

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perekonomian negara Indonesia kini terus berkembang menjadi lebih maju. Hal tersebut bisa dilihat dari maraknya pelaku bisnis yang membuka dan mengembangkan bisnisnya. Semakin banyak pelaku bisnis baru yang timbul memunculkan persaingan yang ketat. Sehingga mengakibatkan setiap bisnis saling berlomba-lomba untuk menciptakan produk baru dengan keunggulan dan karakteristiknya masing-masing. Oleh sebab itu, supaya bisnis dapat bertahan dan berkembang dengan berusaha menerapkan cara untuk menarik perhatian pelanggan supaya mempunyai hasrat membeli pada barang yang ditawarkan.

Perilaku minat beli timbul atas respon terhadap objek yang menampilkan kebutuhan konsumen sehingga pembelian dilakukan. Kotler & Amstrong (2016) menjelaskan bahwa semakin tinggi kemungkinan rasa ingin membeli pada suatu merek maupun jasa atau seberapa besarnya konsumen dalam melakukan perpindahan dari suatu merek berlalih pada merek yang lain. Jika dirasakan manfaat lebih besar dibanding degan pengorbanan dalam mendapatkannya menimbulkan kekuatan yang semakin tinggi untuk membeli.

Dalam membeli suatu produk beberapa faktor yang memengaruhi minat beli konsumen. Kotler & Hermawan (2017) menjelaskan bahwa diversifikasi produk suatu usaha dalam memperluas produk yang nantinya dijual dan merupakan salah satu strategi perusahaan dalam mengembangkan penetrasi pasar. Berbeda dengan menurut Fandy Tjiptono dalam Satria (2018) menjelaskan bahwa strategi diversifikasi produk ialah upaya guna memperluas jangkauan target pasar untuk mendorong adanya peningkatan penjualan serta keuntungan.

Faktor berikutnya yang memengaruhi minat beli menurut penelitian Sundalangi et al., (2020) menemukan bahwa potongan harga dapat memengaruhi minat beli. Potongan harga memiliki daya tarik nilai yang menawarkan beberapa

pilihan kepada konsumen untuk menentukan jumlah pembelian, dengan alasan apabila harga yang lebih murah maka memiliki resiko yang lebih rendah. Selain itu potongan harga juga dapat menarik pelanggan baru untuk mencoba produk yang ditawarkan. Dengan demikian potongan harga ini akan membuat konsumen merasa diuntungkan karena membeli produk yang selaras dengan keinginan konsumen serta tarif yang cukup terjangkau. Dengan adanya potongan harga ini akan membuat konsumen beranggapan bahwa seharusnya produk dibeli ketika harga sedang murah.

Faktor selanjutnya yang dapat memengaruhi minat beli konsumen adalah suasana toko. Berdasarkan penelitian Laia et al., (2021) yang menemukan bahwa suasana toko memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini sejalan dengan perkembangan zaman yang diikuti pula dengan pengembangan konsep toko yang semakin modern. Kini faktor suasana toko serta hiburan menjadi aspek penting bagi konsumen saat menentukan pembelian. Maka dari itu suasana toko menjadi suatu hal yang penting karena dengan menerapkan suasana toko dapat dijadikan strategi saat berkompetisi serta sebuah cara guna merangsang minat beli konsumen yaitu dengan cara menyuguhkan fasilitas kemudahan juga kenyamanan ruangan serta keunikan sehingga konsumen merasa dilayani dengan baik. Berdasarkan Kotler & Amstrong (2015) bahwa suasana toko memegang peran penting dalam upaya peningkatan kunjungan konsumen ke toko tersebut dibanding datang pada toko pesaing. Untuk itu agar dapat dikenal secara cepat oleh calon konsumen maka dibutuhkan ide baru serta konsep dekorasi yang memiliki ciri khas serta perlu diperhatikan. Sejumlah penelitian tentang minat beli konsumen tidak menemukan hasil yang konsisten dengan yang lain. Sandra et al., (2022) tidak menunjukkan bahwa suasana toko memiliki pengaruh terhadap minat beli.

Perkembangan bisnis yang terus meningkat saat ini adalah bisnis makanan. Hal ini disebabkan karena tingkat konsumsi makanan yang tinggi, Salah satunya yaitu roti, walaupun roti bukanlah makanan pokok tetapi

permintaan akan roti terus meningkat. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya bisnis roti di Kota Bekasi yang sudah terkenal serta digemari oleh masyarakat yang menyediakan banyaknya ragam roti dengan variasi bentuk, rasa, tekstur dan harga yang menggambarkan pada kualitas yang diberikan.

Salah satu bisnis yang bertahan dalam persaingan bisnis di Bekasi yaitu D’cika Cakes and Bakery yang dikelola oleh PT. D’cika Prima Mahkota yang berdiri sejak tahun 2011. D’cika Cakes and Bakery ini sudah bersertifikat halal yang dikeluarkan oleh MUI dan LP-POM serta sertifikat dari Dinas Kesehatan. D’cika Cakes and Bakery berkomitmen untuk menyajikan makanan yang berkualitas, sehat dan lezat. Hal ini dapat dibuktikan dengan mutu produknya yang memiliki kualitas baik karena menggunakan bahan-bahan yang premium. Selain itu D’cika Cakes and Bakery menyediakan berbagai macam pilihan mulai dari taart, brownies, roti roll, cookies, pastry. Saat ini D’cika Cakes and Bakery sudah memiliki 11 cabang dibekasi. Dimana letak outletnya disesuaikan dengan target pasar D’cika Cakes and Bakery. Salah satu outlet D’cika Cakes and Bakery yang paling sering dikunjungi adalah D’cika Cakes and Bakery cabang Jatibening, karena lokasinya yang strategis dan mudah dijangkau.

**Tabel 1. 1 Daftar Toko Cakes and Bakery di Jatibening**

No	Nama Toko	Alamat
1.	Holland Bakery Jatibening	Jl. Caman Raya No 5, Jatibening.
2.	Agita’s Cakes	Jl. Caman Raya, No 117, Jatibening
3.	Gudang Rottie	Jl. Caman Raya, RT 007/RW 001, Jatibening
4.	Elud Cake and Bakery	Jl. Caman Raya, No 53, Jatibening

Sumber : Data Primer 2021

Pada persaingan bisnis roti yang berada di Jatibening terdapat beberapa toko roti yang banyak diminati masyarakat dan sudah memiliki brand tertentu yang terkenal sehingga menuntut D’cika Cakes and Bakery cabang Jatibening untuk melakukan pertahanan terhadap keunggulan bersaing kepada bisnis yang serupa dengan mengimplementasikan berbagai strategi bersaing yang baik.

Dalam hal tersebut maka produk adalah poin penting untuk difokuskan bagi suatu bisnis, dimana penilaian pertama yang dilakukan konsumen terletak pada produk apa yang akan di beli. Segala atribut yang terdapat pada sebuah produk tersebut akan mempengaruhi penilaian konsumen. Atribut yang dimiliki pada sebuah produk akan menarik perhatian sehingga harus diperhatikan dalam penentuan minat beli pelanggan. Oleh sebab itu dalam mengenalkan produk dengan inovasi baru ataupun produk yang sama dengan pesaing tetapi dengan variasi bentuk, jenis dan desain baru yang disesuaikan dengan selera konsumen menjadikan para pelaku bisnis untuk terus melakukan perkembangan. Pelanggan akan lebih tertarik serta memiliki minat beli terhadap barang yang ditawarkan jika terdapat variasi produk yang beragam. Handoko (2004) dalam Mahareni & Parjono (2014) menjelaskan, diversifikasi produk merupakan sebuah kesempatan dalam penambahan dan perluasan ragam produk.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah banyak bermunculan jenis-jenis roti kekinian yang memiliki desain dan penampilan yang unik sehingga bisa menarik perhatian konsumen dengan harga yang terjangkau. Terlebih saat ini konsumen sering melakukan tindakan *post before eating* (*posting* sebelum makan) jika dilihat produk tersebut memiliki tampilan yang menarik. Oleh sebab itu banyak toko roti yang saling berkompetitif untuk menciptakan produknya menarik dengan karakteristik dan keunggulannya masing-masing Maison Feeriee (2020).

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala toko D'Cika Cakes and Bakery cabang Jatibening, cara yang dijalankan adalah dengan menerapkan diversifikasi produk yang diproduksi guna mencapai keinginan konsumen serta dengan maksud untuk meningkatkan produksi penjualan dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat. Diversifikasi yang dilakukan yaitu dengan menambah jenis roti seperti *desert box*, *cheesecake*, *fondant cake* dan yang lainnya. D'cika Cakes and Bakery memilih strategi diversifikasi terhadap produk-produk yang disuguhkan terutama *taart*. *Taart* divariasikan menjadi

berbagai pilihan rasa dan ukuran serta menambahkan bahan baku seperti kacang, oreo, kopi, buah-buahan, keju dan bahan lainnya.

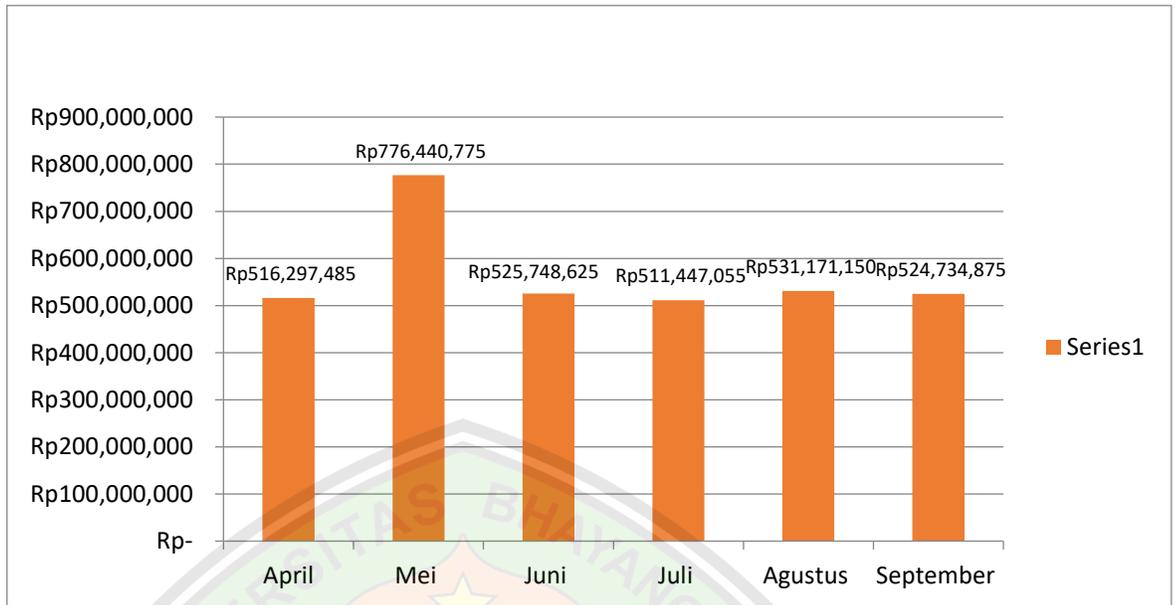
**Tabel 1. 2 Potongan Harga Produk**

No	Tanggal	Nama Produk	Discount
1.	7 september 2021	Jappanes Lemon	10%
2.	14 september 2021	Roll Choco Peanut	15%
3.	14 september 2021	Roll Choco Avocado	15%
4.	15 September 2021	Shiffon Coklat	20%
5.	27 September 2021	Oreo Cake Maniac	15%

*Sumber : Pengelola D'cika Cakes and Bakery tahun 2021*

Berdasarkan data diatas dapat diketahui jika D'cika Cakes and Bakery melakukan kegiatan promosi melalui potongan harga. Namun dibandingkan dengan toko lain seperti elud bakery, holland bakery, agita cakes dan gudang rotie yang melakukan potongan harga ke beberapa produknya dengan harga yang besar dan melakukan diskon jika pelanggan melakukan pembelian produk dengan kuantitas yang banyak, potongan harga yang dilakukan D'Cika Cakes and Bakery ini masih sangat minim, pada bulan september potongan harga hanya dilakukan lima kali dalam sebulan dan juga produk yang mendapatkan potongan harga hanya produk pilihan serta memiliki daya jual tinggi menjadikan produk lain tidak ada potongan dan potongan harga juga dilakukan saat D'cika Cakes and Bakery melakukan grand opening toko.

Selain itu D'cika Cakes and Bakery berusaha menciptakan suasana toko yang nyaman dengan memperhatikan penataan interior dan eksterior toko. Penataan produk ditampilkan dengan sederhana dimana produk roti yang ditawarkan dapat terlihat oleh konsumen secara langsung, selain itu disediakan pula bagi pelanggan kursi yang dapat ditempati saat menanti pesanan hingga tersedia maupun untuk pelanggan lain yang hanya menemani.



**Gambar 1. 1 Data Penjualan D’cika Cakes and Bakery Cabang Jatibening**

*Sumber : Pengelola D’cika Cakes and Bakery Jatibening Bekasi tahun 2021*

Berdasarkan dari data tersebut pembelian produk D’Cika Cakes and Bakery cabang Jatibening mendapatkan pendapatan yang cukup besar. Pendaparan pada bulan april mencapai 516,2 juta, bulan Mei mencapai 776,4 juta, bulan juni mencapai 525,7 juta, bulan juli mencapai 511,4 juta, bulan agustus mencapai 531,1 juta dan bulan september mencapai 524,7 juta . data pendapatan tersebut menunjukkan bahwa masih ada minat beli masyarakat pada produk D’Cika Cakes and Bakery cabang jatibening. Tetapi data pendapatan tersebut cenderung mengalami fluktuatif dan merupakan hal yang tidak baik bagi stabilitas perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas dan hasil penelitian dari beberapa peneliti yang menemukan hasil yang berbeda. Maka dengan fenomena tersebut peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti kembali terkait dengan diversifikasi produk, potongan harga dan suasana toko dalam memengaruhi minat beli konsumen.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dalam sebuah bisnis menarik minat beli konsumen suatu hal yang harus dilakukan untuk mendapatkan hasil secara maksimal. Maka dari itu pelaku bisnis harus memiliki cara tersendiri agar bisa menarik konsumen, terlebih saat ini peminat bisnis semakin menjalar, sehingga diperlukan strategi yang kuat agar tetap bertahan dan bersaing secara sehat.

Penelitian tentang diversifikasi produk, potongan harga dan suasana toko terhadap minat beli telah banyak dilakukan. Namun beberapa penelitian menemukan hasil yang berbeda-beda, sehingga masih terbuka luas untuk melakukan penelitian lanjutan. Objek dalam penelitian ini adalah D'Cika Cakes and Bakery cabang Jatibening.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan yang terjadi sebagai berikut:

1. Apakah diversifikasi produk dapat memengaruhi minat beli di D'cika Cakes and Bakery Cabang Jatibening?
2. Apakah potongan harga dapat memengaruhi minat beli di D'cika Cakes and Bakery cabang Jatibening?
3. Apakah suasana toko dapat memengaruhi minat beli di D'cika Cakes and Bakery cabang Jatibening?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh diversifikasi produk terhadap minat beli di D'cika Cakes and Bakery cabang Jatibening
2. Untuk menguji pengaruh potongan harga terhadap minat beli di D'cika Cakes and Bakery cabang Jatibening
3. Untuk menguji pengaruh suasana toko terhadap minat beli di D'cika Cakes and Bakery cabang Jatibening

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, yaitu bagi peneliti, bagi perusahaan, dan bagi pihak lain:

### 1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan di lapangan, mengenai ilmu yang sudah didapatkan saat berjalannya perkuliahan dan untuk memenuhi tugas akhir atau skripsi sebagai syarat mencapai gelar sarjana strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

### 2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan keputusan juga sebagai masukan dalam menentukan dan menerapkan strategi perusahaan.

### 3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini mampu digunakan untuk bahan acuan pada penelitian selanjutnya dan juga dapat dijadikan bahan bacaan yang bermanfaat.

## 1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam suatu penelitian diperlukan agar ruang lingkup masalah tidak meluas. Pada dasarnya seorang peneliti berwenang memberikan batasan-batasan responden dan lokasi demi berjalannya dan terselesaikannya sebuah proses penelitian. Variabel bebas yang diteliti terdiri dari diversifikasi produk, potongan harga dan kualitas pelayanan sedangkan variabel terikatnya yaitu minat beli.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari 5 bab digunakan untuk memudahkan dalam penulisan.

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Merupakan bahasan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Merupakan bahasan yang berisi tentang literatur yang menjadi dasar pembahasan penelitian pada umumnya, dan model konseptual penelitian pada umumnya.

## **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Merupakan bahasan yang berisi mengenai gambaran penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel, tempat dan sasaran penelitian.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Merupakan pembahasan yang berisi tentang profil organisasi atau perusahaan (bila ada), hasil analisis data, dan pembahasan (diskusi) hasil penelitian.

## **BAB V : PENUTUP**

Merupakan bahasan yang berisi kesimpulan dan saran, dan dilengkapi dengan daftar pustaka