

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini, kafe menjadi lebih umum dan memiliki beragam fungsi, termasuk tempat makan ringan, minuman dan tempat pertemuan sosial. Kafe seringkali menjadi tempat yang menyediakan berbagai minuman, seperti kopi, teh, cokelat panas, serta makanan seperti kue dan makanan ringan. Kafe sering memiliki desain interior yang menarik dan nyaman. Furnitur biasanya terbuat dari kayu atau bahan yang memberikan kesan hangat dan ramah. Pencahayaan sering lembut, menciptakan suasana yang cocok untuk bersantai atau berbincang. Meja dan kursi di kafe biasanya disusun dengan baik untuk mengakomodasi berbagai jenis kelompok, dari pengunjung yang datang sendirian. Dari sisi budaya, kafe telah tersebar luas untuk menjadi pusat interaksi sosial dimana orang – orang dapat berkumpul, berbicara, menulis, membaca, melawak atau sekedar mengisi waktu (Maulida 2021: 93).

Untuk menu yang diutamakan oleh kafe, biasanya itu minuman yang nikmat dan segar. Kafe menawarkan berbagai jenis kopi, teh, cokelat panas, minuman es, dan minuman non – alkohol lainnya. Kafe juga sering menyediakan makanan ringan seperti kue, roti, *croissant*, dan makanan penutup lainnya. Sekarang kafe memiliki menu makanan berat contohnya *ricebowl*, *pizza*, *spaghetti*, dan makanan berat lainnya. Jadi, kafe itu digunakan sebagai tempat berkumpul dan bersantai sambil menikmati makanan dan minuman yang disediakan (Kusumaningayu et al. 2022: 405).

Banyak kafe yang sudah menambahkan *Wi-Fi* dan fasilitas kerja agar pengunjung lebih banyak datang. Kafe semakin berkembang pesat, karena berbagai pengunjung yang datang seperti mahasiswa, pelajar, pekerja lepas, dan lainnya. Terdapat tambahan yang bikin nyaman dari kafe adalah musik latar yang diputar ke pengeras suara. Jenis musik yang diputar dapat bervariasi tergantung pada tema dan target pengunjung kafe. Ada pula musik akustik yang tampil secara langsung pada akhir pekan. Kafe memberikan fasilitas tersebut dapat menunjang kenyamanan dan kepuasan konsumen (Theovani Dwyanti Lian, G.H.M. Kapantow 2020: 117).

Berikut pelayanan pelanggan dari kafe melalui barista dan pelayan yang aktif mampu membuat pengunjung terbantu. Mulai dari interaksi, membantu memilih minuman dan merekomendasikan menu yang terbaik untuk pengunjung. Ciri khas kafe mencari barista dan pelayan yang ramah dan efisien dalam melayani pengunjung. Memiliki jam operasional yang tepat untuk pengunjung yang ingin datang. Sehingga sangat banyak kafe yang dibangun di berbagai tempat saat ini (Mustamu and Ngatno 2021: 690).

Digital marketing menjadi semakin umum sejak awal pertumbuhan *internet*. Salah satu bentuk *digital marketing* pertama adalah melalui *email*. Perusahaan mulai mengirimkan *email* kepada pelanggan mereka untuk mempromosikan produk dan layanan. Berikutnya terdapat mesin pencari seperti *Google* muncul dan menjadi alat penting dalam dunia *internet*, membuka peluang baru untuk perusahaan yang mempromosikan bisnis mereka melalui iklan yang tampil. Setelah itu, muncul media sosial yang semakin interaktif untuk mempromosikan

produk perusahaan. Media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan lainnya (Santoso 2021: 2).

Variasi produk berkaitan dengan evolusi pemasaran dan permintaan konsumen seiring berjalannya waktu. Penggunaan variasi produk seperti pakaian, peralatan, kebutuhan dan produk lainnya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Perubahan gaya hidup, teknologi dan hal yang populer membentuk permintaan variasi produk yang lebih besar. Konsumen ingin produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka yang semakin beragam. Globalisasi ekonomi membuka pintu bagi perusahaan untuk mengakses pasar internasional. Variasi produk yang meningkat untuk mencerminkan kebutuhan preferensi konsumen di berbagai negara dan budaya (Hasibuan and Simanjong 2022: 203).

Inovasi produk berhubungan dengan perkembangan ekonomi, teknologi dan perubahan dalam kebutuhan serta preferensi konsumen. Teknologi baru seperti mesin uap, produksi massal dan transportasi yang lebih efisien, mengubah cara barang produksi yang disebarkan. Kemajuan teknologi terus – menerus memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk baru dan memperbarui produk yang ada. Kesadaran akan isu – isu lingkungan mendorong inovasi produk yang ramah lingkungan, seperti produk yang lebih efisien energi atau berbahan dasar daur ulang. Inovasi produk bisa dipertimbangkan untuk ide, gagasan dan pemikiran hasil dari penyesuaian zaman yang akan menghasilkan produk yang baru dan berbeda dari produk sebelumnya (Duha and Siagian 2023: 169).

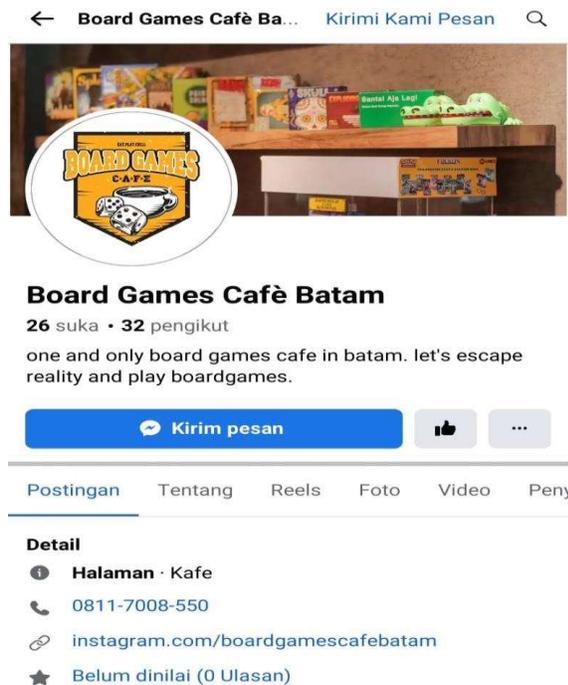
Awal mula bisnis, seringkali berfokus pada akuisisi pelanggan baru daripada mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Perubahan strategi dalam

pemasaran mulai menyadari bahwa mempertahankan pelanggan yang sudah ada seringkali lebih hemat biaya daripada mendapatkan pelanggan baru. Komunikasi pelanggan melalui surat elektronik dan media sosial memungkinkan perusahaan untuk tetap berhubungan dengan pelanggan. Dengan menawarkan sesuatu yang menarik dan terbaik maka terciptalah loyalitas dari pelanggan tersebut. Melayani dan mendengarkan umpan balik dari pelanggan juga membuat pelanggan berpikir untuk tetap bertahan (Mustamu and Ngatno 2021: 691).

Penelitian ini dilakukan di Board Games Cafe Batam yang bergerak di bidang kuliner. Berdiri sejak tahun 2020 di Kota Batam dengan pemilik bernama Felicia Elvina yang berlokasi di Jalan Permata Baloi Ruko Permata Niaga Regency Blok AA Nomor 6 – 8, Baloi Indah, Kecamatan Lubuk Baja, Kota Batam dan didirikan atas dasar persetujuan surat izin keterangan Domisili Usaha Pemerintah Kota Batam. Saat ini total karyawan yang ada di Board Games Cafe Batam ada sebanyak 6 orang. Sumber data merupakan profil dari Board Games Cafe Batam.

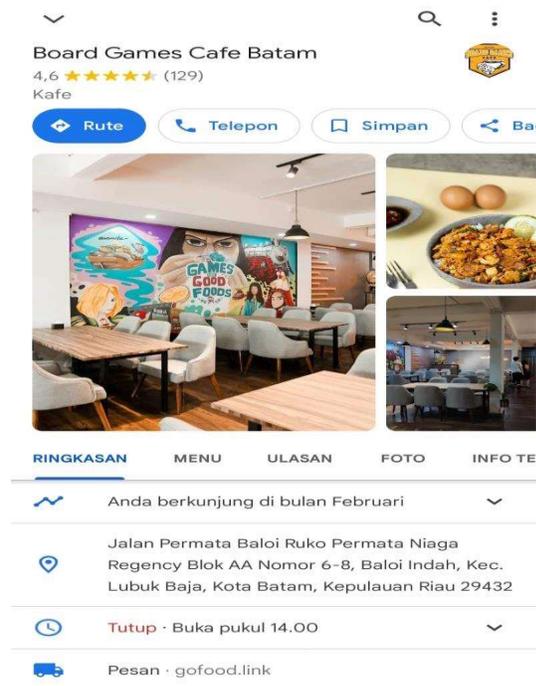
Dari pengamatan awal Board Games Cafe Batam sudah mencapai standar, namun terdapat hal yang belum tercapai sehingga kafe kurang berkembang. Karena adanya beberapa masalah yang mempengaruhi kafe. Maraknya media sosial yang bernama *TikTok* terbilang sangat berguna karena bisa menampilkan konten dan melakukan siaran langsung terkait *digital marketing* yang digunakan banyak orang. Board Games Cafe Batam belum memiliki akun aplikasi tersebut, sehingga kegiatan aktif dari kafe tersebut kurang diketahui kalangan masyarakat. Sosial media yang berupa *Facebook* masih terbilang pasif, karena jarang

mengunggah konten yang menarik dari kafe tersebut. Berikut profil yang menampilkan *Facebook* dari Board Games Cafe Batam:



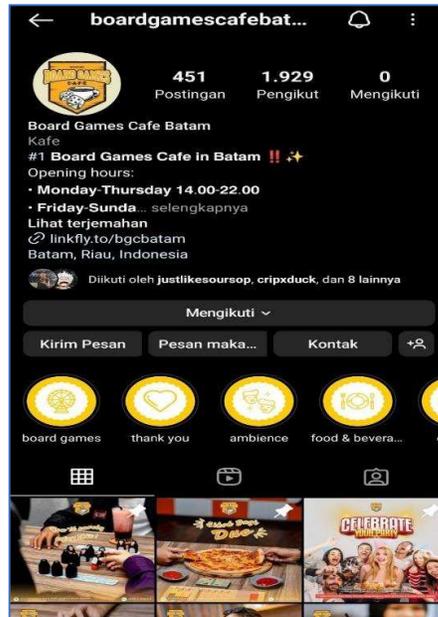
Gambar 1.1 Profil *Facebook* Board Games Cafe Batam
Sumber: Peneliti (2023)

Selain *Facebook*, terdapat aplikasi yang cukup membantu pelanggan dalam mencari lokasi dan menemukan ulasan pada Board Games Cafe Batam, yaitu *Google Maps*. Aplikasi ini bisa digunakan pelanggan untuk melihat dokumentasi dari kafe tersebut, mulai dari nomor telepon dan foto – foto dari tempat tersebut. Sehingga kafe dapat dikenal dengan mudah oleh pelanggan dan diterima ulasan oleh pemilik kafe dengan mudah. Berikut profil *Google Maps* dari Board Games Cafe Batam:



Gambar 1.2 Profil *Google Maps* Board Games Cafe Batam
Sumber: Peneliti (2023)

Berikutnya, salah satu aplikasi yang cukup populer di berbagai kalangan remaja dan dewasa adalah *Instagram*. Aplikasi yang mampu membuat promosi dengan *digital influence* atau yang biasa disebut selebgram (selebriti *Instagram*) ini bagus untuk menampilkan konten dengan mereka agar produk mudah dijangkau oleh pelanggan. Dengan konten yang menarik mampu membuat pelanggan jadi tertarik untuk datang dan menceritakan kepada rekan yang lain untuk datang. Berikut profil *Instagram* dari Board Games Cafe Batam:

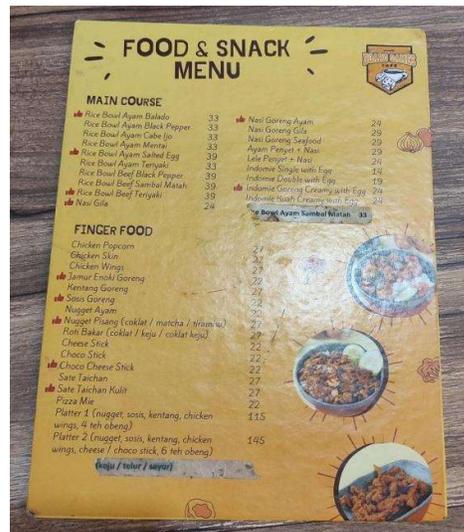


Gambar 1.3 Profil *Instagram* Board Games Cafe Batam
Sumber: Peneliti (2023)

Dari semua media sosial yang peneliti lampirkan, terdapat konten yang kurang lengkap dan menarik. Tidak adanya cara bermain pada papan permainan tersebut. Tidak adanya aturan yang menjelaskan papan permainan tersebut. Mereka hanya bisa tau jika sudah ke kafe tersebut dan bertemu dengan *game master* (orang yang menjelaskan cara bermain papan permainan di kafe). Kurangnya *digital influence* untuk membantu mempromosikan kafe dan keunikan kafe tersebut.

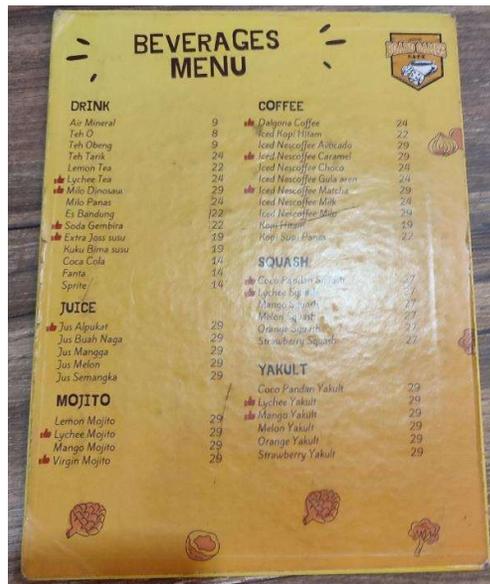
Variasi produk dari *menu* makanan yang terbilang sedikit, rata – rata kafe memiliki banyak makanan sekitar 50 *menu* agar pelanggan mampu memilih berbagai macam makanan. Variasi produk pada *menu* kurang unik, makanan yang kurang unik membuat pelanggan tidak tertarik untuk memilih makanan tersebut. Pelayan juga harus mengetahui makanan yang ada pada *menu* tersebut agar

pelanggan dapat terbantu dan tidak bingung saat memilih makanan. Berikut daftar *menu* makanan dari Board Games Cafe Batam:



Gambar 1.4 Daftar *Menu* Makanan Board Games Cafe Batam
Sumber: Peneliti (2023)

Variasi produk kafe pada *menu* minuman juga sedikit. Rata – rata pelanggan selalu memesan minuman daripada makanan. Bila terdapat minuman yang banyak maka pelanggan mampu bertahan untuk memesan minuman sambil bermain papan permainan. Variasi produk kafe yang ada di *menu* minuman kurang menarik. Minuman kafe biasa diutamakan karena kebanyakan konsumen lebih memilih minuman yang nikmat dan segar agar bisa sambil *hangout* bersama teman dan kerabat. Berikut daftar *menu* minuman dari Board Games Cafe Batam:



Gambar 1.5 Daftar Menu Minuman Board Games Cafe Batam
Sumber: Peneliti (2023)

Kurang kreatif pada inovasi produk, sebab produk yang dikeluarkan terlihat biasa dan sudah banyak di kafe lain sehingga pelanggan sudah paham dengan produk yang ditampilkan. Inovasi produk yang begitu membosankan, karena produk yang dibuat tidak ada perbedaan dengan kafe lain membuat pelanggan memesan yang pasti saja dan tidak mau mencoba produk yang lain. Loyalitas pelanggan yang tidak konsisten tiap bulannya, sebab per bulan terdapat hitungan dalam pembukuan sehingga untung dan rugi menjadi pendapatan pada kafe tersebut.

Sesuai penjelasan dari latar belakang oleh peneliti, peneliti ingin mengangkat permasalahan dengan penelitian menyangkut **“Pengaruh Digital Marketing, Variasi Produk dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Board Games Cafe Batam”**

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang oleh pendahulu bisa dirangkum identifikasi masalahnya yaitu:

1. Masih belum memiliki akun media sosial pada *digital marketing* yang cukup ramai digunakan oleh kalangan remaja dan orang tua seperti *TikTok*.
2. Tidak aktif *digital marketing* dalam sosial media seperti *Facebook*, aplikasi tersebut mampu mempromosikan postingan yang dapat membantu menjangkau berbagai kalangan.
3. Kurang memperhatikan *digital marketing* yang biasa orang gunakan untuk mencari alamat seperti *Google Maps*.
4. Tidak terdapat video cara bermain pada aplikasi sosial media seperti *Instagram*.
5. Konten sosial media yang kurang menarik pelanggan, karena hanya berisi foto makanan dan minuman, harusnya terdapat *video* dari cara bermain papan permainan tersebut.
6. Tidak ada *digital influence* yang menerangkan permainan dari kafe tersebut, karena konten kreator bisa menaikkan konten *video* cara bermain pada media sosial kafe.
7. Variasi produk kafe pada *menu* makanan kurang banyak, sebab pilihan untuk dipesan hanya itu saja sehingga menjadi bosan.
8. Variasi produk kafe pada *menu* makanan kurang unik, sebab *menu* yang sudah banyak dijual berbagai kalangan pelanggan sudah menilai sebelum memesan membuat pelanggan tidak tertarik.

9. Variasi produk kafe pada *menu* minuman yang sedikit, karena pilihan minuman yang hanya itu – itu saja membuat pelanggan menjadi bosan.
10. Variasi produk kafe pada *menu* minuman kurang menarik, karena minuman yang biasa saja membuat pelanggan sudah menilai sebelum memesan sehingga pelanggan menjadi tidak tertarik untuk memesannya.
11. Kurang kreatif pada inovasi produk, sebab produk yang dikeluarkan terlihat biasa dan sudah banyak di kafe lain sehingga pelanggan sudah paham dengan produk yang ditampilkan.
12. Inovasi produk yang begitu membosankan, karena produk yang dibuat tidak ada perbedaan dengan kafe lain membuat pelanggan memesan yang pasti saja dan tidak mau mencoba produk yang lain.
13. Loyalitas pelanggan yang tidak konsisten tiap bulannya, sebab per bulan terdapat hitungan dalam pembukuan sehingga untung dan rugi menjadi pendapatan pada kafe tersebut.

1.3 Batasan Masalah

Berlandaskan persoalan yang dirangkum di atas jadi persoalan yang disekat adalah:

1. Pada penelitian ini variabel yang diliputi adalah *digital marketing*, variasi produk, inovasi produk dan loyalitas pelanggan.
2. Board Games Cafe Batam selaku objek penelitian ini.

3. Populasi pada penyelidikan ini adalah pelanggan yang datang ke Board Games Cafe Batam jalan Permata Baloi kecamatan Lubuk Baja periode September – Oktober 2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berlandaskan kumpulan pada konteks yang dijelaskan di atas, jadi inti dari masalah yang dirumuskan pada penyelidikan ini adalah:

1. Apakah *digital marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Board Games Cafe Batam?
2. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Board Games Cafe Batam?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Board Games Cafe Batam?
4. Adakah *digital marketing*, variasi produk dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Board Games Cafe Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Berlandaskan konteks yang dikumpulkan telah dibuat oleh peneliti, jadi dirangkaplah tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap loyalitas pelanggan di Board Games Cafe Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap loyalitas pelanggan di Board Games Cafe Batam.

3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan di Board Games Cafe Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh *digital marketing*, variasi produk serta inovasi produk secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Board Games Cafe Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Berikut diperoleh beberapa manfaat dan faedah dari penyelidikan yang dibuat adalah:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Bisa digunakan sebagai ilmu lanjutan, gambaran juga membedakan dengan penyelidikan berikutnya yang berhubungan dengan pengaruh digital marketing, variasi produk dan inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan pada Board Games Cafe Batam.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Untuk Peneliti

Berguna buat mengembangkan ilmu dan menjadi gambaran sendiri untuk peneliti atas ilmu yang diterima dan dijalankan di wilayah umum.

2. Untuk Perusahaan

Sebagai pedoman guna pengutipan garis haluan tempat usaha pada masa seterusnya dan tempat usaha akan memahami taktik yang diproses buat mempertinggi tata usaha pemasarannya.

3. Untuk Universitas Putera Batam

Penelitian yang diperoleh bisa digunakan sebagai dokumentasi ilmiah yang bermanfaat sebagai cerminan dalam institusi pendidikan tinggi lainnya.

4. Untuk Peneliti Selanjutnya

Menjadikan gambaran bagi peneliti selanjutnya, membuat penelitian yang berhubungan dengan manajemen pemasaran yang mempunyai variabel digital marketing, variasi produk dan inovasi produk.