



BAB I
PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha yang semakin ketat di era globalisasi harus disikapi oleh para pelaku bisnis/usaha dengan menerapkan langkah-langkah strategis bagi kelangsungan usahanya. Munculnya pandemi covid-19 yang melanda hampir di seluruh dunia mengakibatkan sendi-sendi kehidupan seperti pendidikan dan perekonomian mengalami kelumpuhan yang berakibat sekolah-sekolah ditutup serta perusahaan-perusahaan banyak yang mengurangi aktivitas produksi dan bahkan tidak sedikit yang melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK). Perekonomian menjadi terkena dampak baik secara perorangan, rumah tangga, perusahaan makro dan mikro bahkan perekonomian negara di dunia (Taufik & Ayuningtyas, 2020).

Dalam hal ini pemerintah Indonesia berupaya untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan mengeluarkan beberapa kebijakan khususnya di bidang bisnis agar permasalahan pandemi covid-19 ini tidak mengakibatkan resesi ekonomi yang berkepanjangan namun tetap dikemas dengan konsep gerakan *social distancing* dan #dirumahaja sebagai salah satu upaya menekan potensi penyebaran virus Corona. Perusahaan besar, menengah, dan kecil yang masih mampu bertahan melakukan beberapa langkah konkrit agar hasil produksinya tetap dapat dipasarkan. Beberapa langkah – langkah inovasi lainnya merupakan langkah tepat yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha. Beberapa langkah inovasi tersebut membuahkan hasil yang signifikan oleh beberapa pelaku usaha untuk membangkitkan kondisi bisnisnya.

Oleh karena itu strategi yang diterapkan oleh para pelaku usaha ini harus dilakukan secara optimal agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat dengan memberikan keterangan yang jelas dan dapat dipercaya konsumen. Terutama pada bisnis makanan di masa pandemi Covid-19 ini berbagai restoran semakin gencar dalam meningkatkan kualitas layanan *delivery*. Hal ini tentu saja untuk mendukung gerakan *social distancing* dan #dirumahaja sebagai salah satu upaya menekan potensi penyebaran virus Corona. Dengan cara ini saat pandemi covid-19 bisnis makanan menerapkan protokol kesehatan seperti mencuci tangan di pintu masuk, cek suhu dan diwajibkan menggunakan masker. Pengunjung tersebut boleh makan ditempat dengan jumlah 30-40% dari biasanya. Namun hal ini belum dapat menghinpun seluruh pelanggan dikarenakan masih terdapat beberapa pelanggan yang masih trauma akibat covid-19 dikarenakan kebanyakan masyarakat masih menghindari perkumpulan yang berisiko penyebaran virus Corona.

Pandemi covid-19 ini juga berdampak juga pada restoran *all you can eat* yang dimana usaha makanan ini memiliki konsep yang unik yaitu tamu yang datang dapat mengambil dan memilih sendiri dengan sepuasnya semua hidangan yang telah disediakan hanya dengan sekali membayar. Konsep restoran yang caranya dengan makanan sepuasnya ini menggunakan sistem pelayanan atau penyajian secara buffet atau prasmanan. Buffet service adalah salah satu jenis pelayanan di ruang makan dimana hidangan secara lengkap dari hidangan pembuka sampai hidangan penutup telah disediakan, ditata, diatur dengan rapi di atas meja buffet atau meja prasmanan yang berukuran panjang. Para tamu bebas menentukan serta

melayani dirinya sendiri untuk mengambil menu yang disukainya. Restoran *all you can eat* sendiri memiliki jenis menu yang beragam seperti shabushabu, grill, dimsum, dan sushi. Restoran ini tidak menyediakan pelayanan bagi tamu, melainkan mewajibkan tamu untuk melayani dirinya sendiri selama makan di restoran tersebut. (Dahmer dan Kahl, 2008)

Dampak Pandemi ini mengakibatkan restoran *all you can eat* dimana usaha bisnis ini juga harus mencari sebuah solusi sebuah inovasi yang dapat menghimpun pelanggan – pelanggan dapat agar menikmati pelayanan dari restoran *all you can eat* tanpa datang ke restoran untuk mendukung gerakan *social distancing* dan #dirumahaja sebagai salah satu upaya menekan potensi penyebaran virus Corona. Hal ini muncul sebuah inovasi yang bernama *Home Service Grill* dimana pelanggan tetap dapat menikmati pelayanan seperti di restoran *all you can eat* namun dinikmati di dalam rumah.

Hal ini sangat membuka sebuah harapan restoran *all you can eat* untuk dapat memperoleh keuntungan sebesar – besarnya karena konsep *Home Service Grill* adalah sebuah inovasi yang sangat praktis dan sangat di tunggu kalangan masyarakat pencinta konsep restoran *all you can eat*. Inovasi ini pun tidak membuat pemilik bisnis mengeluarkan banyak modal dikarenakan hanya menyediakan sedikit beberapa perlengkapan dan beberapa pegawai untuk mendukung konsep ini terlebih daging dan beberapa hidangan yang dikeluarkan tidak perlu banyak karena dikemas dalam beberapa paket yang sudah di perhitungkan sebelumnya.

Gambar 1
Logo Restoran *Bull Grill*



Sumber : *Bullgrillrestaurant*

Salah satu restoran *all you can eat* yang membawa konsep *Home Service Grill* adalah restoran *Bull Grill*. Sebuah restoran yang beralamat di Jalan Taman Bungkul no 28 Kota Surabaya. Konsep restoran yang mengusung tema *all you can eat* menyajikan sebuah pelayanan *Home Service Grill* dimana pelanggan tetap dapat menikmati pelayanan sama seperti di restoran. Dengan pelanggan bisa memilih paket yang bernama paket *Grill* rame – rame yang didalamnya terdapat pilihan daging dan menu pendamping untuk dapat di nikmati di rumah.

Menanggapi pembahasan diatas yaitu pada saat terdapatnya pandemi covid-19 memunculkan sebuah inovasi – inovasi di kalangan pengusaha bisnis. Hal tersebut menarik perhatian peneliti untuk menganalisis **“Pengaruh Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Bulgrill Cabang Bungkul Kota Surabaya”**. Dimana disini peneliti ingin melihat efektivitas dari inovasi *Home Service Grill* pada keputusan pembelian pada pelanggan *Bulgrill* Cabang Bungkul Kota Surabaya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan sebelumnya, maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini yakni di antaranya:

1. Apakah Inovasi Produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Home Service Grill* di *Bulgrill* Cabang Bungkul Kota Surabaya pada masa pandemi covid-19?
2. Apakah gaya hidup secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Home Service Grill* di *Bulgrill* Cabang Bungkul Kota Surabaya pada masa pandemi covid-19?
3. Apakah Inovasi Produk dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Home Service Grill* di *Bulgrill* Cabang Bungkul Kota Surabaya pada masa pandemi covid-19?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijabarkan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Home Service Grill* di *Bulgrill* Cabang Bungkul Kota Surabaya pada masa pandemi covid-19.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Gaya Hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Home Service Grill* di *Bulgrill* Cabang Bungkul Kota Surabaya pada masa pandemi covid-19.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis inovasi produk dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Home Service Grill* di *Bulgrill* Cabang Bungkul Kota Surabaya pada masa pandemi covid-19.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dijabarkan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki beberapa manfaat yang di harapkan oleh peneliti, berikut manfaatnya adalah :

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan (*Bull Grill* Surabaya) penelitian ini dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan dalam pengembangan *Home Service Grill* di *Bulgrill* Cabang Bungkul Kota Surabaya pada masa pandemi covid-19
- b. Bagi pelanggan ataupun pencinta masakan grill manfaat praktis penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada pelanggan yang ingin *Home Service Grill* pada masa pandemi covid-19

2. Manfaat Teoritis

- a. Menambah pengetahuan dan wawasan yang relevan bagi peneliti serta menerapkan pengetahuan mengenai teori dalam praktek secara langsung dalam dunia nyata.

- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti perihal pengembangan bisnis Grill pada masa pandemi covid-19.