

## **BAB I**

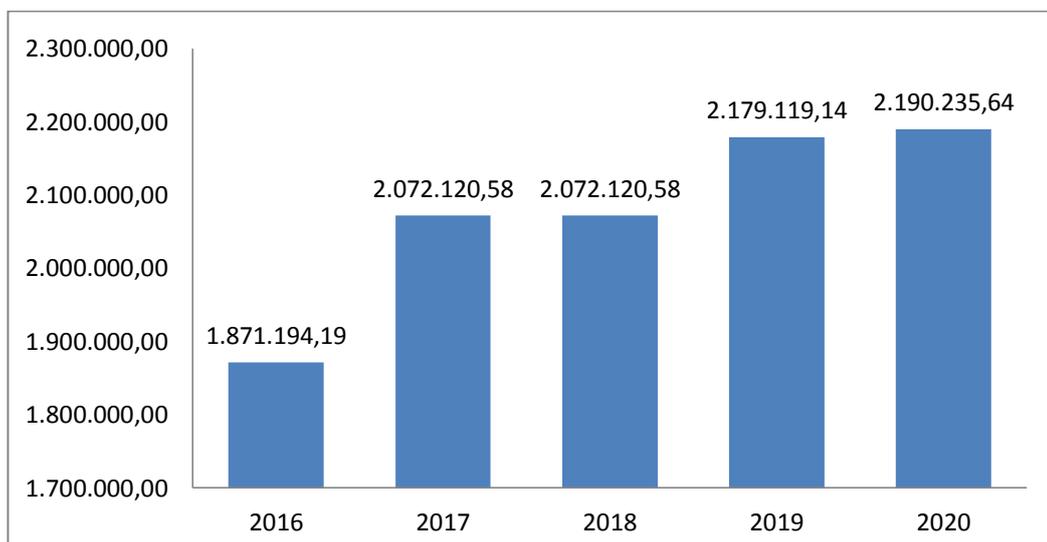
### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan salah satu penanda guna mengenali keadaan ekonomi di sesuatu negeri dalam sesuatu periode tertentu merupakan informasi Produk Domestik Bruto (PDB), baik atas dasar harga berlaku ataupun atas dasar harga konstan. Produk Domestik Bruto (PDB) pada dasarnya adalah jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh segala unit usaha dalam sesuatu negara tertentu, ataupun merupakan jumlah nilai barang serta jasa akhir yang dihasilkan oleh segala unit ekonomi. Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku menggambarkan nilai tambah barang serta jasa yang dihitung memakai harga yang berlaku pada tiap tahun, sebaliknya Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga konstan menampilkan nilai tambah barang serta jasa tersebut yang dihitung memanfaatkan harga yang berlaku pada satu tahun tertentu selaku dasar.

Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku dapat digunakan buat memandang perpindahan serta struktur ekonomi, juga harga konstan digunakan guna mengenal perkembangan ekonomi dari tahun ke tahun. Apabila suatu negara hendak dikatakan sanggup pada saat memiliki Produk Domestik Bruto (PDB) dengan jumlah besar. Bila telah mengenali nilai Produk Domestik Bruto (PDB)nya, baru suatu negara dapat memikirkan banyak perihal semacam memutuskan kebijakan ekonomi apa serta serupa apa yang dapat tingkatkan nilai

Produk Domestik Bruto (PDB). Perihal ini karena Produk Domestik Bruto (PDB) dapat dijadikan alat ukur dari perekonomian suatu negeri. Produk Domestik Bruto (PDB) yang besar belum berarti seluruh penduduk negara tersebut juga memiliki ekonomi yang besar.



Gambar 1.1 Produk Domestik Bruto Makanan Dan Minuman 2016-2020  
(Miliar Rupiah)

*Sumber: Badan Pusat Statistik*

Menurut data pada gambar 1.1, produk domestik bruto makanan dan minuman terus hadapi kenaikan dari tahun 2016 sampai 2020. Sektor makanan dan minuman yang tumbuh pesat mewajibkan para pelaku bisnis guna merancang strategi-strategi supaya bisa memenangkan persaingan bisnis sehingga usaha yang dijalankan bisa tumbuh dengan baik, metode agar industri dapat memenangkan persaingan bisnis adalah dengan menguasai kemauan serta kebutuhan konsumen. Dengan begitu industri hendak memperoleh masukan sebagai bahan pertimbangan guna merancang strategi yang hendak dijalankan untuk memperoleh kepuasan

dari konsumen, sebab kepuasan konsumen adalah perihal yang berarti dalam keberlangsungan usahanya.

PDRB per kapita Kabupaten Bekasi rata-rata mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, dengan jumlah penduduk sebanyak 3.899.017 jiwa, PDRB per kapita ADH berlaku Kabupaten Bekasi sebesar Rp. 81.544.434. Angka ini mengalami penurunan -5,93 persen dibandingkan tahun 2019. Penurunan PDRB per kapita di atas terjadi karena adanya wabah Covid 19 yang cukup mempengaruhi perekonomian secara global. Bila PDRB nya tinggi dibagi dengan jumlah penduduk akan menyebabkan tinggi pula PDRB per kapita. Hal ini lah yang terjadi di Kabupaten Bekasi. Akibat tingginya output sektor industri menyebabkan tinggi pula angka PDRB Kabupaten Bekasi, sehingga PDRB per kapita yang dihasilkan pun tinggi, walaupun pada kenyataannya masih banyak masyarakat Kabupaten Bekasi yang hidupnya berada di bawah garis kemiskinan dan memiliki daya beli yang rendah.

Secara riil tingginya nilai PDRB ADHB Kabupaten Bekasi disebabkan oleh peranan industri pengolahan yang ada di Kabupaten Bekasi. Tercatat ekspor Kabupaten Bekasi tahun 2017 lebih dari Rp. 20,49 milyar USD, namun multiplier effect dari adanya industri belum cukup memberikan pengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat Kabupaten Bekasi. Sektor industri pengolahan masih memberikan kontribusi terbesar terhadap nilai tambah total di Kabupaten Bekasi. Dominasi kontribusi sektor industri pengolahan terhadap nilai PDRB Kabupaten Bekasi pada tahun 2020 mencapai 77,20 persen.

Disaat ini, merebaknya kafe mulai jadi pemandangan sehari- hari. Melalui bermacam- macam penyebutan, seperti *Coffee Shop*, apalagi kafe sekalipun makin menjamur di berbagai golongan. Maraknya kafe tersebut juga dibarengi dengan tema serta tujuan tertentu. misalnya, bermacam- macam konsep dengan iringan musik, terjangkaunya harga, sampai sajian menu dengan nuansa tradisional hingga modern seolah jadi daya tarik tersendiri khususnya untuk anak muda. Kafe masih jadi andalan untuk para anak muda khususnya di kecamatan Tambun Selatan. Perihal ini bisa dilihat dari fenomena menjamurnya kafe di Kecamatan Tambun Selatan. Di kecamatan Tambun Selatan eksistensi kafe mulai diperhitungkan untuk anak- anak muda khususnya mahasiswa. Biasanya, kafe di sini sebagai tempat bertatap muka, baik itu dengan keluarga, sahabat maupun rekan bisnis. Tidak dipungkiri, pembuktian ini makin mempengaruhi terhadap kehidupan anak- anak muda di kecamatan Tambun Selatan ini seperti nongkrong serta hangout. Kini orang berangkat ke *Coffee Shop* tidak cuma buat mencicipi santapan atau minuman khasnya, melainkan untuk nongkrong serta bersantai denga kelompoknya. Tidak jarang saat ini di kecamatan Tambun Selatan banyak terdapat *Coffee Shop* dengan konsep yang berbeda- beda.

Kecamatan Tambun Selatan merupakan salah satu kecamatan di kabupaten Bekasi Jawa Barat yang memiliki banyak *Coffee Shop*, dimulai dari *Coffee Shop* kelas bawah sampai kelas atas. Perkembangan bisnis *Coffee Shop* di kecamatan Tambun Selatan semakin lama semakin meningkat. Hal ini menyebabkan maraknya persaingan bisnis *Coffee Shop* di kecamatan Tambun Selatan.

Fenomena meningkatnya persaingan bisnis dibidang *Coffee Shop* ini menuntut para pelaku usaha guna merancang bermacam berbagai strategi dalam meningkatkan aktivitas bisnisnya agar bisa memenangkan persaingan bisnis yang ada. Salah satu metode guna memenangkan persaingan bisnis industri di bidang benda serta jasa ialah dengan tingkatan mutu produk dan mutu pelayanan yang dimilikinya.

Menurut Kotler dan Keller (2005) untuk meningkatkan persaingan bisnis, perusahaan harus sanggup memenangkan persaingan dengan membagikan produk yang baik serta wajib mengenali standar mengenai selera konsumen yang senantiasa tumbuh serta berubah-ubah. Guna memenangkan persaingan ini, pelaku usaha dituntut agar sanggup bersaing atas produk serta layanan guna memuaskan konsumennya. Seorang pengelola bisnis wajib mengenali apa yang diinginkan serta diperlukan oleh konsumen agar usaha yang dijalankannya dapat bertahan di tengah persaingan yang sangat ketat ini. Oleh karena itu industri dituntut untuk bisa membagikan kesan yang baik kepada para konsumennya dengan cara mempertimbangkan faktor-faktor yang bisa pengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut Kotler (2002) kepuasan pelanggan ialah hasil yang dialami pembeli baik senang ataupun kecewa mengenai perbandingan antara harapan dengan apa yang dialami. Biasanya harapan pelanggan ialah perkiraan tentang apa yang hendak diterima apabila dia membeli sesuatu benda ataupun jasa tersebut. Kotler (2000) juga menerangkan bahwa kepuasan pelanggan ialah hasil yang

dialami pembeli atas kinerja industri yang bisaenuhi harapan mereka, mereka puas apabila harapannya dipenuhi serta senang apabila harapannya dilebihi.

Industri yang memberikan harga terjangkau, kualitas produk yang baik, kualitas produk yang baik, letak bisnis yang strategis serta pula promosi yang menarik dapat memenuhi standar kepuasan konsumen. Dengan begitu industri sanggup menarik atensi konsumen agar konsumen tidak bergeser ke industri lain sehingga industri bisa memenangkan persaingan bisnisnya.

Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung mau pun tidak langsung (Suroto, 2000).

Menurut pendapat lain, pendapatan adalah kenaikan kotor dalam asset atau penurunan dalam lialibilitas atau gabungan dari keduanya selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan yang berakibat dari investasi yang halal, keuntungan, seperti manajemen rekening investasi terbatas. (Antonio, 2001 : 204).

Pendapatan merupakan suatu unsur yang harus dilakukan dalam melakukan suatu usaha karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha. Menurut Sumitro Joyohadikusumo (1957) Pendapatan merupakan jumlah barang dan jasa yang memenuhi tingkat hidup masyarakat, dimana dengan adanya pendapatan yang dimiliki oleh setiap jiwa disebut dengan pendapatan perkapita

dimana pendapatan perkapita menjadi tolok ukur kemajuan atau perkembangan ekonomi.

Menurut Philip Kotler, harga merupakan elemen pemasaran kombinasi yang sangat mudah guna mengendalikan keistimewaan produk. Harga juga mengkomunikasikan pada pasar penempatan nilai produk ataupun merk yang dimaksud sesuatu perusahaan. Harga suatu produk ialah dimensi terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila ia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka ia tidak akan bersedia untuk membayar ataupun membeli produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antara pembeli serta penjual. Dalam transaksi pembelian, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan. Besarnya imbalan itu ditetapkan oleh perbandingan antara nilai dari sesuatu yang diberikan dengan nilai dari sesuatu yang diterima.

Harga ialah nilai, yang dinyatakan dalam satuan mata uang ataupun alat tukar, terhadap suatu benda tertentu. Dalam realitasnya besar kecilnya nilai ataupun harga itu tidak hanya ditetapkan oleh aspek fisik saja yang diperhitungkan, akan tetapi faktor- faktor psikologis serta faktor- faktor lain mempengaruhi pula terhadap harga. Dengan demikian dapatlah dimaksud pula bahwa harga merupakan sejumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh sejumlah barang beserta jasa- jasa tertentu ataupun campuran dari keduanya.

Philip Kotler mengatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur- unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga merupakan faktor bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan identitas produk, saluran, bahkan promosi memerlukan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk serta mereknya. Dapat dijelaskan dari penafsiran diatas bahwa unsur- unsur bauran pemasaran yang diartikan merupakan harga, produk, saluran, serta promosi, ialah apa yang diketahui dengan sebutan 4 P (Price, Product, Place, dan Promotion). Harga untuk suatu usaha ataupun badan usaha menghasilkan pemasukan (income), ada pula unsur- unsur bauran pemasaran lainnya ialah Product (produk), Place (tempat) serta Promotion (promosi) menimbulkan biaya ataupun beban yang wajib ditanggung oleh suatu usaha ataupun tubuh usaha.

Kualitas produk serta kepuasan ialah 2 konsep inti dalam praktek pemasaran. Seperti yang dikemukakan oleh Sivadas serta Prewitt (2000) bahwa bagaimanapun juga, pondasi dari konsep pemasaran merupakan pemenuhan kepuasan pelanggan. Menggapai kepuasan pelanggan adalah tujuan akhir dari sebagian besar perusahaan saat ini ini (Chu, 2002). Kepuasan pelanggan dapat diberikan oleh perusahaan jika perusahaan terlebih dahulu mengenali apa yang menjadi harapan pelanggan terhadap produk ataupun jasa yang hendak diberikan. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan serta meminimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kepuasan pelanggan ialah perihal yang

harus benar- benar dipertimbangkan untuk loyalitas pelanggan serta memberikan dorongan nyata guna membantu dalam merealisasikan tujuan akhir perusahaan secara ekonomis semacam keuntungan, pangsa pasar, serta pengembalian investasi (Sureshchandar et angkatan laut (AL), 2002). Dengan membagikan mutu yang tinggi maka harapan pelanggan dapat terpenuhi bahkan terlampaui. Jika pelanggan puas, akan membuka peluang untuk pelanggan untuk mempunyai hubungan lebih lanjut dengan perusahaan serta memberikan kesempatan bagi perusahaan guna mendapatkan pelanggan yang loyal. Dengan kata lain bahwa kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan mutu memuaskan walaupun peningkatan kepuasan pelanggan tidak senantiasa berakibat pada loyalitas pelanggan (Gould, 1995).

## **1.2 Identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Pendapatan, Harga Produk dan Kualitas Produk secara parsial terhadap Permintaan Produk Minuman Kopi pada *Coffee Shop* di Kecamatan Tambun Selatan?
2. Bagaimana pengaruh Pendapatan, Harga Produk dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Permintaan Produk Minuman Kopi pada *Coffee Shop* di Kecamatan Tambun Selatan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Pendapatan, Harga Produk dan Kualitas Produk secara parsial terhadap Permintaan Produk Minuman Kopi pada *Coffee Shop* di Kecamatan Tambun Selatan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Pendapatan, Harga Produk dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Permintaan Produk Minuman Kopi pada *Coffee Shop* di Kecamatan Tambun Selatan.

### **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai pelengkap dan penambah informasi dalam melakukan penelitian lanjutan.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat membantu para pelaku usaha *Coffee Shop* untuk menentukan strategi pemasaran yang efektif guna memaksimalkan penjualan dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen.

### **1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

#### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan pada *Coffee Shop* yang berada di kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi Jawa Barat

