

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan pada beberapa tahun terakhir. Hal ini membawa pengaruh positif pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dilansir pada detikFinance, Kementerian Perindustrian mencatat pertumbuhan industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 7,99%. Sumber daya alam yang melimpah dan permintaan pasar yang besar menjadi potensi pendukung perkembangan yang terjadi. Sektor industri makanan dan minuman memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan nilai investasi Penanaman Modal Asing (PMA) sebesar US\$ 323 juta dan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) sebesar Rp.12,3 triliun pada paruh kedua ini. Total penyerapan tenaga kerja industri makanan dan minuman mencapai 1,2 juta orang (detikFinance, Danang Sugianto, diakses 05/08/2019).

Hal tersebut tidak terlalu mengejutkan, seperti yang kita tahu sekarang ini banyak berkembang ekonomi kreatif dibidang kuliner dan faktor teknologi informasi yang memudahkan masyarakat untuk mencari informasi suatu produk. Menurut John Howkins (2001) dalam bukunya yang berjudul “*The Creative Economy : How People Make Money From Ideas*” menyatakan bahwa pengertian ekonomi kreatif adalah ekonomi yang berdasarkan dari penciptaan nilai dari hasil ide. Para pelaku bisnis dituntut untuk kreatif dan selalu mengembangkan inovasi baru untuk menghadapi persaingan yang ada dalam dunia bisnis.

Tren perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia tak lepas dari peran ekonomi kreatif yang sangat ditentukan oleh sumber daya manusia. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) adalah usaha yang paling banyak diminati oleh pelaku bisnis baru, tak terkecuali di Kota Metro. Salah satu UMKM yang banyak berkembang di Kota Metro yaitu bisnis yang berbasis makanan dan minuman.

Salah satu bisnis makanan dan minuman yang ada di Kota Metro yaitu Papaben *Donuts & Coffe*. Papaben *Donuts & Coffe* adalah usaha yang berfokus pada usaha makanan dan minuman, salah satu produk unggulannya adalah donat. Donat (*doughnut* atau *donut*) adalah makanan atau camilan yang proses pembuatannya dengan cara digoreng, dibuat dari adonan tepung terigu, gula, dan mentega. Donat biasanya berbentuk bulat dengan lubang ditengah menyerupai cincin yang kemudian di beri *topping* coklat, meses, keju, krim dan lain sebagainya. Persaingan yang ketat dalam bidang bisnis makanan dan minuman membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba dalam menyusun strategi bisnis salah satunya yaitu melakukan pengembangan produk.

Mempunyai slogan "*Enjoy your day with happiness donuts*" Papaben *Donuts & Coffe* saat ini tidak hanya menjual donat saja tetapi sudah banyak variasi produk yang dihasilkan diantaranya yaitu cookies, cake dan kopi. Sekarang ini, donat bukan lagi panganan tradisional yang hanya ada di pasar tradisional tetapi sekarang donat sudah naik daun menjadi panganan yang ada di cafe atau restoran. Rasanya yang manis menjadikan donat sebagai camilan yang banyak digemari oleh berbagai kalangan. Donat saat ini disantap tidak hanya sebagai camilan namun para pebisnis mulai berinovasi, salah satunya yaitu sebagai pengganti ulang tahun.

Semakin tingginya persaingan usaha khususnya dalam bidang kuliner membuat para pemilik usaha harus kreatif dan terus mengembangkan produknya sehingga bisa lebih unggul dengan produk pesaing. Para pelaku bisnis harus memahami keinginan konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa.

Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor lokasi usaha. Seperti yang kita tahu lokasi merupakan faktor penting sebuah usaha, ketika kita ingin membeli sebuah produk pasti kita terlebih dahulu memikirkan bagaimana menjangkau tempat pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 47) menyatakan bahwa salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas.

Lokasi yang strategis dan mudah dilihat merupakan faktor penting pada sebuah usaha karena memengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Konsumen akan mempertimbangkan lokasi sebuah toko dalam pembelian, seperti pertimbangan akses menuju ke lokasi, adanya layanan transportasi publik, faktor keamanan, kenyamanan, dan lain sebagainya. Para pemilik usaha harus dengan cermat memilih lokasi untuk membangun usahanya karena lokasi menentukan suksesnya suatu usaha seperti pemilihan lokasi yang sering dikunjungi orang banyak, lebih dekat ke konsumen, lebih dekat ke supplier, lokasi yang mudah dilihat konsumen dan lain-lain.

Faktor lainnya yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian yaitu kualitas produk. Beberapa konsumen yang sangat memperhatikan kualitas produk akan rela mengeluarkan uang yang lebih untuk mendapatkan kualitas produk atau jasa seperti yang mereka inginkan. Kotler dan Amstrong (2006: 21) berpendapat bahwa kualitas dan peningkatan produk merupakan bagian yang penting dalam strategi pemasaran. Kualitas yang sudah terjamin akan mendatangkan konsumen yang banyak sehingga memperoleh laba yang banyak pula.

Apabila konsumen puas dengan kualitas produk yang kita tawarkan maka akan memungkinkan untuk konsumen tersebut melakukan pembelian ulang. Tidak hanya itu konsumen yang puas akan merekomendasikan produk kita ke konsumen baru, secara tidak langsung akan menguntungkan bisnis yang kita bangun.

Pada era globalisasi yang membuat segala sesuatu berjalan secara cepat dan berubah menuntut perubahan dalam berbagai bidang, salah satunya yaitu bidang pemasaran. Seperti yang kita tahu teknologi dibuat untuk memudahkan aktivitas sehari-hari, tanpa kita sadari teknologi telah memengaruhi gaya hidup kita. Kemajuan teknologi membawa pengaruh besar dalam kegiatan ekonomi masa kini, hal ini banyak dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk meningkatkan pendapatan tak terkecuali pada bidang kuliner. Selain faktor-faktor utama seperti lokasi dan kualitas produk faktor teknologi sekarang juga memengaruhi keputusan pembelian pada konsumen.

Seperti yang kita tahu Indonesia termasuk negara dengan jumlah pengguna Internet terbesar. Dilansir dari CNBC Indonesia, Berdasarkan survey yang dilakukan hasil studi *Polling* Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia ( APJII). Pada 2018 jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sudah mencapai 171,17 juta jiwa. Angka ini setara dengan 64,8% dari total penduduk Indonesia 264,16 juta jiwa (CNBC Indonesia, Roy Franedy, diakses 16/05/19).



Gambar 1. Data pengguna internet di Indonesia. (Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Hal ini menjadikan teknologi sebagai salah satu inovasi yang sangat baik bagi bisnis. Gaya hidup masyarakat yang semakin serba instan dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya, membuat masyarakat seringkali mencari sesuatu yang praktis dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satunya yaitu *go-food*.

*Go-food* adalah layanan pesan antar makanan online yang merupakan bagian dari fitur *Go-jek*. *Go-food* menjawab semua masalah konsumen yang memiliki kendala dalam pembelian. Kendala tersebut antara lain seperti konsumen yang memiliki mobilitas tinggi, jarak yang sulit dijangkau, macet, konsumen yang terkendala situasi dan lain sebagainya. Selain memudahkan para konsumen dalam pembelian, *go-food* juga menjadi alternatif bagi pemilik usaha untuk mengembangkan usaha terutama dalam layanan pesan antar. Suatu usaha tidak akan pernah terlepas dari unsur pesaing.

Mudrajat Kuncoro (2005: 64) menyatakan bahwa persaingan adalah ketika sebuah organisasi atau perorangan berlomba-lomba untuk mencapai tujuan usaha yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei atau sumber daya yang dibutuhkan.

Perkembangan usaha makanan dan minuman yang semakin pesat di Kota Metro menjadikan banyak pebisnis menjual produk sejenis yang memunculkan kompetitor bagi Papaben *Donuts & Coffe*.

**Tabel 1 Daftar toko penjual donat yang berada di Kota Metro**

No	Nama	Alamat
1	Papaben <i>Donuts &amp; Coffe</i>	Jl. Seminung, Yosorejo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung 34112.
2	Donat Madu Cihanjuang	Jl. Ahmad Yani No.95A, Yosorejo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung 34124.
3	Switz Donat Donut	Jl. AH Nasution No.251, Yosodadi, Metro Timur, Kota Metro, Lampung 34381.
4	Donat Lumer Metro	Yosorejo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung 34124

(Sumber : Oleh Peneliti)

Papaben *Donuts & coffe* pertama kali didirikan di Kota Metro, seiring berjalannya waktu Papaben *Donuts & Coffe* banyak diminati oleh masyarakat. Sehingga dapat melakukan ekspansi ke beberapa daerah seperti Bandar lampung dan Sribawono. Saat ini, Papaben *Donuts & Coffe* telah memiliki empat gerai. Salah satunya yaitu berada di Jl. Seminung Kota Metro yang menjadi lokasi penelitian saat ini. Ramainya konsumen pada Papaben *Donuts & Coffe* menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti. Meskipun Papaben cukup banyak diminati, tetapi persaingan bisnis di Kota Metro berdampak pada keberlangsungan aktivitas usaha pada Papaben *Donuts & Coffe*.

Persaingan yang tinggi mengakibatkan terjadinya fluktuasi pada volume penjualan di Papaben *Donuts & Coffe*. Hal ini dapat dibuktikan pada data penjualan sebagai berikut :

**Tabel 2. Data Penjualan Pada Papaben *Donuts & Coffe***

<b>Bulan</b>	<b>Penjualan (Unit)</b>
Januari	5765
Februari	5653
Maret	5704
April	5618
Mei	5276
Juni	5151
Juli	5759
Agustus	5642

(Sumber : Papaben *Donuts & Coffe*, 2019)

Berdasarkan data penjualan dari mulai bulan januari sampai agustus 2019, penjualan pada Papaben *Donuts & coffe* mengalami fluktuasi. Berasarkan tabel 1.2 terlihat bahwa tingkat penjualan donat dibulan januari sebanyak 5.765 unit, dan mengalami penurunan menjadi 5.653 unit pada bulan februari. Kemudian pada bulan maret mengalami peningkatan menjadi 5.704 unit, namun pada tiga bulan terakhir mengalami penurunan menjadi 5.618 unit pada bulan april, 5.276 unit pada bulan mei, dan terus menurun pada bulan juni menjadi 5.151 unit. Penurunan penjualan pada bulan mei dan juni diperkirakan karena bertepatan dengan bulan suci ramadhan dan hari raya idul fitri. Kemudian pada bulan juli mengalami kenaikan sebanyak 5.759 unit dan mengalami penurunan kembali pada bulan agustus sebesar 5.642 unit. Bersumber pada wawancara yang dilakukan dengan pemilik Papaben *Donuts & Coffe*, penurunan penjualan yang terjadi diindikasi penyebabnya yaitu karena terdapat beberapa konsumen yang belum puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Armeliani (2018) yang menyatakan bahwa pemilihan lokasi merupakan investasi yang paling mahal sebab lokasi dapat dikatakan menentukan ramai atau tidaknya pengunjung, selain itu hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa lokasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian. Serta mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Andi (2019) yang menyatakan bahwa *platform online* yang sudah dikembangkan menjadi salah satu faktor pertimbangan oleh konsumen untuk mengevaluasi suatu pilihan, *platform online* yang dimaksud adalah pemanfaatan layanan *go-food*. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa platform online *go-food* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Layanan *Go-Food* terhadap Keputusan Pembelian Pada Papaben *Donuts & Coffe*"**

## **B. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Terdapat persaingan bisnis produk sejenis yang tinggi.
- b. Terjadi fluktuasi penjualan pada Papaben *Donuts & Coffe*.
- c. Beberapa konsumen tidak mengetahui lokasi pasti Papaben *Donuts & Coffe*.
- d. Beberapa Konsumen tidak puas dengan produk yang ditawarkan.
- e. Tingkat kepercayaan konsumen rendah pada layanan *go-food*.

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Papaben *Donuts & Coffe*?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Papaben *Donuts & Coffe*?
- c. Apakah layanan *Go-Food* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Papaben *Donuts & Coffe*?
- d. Apakah lokasi, kualitas produk, dan layanan *Go-Food* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Papaben *Donuts & Coffe*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Papaben *Donuts & Coffe*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Papaben *Donuts & Coffe*.
3. Untuk mengetahui pengaruh layanan *Go-Food* terhadap keputusan pembelian pada Papaben *Donuts & Coffe*.
4. Untuk mengetahui apakah lokasi, kualitas produk, dan layanan *Go-Food* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Papaben *Donuts & Coffe*.



#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi dan masukan bagi pihak Papaben *Donuts & coffe* sehingga lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian produk.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang telah diperoleh sebelumnya. Selain itu, sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan peneliti.

3. Bagi Akademik

Sebagai bahan tambahan referensi perpustakaan dibidang penelitian khususnya pengaruh lokasi, kualitas produk, dan layanan *go-food*.

#### **E. Ruang Lingkup Penelitian**

1. Objek Penelitian

Husein Umar (2005: 62) mengemukakan bahwa objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga di mana dan kapan penelitian dilakukan, bisa juga ditambahkan dengan hal-hal lain yang dianggap perlu.

Sedangkan Sugiyono (2013: 17) berpendapat bahwa objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian menemukan kesimpulan. Objek dalam penelitian ini adalah lokasi, kualitas produk, dan layanan *go-food* terhadap keputusan pembelian studi pada Papaben *Donuts & Coffe*.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Papaben *Donuts & Coffe*, yang beralamatkan Jl. Seminung, Yosorejo, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, Lampung 34112. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Oktober 2019.

