

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Inovasi produk baru adalah merupakan sebuah ide, gagasan, objek, dan praktik yang dilandasi dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau pun kelompok tertentu untuk diaplikasikan atau pun diadopsi. Tujuannya adalah menghasilkan produk baru, baik bagi dirinya sendiri maupun lingkungannya. Seseorang yang berhasil melakukan sebuah inovasi adalah seseorang yang inovatif.

E-Commerce, ramainya penjualan lewat online dan promosi dengan e – commerce yang tentunya sudah terbukti usaha pada keday reumbay ini sangat berjalan promosinya dengan adanya jalur aplikasi online melalui Facebook, instagram, wa dan aplikasi langsung dari store nya memudahkan pelanggan dalam memilih menu yang di inginkan. Adapun kelebihan yang didapat yaitu lebih efisien dalam memesan dan menerima pesanan karena tidak perlu repot ke tempat. Dan karena saat ini sedang trend untuk Cash on delivery kenapa tidak mencoba untuk membuka usaha seperti ini.

UMKM membantu pendapatan daerah minimnya lapangan usaha berdasarkan pengalaman owner sebelumnya dalam mengambil keputusan membuka keday reumbay di daerah sekitar sehingga owner memutuskan untuk berwiraswasta agar lebih mandiri dan kreatif. Dan kesempatan tersebut didapat juga dari cerita beberapa teman yang membuka usaha lewat jalur online ini dalam pemasarannya. Sehingga mencetuskan ide tersebut dan juga rajin mengikuti seminar – seminar kewirausahaan.

Pengantaran Delivery gratis adanya jarak tempuh dari daerah kota dan pedesaan sehingga Keday Reumbay memberikan pengantaran gratis kepada customer – customer pada saat usaha dimulai. Tidak mudah dalam merintis usaha baru ini pun, cukup membuat down owner tetapi karena semangat yang luar biasa sehingga owner dapat membuka usaha kedai reumbay ini dari 0 yaitu dari omset perhari Rp. 150.000 dari modal hanya Rp. 50.000,- sampai sekarang ini owner

mendapat omset per hari hingga Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000,- cukup menggiurkan juga dalam membuka usaha ini karena usaha ini dirintis dari tahun 2015 dimana owner dan partnernya membuka usaha hanya berdua saja. Hingga sekarang mempunyai 5 karyawan yaitu 1 kasir, 1 waitres dan 3 waitres dan messanger. Membantu dalam memprecepat pesanan pelanggan.

Promosi merupakan salah satu elemen dasar dari **bauran pemasaran**, Promosi yang berjalan saat ini pada Keday Reumbay seperti Pembelian min 25 k – 75 k mendapatkan undian atau kado berhadiah, Pembelian min 25 k – 75 k gratis pemesanan Delivery , dan Pemberian sembako sesuai pembelanjaan selama seminggu semua promo ini di lakukan untuk mendapatkan keputusan pembelian agar dapat berbelanja kembali di Keday Reumbay. Karena sangatlah susah membangun kepercayaan terhadap keday Reumbay, tanpa adanya promosi yang berjalan.

Keputusan Pembelian yang berjalan selama ini Adapun faktornya yaitu dari mulut ke mulut dan online dimana , customer banyak melihat dan membaca postingan owner di Facebook, IG dan Twitter untuk promo yang berjalan di Keday sehingga meyakinkan customer untuk mencoba datang langsung dan melihat ditambah lagi dengan menu – menu baru dan pelayanan pelanggan yang diberikan secara gratis sehingga Customer tidak bosan terhadap variasi menu makanan dan dapat dimana saja , kapan saja untuk mencobanya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dikemukakan diatas, peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

- a. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian seblak ?
- b. Apakah pelayanan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian seblak ?
- c. Apakah Promosi Media Sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian seblak ?
- d. Apakah Inovasi, Pelayanan Pelanggan, Promosi Media Sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- a. Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian seblak ?
- b. Pengaruh kualitas layanan online terhadap keputusan pembelian seblak ?
- c. Untuk mengetahui promosi media online berpengaruh terhadap keputusan pembelian seblak ?
- d. Untuk mengetahui Inovasi produk, Kualitas layanan online, Promosi Media Sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang saya dapat yaitu :

1) Bagi peneliti

Sebagai Mahasiswa yang telah mengambil mata kuliah Manajemen dan mata kuliah Pemasaran diharapkan peneliti dapat menambah wawasan dalam cara mengembangkan UMKM lewat jalur e-commerce.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat dijadikan referensi untuk meneliti lebih lanjut yang berkaitan dengan penggunaan pemasaran kuliner lewat jalur media social dan e-commerce untuk keputusan pembelian sehingga hasilnya dapat lebih baik dari peneliti terdahulu.

3) Bagi Pemilik Keday

Diharapkan dapat dijadikan referensi untuk meneliti sejauh mana dampak pemasaran lewat online dan offline sehingga dapat dijadikan Analisa dalam pengembangan usaha UMKM ini.