

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan dalam bidang ekonomi menyebabkan perkembangan dunia usaha mengalami pertumbuhan dan kemajuan yang pesat. Hal ini membuat para produsen berpikir lebih kritis, kreatif, dan inovatif terhadap perubahan-perubahan yang terjadi, baik di bidang sosial, budaya, politik, maupun ekonomi, yang semuanya dibuktikan dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru. Begitu juga dengan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman, antara lain kedai kopi, bar, kafe, food court, dan catering. Pengusaha berusaha menghasilkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin meningkat. Hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan untuk berhasil dalam persaingan bisnis adalah berusaha membangun strategi perusahaan untuk mencapai tujuan meningkatkan dan mempertahankan konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk bersaing secara kompetitif dalam hal strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang diinginkan konsumen. Agar tujuan tersebut tercapai, setiap perusahaan harus menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pertumbuhan penduduk yang tinggi di Indonesia menjadi salah satu faktor yang memberikan peluang pangsa pasar bagi produsen es krim di Indonesia. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia

merupakan salah satu negara yang memiliki penduduk terbanyak di dunia dengan jumlah penduduk sebanyak 275.361.267 jiwa per Juni 2022. Selain itu, berdasarkan letak astronomis yang dilalui garis khatulistiwa, Indonesia memiliki dua musim yakni kemarau dan penghujan, sehingga banyak produsen sangat berkompetisi untuk menawarkan produk minuman dingin seperti es krim yang cocok dikonsumsi di musim kemarau.

Gambar 1.1 Penjualan Es Krim dan Makanan Penutup Beku secara Retail di Indonesia (2021)



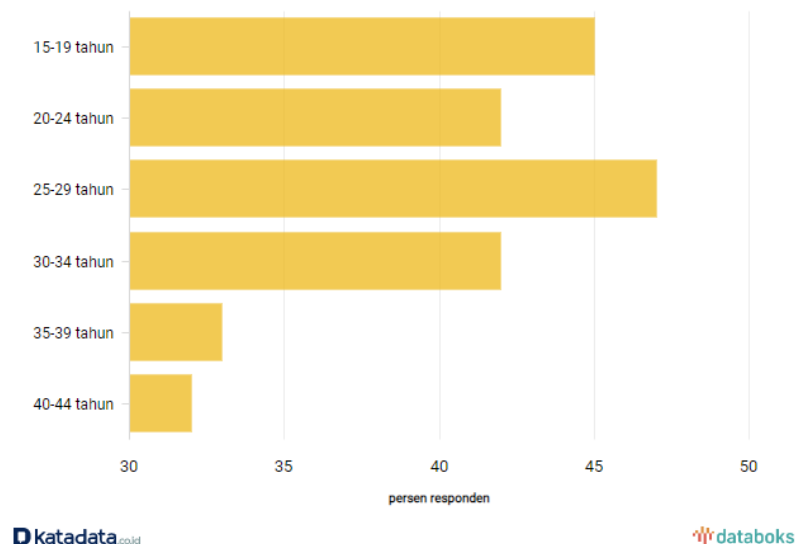
Sumber: Euromonitor, DataIndonesia.id, 2022

Es krim menjadi salah satu camilan yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Rasanya yang manis dan dingin disukai oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Es krim mudah ditemukan lantaran dijual di toko kelontong, minimarket, hingga mal. Bahkan, ada sejumlah gerai makanan yang khusus menjual es krim, seperti Mixue, Baskin Robbins, dan Ragusa. Hal itu pun mendorong nilai penjualan es krim dan makanan penutup beku (*frozen desserts*) di dalam negeri cukup besar. Berdasarkan survei dari Euromonitor (2021), penjualan

es krim dan frozen desserts secara retail di Indonesia mencapai US\$425 juta pada 2021. Nilai penjualan es krim dan frozen desserts tersebut naik 0,24% dari tahun sebelumnya yang sebanyak US\$424 juta, angka terbesar dalam lima tahun terakhir. Penjualan tersebut meningkat sejak adanya pandemi Covid-19 pada 2020.

Kota Surabaya memiliki peluang besar bagi bisnis minuman dan kafe kekinian, mengingat animo masyarakat yang semakin meningkat dan juga fenomena dimana sebagian masyarakat milenial banyak yang berburu minuman kekinian, enak dan menarik. Beberapa minum kekinian tersebut diantaranya yaitu es krim, kopi, coklat, dengan topping bola tapioka atau boba.

Gambar 1.2 Konsumen minuman kekinian paling banyak dari generasi milenial



Sumber: databoks, katadata.co.id, 2022

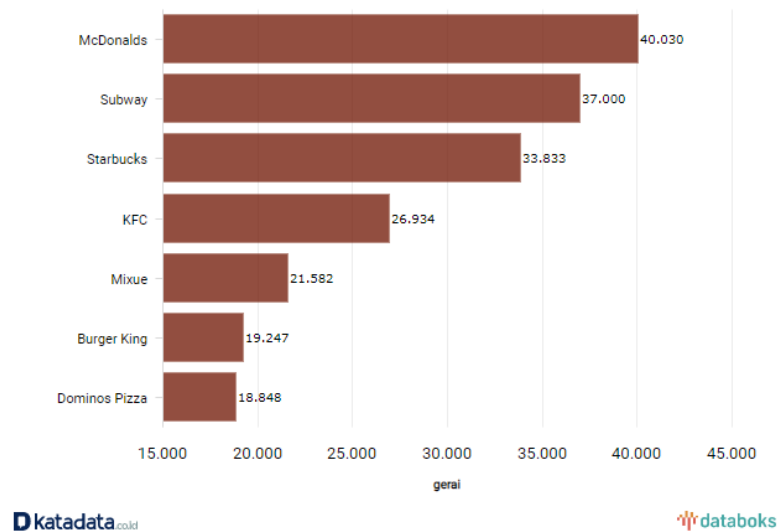
Menurut hasil survei Jajak Pendapat (JakPat) (2022), dari 1.209 responden, mayoritas atau 47% yang mengonsumsi minuman kekinian berusia antara 25-29 tahun. Minuman kekinian lebih populer untuk

responden yang usia muda dibandingkan dengan responden berusia 35 tahun ke atas. Kemudian sebanyak 45% responden yang mengonsumsi minuman kekinian berasal dari kelompok usia 15-19 tahun. Konsumen berusia 20-24 tahun dan 30-34 tahun masing-masing sebanyak 42%. Diikuti konsumen berusia 35-39 tahun (33%) dan 40-44 tahun (32%). Survei tersebut juga menunjukkan bahwa konsumsi minuman kekinian lebih populer di kalangan laki-laki (46%) daripada perempuan (35%). Minuman tersebut juga tercatat lebih banyak dikonsumsi masyarakat kelas atas (46%) dibanding kelas menengah (38%) dan kelas bawah (33%) (databoks, katadata.co.id, 2022).

Sebagian besar minuman kekinian di Kota Surabaya rata-rata dijual di sebuah Kafe. Menikmati minuman kekinian di kafe sambil mengobrol dengan teman, keluarga, atau pasangan atau sekedar berfoto dan memamerkannya di media sosial sudah menjadi *trend* di kalangan masyarakat Kota Surabaya sekarang. Fenomena tersebut menjadi peluang baik bagi para pelaku bisnis. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk terus berinovasi agar dapat bertahan di tengah persaingan bisnis. Salah satu perusahaan yang ikut memanfaatkan peluang bisnis di bidang minuman kekinian berbasis kafe salah satunya yaitu Mixue.

Mixue Es krim & Tea adalah sebuah perusahaan waralaba yang menjual es krim sajian lembut dan minuman teh asal Zhengzhou, Henan, Tiongkok dan didirikan pada bulan Juni 1997.

Gambar 1.3 Daftar F&B dengan gerai terbanyak di Dunia (2021)




Sumber: databoks, katadata.co.id

Menurut laporan Momentum Works, perusahaan es krim dan minuman asal Tiongkok Mixue memiliki 21.582 gerai waralaba (franchise) yang tersebar di berbagai negara pada 2021. Angka tersebut menjadikan mixue masuk dalam daftar F&B dengan gerai terbanyak ke-5 di dunia. Gerainya telah tersebar diberbagai negara ASEAN seperti Vietnam, Malaysia, dan Singapura. Mixue telah membuka 20.000 outlet di China pada 2022. Sedangkan di luar negeri, jumlah outlet Mixue sudah melebihi 10.000 lokasi. Banyaknya gerai Mixue bahkan telah mengalahkan Burger King dan Domino's Pizza. Perusahaan F&B asal Amerika Serikat tersebut masing-masing memiliki 19.247 dan 18.848 gerai pada tahun 2021.

Mixue bisa dikatakan sukses dengan gencar melakukan ekspansi gerainya keseluruh dunia namun faktanya Mixue masih memiliki sejumlah


persoalan khususnya pada kualitas produk yang ditawarkan kalah dengan pesaingnya. Hal ini bisa dilihat dari gambar 1.4 berikut.

Gambar 1.4 Keluhan Konsumen Mixue melalui platform Quora

 **Astarina WD** ... >
 Social Culture & Food Enthusiast · Penulis punya **155** jawaban dan **74,4 rb** tayangan jawaban ·
 29 Des

Kurang enak sih, cuma menang banyak porsinya aja. Full dari ujung bawah cone sampai menjulang tinggi setinggi cone-nya. Cenderung kasar, kurang lembut, agak terlalu manis. Tetap lebih enak es krim cone McD menurut saya. Tapi es krim Mixue yang rasa strawberry segar banget, khusus yang suka dengan rasa asam manis ya.


Saya mau share, jaman Mixue masih sedikit banget cabangnya. Pernah beli 2 porsi minumannya di Living Plaza. Peach Oolong Tea dan Strawberry Milk Shake, kata pramusaji gratis es krim, kirain cuma 1. Ternyata beli 1 minuman gratis 1 es krim. Alamak, bayangkan kami bertiga beli 2 porsi minuman, tapi dapat 2 es krim, auto mabok bin eneg makan es krim.

 **Jesslyn Stern** ... ×
 Tinggal di Jakarta · Penulis punya **1,9 rb** jawaban dan **4,1 jt** tayangan jawaban · 28 Des

Kredensial: sudah mencoba semua menunya Mixue. Bukan hanya berdasarkan katanya si A atau katanya si B, atau baru mencoba satu jenis minuman atau hanya pernah beli satu jenis es krimnya sudah membuat tulisan.

Saya tidak suka dengan es krimnya. Kalau mau makan es krim, saya lebih suka es krim yang dijual di Indomaret atau Baskin-Robbins/Haagen Dazs sekalian. Jelas ya jauh lebih enak es krim yang dijual di minimarket atau gerai Baskin-Robbins/Haagen Dazs.

Tapi minuman yang mereka jual itu termasuk enak. Bukan hanya persoalan harga yang murah saja, melainkan minuman yang mereka jual itu agak berbeda. Kalau minuman yang mereka jual sama seperti Starbucks, Kopi Kenangan, Janji Jiwa, Bube atau Haus, jelas mereka akan tersingkir sendiri di awal karena pasar sebenarnya sudah jenuh dengan minuman-minuman yang ditawarkan, jika sejenis dengan yang sudah ada.

 **Ara Ara** ...
 M. Sc. dari Universitas Gadjah Mada · 19 Jan

Ini pendapat pribadi yah, sesuai dengan selera pribadi dan saya hanya mencoba satu menu. Sampai sekarang ga ada keinginan untuk mencoba lagi.

TERLALU MANIS

Rasa standar aja menurut saya, barangkali rasa manis yang luar biasa itu menutup rasa-rasa lainnya.

Kalau boleh memilih, mending ke convenience store yang berjamur di mana-mana itu terus beli ice cream W****s

Sumber: Quora.com (2023)

Mengutip dari laman website Quora.com (30/12/22) terkait kuesioner atau pertanyaan yang dilemparkan kepada sejumlah responden/konsumen yang pernah membeli es krim Mixue terdapat beberapa jawaban

yang menyatakan kurang cocok dengan es krim Mixue dibandingkan dengan es krim kompetitor lainnya sebut saja Mc Donald's, Baskin-Robbins, dan Haagen Dazs. Alasannya beragam mulai dari rasa, varian, tekstur dan persepsi harga dari konsumen.

Dilihat dari laman LinkedIn Mixue (2/1/2023), perusahaan yang menjual es krim dan minuman teh ini pertama kali hadir di Indonesia sejak 2020 lalu. Gerai pertama Mixue berada di Cihampelas Walk, Bandung. Adapun hak franchise Mixue di Indonesia dipegang oleh PT Zhisheng Pacific Trading. Hanya dalam waktu dua tahun sejak ekspansinya ke Indonesia, Mixue berhasil memiliki banyak gerai yang tersebar tak hanya di kota besar tapi juga sampai ke kabupaten di seluruh wilayah Indonesia.

Menurut data portal berita CNBC Indonesia (14/02/23), bahwa ada suatu fenomena dimana dari awal pandemi tahun 2020, pertengahan pandemi, dan pasca pandemi hingga awal tahun 2023, Indonesia dihantam oleh resesi ekonomi global. Banyak UMKM, cafe, mal, restoran, ataupun usaha ternama lainnya mengalami tutup sementara bahkan terpaksa gulung tikar seperti restoran ternama Fish & Co pada akhir 2022 hingga Warunk Upnormal pada tahun 2023. Disaat jaringan restoran ternama harus menutup banyak gerainya, justru rantai bisnis es krim Mixue justru semakin mengepakkkan sayap dengan membuka gerai baru yang kian ekspansif.

Hal ini diperkuat juga dari portal berita Mojokdotco (17/02/23) dari data yang dirangkum Katadata, Mixue sejatinya masuk ke Indonesia justru

di saat yang “aneh” untuk memulai bisnis es krim. Dari data Badan Pusat Statistik, dengan area Jakarta sebagai lokasi datanya, masyarakat Indonesia sejatinya mulai mengurangi pengeluaran untuk membeli jajanan tersier, salah satunya es krim. Angka pengeluaran untuk es krim turun 0,6% di 2020, mengingat 2020 juga tahun awal di mana pandemi virus corona masuk ke Indonesia. Ada korelasi yang masuk akal dari penurunan ini karena es krim dan penyakit sejenis Covid-19 (yang punya gejala umum seperti flu), biasanya disambungkan secara kausalitas oleh masyarakat kita.

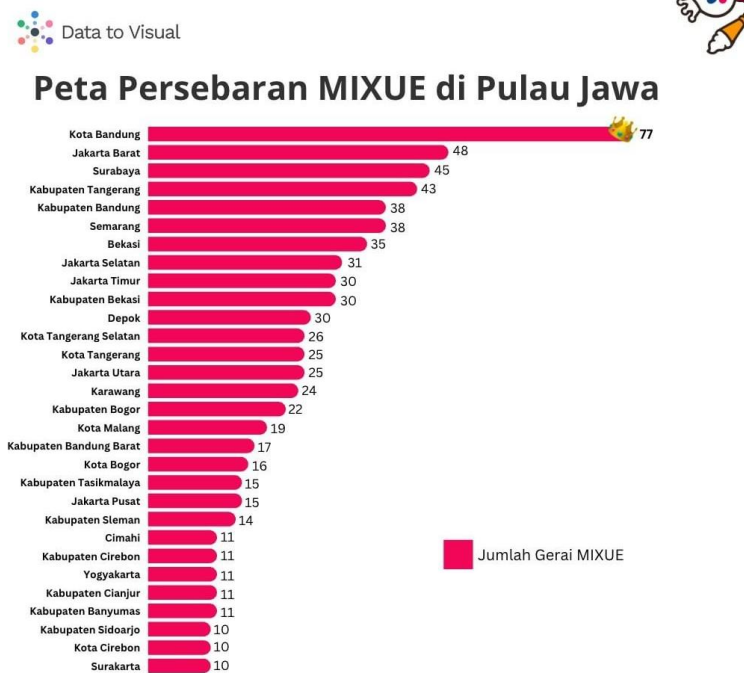
Gambar 1. 5 Dampak Covid-19 terhadap Sektor Usaha



Sumber: BPS, 2020

Pada awal pandemi dampak covid-19 sangat merata pada semua sektor khususnya sektor akomodasi dan makan minum sebesar 92,47%. Meskipun begitu, Mixue masuk di Indonesia tahun 2020 dengan cepat berkembang membuka gerainya di seluruh wilayah Indonesia, dilihat dari gambar berikut.

Gambar 1.6 Peta persebaran Mixue di Pulau Jawa (2022)



Sumber data: [Google Maps Jan 2023 - Kolaborasi bareng mas bro @anggahfdz](#)

Total Gerai di 30 Kota yg Minimal ada 2 Reviews di Google.

Sumber: Data to visual

Menurut data yang diambil dari Data to visual, perusahaan es krim dan minuman asal Tiongkok Mixue memiliki jumlah gerai terbanyak di kota Bandung dengan 77 gerai, selanjutnya diikuti kota Jakarta Barat 48 gerai, dan kota Surabaya menempati urutan ke tiga dengan 45 gerai dan akan terus bertambah mengingat Mixue gencar memasarkan produknya melalui gerai mereka. Selain memiliki banyak gerai, Mixue juga memiliki banyak varian rasa mulai dari es krim kacang merah, es krim boba, es krim matcha, es krim oreo, hingga milk tea dengan harga dimulai dari Rp. 8000. hingga paling mahal dengan harga Rp25.000. Tidak jarang para konsumen datang berkali-kali hanya untuk membeli produk es krim dan teh Mixue. Ini mengakibatkan banyak orang akan merekomendasikan produk mixue sebagai hidangan es krim dan minuman terbaik untuk disantap setiap hari

sehingga terjadi lonjakan peminat terhadap es krim dan teh Mixue. Hal tersebut menjadi sebab perlu diadakannya penelitian mengenai hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Brand Mixue.

Mixue di Kota Surabaya mendapatkan respon yang positif dari masyarakat setelah es krim ini viral di media sosial. Bahkan, gerai Mixue di Surabaya sudah mencapai lebih dari 45 cabang yang tersebar dan ini merupakan salah satu bukti bahwa Mixue dapat bersaing dengan baik di pasar Internasional. Surabaya menjadi peluang baik untuk Franchisor karena Surabaya merupakan kota yang memiliki penduduk terbanyak di Jawa Timur, hal ini dapat dilihat dari data Kabupaten/Kota per Juni 2022 menurut databoks, katadata (2022) dan juga dilansir dari laman website BPS Surabaya menyebutkan bahwa penduduk di kota Surabaya sebanyak 8.867 jiwa.

Maraknya usaha es krim menyebabkan konsumen untuk memilih es krim sesuai dengan pilihan mereka. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan dalam membeli suatu produk es krim, yakni kualitas produk dan persepsi harga. Peneliti memilih variabel tersebut berdasarkan hasil pemaparan fenomena atau masalah yang ada. Menurut Kotler & Keller (2009) dalam penelitian Putra dkk (2021) menggambarkan keputusan pembelian sebagai keputusan pembeli yang sebanding dengan kecenderungan dalam dinamika, serta terdapat beberapa keputusan yang dilakukan oleh konsumen yaitu Brand

Choice (Pilihan Merek), Dealer (Penyalur), Quantity (Kuantitas), Timing (Waktu) dan Payment Method (Metode Pembayaran).

Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk, dikemukakan oleh Kotler (2008) dalam penelitian Astuti dkk (2019) menyatakan Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah persepsi harga, menurut Khoirunnisa (2021) persepsi harga adalah suatu pemikiran konsumen terhadap jumlah uang yang akan dikeluarkan guna memperoleh suatu produk atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan dengan nilai pengorbanan sesuai dengan apa yang akan didapatkan.

Mixue sendiri menawarkan harga yang bervariasi dan terbilang terjangkau untuk es krim yang dijual dengan beragam varian rasa. Tetapi, tidak seluruh konsumen akan mempunyai pemikiran yang sama tentang harga yang ditawarkan ini. Pada kondisi tertentu konsumen sangat sensitif terhadap persepsi harga sehingga harga suatu produk yang relatif lebih tinggi dibandingkan para pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen. Konsumen memandang harga sebagai nilai barang yang mampu memberikan manfaat atas pemenuhan kebutuhan dan keinginannya (misalkan hemat, prestise, syarat pembayaran, dan sebagainya).

Kualitas menu minuman yang dihasilkan mixue dapat menjadi perhatian utama mengingat kualitas produk berkaitan dengan kepuasan konsumen. Selain itu, Mixue menawarkan harga yang bervariasi dan terbilang cukup terjangkau untuk es krim yang dijual dengan beragam varian rasa. Tetapi, tidak seluruh konsumen akan mempunyai pemikiran yang sama tentang harga yang ditawarkan ini. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian es krim Mixue terkhusus di Kota Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk es krim Mixue Surabaya?
2. Apakah persepsi harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk es krim Mixue Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Mixue Surabaya
2. Untuk mengetahui Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Mixue Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berharap akan memberikan manfaat secara teoritis dan dan praktis. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan bidang ekonomi khususnya dalam ilmu manajemen pada konsentrasi pemasaran.

2) Manfaat Praktis

1. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pembaca dalam melakukan strategi pemasaran yang efektif dan baik.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya terkait pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Mixue.

3. Bagi Peneliti

Sebagai syarat lulus dengan gelar sarjana Ekonomi dan sebagai upaya untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dan untuk menambah pengetahuan tentang hal-hal yang berkaitan dengan konsentrasi pemasaran.

4. Bagi Perusahaan Mixue

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan, pengetahuan dan informasi akan keputusan pembelian es krim Mixue yang dipengaruhi kualitas produk dan persepsi harga yang dilakukan oleh konsumen.