

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi dunia yang cepat dan kompleks, berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dengan ditandai banyak bermunculan usaha – usaha, terutama dengan kehadiran aneka ragam bisnis kuliner. Hal ini dibuktikan dengan data yang dimiliki oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf) yaitu bisnis kuliner memberikan kontribusi terbesar untuk sektor ekonomi kreatif (dalam cnnindonesia.com). Berkembangnya bisnis kuliner di Indonesia menimbulkan ketatnya persaingan antar pelaku bisnis dalam mendapatkan pasar konsumen. yaitu Beragam inovasi terus dilakukan untuk memperoleh lebih banyak konsumen. Berbagai cara yang dilakukan seperti halnya melakukan pemberian potongan harga/diskon produk.

Minat konsumen untuk memiliki dan membeli produk dipengaruhi oleh dorongan dari dalam diri konsumen untuk memiliki dan membeli produk. Dorongan dari dalam diri konsumen untuk memiliki produk merupakan respon terhadap rangsangan (stimuli) baik dari luar ataupun dari dalam diri konsumen (Rosdiana, Haris, dan Suwena ; 2019). Konsumen memiliki minat untuk membeli produk yang diinginkannya. Minat beli merupakan perilaku yang timbul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler, 2011:15). Minat tersebut akan mendorong konsumen untuk melakukan keputusan atas masalah yang dihadapinya. Keputusan tersebut mengenai pilihan konsumen untuk membeli atau tidak produk yang diinginkannya.[1] Dalam melakukan keputusan pembelian bukanlah hal yang mudah, diperlukan berbagai pertimbangan yang matang sehingga mendapatkan produk yang sesuai

dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Keputusan pembelian direncanakan berdasarkan pengalaman masa lalu oleh pembeli, yang menimbulkan perbandingan antara produk yang dibeli dimasa lalu dan produk yang akan dibeli saat ini.

Untuk meningkatkan angka penjualan dan keuntungan, perusahaan membutuhkan strategi yang dapat membuat konsumen memiliki niat untuk membeli suatu produk yang dipasarkan. Dalam Sudarti dan Ulum (2019) menyebutkan bahwa minat beli merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk jika kriteria produk sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut. Semakin tinggi keyakinan konsumen terhadap suatu produk semakin meningkat pula niat beli konsumen. Niat beli dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya ialah potongan harga.[2]

Tjiptono (2008: 166) menyebutkan diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Para konsumen tertarik untuk mendapatkan harga yang pantas. Harga yang pantas berarti nilai yang di persepsikan pantas pada saat transaksi dilakukan. Konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan harga yang mahal berarti mempunyai kualitas yang baik, sedangkan apabila harga yang murah mempunyai kualitas yang kurang baik. (Assauri, 2009: 126). Berdasarkan definisi diatas, disimpulkan bahwa potongan harga adalah nilai yang diberikan sebagai bentuk pengurangan biaya dalam proses pembayaran.

Dilansir dari mediaindonesia.com, Kota Jakarta menjadi tempat yang sangat potensial untuk memasarkan produk akhir kopi dalam segala jenis, hal ini membuat *coffee shop* di indiesia makin menjamur. Kopi Janji Jiwa salah satunya, merupakan kedai kopi yang banyak diminati oleh masyarakat. Kopi Janji Jiwa sudah terkenal diberbagai kota besar lainnya di Indonesia. Dengan meningkatnya tren meminum kopi di Indonesia membuat Kopi Janji Jiwa meraih penghargaan dari Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) sebagai pemecah rekor

“Pertumbuhan Kedai Kopi Tercepat Dalam Satu Tahun” dengan telah berhasil membuka dan memperluas 700 *outlet* dalam satu tahun di 50 Kota di Indonesia. Selain itu, berdasarkan data dari International Coffee Organization (ICO) menyatakan bahwa pertumbuhan peminum kopi di Indonesia yaitu sebesar 8%, lebih besar dari pertumbuhan dunia yang hanya sebesar 6%.

Sejak berdiri di tahun 2018, perusahaan ini berubah nama menjadi Jiwa Group dan pada penghujung 2019 ini sudah melakukan banyak inovasi, salah satunya dengan menghadirkan Jiwa Toast yang menjadikan inspirasi gaya baru dalam menikmati *Toast Bread* dengan berbagai varian rasa. Jiwa Toast juga menyajikan berbagai bahan berkualitas secara *fresh* oleh juru masak yang berpengalaman. Kombinasi antara Kopi Janji Jiwa dengan Jiwa Toast membuat banyak perhatian dikalangan masyarakat terutama mahasiswa (Diakses di bisnis.tempo.co).

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat diperhatikan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah hal yang harus diperhatikan oleh suatu umkm agar lebih unggul dari pesaing. Dengan memberikan berbagai macam promosi seperti potongan harga produk menjadi salah satu daya tarik agar konsumen membeli produk tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan menambah informasi lebih dalam dengan didukung bukti ilmiah untuk mengetahui bagaimana pengaruh potongan harga produk terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “PENGARUH POTONGAN HARGA PRODUK TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN PADA KONSUMEN JANJI JIWA DAN JIWA TOAST (Survei Dilakukan Kepada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta).”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, diperoleh rumusan masalah untuk melakukan penelitian “PENGARUH POTONGAN HARGA PRODUK TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN PADA KONSUMEN JANJI JIWA DAN JIWA TOAST (Survei Dilakukan Kepada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta), yaitu sebagai berikut:

- a. Bagaimana penilaian konsumen terhadap potongan harga produk janji jiwa dan jiwa toast?
- b. Bagaimana minat beli konsumen terhadap produk janji jiwa dan jiwa toast?
- c. Apakah terdapat pengaruh signifikan potongan harga produk terhadap minat beli makanan/minuman di Janji Jiwa dan Jiwa Toast lingkup mahasiswa/i UNJ?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penulisan

1. Tujuan Penulisan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penulisan karya ilmiah ini, yaitu :

- a. Mengetahui penilaian konsumen terhadap potongan harga produk janji jiwa dan jiwa toast.
- b. Mengetahui penilaian konsumen terhadap minat beli produk Janji Jiwa dan Jiwa Toast.
- c. Mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan potongan harga produk terhadap minat beli makanan/minuman di Janji Jiwa dan Jiwa Toast di lingkup mahasiswa/i UNJ.

2. Manfaat Penulisan

Manfaat dari diadakannya penelitian ini, antara lain :

a. Bagi penulis

Sebagai sarana untuk menerapkan dan mengembangkan ilmu yang didapat selama perkuliahan yang berkaitan dengan pembuatan aplikasi sistem pendukung keputusan dan masalah yang ada pada dunia kerja.

b. Bagi Universitas Negeri Jakarta dan Fakultas Ekonomi

Sebagai bahan referensi yang dapat dipergunakan untuk perbandingan dan kerangka acuan untuk persoalan yang sejenis, sehingga dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan merupakan dorongan bagi akademik untuk menjadi tolak ukur keberhasilan dalam memberikan bekal ilmu kepada mahasiswa.

c. Bagi Pembaca

Dapat dimanfaatkan sebagai bahan penambah wawasan, informasi, dan referensi bagi pembacanya.