

I. PENDAHULUAN

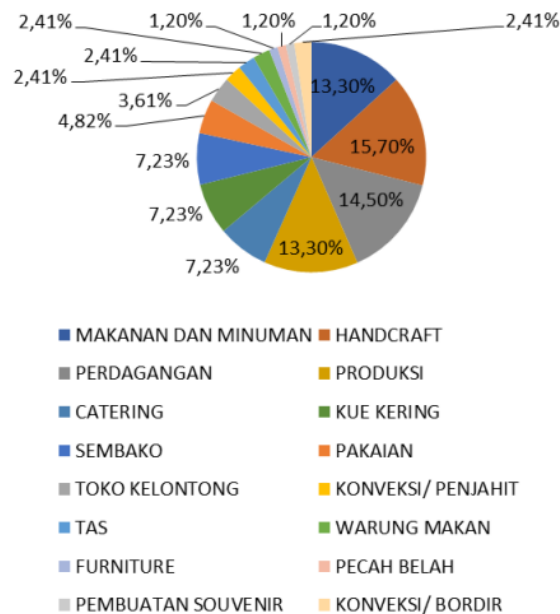
1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis penyedia makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan sekitar 21,13 persen yaitu sebesar 4,01 juta pada tahun 2016 menjadi 4,85 juta pada tahun 2023 (BPS, 2024). Peningkatan ini terjadi karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer. Adapun faktor pendukung lainnya adalah perubahan pola konsumsi yang dipengaruhi oleh teknologi internet. Konsumen dapat mengakses informasi produk dengan menggunakan internet melalui situs atau *website* tertentu, sehingga konsumen dapat memilih merek tertentu pada suatu produk.

Dalam perkembangan bisnis serta pelaku bisnis yang semakin banyak dalam bisnis minuman kekinian pada akhir-akhir ini, semakin banyak dan beragamnya produk-produk yang ditawarkan oleh bisnis pada industri yang sama, hal ini membuat persaingan didalam dunia bisnis minuman kekinian semakin ketat, hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerjanya dan dapat menyusun strategi pemasaran yang efektif serta terus melahirkan inovasi-inovasi dalam menyusun strategi pemasaran hal ini bertujuan agar dapat bersaing di dalam pasar yang sangat ketat dan kompetitif.

Sidoarjo sebagai kabupaten yang dijuluki kota UMKM, memiliki ribuan UMKM yang dapat dijadikan *branding* produk hasil dari Masyarakat di daerahnya. Sehingga ada yang sedang memulai bisnis dan sedang membutuhkan pengarahan untuk memulai berbagai usaha. Maka dari itu semakin banyak pula persaingan antar Perusahaan dengan bidang sama maupun bidang berbeda. Menurut Data Koperasi UMKM, (2020) di Kabupaten Sidoarjo tahun 2021 UMKM berjumlah 13.075 yang

meliputi makanan dan minuman, perdagangan, catering, sembako, toko kelontong, tas, furniture, pembuatan souvenir, handcraft, produksi, kue kering, pakaian, konveksi/penjahit, warung makan, pecah belah dan konveksi border.



Gambar 1.1 Presentase Data UMKM Kabupaten Sidoarjo

Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo (2021)

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas pada tahun 2021 UMKM di bidang kuliner berada di tingkat pertama dengan presentase 13,30%. Ini menandakan bahwa usaha di bidang kuliner merupakan usaha yang diminati baik pengusaha maupun konsumen di kota Sidoarjo. Saat ini, jumlah franchise di Kota Sidoarjo cukup banyak seiring dengan meningkatnya jumlah konsumsi penduduk Sidoarjo.

Maka dari itu ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sebelum merancang usaha baru, seseorang harus terlebih dahulu memperhatikan segmentasi dan target mana yang akan disasar. Selain setiap perusahaan dituntut untuk lebih berinovasi, Perusahaan juga diharapkan dapat memasarkan produk atau jasanya kepada calon konsumen, dengan tujuan agar produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat.

Dalam dunia bisnis minuman, harga menjadi salah satu elemen penting dalam pemasaran yang sangat mempengaruhi minat dan keputusan pembelian konsumen. Produk minuman, terutama yang dijual di kedai atau gerai kekinian, memiliki pasar yang cukup luas, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga pekerja kantoran. Dalam persaingan yang semakin ketat, penetapan harga yang tepat tidak hanya berfungsi untuk menarik konsumen, tetapi juga menjadi indikator nilai dan kualitas produk itu sendiri di mata pelanggan. Setelah dilakukan observasi dan wawancara dapat diketahui harga yang di patok di kedai Lab Milk Candi Sidoarjo dengan ukuran dan berbagai macam rasa.

Dalam menjalankan bisnis, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Menurut Kotler and Keller dalam jurnal penelitian (Lathiifa dan Hapzi Ali, 2013), Kualitas produk merupakan suatu keahlian produk untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi apa yang telah di harapkan oleh pelanggan. Beberapa dari pelanggan menjadikan kualitas produk sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian. Kualitas produk harus diperhatikan karena akan menunjukkan identitas perusahaan, jika produk memiliki masalah di pasar, konsumen akan merasa tidak puas dan beralih ke perusahaan lain yang sejenis untuk menyelesaikan masalah tersebut dan mendapatkan kualitas yang lebih baik. Produk dengan ciri khas akan membedakannya dengan rekan – rekannya dan diimbangi dengan kualitas yang tidak mengecewakan.

Faktor selanjutnya yang akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yakni kualitas pelayanan. Menurut Penelitian oleh Wibowo (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi berdampak positif terhadap keputusan

pembelian dan kepuasan pelanggan pada bisnis minuman kekinian. Sementara itu, Rahayu (2021) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat membentuk loyalitas pelanggan jika dilakukan secara konsisten. Kualitas pelayanan adalah suatu tindakan yang diberikan oleh suatu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak penting dan mengarah kepada kepemilikan atas sesuatu. Kualitas pelayanan sangat penting karena secara langsung akan berdampak pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi asset bagi perusahaan.

Laboratorium Milk (Lab Milk) merupakan salah satu kedai minuman yang terletak di Desa Ngampelsari Sidoarjo. Lab Milk merupakan usaha yang memanfaatkan peluang berkembangnya gaya hidup dan kegemaran masyarakat terhadap minuman dengan bahan dasar susu. Dengan perilaku konsumen maka pihak Lab Milk dapat mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan pembelian akan produk lab milk dan meningkatkan penjualan dan strategi pemasaran. Sehingga dapat membantu lab milk untuk bertahan dalam konteks persaingan ketat dengan berbagai kedai minuman di Sidoarjo.

Tabel 1.1 Data Pembelian Bulan Januari – Februari 2024

Pembelian	Bulan Januari	Bulan Februari
Minggu ke – 1	223	247
Minggu ke – 2	206	311
Minggu ke – 3	227	262
Minggu ke – 4	220	225

Sumber: Data Primer (diolah), 2024

Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa pembelian di kedai minuman lab milk setiap minggu nya bersifat fluktuatif. Dimana dengan persaingan ketat antar kedai minuman yang menyediakan produk yang sama dengan kedai lab milk bisa menjadi salah satu faktor tidak menentukannya jumlah pembeli di setiap minggu nya. Dengan

perilaku konsumen maka pihak lab milk dapat mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan pembelian akan produk lab milk dan meningkatkan penjualan dan strategi pemasaran. Sehingga dapat membantu lab milk untuk bertahan dalam konteks persaingan ketat dengan berbagai kedai minuman di Sidoarjo. Oleh karena itu, studi mengenai keputusan pembelian perlu dilakukan agar pihak lab milk dapat mengetahui penyusunan kebijakan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara sederhana kepada beberapa konsumen lab milk, mereka merasa puas akan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan lab milk. Konsumen mengaku bahwa taste atau rasa yang diberikan oleh lab milk berbeda dengan produk susu lainnya, mereka juga mengaku mendapatkan porsi yang sesuai dengan harga dan juga lab milk memiliki banyak varian rasa yang membuat konsumen tertarik untuk membeli produk lab milk. Berbeda dengan pernyataan konsumen yang lain, bahwa taste atau rasa yang diberikan oleh lab milk kurang sesuai dengan selera seperti terlalu manis, terlalu kental dan kurang rata dalam mengaduk. Disamping itu juga dikatakan terkadang pelayanan yang diberikan sedikit lama dan kurang komunikatif terhadap konsumen.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, peneliti memutuskan untuk mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Varian Susu di Kedai Lab Milk Sidoarjo”.

1.2. Rumusan Masalah

Fenomena ramai nya membuka usaha franchise makanan dan minuman di berbagai daerah termasuk juga di daerah Candi Sidoarjo. Kedai minuman

Laboratorium Milk mampu bertahan di era banyak nya pesaing dengan produk minuman yang serupa. Namun, seiring berjalannya waktu, laboratorium milk juga mengalami sepi pengunjung. Beberapa faktor yang diduga menjadi ancaman bagi Laboratorium Milk antara lain pembuatan produk yang asal asalan membuat cita rasa yang diberikan berbeda dari biasanya. Dalam hal pelayanan pelanggan terkadang lama menunggu pesanannya, dan pegawai dari laboratorium milk yang kurang ramah dan kurang senyum kepada pelanggan. Jika kualitas pelayanan yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataan maka konsumen tersebut tidak akan Kembali menggunakan jasa yang ditawarkan Kedai minuman Laboratorium milk. Oleh karena hal tersebut, penulis ingin meneliti apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan yang sebelumnya diberikan masih tetap berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen pada saat ini. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen di kedai lab milk Candi Sidoarjo?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian minuman varian susu di kedai minuman lab milk Candi Sidoarjo?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen yang berkunjung di kedai lab milk Sidoarjo.
2. Menganalisis antara pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian minuman varian susu di kedai lab milk Sidoarjo.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa mampu menerapkan berbagai ilmu yang pernah diperoleh selama dibangku perkuliahan serta dapat melatih mahasiswa dalam menganalisis suatu permasalahan yang ada dan dapat mencari solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai bentuk tambahan referensi yang sudah ada dan dapat dijadikan ilmu pengetahuan terutama tulisan mahasiswa yang dapat direkomendasikan di perguruan tinggi serta dapat dijadikan sebagai acuan penulisan karya sejenis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi kepada kedai lab milk Candi Sidoarjo agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan penjualan produk minuman varian susu dalam aspek kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.