

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa perkembangan bisnis yang semakin bersaing seperti saat ini, semakin banyak usaha dan juga jenis produk yang muncul dari berbagai bidang. Usaha mikro, kecil, menengah hingga usaha besar harus bisa berlomba dan bersaing untuk mendapatkan sebuah produk yang bisa bersaing dan berkualitas, agar mampu bertahan di era perdagangan bebas. Banyaknya pesaing menjadi ancaman yang cukup berat bagi para wirausaha. Maka dari itu, pendidikan kewirausahaan harus dikembangkan dan diterapkan lebih lagi kepada masyarakat karena merupakan sebuah modal pembangunan yang dapat meningkatkan perekonomian negara. Wirausahawan memotori salah satu kemajuan suatu negara, seperti di Cina dan Jepang yang sekarang telah menjadi negara dengan tingkat perekonomian tertinggi di dunia (Sabri,2013).

Dalam hal ini, tentunya sebuah inovasi perusahaan menjadi ujung tombak untuk keberhasilan perusahaan dalam merebut pangsa pasar bisnis. Sikap inovatif dari setiap wirausahawan sangat diperlukan dalam menjalani bisnisnya karena mengingat kembali bahwa persaingan produk yang sejenis masih banyak ditemukan dipasaran (Saputri *et al.*, 2015).

Banyaknya wirausahawan yang sukses dikarenakan karena mereka mampu berinovasi, dimana sebuah usaha harus bisa menciptakan sebuah produk yang

berbeda dengan yang dipasaran. Inovasi merupakan sebuah hal yang penting yang dibutuhkan sebuah usaha agar memiliki produk yang berbeda dengan pesaing yang ada, sehingga usaha tersebut dapat memiliki keunggulan yang menonjol yang pada nantinya akan membuat orang tertarik dengan produknya. (Trott, 2008 dalam Surya dan Ronny,2013).

Salah satu usaha yang memiliki banyak pesaing yaitu salah satunya minuman Thai Tea dikarenakan memiliki banyak peluang yang sangat menguntungkan. Bahan-bahan yang digunakan untuk membuat minuman ini sangat mudah didapat dan diolah, sehingga banyaknya usaha baru yang ingin bersaing. Perkembangan jaman saat inipun membuat seseorang bisa mendapatkan berbagai informasi melalui internet atau online sosial media. Hal tersebut yang menyebabkan usaha minuman ini memiliki banyak pesaing.

Usaha Thai tea ini didirikan oleh Debora Vania sejak tahun 2015. Awal ia mendirikan usaha thai tea sudah mulai berkembang dengan mengikuti sebuah event dan bazar yang sering diadakan di kota Semarang. Ia juga menjual thai tea di gojek online, dimana sekarang perkembangan internet sangat mendukung pembelian makanan atau minuman melalui gojek itu sendiri. Pemilik minuman Khay-Khay Thai Tea yang berada di Karangrejo Barat No. 47, Semarang juga sebagai pelaku bisnis minuman Thai Tea. Sebagai pelaku bisnis, Khay-Khay Thai Tea dapat membaca peluang yang ada di kota Semarang, yaitu tidak sedikit dijumpai usaha Thai Tea di Semarang dan minuman tersebut yang sedang banyak diminati oleh masyarakat.

Dengan bahan baku teh dipadukan dengan susu fullcream yang menjadi ciri khas dari Thai Tea. Selain bahan baku tersebut, saat ini terdapat juga bahan lain yang disesuaikan dengan varian yang ia tawarkan.

Variasi rasa produk dari Khay-khay Thai Tea saat ini masih tersedia sangat terbatas seperti *Thai green milk tea*, *Thai coffee*, dan *Thai coffee milo* dengan berbahan dasar susu. Ada juga yang tidak berbahan dasar susu seperti *Black Tea*, *Green tea*, dan juga *Black coffee* dan juga belum memiliki topping. Varian rasa tersebut seperti pada umumnya thai tea yang telah beredar di pasaran. Pemilik Khay-Khay Tea sendiri menyadari bahwa inovasi bisnis sangat diperlukan untuk usahanya agar dapat meraih pangsa pasar yang luas. Berikut merupakan hasil observasi *Thai Tea* di pasaran yaitu yang berlokasi di sekitar Karangrejo:

Tabel 1.2
Hasil observasi pesaing *Thai Tea* di sekitar Karangrejo

No	Nama <i>outlet</i>	Varian rasa	Topping	Keterangan
1	Fremilt Thai Tea	Thai green tea, Black tea, Pure green tea, Thai cocoa, Thai coffee	Tidak tersedia	Harga Rp 8000,00- 12.000,00
2	Khab Khun Thai Tea	Tiramisu coffee,	Tidak tersedia	Harga Rp

		Green thai tea, Coffee thai, Ovaltine thai tea		15.000,00
3	Numthai Thai Tea	Coffee thai tea, Chocoa thai tea, Greentea thai tea	Tidak tersedia	Harga Rp 14.000,00- 18.000,00
4	Thuk Thuk Thai Tea	Taro Thai Tea, Greentea Thai Tea, Tiramisu Thai Tea, Ovaltine Thai Tea	Tidak tersedia	Harga Rp 11.000,00- 13.000,00

Sumber : Data primer yang diolah (2018), observasi dilakukan tanggal 26 Oktober 2018

Setelah melakukan observasi di *outlet Thai Tea* sekitar Karangrejo, maka dapat diketahui apa saja varian rasa dan topping *Thai Tea* yang sudah tersedia di pasaran. Hasil data tersebut dapat digunakan sebagai data pendukung untuk melakukan sebuah inovasi agar inovasi produk pada *Khay-khay Tea* benar-benar belum ada dipasaran. Dari hasil observasi tersebut juga diketahui variasi rasa di pasaran masih tersedia sangat terbatas dan juga belum ada yang memiliki topping.

Maka, minuman *Thai tea* pada *Khay-khay thai tea* akan di inovasi menjadi sebuah produk yang kompetitif dan berbeda dengan yang di pasaran dengan menambah varian rasa dan memberi topping agar menarik perhatian semua kalangan

masyarakat. Selain itu, produk inovasi *Thai tea* ini diharapkan menjadi produk yang dapat menjadi solusi bagi konsumen yang merasa bosan pada produk di *Khay-khay Thai Tea*.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana proses inovasi dari segi varian rasa dan topping yang benar-benar diminati oleh para masyarakat dan yang belum ada di pasaran. Maka dari latar belakang yang telah diuraikan, *Khay-Khay Thai Tea* akan diteliti bagaimana proses inovasi yang akan dilakukan, sehingga penelitian ini berjudul **“Proses Inovasi Varian Rasa dan Topping Pada Minuman Khay-Khay Thai Tea Semarang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Bagaimana proses inovasi varian rasa dan topping pada minuman *Khay-Khay Thai Tea* Semarang?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses inovasi varian rasa dan topping pada minuman *Khay-Khay Thai Tea* Semarang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan akan menjadi referensi inovasi produk pada penelitian serupa di masa yang akan datang.

b. Manfaat praktis

Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan agar kita mengetahui bagaimana penerapan proses inovasi pada usaha tersebut dalam meningkatkan maupun mempertahankan usaha tersebut.

