

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia dalam bidang perekonomian sangat pesat. Seiring dengan terus meningkatnya kebutuhan yang harus terpenuhi dalam setiap harinya, maka berbagai cara untuk mendapatkan penghasilan terus dilakukan oleh para perusahaan.

Salah satu peluang bisnis yang dapat dikatakan tidak akan mati adalah usaha kuliner. Makan adalah kebutuhan sehari-hari yang penting bagi individu, kuliner disini dapat diartikan sebagai kebutuhan hidup manusia yang berkaitan dengan kegiatan konsumsi

Banyak ayat *Al-Qur'an* maupun *hadits* yang menjelaskan tentang anjuran-anjuran untuk berbisnis, salah satu ayat yang menjelaskan tentang anjuran dalam berbisnis yaitu pada surat *Al-Jumu'ah* ayat 10 yaitu:¹

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “*Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.*”

Penjelasan ayat tentang anjuran untuk berbisnis diatas pada saat ini telah banyak diterapkan oleh masyarakat. Dimana saat ini bisnis menjadi fenomena yang marak dikalangan masyarakat. Maraknya berbagai jenis bisnis tersebut, kini juga telah merambah di Tasikmalaya. Salah satu bisnisnya adalah bisnis angkringan.

Angkringan merupakan salah satu bentuk konsep penjualan makanan maupun minuman yang biasanya berupa warung bergerobak dengan tenda sederhana dan waktu oprasional sore hingga malam hari, bahkan sampai dini hari.²

¹ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran *Al-Qur'an*, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 1978)

² Angkringan adalah Fast Food Asli Indonesia, diakses melalui <https://m.solopos.com/angkringan-adalah-fast-food-asli-indonesia-1000002>

Angkringan dipelopori oleh Embah Pairo yang berasal dari daerah Klaten Yogyakarta, Angkringan ini merupakan model perdagangan makanan dan minuman dengan menggunakan gerobak dorong yang buka pada sore hari hingga malam hari, bisnis ini juga sangat diminati oleh kelompok masyarakat menengah kebawah karena harganya yang murah. Bahkan ada juga kedai angkringan yang sudah dimodifikasi yang menyerupai gerai kedai kopi yang saat ini sedang *trending*. Meski di gerai angkringan modern tersebut, ada juga yang masih menyajikan menu-menu tradisional khas angkringan, salah satunya adalah wedang jahe dan nasi kucing, dengan konsep perpaduan nuansa modern dan makanan tradisional ataupun sebaliknya³. Konsep angkringan yang awalnya ada di Yogyakarta dan Solo sekarang sudah berekspansi ke kota lain seperti di Tasikmalaya dan sekitarnya.

Semakin menjamurnya angkringan di penjuru kota, memaksa para pelaku bisnis untuk menyusun strategi jitu untuk menghadapi persaingan. Banyaknya peminat berdampak pada intensitas persaingan yang semakin meningkat karena banyak bisnis kuliner yang memakai konsep angkringan. Mereka saling bersaing menciptakan keunggulannya masing-masing dan menciptakan perbedaan yang signifikan antara angkringan mereka dengan yang lainnya agar konsumen bisa memilih atau membeli produk yang ditawarkan. Jadi, tidak hanya produk yang menjadi tujuan utama dalam bersaing dalam bisnis kuliner, namun pemilihan lokasi juga dapat berperan dalam menarik minat pelanggan. Memiliki andil penting dalam mempengaruhi kesuksesan sebuah bisnis. Variabel lokasi menentukan kesuksesan suatu industri makanan karena erat kaitannya dengan kemudahan konsumen dalam menjangkaunya. Salah memilih lokasi dapat berakibat fatal bagi industri makanan. Industri harus menyadari sebelum konsumen melakukan pembelian terhadap suatu

³ Triskia Ayu Nabila, “Pengaruh Desain, Persepsi Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Angkringan Bae Purwokerto)”, Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto, 2020, hlm. 3

produk atau jasa, Konsumen akan sangat mempertimbangkan faktor lokasi yang sesuai. Maka untuk itu para pelaku industri harus mempertimbangkan hal-hal strategis dalam penentuan lokasi. Karena lokasi yang strategis berkaitan dengan minat beli konsumen dan pembelian ulang dari konsumen terhadap suatu produk.

Angkringan Hokie Dimsum merupakan salah satu angkringan di Tasikmalaya yang telah beroperasi sejak tanggal 30 agustus 2019 yang bertempat di jalan siliwangi, Kelurahan Kahuripan, Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya, tepatnya di depan Universitas Siliwangi. Pada umumnya kebanyakan angkiringan menjual olahan makanan khas dari jawa lain halnya dengan angkringan Hokie Dimsum yang menjual olahan makanan tradisional Cina, seperti siomay.⁴

Adapun produk diujakan di angkringan ini ialah dimsum yang merupakan salah satu makanan ringan yang berasal dari negara China yang biasa disajikan dengan cara dikukus maupun digoreng. Makanan ini biasa dinikmati bersama saat minum teh (yam cha). Penyajiannya yang praktis dan penyediaan kalori yang cukup tinggi, sebesar 138 kal /100g membuat dimsum banyak diminati masyarakat yang menerapkan gaya hidup praktis. Banyak jenis dimsum yang ada dan telah diadaptasi dengan cita rasa Indonesia seperti hakau, siomay, mantau, char siu baau dan jenis-jenis lainnya. Dalam membuka usahanya *Owner* Angkringan Hokie Dimsum memperhatikan sektor lokasi sebelum membuka usahanya dari hobi yang suka nongkrong bersama teman di kota Bandung.⁵

Keberadaan Angkringan Hokie Dimsum membuka persaingan yang sengit diantara pemain bisnis angkringan di Kota Tasikmalaya yang mana terdapat beberapa angkringan lain yang bermain pada strategi harga, lokasi serta produk dalam menarik minat pembelian konsumen khususnya untuk

⁴ Hasil Observasi Pendahuluan dengan Owner Hokie Dimsum pada 27 Januari 2022.

⁵ Hasil Observasi Pendahuluan dengan Owner Hokie Dimsum pada 27 Januari 2022.

di Kecamatan Tawang dan sekitarnya. Peneliti berhasil mendapatkan data yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:⁶

Tabel 1.1
Daftar Kompetitor Terdekat Angkringan Dimsum Hokie

No.	Nama Angkringan	Alamat
1.	Angkringan Jogja HZ	Jl. KHZ. Mustofa No.343, Kahuripan, Kec. Cihideung, Tasikmalaya
2.	Angkringan 96	Jl. KHZ. Mustofa No.278, Nagrawangi, Kec. Cihideung, Tasikmalaya
3.	Angkringan BKR 29	Jl. BKR No.27, Kahuripan, Kec. Tawang, Tasikmalaya
4.	Angkringan Zanjabil	Jl. Siliwangi No.39-45, Kahuripan, Kec. Tawang, Tasikmalaya
5.	Angkringan Pandawa	Jl. Lingkar Dadaha No.26, Nagrawangi, Kec. Cihideung, Tasikmalaya
6.	Angkringan Arjuna	Kahuripan, Kec. Tawang, Tasikmalaya
7.	Angkringan Engineer	Jl. Siliwangi No.64, Kahuripan, Kec. Tawang, Tasikmalaya

Persaingan yang kompetitif dalam industri makanan menuntut setiap pembisnis mengembangkan strategi pemasaran yang berfokus pada konsumen dalam mencapai tujuan. Minat beli konsumen merupakan tindakan yang menjadi harapan perusahaan. Melalui strategi harga, lokasi, dan strategi produk, perusahaan akan mampu mempengaruhi konsumen yang berujung pada keputusan pembelian. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dari itu penulis memilih judul penelitian **“Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Angkringan Hokie Dimsum Tasikmalaya”**.

⁶ Hasil Observasi Pendahuluan Lokasi Kompetitor Pada Tanggal 28 Januari 2022.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen Angkringan Hokie Dimsum di Tasikmalaya?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen Angkringan Hokie Dimsum di Tasikmalaya?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen Dimsum di Tasikmalaya?
4. Apakah terdapat pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini dengan melihat latar belakang masalah dan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen Dimsum di Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen Dimsum di Tasikmalaya
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen Dimsum di Tasikmalaya.

D. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan tersebut, maka dapat diambil manfaatnya antara lain:

1. Kegunaan Akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi khasanah perpustakaan bagi Universitas Siliwangi serta memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi yang ingin mempelajari masalah yang berhubungan dengan lokasi, harga, produk terhadap minat beli konsumen.
2. Kegunaan Praktis. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat menjadi masukan bagi penulis untuk memperoleh pengetahuan yang lebih lagi dan untuk menerapkan ilmu yang telah didapat selama duduk di bangku

perkuliahan. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan dalam keputusan pemilihan lokasi, harga, produk terhadap minat beli konsumen.

3. Kegunaan Umum, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai keputusan pembelian konsumen bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang keterkaitan antara lokasi, harga, dan produk terhadap minat beli konsumen.