunjung. Keterlibatan pelanggan melalui media sosial merupakan kunci (Sumber: Mie Gacoan Madiun, 2024).

Mie Gacoan mungkin mengadakan kontes atau tantangan dengan hadiah untuk pelanggan yang berpartisipasi. Ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan pelanggan tetapi juga mendorong *word of mouth*, yang sangat efektif dalam industri kuliner. Dengan memanfaatkan influencer atau *food vlogger*, Mie Gacoan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan

meningkatkan kredibilitas merek mereka. Adapun bentuk promosi online yang dilakukan oleh pihak Mie Gacoan Madiun sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Bentuk Promosi *Online* yang dilakukan Mie Gacoan Madiun

No	Promosi Online	Keterangan
1	Konten yang menarik	<ul style="list-style-type: none"> • Foto dan video yang menggugah selera dengan fokus pada rasa, tekstur, dan variasi menu. • Testimoni pelanggan yang positif dan influencer untuk meningkatkan kredibilitas. • Konten interaktif seperti kuis dan polling untuk meningkatkan engagement. • Meme dan GIF yang lucu dan relatable untuk menarik target pasar milenial
2	Keterlibatan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Menjawab komentar dan pesan dengan cepat dan ramah. • Mengadakan kontes dan challenge dengan hadiah menarik. • Membangun komunitas online di media sosial untuk menjalin hubungan dengan pelanggan. • Memanfaatkan fitur live streaming untuk berinteraksi dengan pelanggan secara real-time.
3	Influencer Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Bekerja sama dengan influencer dan food blogger yang relevan dengan target pasar bisnisnya. • Membuat konten kolaborasi yang menarik dan informatif, seperti makan mie yang viral. • Memanfaatkan influencer untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kredibilitas merek.

Sumber: Hasil Wawancara dengan Manager Mie Gacoan Madiun, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pihak Mie Gacoan Madiun telah melakukan berbagai upaya promosi online. Dimana promosi online ini bertujuan untuk dapat meningkatkan jumlah pada Mie Gacoan Madiun tersebut. Oleh karena itulah promosi online memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Khairati (2022), Astuti (2023), Maino (2022), Sujarwo (2021), Harliningtyas (2020), Zakiah (2021), Cahyani (2024), Wijana (2022), Kurniawan (2023),

Anggara (2022), Nelawati (2023) yang menjelaskan bahwa promosi online memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Pada Mie Gacoan Madiun”**.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah adalah batasan yang menunjukkan ruang lingkup dari permasalahan agar pembahasan yang disusun tidak terlampaui jauh dan melebar. Adapun penelitian ini memiliki batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Konsumen Mie Gacoan Madiun.
2. Penelitian ini hanya melihat pengaruh inovasi produk, harga, dan promosi online terhadap minat beli pada Mie Gacoan Madiun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap minat beli pada Mie Gacoan Madiun?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli pada Mie Gacoan Madiun?
3. Apakah promosi online berpengaruh terhadap minat beli pada Mie Gacoan Madiun?

4. Apakah inovasi produk, harga, dan promosi online berpengaruh terhadap minat beli pada Mie Gacoan Madiun

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari adanya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh inovasi produk terhadap minat beli pada Mie Gacoan Madiun.
2. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh harga terhadap minat beli pada Mie Gacoan Madiun.
3. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh promosi online terhadap minat beli pada Mie Gacoan Madiun.
4. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh inovasi produk, harga, dan promosi online terhadap minat beli pada Mie Gacoan Madiun.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Mie Gacoan Madiun

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan minat beli Masyarakat, sehingga pihak Mie Gacoan dapat mempertimbangkan beberapa variabel yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat.

2. Bagi Peneliti

Sebagai proses dalam pembelajaran dan sarana dalam mempraktekkan teori maupun metode-metode yang dipelajari di bangku perkuliahan dalam mengatasi permasalahan yang ada di dunia nyata terutama berkaitan dengan pemasaran.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian dan dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan tentang pengaruh inovasi produk, harga, dan promosi online terhadap minat beli.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang yang berkaitan dengan pengaruh inovasi produk, harga, dan promosi online terhadap minat beli.

5. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan, khususnya dalam pemasaran, serta dapat untuk mengkaji permasalahan yang terkait dengan penelitian ini yaitu mengenai pengaruh inovasi produk, harga, dan promosi online terhadap minat beli.