

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis ialah sebuah proses yang kita jalankan guna menghasilkan keuntungan. Saat ini, Indonesia tengah mengalami perkembangan ekonomi yang signifikan, yang menyebabkan banyaknya persaingan yang terjadi dalam bisnis. Adanya persaingan bisnis membuat pelaku usaha untuk berfikir keras cara untuk menaikkan tingkat penjualan produk yang dimiliki. Untuk memenuhi permintaan manusia yang tidak terbatas yang membuat para pelaku usaha mengambil suatu peluang. Dengan kesibukan masyarakat yang memiliki banyaknya tugas yang harus di selesaikan dan aktifitas masyarakat mengharuskan untuk bekerja diluar tempat tinggal, Situasi ini mendorong orang-orang untuk menemukan cara yang mudah dan cepat untuk mencukupi kebutuhan pribadi. Salah satunya contohnya mencari makanan dan minuman diluar yang terjangkau dan praktis. Kedua hal ini sangat dibutuhkan untuk mendukung aktivitas manusia dan berperan penting dalam perkembangan perekonomian.

Pada generasi saat ini manusia lebih menyukai produk dengan kemasan dan produk yang menarik termasuk minuman yang biasa ada pada warung dan produk *franchise* seperti Teh dan Kopi dijadikannya sebagai minuman kekinian. *Franchise* juga mengalami perkembangan pesat di Indonesia. Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) mengungkapkan industri waralaba mencatatkan pertumbuhan rata-rata sebesar 10-15% per tahun sejak 2019. AFI (Asosiasi Franchise Indonesia) melihat sektor makanan dan minuman memang telah memberikan kontribusi terbesar dalam

industri waralaba berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan RI. Pada tahun 2021 saja, industri waralaba di Indonesia menyumbang sekitar 1,9% dari PDB, dengan sektor makanan dan minuman berkontribusi 58,37% dan ritel 15,31% (Franchise, 2023). Banyaknya produk makanan dan minuman yang dikembangkan melalui usaha *franchise*. Salah satunya yang berkembang pesat yaitu *franchise* minuman seperti teh. Maraknya penjualan teh memicu persaingan didalamnya. Membuat para pengusaha *franchise* berlomba-lomba untuk menarik keinginan seseorang dengan melakukan pelayanan yang baik dan menawarkan berbagai pilihan rasa dari variasi produk yang dimiliki. Tidak sedikit dari pelaku usaha bersaing dari harga yang ditawarkan kepada konsumen.

Dalam usaha untuk mempertahankan dan menarik minat konsumen pelaku usaha harus mengetahui suatu hal yang dibutuhkan oleh orang tersebut dan bisa mengamatinya saat melaksanakan pembelian suatu produk. Kualitas pelayanan yaitu suatu hal penting yang dipertimbangkan pelanggan guna mengambil keputusan pembeliannya. Es teh nusantara dikijang berusaha melakukan pelayanan dengan cara yang sangat ramah dan cekatan dalam memberikan pelayanan. Serta pelaku usaha juga sangat tanggap dalam menerima keluhan dari konsumen. Namun, dari hasil prasurvey yang dilakukan pada Es Teh Nusantara 10 orang ada 7 orang diantaranya menyatakan pelayanan penyajian minuman cukup lama tetapi pelayanan menanggapi dengan ramah para konsumen. Pelayanan yang baik berpotensi dalam meningkatkan daya beli terhadap produk.

Es Teh Nusantara diproduksi oleh PT Mommilk Group Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2011. Kemudian PT Mommilk Group Indonesia bergerak pada

bidang *franchise* pada tahun 2021. Dimana lebih dari 2000 mitra atau pelaku usaha yang memilih *franchise* ini termasuk di kawasan kijang. Di kijang Es Teh Nusantara telah ada sejak tahun 2022 .

Namun, adanya beberapa produk yang serupa membuat terjadinya persaingan. Berikut beberapa penjual teh yang berada di kawasan kijang:

Tabel 1.1
Nama Usaha Penjual Es Teh Di Kijang

No	Nama Usaha	Alamat Usaha
1	Teh Poci	Jl. Berek Betawi, Kijang kota
2	Esteh Sejuk	Jl. Pasar Impres, Kijang Kota Tua
3	Teh Manis Jumbo	Jl. Tanah Kuning, Kijang Kota
4	Es Teh Nusantara	Jl. Semen Tekojo, Kijang Kota

Sumber :Data Diolah (2025)

Karena di zaman sekarang banyaknya penjual minuman yang hampir sama membuat meningkatnya jumlah persaingan yang ketat untuk Es Teh Nusantara. Membuat adanya sebuah kompetisi dalam persaingan untuk meningkatkan kelebihan yang dimiliki.



Sumber : Data Penjualan Januari-Desember (2024)

Gambar 1. 1
Data penjualan Es Teh Nusantara Januari-Desember tahun 2024

Pada Gambar 1.1 menunjukkan adanya penurunan terhadap pendapatan penjualan pada bulan Januari-Desember tahun 2024 yang terjadi sebab adanya persaingan yang muncul di pasar. Persaingan pasar yang dialami oleh Es Teh Nusantara karena munculnya merek *franchise* lain seperti Es Teh Jelly, Teh Poci dan Esteh Sejuk yang dapat menarik perhatian dari konsumen. Kualitas pelayanan sangat penting apabila kita melakukan suatu pelayan yang baik maka respon dari konsumen akan berdampak baik terhadap usaha yang dijalani. Es Teh Nusantara memiliki kualitas pelayanan yang memuaskan dan ramah terhadap konsumen yang menjadi keunggulan tersendiri. Apabila ada yang memberikan saran terhadap Es Teh Nusantara mereka menerima dengan sangat terbuka.

Sebenarnya dengan kualitas pelayanan saja belum cukup untuk bersaing dengan produk dari teh *franchise* lainnya. Harga juga berperan penting dalam menarik atau memikat para konsumen. Peneliti melakukan survei terhadap harga, terdapat perbedaan harga yang dapat dibandingkan dengan harga Es Teh Nusantara. Walaupun dengan perbandingan harga yang hanya 1000-2000 pergelas Konsumen akan memilih produk yang lebih murah jika produk tersebut serupa. Es Teh Nusantara menawarkan harga 8000 untuk teh dengan gelas besar ukuran 22oz sedangkan teh poci menawarkan harga 6000 untuk teh dengan gelas besar ukuran 22oz.

Selain kualitas pelayanan dan harga, variasi produk juga berdampak untuk keputusan pembelian agar seseorang tidak bosan dengan produk yang itu saja. Ketersediaan produk dan menu juga harus diperhatikan. Meskipun merek lain juga merupakan minuman teh tetapi mereka menarik dengan cara memiliki variasi

rasa yang berbeda yang memberikan beberapa *experiance* berbeda dalam rasanya. Variasi produk yang ditawarkan pada konsumen harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan agar dapat memenuhi kebutuhan bagi konsumen. Kebanyakan konsumen menyukai varian produk yang beragam untuk dapat menentukan Keputusan pembelian pada produk tersebut. Es Teh Nusantara yang bersaing dengan variasi produk dari Es Teh Jelly yang memadukan variasi teh dan jelly kedalam produknya. Ketersediaan produk dari Es Teh Nusantara juga menurut para konsumen terkadang tidak memadai sesuai kebutuhan yang konsumen inginkan. Jika produk yang disediakan hanya itu saja dan monoton maka konsumen akan merasa bosan. Hal ini dapat mengakibatkan dampak pada keputusan pembelian dari konsumen.

Berdasarkan masalah diatas didukung oleh fenomena dan data peneliti tertarik menggunakan judul penelitian **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TEH NUSANTARA DI KIJANG ”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Bersumber dari uraian latar belakang diatas, jadi identifikasi masalah didalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang masih ada kekurangan yang dirasakan oleh konsumen Kepada produk Es Teh Nusantara.
2. Harga yang bersaing antara pengusaha teh akan menjadi daya tarik pelanggan untuk melakukan pembelian di Es Teh Nusantara daripada produk teh lain.

3. Perubahan selera konsumen membuat Es Teh Nusantara agar melakukan Penambahan Variasi Produk yang dapat menarik konsumen untuk kembali menjadi konsumen produk Es Teh Nusantara.

1.3 Perumusan Masalah

Dengan adanya permasalahan dan latar belakang permasalahan yang diuraikan diatas, dapat diketahui bahwa rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Nusantara?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Nusantara?
3. Apakah Variasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Nusantara?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Harga dan Variasi Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan Pembelian Es Teh Nusantara?

1.4 Pembatasan Masalah

Bersumberkan dari latar belakang diatas peneliti membatasi masalah penelitian ini karena ruang lingkup tidak terlalu luas. Pembatasan dilakukan agar teratur sesuai dengan apa keperluan yang diinginkan. Maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Variabel bebas yang ingin diteliti yaitu variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Variasi Produk

2. Variabel terikat yang diteliti adalah Keputusan Pembelian pada Es Teh Nusantara.
3. Responden yang diteliti adalah seseorang yang sudah melakukan pembelian Es Teh Nusantara.
4. Penelitian dilakukan pada Es Teh Nusantara di kijing.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Nusantara.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan Pembelian Es Teh Nusantara.
3. Untuk mengetahui pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Nusantara.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Nusantara.

1.6 Manfaat Penelitian

Dampak dari menyelesaikan target penelitian yaitu manfaat temuan keuntungan penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan ketidaktahuan peneliti serta kemampuan yang baru terkait pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Nusantara. Juga guna mendapat gelar S1 sarjana manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji.

2. Manfaat bagi pembaca

Manfaat bagi para pembaca penelitian ini dapat menjadi tambahan bahan informasi serta panduan bagi penelitian lainnya.

3. Manfaat bagi Universitas

Penelitian ini bisa dijadikan bahan panduan dan informasi terkait pengaruh kualitas pelayanan, harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian Es Teh Nusantara.

4. Manfaat bagi Jurusan

Penelitian ini diinginkan bisa dijadikan panduan untuk mahasiswa jurusan manajemen serta bisa dijadikan arsip bagi jurusan.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika Penulisan Sebagai kesimpulan, tahapan pembahasan dalam penelitian ini dibagi dalam lima bab. Berikut adalah pokok utama yang dibahas dalam setiap bab :

BAB I : PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Pada Bab kedua terdapat Informasi teori ilmiah mengenai masalah yang diangkat dalam penelitian ini dijelaskan pada

bab kedua yang juga mencakup penelitian sebelumnya, kerangka konseptual, rumusan hipotesis, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga ini memberikan penjelasan mengenai topik – topik berikut: variabel kajian, definisi operasional variabel, skala pengukuran variabel, populasi dan sampel, strategi pengambilan sampel, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat ini memaparkan penemuan peneliti, pengujian asumsi klasik, serta penjelasan teoritis dengan analisis statistik dan kuantitatif

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima ini temuan yang didasarkan pada penelitian yang telah dilaksanakan, berupa kesimpulan dan saran dalam penelitian ini yang menawarkan solusi terhadap rumusan masalah.