

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan industri di Indonesia sedang berkembang pesat. Salah satu bidang industri yang mengalami peningkatan adalah F&B (*Food & Beverage*). Perkembangan Industri F&B di Indonesia pada tahun 2023 bisa menyentuh angka 5%. (<https://ekonomi.bisnis.com/read/20230129/257/1622577/gapmmi-proyeksi-industri-mamin-tumbuh-5-persen-di-2023>). Dengan adanya perkembangan yang cukup pesat ini membuat persaingan antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain bersaing cukup ketat. Banyak inovasi yang dilakukan dengan menyesuaikan perkembangan zaman dan teknologi.

Perusahaan-perusahaan tersebut berlomba-lomba membuat dan menerapkan sistem pelayanan yang terbaik untuk memuaskan customernya. Ada tiga perilaku terkait inovasi layanan, yaitu layanan yang berfokus pada pelanggan, layanan yang berfokus pada teknologi, dan layanan yang berfokus pada penciptaan bersama. (Hogan dkk., 2011; Hogan & Coote, 2014)

Di masa sekarang inovasi menjadi salah satu kunci kesuksesan bagi sebuah perusahaan. Inovasi bisnis sangat diperlukan bagi sebuah perusahaan untuk mencapai visi dan misi dari perusahaan itu sendiri seperti perkembangan dan kemajuan perusahaan. bertahan dalam melawan kompetitor perusahaan juga tentu membutuhkan inovasi agar bisa bertahan dan menyaingi lawan dalam persaingan bisnis. Inovasi bermakna perubahan atau modifikasi model bisnis dan beradaptasi

dengan perubahan untuk menggunakan produk atau layanan baru yang dianggap lebih baik dengan harapan bisa mengimbangi ataupun menyaingi kompetitor. Karena jika sebuah perusahaan tidak melakukan inovasi, maka bisnis terasa membosankan dan kurang menarik sehingga bisa berdampak pada berkurangnya minat masyarakat. Karena perusahaan yang berkembang dan maju pasti adalah perusahaan yang selalu melakukan inovasi pada bisnisnya.

Jenis Inovasi dalam bisnis juga beragam yang bisa dikembangkan oleh perusahaan untuk mencapai visi dan misinya. beberapa contoh inovasi yang bisa dilakukan perusahaan diantaranya yaitu inovasi pada layanan yang berfokus pada pelanggan, layanan yang berfokus pada teknologi, dan layanan yang berfokus pada penciptaan bersama.

Sebagai salah satu contoh perusahaan industri F&B yang menerapkan inovasi pada layanan yang berfokus pada pelanggan, layanan yang berfokus pada teknologi, dan layanan yang berfokus pada penciptaan bersama adalah Mixue



Gambar 1.1 Contoh Kedai Mixue Ice Cream and Tea
Sumber: Grid.id (diunduh pada tanggal 3 Februari 2023)

Mixue adalah merek makanan dan minuman yang terkenal dengan menyajikan kombinasi antara es krim dan teh. Produk ini berasal dari Taiwan dan telah menarik banyak penggemar di seluruh dunia. Mixue didirikan pada tahun 2015 oleh sekelompok teman yang ingin membuat sesuatu yang unik dan menyegarkan bagi konsumen di Taiwan. Mereka memulai bisnis ini dengan membuat campuran antara es krim dan teh dalam satu produk yang dijual dalam bentuk gelato. Produk ini segera menjadi populer di kalangan konsumen Taiwan dan akhirnya menyebar ke negara-negara lain. Merek Mixue ini terkenal dengan kualitas bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produknya. Mixue menggunakan bahan-bahan alami dan segar untuk menghasilkan rasa yang lezat dan kaya. Selain itu, mereka juga menghindari penggunaan bahan-bahan kimia dan pengawet buatan dalam produk mereka. Mixue juga menawarkan berbagai macam rasa yang unik dan menarik, seperti matcha, teh oolong, stroberi, mangga, dan lain-lain. Produk mereka juga tersedia dalam berbagai bentuk, termasuk kue sus, kue yang diisi dengan es krim, dan minuman dingin. Saat ini, Mixue telah memiliki banyak cabang di seluruh dunia, termasuk di negara-negara seperti Amerika Serikat, Kanada, Singapura, Hong Kong, dan Australia. Merek ini terus berkembang dan berusaha untuk memberikan pengalaman unik dan menyegarkan bagi konsumen di seluruh dunia.



Gambar 1.2 Logo Mixue Ice Cream and Tea

Sumber: Tribunnews.com (diunduh pada tanggal 3 Februari 2023)

Logo Mixue Ice Cream and Tea terdiri dari dua elemen utama yaitu gambar dan teks. Gambar pada logo Mixue Ice Cream and Tea adalah gambar es krim yang berbentuk seperti bunga dengan daun teh di sekitarnya. Ini menunjukkan bahwa merek ini mengkombinasikan es krim dan teh dalam produk mereka. Gambar ini memiliki warna putih dengan latar belakang warna ungu tua yang menarik dan elegan. Sementara itu, teks pada logo Mixue Ice Cream and Tea ditulis dalam huruf putih dengan font yang sederhana dan elegan. Huruf "M" dan "X" pada kata "Mixue" menonjol dengan warna ungu tua, sehingga menambahkan sentuhan visual pada logo. Kata "Ice Cream and Tea" ditulis dengan huruf kecil di bawah kata "Mixue", dengan warna putih, dan font yang sama dengan teks utama. Logo Mixue Ice Cream and Tea memiliki kesan yang cukup modern dan elegan, dengan sedikit sentuhan warna ungu tua untuk menarik perhatian. Logo ini juga cukup deskriptif, sehingga memberikan kesan yang jelas tentang jenis produk yang ditawarkan. Overall, logo Mixue Ice Cream and Tea terlihat menarik dan sesuai dengan merek yang mengkombinasikan es krim dan teh dalam produk mereka.

Menurut Halim et al. (2023) Mixue juga melakukan beberapa macam strategi marketing untuk mempromosikan produknya seperti;

1. Promosi yang dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk melakukan promosi produk dan interaksi dengan pelanggan
2. Mixue juga sering menawarkan diskon dan promo khusus untuk menarik minat pelanggan seperti potongan harga atau gratis tambahan pada menu tertentu

3. Mixue membuat program loyalitas untuk pelanggan yang sering membeli produk mereka. Program ini memberikan poin rewards yang dapat ditukarkan dengan produk atau diskon khusus

Ada 3 variabel utama yang akan digunakan dalam pembuktian penelitian ini terhadap Mixue sebagai objek penelitian. Tiga variable tersebut berfokus pada dampak yang bisa terjadi pada pelanggan jika melakukan tiga layanan inovasi tersebut. Ketiga inovasi layanan tersebut adalah layanan berfokus pada pelanggan, layanan berfokus pada teknologi, dan layanan yang berfokus pada penciptaan Bersama pelanggan.

Pelayanan inovasi yang berfokus pada pelanggan adalah pendekatan bisnis yang menempatkan kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai pusat dari setiap inovasi dan pengembangan produk atau layanan. Ini berarti bahwa bisnis berusaha untuk memahami dengan baik kebutuhan pelanggan dan membuat produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan tersebut dengan cara yang lebih baik daripada pesaing.

Beberapa ahli bisnis telah menyatakan pandangan mereka tentang pentingnya pelayanan inovasi yang berfokus pada pelanggan dalam kesuksesan bisnis, contohnya yaitu Drucker, P. F. (2006), dia adalah seorang ahli manajemen terkenal yang menyatakan bahwa “fokus pada pelanggan adalah salah satu kunci keberhasilan bisnis modern”. Dia menekankan pentingnya memahami kebutuhan pelanggan dengan baik dan menyesuaikan bisnis dengan cara yang memenuhi kebutuhan tersebut. Kemudian Christensen, C. M., et al. (2006), dia adalah seorang profesor Harvard Business School, yang telah meneliti pentingnya inovasi

berbasis pelanggan dalam menciptakan produk baru dan meningkatkan layanan yang ada. Dia mengatakan “perusahaan harus berfokus pada memecahkan masalah pelanggan yang belum terpecahkan dengan produk atau layanan yang inovatif dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih baik”.

Selanjutnya Ries, E. (2011), dia adalah penulis buku "The Lean Startup", mengatakan “pentingnya pendekatan eksperimen dalam inovasi berbasis pelanggan. Dia mengusulkan agar perusahaan menciptakan produk atau layanan yang baru dan kemudian mengujinya dengan pelanggan untuk memastikan bahwa produk tersebut memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik”. Secara keseluruhan, para ahli sepakat bahwa pelayanan inovasi yang berfokus pada pelanggan adalah kunci keberhasilan bisnis. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik, bisnis dapat menciptakan produk atau layanan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Layanan inovasi berfokus pada teknologi dapat mencakup berbagai jenis layanan, seperti pengembangan produk teknologi baru, pengembangan platform teknologi yang inovatif, atau pengembangan solusi teknologi khusus untuk kebutuhan bisnis tertentu. Layanan inovasi teknologi juga dapat meliputi pengembangan aplikasi mobile atau web, pengembangan perangkat lunak, pengembangan sistem keamanan dan jaringan, atau pengembangan teknologi kecerdasan buatan (AI). Pentingnya layanan inovasi berfokus pada teknologi semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi yang terus berlanjut dan perubahan dalam kebutuhan pasar. Dengan mengembangkan solusi inovatif yang didukung oleh teknologi terbaru, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi

operasional mereka, meningkatkan kinerja bisnis, dan memperluas pangsa pasar.

Para ahli memiliki pandangan yang berbeda-beda tentang layanan inovasi berfokus pada teknologi. Berikut ini beberapa pandangan dari para ahli tentang layanan inovasi berfokus pada teknologi menurut Christensen, C. M., et al. (2006), Dia adalah seorang profesor di Harvard Business School, dia mengatakan bahwa “layanan inovasi teknologi harus mampu mengatasi masalah atau kebutuhan yang belum terpenuhi di pasar. Inovasi teknologi yang sukses adalah yang dapat menyediakan solusi yang lebih baik, lebih cepat, atau lebih murah dari solusi yang sudah ada”. Kemudian Bezos, J. (2004), dia adalah pendiri Amazon, dia berpendapat bahwa “layanan inovasi teknologi harus berfokus pada pelanggan. Bezos berpendapat bahwa jika perusahaan ingin sukses dalam mengembangkan inovasi teknologi, mereka harus memahami pelanggan mereka secara mendalam dan mengembangkan solusi yang dapat memenuhi kebutuhan mereka”.

Ada pula Ries, E. (2011), berpendapat bahwa “layanan inovasi teknologi harus dikembangkan dengan menggunakan pendekatan Lean Startup. Pendekatan ini melibatkan pengembangan produk dengan cepat dan iteratif, sehingga perusahaan dapat menguji produk mereka dengan pelanggan secara lebih awal dan mendapatkan umpan balik yang berharga untuk memperbaiki produk mereka”. Secara keseluruhan, para ahli sepakat bahwa layanan inovasi berfokus pada teknologi harus mampu memberikan solusi yang dapat memenuhi kebutuhan atau masalah yang belum terpenuhi di pasar, memahami pelanggan secara mendalam, mengembangkan produk dengan cepat dan iteratif, dan memanfaatkan teknologi terbaru untuk menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan.

Layanan inovasi terhadap penciptaan bersama dapat memfasilitasi penciptaan bersama dalam konteks bisnis. Dalam konteks ini, layanan inovasi bisnis dapat membantu perusahaan atau organisasi untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang lebih baik dan lebih efektif dengan melibatkan kontribusi dari pihak pelanggan. Layanan inovasi terhadap penciptaan Bersama ini adalah suatu konsep yang mengacu pada rangkaian kegiatan dan proses yang ditujukan untuk mendorong dan memfasilitasi terjadinya inovasi dalam suatu perusahaan atau dalam masyarakat secara umum. Penciptaan bersama adalah salah satu bentuk inovasi yang melibatkan kolaborasi dan partisipasi dari banyak pihak untuk menciptakan solusi atau produk baru yang lebih baik. Dalam konteks penciptaan bersama, layanan inovasi dapat membantu memfasilitasi kolaborasi dan partisipasi yang lebih efektif antara para pemangku kepentingan yang terlibat. Layanan inovasi dapat mencakup berbagai kegiatan, seperti kolaborasi dan dukungan finansial atau sumber daya lainnya untuk membantu mempercepat pengembangan ide-ide baru.

Layanan inovasi terhadap penciptaan Bersama ini dinilai penting. Chesbrough, Laursen, and Vanhaverbeke (2013) berpendapat bahwa layanan inovasi dapat memfasilitasi kolaborasi dan penciptaan bersama dengan mengembangkan platform dan infrastruktur digital yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, ide, dan sumber daya. Mereka menekankan pentingnya menciptakan ekosistem inovasi yang berkelanjutan dan inklusif yang melibatkan berbagai pihak. Piller, West, and Ihl (2016) menyoroti pentingnya akselerator bisnis dan inkubator untuk memfasilitasi layanan inovasi dan penciptaan bersama

dalam konteks bisnis. Mereka menekankan pentingnya membangun jaringan dan komunitas bisnis untuk memfasilitasi kolaborasi dan pertukaran ide, serta mempercepat pengembangan produk dan layanan baru.

Dari pandangan para ahli tersebut, dapat dilihat bahwa layanan inovasi dapat memfasilitasi kolaborasi dan partisipasi dari berbagai pihak dalam penciptaan bersama. Dukungan institusional dan kebijakan pemerintah, teknologi, budaya inovasi, dan akselerator bisnis juga merupakan faktor penting dalam memfasilitasi penciptaan bersama.

1.2 Batasan Masalah

Sebuah perusahaan memerlukan inovasi layanan yang digunakan untuk mencapai visi dan misi kesuksesannya. Ada tiga hal inovasi layanan yang dinilai cukup menentukan kinerja suatu perusahaan yaitu layanan yang berfokus pada klien, layanan yang berfokus pada teknologi, dan layanan yang berfokus pada penciptaan bersama.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini, terdiri dari:

1. Apakah *Customer-oriented Innovative Service* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Performance* pada pelanggan Mixue yang ada di Sidoarjo?
2. Apakah *Technology-oriented Innovative Service* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Performance* pada pelanggan Mixue yang ada di Sidoarjo?
3. Apakah *Co-creation-oriented Innovative Service* memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap *Customer Performance* pada pelanggan Mixue yang ada di Sidoarjo?

4. Apakah *Customer Performance* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Recommendation* pada pelanggan Mixue yang ada di Sidoarjo?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Customer-oriented Innovative Service* terhadap *Customer Performance* pada pelanggan Mixue yang ada di Sidoarjo
2. Untuk mengetahui pengaruh *Technology-oriented Innovative Service* terhadap *Customer Performance* pada pelanggan Mixue yang ada di Sidoarjo
3. Untuk mengetahui pengaruh *Co-creation-oriented Innovative Service* terhadap *Customer Performance* pada pelanggan Mixue yang ada di Sidoarjo
4. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Performance* terhadap *Recommendation* pada pelanggan Mixue yang ada di Sidoarjo

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap dapat memberi manfaat untuk beberapa pihak. manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai pendukung teori yang telah ada tentang Customer Performance
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai pendukung teori yang telah ada tentang Inovasi Layanan Customer
3. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penelitian Inovasi Layanan Customer yang terdiri dari Customer-oriented Innovative Service, Technology-oriented Innovative Service, Co-creation-oriented Innovative Service

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Menambah wawasan bagi penulis dan pembaca
2. Dapat menjadi masukan bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang industri F&B
3. Dapat mengetahui inovasi-inovasi layanan yang menjadi kunci penentu kinerja suatu perusahaan yang industri F&B

1.6 Sistematika Penulisan

Guna memudahkan pembahasan, penulisan penelitian ini disusun secara sistematis ke dalam beberapa bab berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah,

rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik teoritis maupun praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab dua berisikan landasan teori yang menjadi acuan dalam penelitian, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian yang digunakan, dan bagan alur berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjabarkan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, metode, pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel serta metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum mengenai objek penelitian, yaitu J&T Express analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil uji kualitas data, hasil hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V : KESIMPULAN

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian, dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada di dalam penelitian ini.