

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi dan keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya menyebabkan seorang pembeli harus mengaktualisasikan kebutuhan yang ada di benaknya itu.

Era globalisasi telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang. Salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan.

Permintaan konsumen yang banyak adalah penyebab munculnya perusahaan baru dibidang yang sama, sehingga menimbulkan persaingan yang begitu ketat pada dunia bisnis sendiri. Perusahaan yang awalnya memiliki pangsa pasar yang cukup luas, kini harus berbagi pangsa pasar dengan perusahaan-perusahaan baru yang memiliki inovasi sehingga dapat diterima masyarakat.

Selain itu, faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas layanan sangat penting dalam menjalankan usaha, karena tanpa adanya pelayanan yang baik maka suatu bisnis tidak dapat menarik minat pembeli. Untuk itulah pemilik usaha diharapkan dapat menerapkan suatu kebijakan-kebijakan yang strategis menyangkut pelayanan guna mengantisipasi adanya persaingan yang semakin ketat.

Kualitas pelayanan adalah serangkaian aktifitas pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta upaya pengendalian tingkat pelayanan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat memberikan kontribusi kepada pengusaha dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau memberi pelayanan maksimal kepada para pembelinya.

Setiap pengusaha dituntut untuk menciptakan strategi bersaing yang baik dan terpadu karena persaingan adalah kunci dari keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. Meningkatnya intensitas persaingan dari pesaing menuntut para pengusaha untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik dari pada yang dilakukan oleh pesaing, karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka

konsekuensinya pembeli akan pindah kepada produk lain yang sejenis yang lebih memberikan kualitas layanan yang baik pada konsumennya.

Harga memegang peranan penting dalam kegiatan pemasaran. Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran berhak menentukan harga pokoknya. Dimana rendah tingginya harga yang diberikan kepada konsumen berpengaruh terhadap laku atau tidaknya suatu produk dipasaran.

Penetapan harga oleh perusahaan sendiri harus disesuaikan oleh lingkungan dan perubahan yang terjadi dimana persaingan usaha semakin ketat seiringnya perkembangan waktu. Namun suatu harga dapat juga menjadi suatu standar kualitas. Tidak jarang para konsumen rela berkorban memilih produk yang harganya relatif mahal demi mendapatkan kualitas yang dianggap terjamin.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh para pengusaha dalam memberikan harga kepada konsumen, ialah dengan memberikan harga murah dibandingkan dengan pesaing lainnya, namun memberikan ciri khas yang berbeda dengan pengusaha lainnya, karena di Indonesia harga merupakan masalah yang dianggap sensitif.

Berkaitan dengan keinginan konsumen untuk membeli dikenal istilah minat beli. Minat beli merupakan bagian dari proses menuju kearah tindakan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen.

Minat beli dapat ditingkatkan dengan memperhatikan beberapa faktor, antara lain faktor psikis yang merupakan faktor pendorong yang berasal dari dalam diri konsumen yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap, selain itu faktor sosial yang merupakan proses dimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh keluarga, status sosial, dan kelompok acuan.

Bisnis dibidang produk makanan saat telah berkembang pesat di Jakarta, banyak produk-produk makanan yang tersedia salah satu di antaranya adalah produk roti. Produk roti banyak digemari masyarakat untuk dikonsumsi sebagai camilan, hidangan acara pernikahan atau acara resmi lainnya.

Salah satu perusahaan roti yang sedang berkembang di Jakarta saat ini yaitu Roti Pandawa. Roti Pandawa merupakan usaha kecil yang bergerak dibidang produksi makanan, khususnya roti. Ada beberapa jenis roti yang diproduksi oleh Roti Pandawa mulai dari roti tawar, roti manis, dan donat. Lokasi Roti Pandawa berada di Jl.Raya Setu, RT 008 / RW 03, No.22. Jakarta Timur. Berdasarkan survei awal terlihat bahwa lokasi parkir sangat sempit hanya tersedia untuk beberapa sepeda motor dan karena berada tepat dipinggir jalan maka terasa kurang nyaman bila parkir terlalu lama.

Setelah beberapa kali membeli roti di Roti Pandawa, ditemukan bahwa bila karyawan Roti Pandawa yang melayani pesanan kue dan roti lebih lambat dan kurang cekatan dibandingkan

dengan bila pemilik toko yang melayani, mengingat tempat parkir yang sempit dan masih kurang nyaman karena berdekatan dengan jalan.

Untuk segi harga, terdapat beberapa produk roti dan cake yang harganya lebih mahal dibandingkan dengan harga di toko lain, mengingat bentuk dan jenis roti yang tidak berbeda dengan toko roti lainnya. Berikut ini merupakan perbandingan harga kategori roti manis pada beberapa toko roti :

Tabel 1.1

Daftar Harga Roti Manis 2018

ROTI PANDAWA		MAJESTYK		GURIYANA		KAMPOENG ROTI	
Jenis Roti	Harga	Jenis Roti	Harga	Jenis Roti	Harga	Jenis Roti	Harga
Roti Coklat	3500	Roti Coklat	2500	Roti Coklat	3500	Roti Kacang Coklat Spesial	3500
Roti Kelapa	3500	Roti Kelapa	2500	Roti Kelapa	3000	Roti Blankon Blue Berry	3500
Roti Moka	3500	Roti Moca Pandan	4000	Roti Moka	3500	Roti Vanilla Cream	2500
Roti Keju	3500	Roti Keju Biasa	3000	Roti Keju	3000	Roti keju	3000

Sumber : Data diolah penulis

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa harga roti kelapa dan keju pada Roti Pandawa lebih tinggi dibanding toko roti lain. Selain itu minat pelanggan masih sedikit karena para pemasaran masih mengandalkan pihak supplier.

Berdasarkan latar belakang dari alasan di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat kondisi tersebut di atas dalam suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Roti Pandawa Jakarta Timur”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas dapat disampaikan beberapa permasalahan, antara lain :

1. Tidak terdapat tempat parkir
2. Pelayanan karyawan toko kurang tanggap dan kurang cepat
3. Ada beberapa produk kue dan roti yang harganya cukup tinggi dibandingkan dengan harga ditoko lain.
4. Minat pelanggan belum banyak karena pemasaran terbatas melalui pihak supplier.

C. Pembatasan Masalah

Mengingat permasalahan yang ada sangatlah luas dan waktu yang terbatas maka penulis melakukan pembatasan masalah. Penelitian ini membahas mengenai lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pelanggan pada Roti Pandawa Jakarta Timur.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut penulis mengambil suatu rumusan masalah untuk memudahkan fokus terhadap masalah inti yang perlu dikaji lebih mendalam dalam penelitian ini.

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap minat beli ?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah diatas penelitian ini memiliki tujuan yaitu :

1. Tujuan Umum

- a. Mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli.
- b. Mengetahui sejauh mana pengaruh harga terhadap minat beli.
- c. Mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli.

2. Tujuan Khusus

- a. Mengetahui lebih mendalam aspek pemasaran apa saja yang sesuai dengan kondisi Roti Pandawa.
- b. Memberikan masukan pengetahuan bagi pemilik Roti Pandawa mengenai minat konsumen saat ini.

F. Manfaat Penelitian

Selain tujuan penelitian yang telah diuraikan di atas, adapula kegunaan penelitian ini dibuat yakni :

1. Bagi penulis

Sebagai tambahan bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama bidang pemasaran usaha dibidang *home industry*.

2. Bagi pihak akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai minat beli.

3. Bagi pemilik usaha

- a. Sebagai acuan bagi pemilik usaha untuk mengembangkan usaha yang telah dilakukan.
- b. Sebagai acuan bagi pemilik usaha untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh lokasi usaha dan kualitas pelayanan terhadap minat beli.
- c. Sebagai acuan yang memudahkan bagi masyarakat luas yang baru ingin membuka usaha roti.