

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, baik di kota kecil maupun di kota besar. Hal ini dapat menuntut setiap perusahaan untuk memaksimalkan kinerja perusahaannya agar bersaing di pasar. Persaingan bisnis mengharuskan pengusaha untuk dapat bertindak dengan cepat dan tepat dalam merespons perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis yang sangat dinamis dan penuh ketidakpastian. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk beradaptasi dan mengambil langkah yang tepat secara cepat atau pengusaha di tuntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan pembeli dan juga perusahaan harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Setiap pelaku usaha harus mampu bersaing dan juga berlomba agar usaha tersebut dapat berjalan dan berkembang dengan baik dengan memiliki keunggulan tertentu dibanding dengan pesaing lain dan perusahaan juga harus mempunyai strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan minat beli konsumen sehingga dapat menghasilkan untung yang maksimal.

Menurut Kotler & Keller (2016), keputusan pembelian ialah elemen dari perilaku pelanggan yakni riset mengenai bagaimana organisasi, individu, ataupun kelompok yang menjatuhkan pilihan, memutuskan pembelian, memakai, dan bagaimana pengalaman, ide, barang atau jasa itu dipergunakan sebagai pemberian kepuasan keinginan dan kebutuhan mereka.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Harga juga termasuk kategori variabel penting. Harga yang rendah ataupun harga yang terjangkau dapat menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Namun harga juga menjadi indikator penentu kualitas suatu produk dimana suatu produk yang memiliki kualitas tinggi akan memiliki harga jual yang tinggi juga.

Tabel 1.1 Daftar Harga Minuman Deles

No	Nama produk	Harga
	Best Seller	
1	Lemon Ice L	Rp. 12.000
2	Lemon Ice M	Rp. 8.000
3	Teh Tarik L	Rp. 10.000
4	Teh Tarik M	Rp. 8.000
5	Green Tea L	Rp. 10.000
6	Green Tea M	Rp. 7.000
7	Jasmine Tea L	Rp. 5.000
	Spesial Teh Tarik	
9	Teh Tarik L	Rp. 10.000
10	Teh Tarik M	Rp. 8.000
11	Green Tea L	Rp. 10.000
12	Green Tea M	Rp. 7.000

13	Thai Tea L	Rp. 10.000
14	Thai Tea M	Rp. 7.000
15	Teh Tarik Brown Sugar M	Rp. 10.000
16	Teh Tarik Brown Sugar L	Rp. 15.000
	Vitamin Booster	
16	Lemon Tea L	Rp. 10.000
17	Lemon Tea M	Rp. 7.000
18	Lychee Tea L	Rp. 8.000
19	Lychee Tea M	Rp. 5.000
20	Lemon Ice L	Rp. 12.000
21	Lemon Ice M	Rp. 8.000
23	Jasmine Tea L	Rp. 5.000
	Milky series	
24	Taro L	Rp. 12.000
25	Taro M	Rp. 8.000
26	Red Velved L	Rp. 12.000
27	Red Velved M	Rp. 8.000
28	Chocolate L	Rp. 12.000
29	Chocolate M	Rp. 8.000
30	Vanilla L	Rp. 12.000
31	Vanilla M	Rp. 8.000
32	Ice Coffe L	Rp. 10.000
33	Ice Coffe M	Rp. 7.000

Sumber: Kedai Minum Deles (2024)

Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk juga dipengaruhi oleh produk itu sendiri baik dari segi kualitas produk maupun harga. Konsumen sangat memperhatikan kualitas produk yang akan dibeli, apakah produk tersebut aman untuk di konsumsi atau berbahaya. Kualitas produk merupakan suatu bentuk barang dan jasa yang dapat diukur dengan tingkatan standar mutu keandalan, fitur, kadar, cita rasa serta fungsi kinerja dari suatu produk yang dapat memenuhi ekspektasi konsumen ataupun pelanggan. Menurut Armstrong et al. 2018, kualitas produk yaitu suatu alat pemosisian utama untuk pemasar. Secara langsung, kualitas memberi pengaruh pada kinerja sebuah barang atau pelayanan, sehingga berkaitan erat dengan kepuasan dan nilai konsumen.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain kualitas produk dan harga adalah faktor promosi. Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran tentang suatu produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga (Milano et al., 2021). Dalam hal ini promosi yang dilakukan produk Minuman Deles melalui aplikasi Instagram dan Whatsapp maupun *offline* saja atau datang ke outlet langsung.

Dalam kehidupan pada dasarnya manusia tidak lepas dari kebutuhan yang bertujuan untuk memuaskan keinginan maupun untuk bertahan hidup. Salah satu industri yang berkontribusi di dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal ini ialah industri makanan dan

minuman. Makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer manusia yang berfungsi sebagai sumber energi pertumbuhan. Maka dari itu, pengusaha kuliner dituntut untuk dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya melalui harga, kualitas produk dan promosinya.

Banyuwangi merupakan kota yang memiliki berbagai variasi makanan dan minuman. Salah satu bisnis yang berkembang pesat pada saat ini ialah bisnis dalam bidang kuliner. Kuliner secara umum merupakan kegiatan yang berhubungan dengan aktifitas memasak. Kuliner ini juga erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Kuliner juga tidak hanya berkisar pada makanan saja, tetapi juga minuman.

Saat ini perkembangan bisnis kuliner di Banyuwangi semakin pesat sehingga persaingan dibidang kuliner semakin ketat. Pada saat ini sudah banyak sekali gerai minuman yang tersebar di seluruh Indonesia dengan berbagai macam jenis dan juga rasa yang bervariasi. Bisnis dalam bidang kuliner merupakan peluang usaha yang tidak ada habisnya, karena kuliner merupakan kebutuhan hidup manusia sehari-hari yang wajib terpenuhi. Oleh karena itu konsumen harus lebih selektif dalam memilih tempat kuliner pilihannya.

Minuman kekinian adalah istilah yang digunakan untuk minuman-minuman yang saat ini menjadi populer dan inovatif, baik itu karena rasa maupun ciri khasnya yang unik. Salah satu produk minuman yang kini menjadi populer di kalangan anak muda masa kini adalah Minuman Deles. Contoh minuman yang terkenal di Kota Banyuwangi, seperti Xing Fu Tang, Chatime, Koi dan juga Street Boba. Dari semua jenis minuman tersebut terdapat Boba atau bubble yang menjadi topping dalam minuman tersebut. Produk ini dapat menarik perhatian para konsumennya khususnya generasi milenial baik dari segi kualitas produk, harga, cita rasa, kemasan, maupun strategi promosi yang dilakukan dalam memasarkan produk tersebut.

Minuman Deles adalah salah satu *brand franchise* minuman yang di luncurkan oleh PT. Deles Karya Sejati. Gerai Deles pertama kali di buka pada saat Pandemi Covid 19 tahun 2020 yang berdiri dibawah naungan PT. Deles Kaya Sejati. Minuman Deles merupakan *brand* minuman lokal yang fokus untuk menyajikan minuman dengan berbagai macam variasi dengan menggunakan bahan *brown sugar* dan anyaman bambu sebagai alat untuk meracik minuman sebagai bahan utamanya dan alat utama. Minuman Deles juga memiliki berbagai varian menu ala Jepang. Namun, banyaknya usaha minuman instan yang baru saat ini dan adanya *franchise* akan menimbulkan persaingan yang kompetitif antar promosi yang menarik konsumen.

Alasan pemilihan objek penelitian didasarkan karena tidak tercapainya target pendapatan yang telah ditentukan oleh Produk Minuman Deles. Hal ini dikarenakan belum tercapainya sistem promosi secara maksimal, sehingga banyak konsumen yang belum melakukan keputusan pembelian. Berikut data penjualan dari Produk Minuman Deles mulai tahun 2021 sampai dengan tahun 2023 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Minuman Deles Kecamatan Kalibaru

NO	TAHUN	Penjualan (Rp)
1.	2021	Rp 374.000.000
2.	2022	Rp 265.500.000
3.	2023	Rp 220.000.000

Sumber : keterangan omset yang diterima oleh PT.Deles Karya Sejati pada periode 2021-2023

Data pada tabel 1.2 diatas terlihat jelas bahwa terjadi penurunan pada data penjualan Produk Minuman Deles yang mengindikasikan adanya kurangnya promosi penjualan, sehingga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini merupakan fenomena yang harus dicari solusinya agar pendapatan yang diperoleh Minuman Deles ini dapat memenuhi target yang diinginkan.

1.2 Rumusan Masalah

Persaingan yang sengit di industri minuman, khususnya di sektor restoran, memaksa perusahaan untuk terus melakukan inovasi guna memenuhi selera dan preferensi konsumen yang terus berkembang. PT. Deles Karya Sejati terus berupaya meningkatkan kualitas dan pendapatan serta mempertahankan jenis produk yang di jual sehingga terus menumbuhkan minat konsumen.

Dari penjelasan di atas, dapat disusun beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam pertanyaan penelitian yang akan dijawab melalui analisis data empiris dalam penelitian ini. Berikut adalah pertanyaan-pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam studi ini:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Deles di Desa Kalibaru Kulon?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Deles di Desa Kalibaru Kulon?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Deles di Desa Kalibaru Kulon?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian minuman Deles di Desa Kalibaru Kulon.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman Deles di Desa Kalibaru Kulon.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian minuman Deles di Desa Kalibaru Kulon.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi berbagai pihak, termasuk perusahaan dan peneliti.

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada perusahaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk minuman. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan dapat menjadi dasar bagi perusahaan dalam merumuskan strategi untuk menghadapi persaingan yang ketat.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat menambah referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran yang berhubungan dengan kualitas produk, harga, dan promosi untuk menghasilkan suatu keputusan pembelian.