

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan dan keinginan manusia selalu berkembang dan tidak terbatas seiring dengan perkembangan zaman. Manusia tidak lagi mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sendiri sehingga dapat diperlukan adanya wadah yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia tersebut. Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi, hal ini di tandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi. Dalam konteks ekonomi, tujuan akhir yang di capai manusia adalah terpenuhinya kebutuhan hidup, dan sekalian meraih kesejahteraan dan kebahagiaan. Hidup sejahtera dan bahagia mustahil tercapai tanpa ketercukupan secara finansial

Secara umum saat ini konsumen lebih memilih produk yang berkualitas baik walaupun harganya lumayan mahal, oleh sebab itu dalam kondisi persaingan yang sangat tinggi, perusahaan harus mampu memahami dan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen dan berinovasi untuk menciptakan kualitas produknya dengan baik dan memanfaatkan keunggulan-keunggulan yang ada pada produk yang ditawarkan. Perusahaan yang kurang memahami kebutuhan, keinginan, selera dan

proses keputusan pembelian konsumen akan mengalami kekacauan dalam pemasaran dan penjualannya.

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Penguasaan pasar merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin. Adapun syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan supaya sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Garis besarnya perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk yang di hasilkan di antaranya tentang kualitas produk yang baik, lokasi yang layak dan promosi yang bagus dan maksimal sehingga dapat menjadikan konsumen untuk lebih tertarik dalam membeli suatu produk.

Podeng merupakan nama lain dari Es Puter, nama podeng berasal dari bahasa madura yang mempunyai arti sama, yaitu puter. Es podeng menjadi kuliner khas Jakarta meski banyak yang mengatakan kalau es krim ala Indonesia ini dibawa oleh pedagang asal Garut ke Jakarta. Banyaknya penjual es Podeng di Jakarta, membuat jajanan yang satu ini semakin tenar. Tidak mengherankan jika dalam berbagai kesempatan, masyarakat Jakarta kerap menjadikan Es Podeng sebagai salah satu sajian pencuci mulut. Selain itu, untuk mendapatkan tampilan menarik,

penjual Es Podeng juga memasukkan campuran lain berupa agar-agar, roti, kacang tanah yang disangrai, dan sentuhan susu kental manis di atasnya.

Es podeng pandawa merupakan usaha milik bapak Fathudin yang menjadi salah satu usaha es podeng yang banyak diminati di Jakarta Selatan, yang beralamat di Jl. Barito 1, Blok M, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Es podeng pandawa merupakan salah satu es podeng yang banyak peminatnya. Rata-rata konsumen yang datang berkisar antara 100 orang perharinya. Banyaknya konsumen yang membeli es podeng pandawa menjadi hal yang menarik untuk diteliti jika dilihat dari banyaknya pesaing di daerah tersebut.

Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, seperti penjualan kuliner tradisional ES PODENG PANDAWA yang memiliki strategi pemasaran dengan memiliki satu produk tetapi dengan berbagai varian rasa dengan tujuan meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam menentukan pilihan.

Berikut ini merupakan beberapa pesaing Es podeng pandawa yang ada di sekitar wilayah tersebut.

Tabel 1. 1 Pesaing Es Podeng Pandawa

No	Nama Es Podeng	Alamat
1.	Es Podeng Special	Jl. Sampit II Keramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan
2.	Es Podeng Bulungan	Jl. Bulungan Blok c No 1 Kebayoran Baru Jakarta Selatan
3.	Es Podeng Special	RT.14/RW.3, Gunung, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12120
4.	Es Podeng Gareng	Jl. Birah III No.4, RT.5/RW.6, Rw. Bar., Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12180

Sumber: Diolah Peneliti 2023

Dari table di atas adanya persaingan antara competitor dan Es Podeng Pandawa. Persaingan yang ditawarkan untuk harga relative lebih murah dari Es podeng pandawa, lokasi yang strategis namun cenderung memiliki kekurangan di bagian kursi duduk untuk pelanggan, namun hal itu bisa diatasi dengan fasilitas yang tersedia di taman ayodia barito. serta rasa yang ditawarkan lebih menarik dibandingkan competitor. Selain rasa dan lokasi, varian menu yang lebih banyak ditawarkan juga oleh Es Podeng Pandawa dibandingkan dengan competitor lain.

Dari pra survey yang dilakukan oleh peneliti menemukan fakta bahwa dalam melakukan strategi pemasaran memiliki konsep yang berbeda-beda. Para pelaku bisnis Es Podeng, mereka berlomba-lomba menciptakan konsep varian menu yang berbeda dari yang lain supaya konsumen tertarik dan selalu ingin mengunjungi Es podeng. Strategi Es Podeng Pandawa adalah dengan memberikan harga yang murah, ramah kantong serta memberikan varian menu yang beragam dan melakukan pemberian diskon melalui Aplikasi Online yang sudah terdaftar.

Sehingga dengan hal tersebut dapat menarik dari berbagai kalangan untuk melakukan keputusan pembelian.

Es Podeng Pandawa buka dari jam 17.00 WIB hingga pukul 02.00 WIB, Es podeng Pandawa memiliki tempat yang cukup strategis berdekatan dengan taman barito dengan menikmati keindahan nuansa alam ibu kota, seperti danau serta terdapat fasilitas tempat olahraga yang cukup ramai dikunjungi. Es Podeng Pandawa ini memiliki ciri khas tersendiri contohnya dibagian varian menu yang competitor tidak ada adalah banyak nya varian topping menu yang tersedia, contohnya Durian, Nangka, Alpukat serta Buah Naga. Sebelum memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian, konsumen memiliki beberapa alasan ada Sebagian dari konsumen memilih untuk sekedar menikmati es podeng di tempat area tersedia ataupun menikmati es podeng Bersama keluarga dirumah. Biasanya konsumen yang datang mendapat rekomendasi dari teman, social media bahkan bisa pesan lewat aplikasi atau delivery secara online dan juga ada konsumen yang datang secara langsung tanpa rekomendasi dari apapun. Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli serta keputusan yang diambil oleh konsumen.

Tabel 1. 2 Data Penjualan

No	Bulan	Total Penjualan	Target Penjualan
1	November	10.500.000	Rp. 15.000.000
2	Desember	15.650.000	Rp. 15.000.000
3	Januari	11.430.000	Rp. 15.000.000
4	Februari	9.300.000	Rp. 15.000.000
Total		46.880.000	Rp. 60.000.000

Sumber: Data penjualan Es Podeng Pandawa Tahun November 2022 - Februari 2023

Berdasarkan Table 1.2 diatas terlihat bahwa perkembangan penjualan Es Podeng Pandawa mengalami ketidakstabilan pada awal tahun 2023. Pada bulan November penjualan sebesar Rp .10.500.000 dan pada bulan Desember meningkat dengan total pendapatan sebanyak Rp.15.650.000 dan terjadi penurunan pendapatan, total pendaoatanya sebanyak Rp. 11.430.000 pada bulan Januari dan terjadi penurunan kembali pada bulan Februari dengan total pendapatan sebanyak Rp. 9.300.000 pada bulan Februaari. Hal ini menyebabkan beberapa unsur yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian. Dalam hal ini dapat di indikasi sebagai fenomena dalam penelitian karena adanya penurunan pendapatan pada Es podeng Pandawa yang menurut peneliti bisa disebabkan oleh beberapa variable apakah itu kualitas produk, lokasi, dan promosi dari produk tersebut. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Es Podeng Pandawa dengan cara menyebar pertanyaan kepada responden yang pernah melakukan pembelian pada Es Podeng Pandawa.

Tabel 1. 3 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Setuju		Tidak	
1.	Apakah kualitas produk yang ditawarkan pada kedai es podeng pandawa sesuai dengan keinginan konsumen?	81,3%	26	18,7%	6
2.	Apakah lokasi yang ditawarkan pada es podeng pandawa sesuai dengan lokasi yang konsumen harapkan?	84,4%	27	15,6%	5
3.	Apakah promosi mempengaruhi saudara dalam memutuskan pembelian pada Es Podeng Pandawa	68,8%	22	31,2%	10
4.	Apakah kualitas produk, lokasi dan promosi mempengaruhi saudara dalam memutuskan pembelian pada Es Podeng Pandawa?	93,8%	30	6,2%	2

Sumber: Diolah Peneliti 2023

Berdasarkan hasil pra survey di atas yang diisi oleh 32 responden masih terdapat penilaian konsumen sebesar 18,7% yang tidak sesuai dengan harapan jika dilihat dari sisi kualitas produk. Selanjutnya pada sisi lokasi penilaian 15,6% tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Dan jika dilihat dari sisi promosi bisa dilihat sebanyak 68,8% mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Hal ini mengakibatkan menurunnya pendapatan dari es podeng pandawa.

Keputusan pembelian adalah keputusan final atau Langkah final yang dilakukan oleh konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk yang didasari oleh keinginan atau kebutuhan

Fenomena yang terjadi terkait keputusan pembelian terhadap es podeng pandawa, seperti pertimbangan terhadap kualitas produk, lokasi penjualan dan promosi. Kualitas produk juga menjadi faktor penentu perusahaan dalam menciptakan keputusan pembelian sebelum melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan demikian, pelaku usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan selera konsumen, sehingga dengan kualitas yang baik konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas dan alami dalam pembuatannya, es podeng pandawa ini tidak berbahaya bagi Kesehatan.

Kualitas produk memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian. Sebelum konsumen melakukan pembelian di kedai Es Podeng Pandawa, konsumen pasti akan mencari tahu kualitas produk dengan melihat dari segi bahan baku yang digunakan.

Fenomena yang terjadi terkait dengan kualitas produk yang dilakukan pada Es podeng Pandawa yaitu menggunakan bahan baku alami. Menggunakan campuran buah asli sebagai varian rasanya.

Selain kualitas produk, salah satu pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian adalah lokasi. Lokasi yang nyaman dapat menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Lokasi merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan sebuah usaha karena mempengaruhi biaya usaha. Lokasi usaha harus dipertimbangkan dengan sebaik mungkin. Jika perusahaan salah dalam memilih lokasi, maka perusahaan akan menanggung resiko berupa kerugian atau tidak tercapai sasaran dan tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. lokasi dapat

menentukan konsumen melakukan keputusan pembelian, Pemilihan lokasi yang strategis atau tidak strategis akan mempengaruhi kelangsungan usaha.

Fenomena yang terjadi terkait dengan lokasi yang ada pada kedai Es Podeng Pandawa yaitu aksesnya mudah dijangkau, lokasinya dapat dicari dengan jelas, dan tempatnya yang dekat dengan taman Ayodia Barito dapat membuat konsumen bisa sambil menikmati fasilitas yang ada pada taman.

Untuk meningkatkan keputusan pembelian selain kualitas produk dan lokasi, promosi juga dapat menentukan keputusan dalam pembelian. Promosi adalah komunikasi oleh pemasar yang menginformasikan calon pembeli mengenai sebuah produk untuk mempengaruhi suatu pendapatan atau memperoleh suatu respon. Tujuan promosi ialah menciptakan atau meningkatkan kesadaran (*awareness*) produk atau merek, meningkatkan preferensi merek pada target pasar, meningkatkan penjualan dan market share, mendorong pembelian ulang merek yang sama, memperkenalkan produk baru, dan menarik pelanggan baru.

Fenomena terkait dengan promosi yang dilakukan Es Podeng Pandawa yaitu dengan menggunakan media sosial seperti instagram dan facebook dalam melakukan promosi serta memberikan diskon melalui aplikasi seperti Gofood, Grab food,Shopee food dan melakukan buy one get one terhadap orang yang sedang ulang tahun dihari itu juga dengan menunjukkan kartu identitas.

Disamping adanya masalah fenomena diatas, masih terdapat perbedaan hasil penelitian, yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya sebagai berikut:

1.2 *Research Gap*

Penelitian yang dilakukan Lisbeth Mananeke, dkk (2018) menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, promosi, lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada es cincau sultan di Tangerang Penelitian yang dilakukan oleh

Penelitian yang dilakukan oleh Desly Rizki Tiurma, R Nurafni Rubiyanti (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aice Ice cream di kota Bandung, sebaliknya penelitian yang dilakukan P. Rumondor., A.L. Tumbel., I.W.J. Ogi (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Es Cendol Bandung.

Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Desly Rizki Tiurma, R Nurafni Rubiyanti (2021) menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aice Ice cream di kota Bandung. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Jaya Permana (2021) menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mixue cabang tanggerang.

Berdasarkan penjelasan diatas, dari hasil penelitian yang berbeda peneliti ingin melakukan penelitian selanjutnya dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Es Podeng Pandawa Cabang Taman Barito Di Jakarta Selatan.**

1.3 Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah dijelaskan dilatar belakang, untuk mencapai tujuan penelitian, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Es Podeng Pandawa Cabang Taman Barito Di Jakarta Selatan secara simultan?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Es Podeng Pandawa Cabang Taman Barito Di Jakarta Selatan secara parsial?
3. Apakah ada pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Es Podeng Pandawa Cabang Taman Barito Di Jakarta Selatan secara parsial?
4. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap Keputusan Konsumen Es Podeng Pandawa Cabang Taman Barito Di Jakarta Selatan secara parsial?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Es Podeng Pandawa Cabang Taman Barito Di Jakarta Selatan secara simultan
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Es Podeng Pandawa Cabang Taman Barito Di Jakarta Selatan secara parsial
3. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Es Podeng Pandawa Cabang Taman Barito Di Jakarta Selatan secara parsial

4. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Es Podeng Pandawa Cabang Taman Barito Di Jakarta Selatan secara parsial.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti, dan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai kepuasan konsumen bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan pembelian konsumen

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini menjadi salah satu sumber informasi untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada saat datang ke Es Podeng Pandawa dan membuat strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan Es Podeng.