

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia, kebutuhan akan produk-produk yang mendukung gaya hidup dan konsumsi sehari-hari semakin meningkat. Salah satu produk yang memiliki permintaan stabil bahkan cenderung meningkat adalah es krim. Es krim tidak lagi dianggap sebagai makanan penutup semata tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat dari berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa. Inovasi rasa, tekstur, kemasan serta aspek higienitas dan keamanan pangan menjadi faktor penting yang menentukan kualitas produk es krim. Dalam konteks ini Es Cream Momoyo Kota Batu Ciapus sebagai salah satu pelaku UMKM di bidang es krim dituntut untuk mampu menyediakan produk dengan kualitas terbaik agar dapat bersaing dengan merek-merek lain yang sudah mapan.

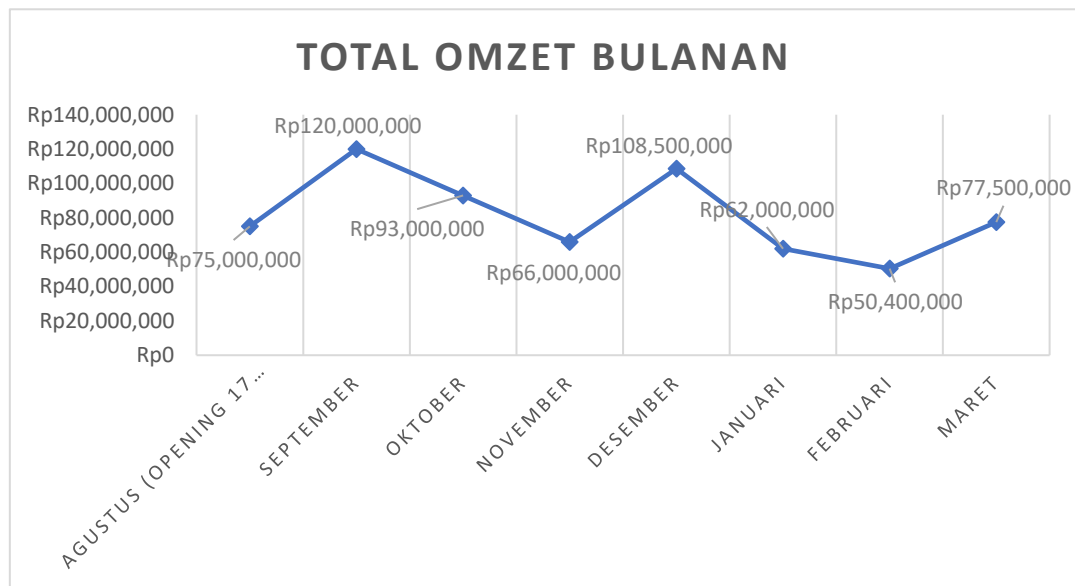
Pertumbuhan industri kuliner dan gaya hidup di wilayah Bogor seperti kafe, restoran, pusat perbelanjaan, area wisata kuliner serta acara-acara komunitas turut mendorong meningkatnya permintaan terhadap es krim berkualitas. Produk es krim menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang mencari kesegaran serta pengalaman rasa yang beragam baik untuk dikonsumsi langsung di tempat maupun dibawa pulang. Selain itu meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya higienitas, keamanan pangan serta penggunaan bahan baku yang alami dan halal juga menjadi faktor pendorong konsumen untuk memilih es krim yang diproduksi secara profesional seperti Es Cream Momoyo Kota Batu Ciapus.

Es Cream Momoyo Kota Batu Ciapus merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan es krim di wilayah Ciapus, Kabupaten Bogor. Usaha ini melayani berbagai segmen pasar, mulai dari konsumen rumah tangga, anak-anak, remaja hingga pelaku usaha kuliner di sekitar wilayah Ciapus dan sekitarnya. Sebagai UMKM yang bergerak di bidang makanan ringan yang diminati banyak kalangan, Es Cream Momoyo menghadapi tantangan yang tidak kecil terutama dalam menjaga kepercayaan dan loyalitas konsumen di tengah meningkatnya jumlah pesaing sejenis, baik dari merek lokal maupun nasional.

Dalam menghadapi persaingan tersebut pelaku usaha dituntut untuk mampu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian merupakan tahap penting dalam perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh berbagai variabel. Menurut Kotler et al. (2018:176), keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh karakteristik produk, harga, promosi dan distribusi. Dalam konteks usaha es krim, kualitas produk dan harga menjadi dua faktor dominan yang paling dipertimbangkan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli.

Kualitas produk menjadi faktor utama yang dipertimbangkan konsumen karena berkaitan langsung dengan rasa, tekstur, kebersihan, keamanan pangan, inovasi varian rasa serta daya tarik kemasan. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:253), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup kehandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan atribut lainnya. Produk dengan kualitas tinggi akan memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga mendorong keputusan pembelian. Dalam bisnis es krim kualitas rasa yang lezat, tekstur yang lembut serta jaminan higienitas menjadi nilai tambah yang sangat diperhatikan.

Selain kualitas produk faktor harga juga memiliki peranan penting dalam menentukan keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk dengan harga yang sesuai dengan nilai manfaat yang diperoleh. Harga yang terlalu tinggi dapat mengalihkan konsumen ke pesaing sementara harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan keraguan terhadap kualitas produk. Menurut Kotler et al. (2018:308), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas sebuah produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Dalam kondisi persaingan yang ketat di wilayah Ciapus, Bogor, penetapan harga yang kompetitif, transparan serta terjangkau namun tetap mencerminkan kualitas menjadi salah satu strategi penting yang dapat menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing usaha Es Cream Momoyo.



Gambar 1.1. Penjualan Momoyo
Sumber: Data Internal Perusahaan (2026)

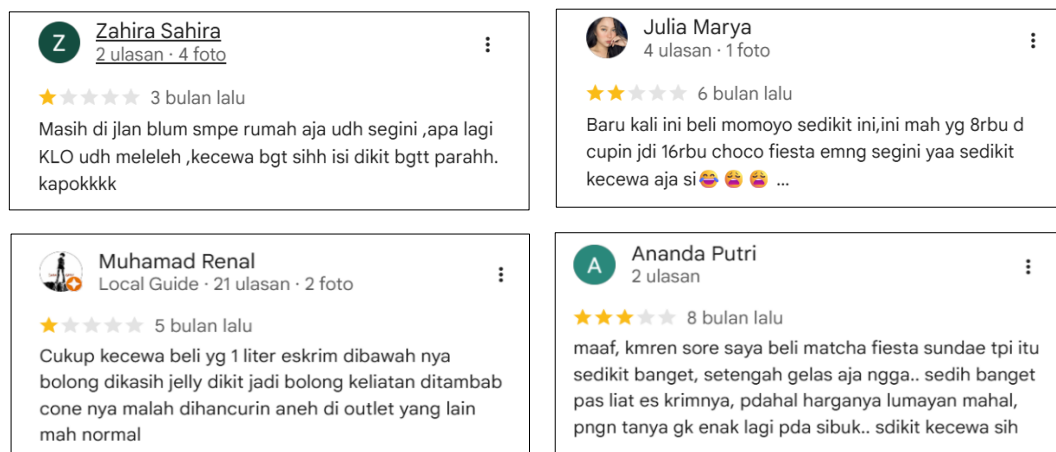
Gambar 1.1 menunjukkan perkembangan total omzet bulanan yang berfluktuasi selama periode Agustus hingga Maret. Pada awal operasional di bulan Agustus, omzet tercatat sebesar Rp. 75.000.000, kemudian mengalami peningkatan signifikan pada September hingga mencapai puncaknya di Rp. 120.000.000. Setelah itu omzet mengalami penurunan pada Oktober menjadi Rp. 93.000.000 dan kembali turun pada November sebesar Rp. 66.000.000. Memasuki bulan Desember, omzet kembali meningkat cukup tajam menjadi Rp. 108.500.000. Namun tren penurunan kembali terjadi pada Januari sebesar Rp. 62.000.000 dan mencapai titik terendah pada Februari yaitu Rp. 50.400.000. Pada bulan Maret, omzet kembali menunjukkan pemulihan dengan kenaikan menjadi Rp. 77.500.000. Secara keseluruhan data ini menggambarkan pola omzet yang tidak stabil dengan kecenderungan naik turun yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor musiman, permintaan pasar maupun strategi pemasaran yang diterapkan.

Tabel 1.1. Perbandingan Harga dengan Kompetitor Momoyo

Produk	Momoyo	Bingxue	Es Krim Indonesia
Vanila Ice Cream (Cone)	Rp. 8.000	Rp. 8.000	Rp. 7.000
Oreo Ice Cream	Rp. 16.000	Rp. 16.000	Rp. 14.000
Lemonade	Rp. 10.000	Rp. 10.000	Rp. 8.000
Ice Cream Bucket	Rp. 35.000	Rp. 35.000	-

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Tabel 1.1 membandingkan harga produk Es Cream Momoyo dengan dua kompetitornya yaitu Bingxue dan Es Krim Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa Momoyo tidak memiliki keunggulan harga. Untuk produk Vanila Cone, Oreo Ice Cream dan Lemonade, harga Momoyo sama dengan Bingxue tetapi lebih mahal dibanding Es Krim Indonesia (selisih Rp. 1.000 sampai Rp. 2.000). Adapun Ice Cream Bucket hanya tersedia di Momoyo dan Bingxue dengan harga yang sama yaitu Rp. 35.000. Data ini mengindikasikan bahwa Es Cream Momoyo menghadapi persaingan harga yang ketat sehingga strategi penetapan harga menjadi faktor penting dalam menarik minat beli konsumen

**Gambar 1.2. Ulasan Konsumen**

Sumber: Ulasan Google Maps

Gambar 1.2 menyajikan ulasan konsumen dari Google Maps terhadap Es Cream Momoyo. Sebagian besar ulasan menyoroti ketidakpuasan terhadap porsi es krim yang terlalu sedikit dibandingkan harga yang dibayarkan mulai dari keluhan es krim mencair sebelum sampai rumah, porsi kurang dari setengah gelas hingga ketidaksesuaian isi produk (*bolong*) dibanding outlet lain. Keluhan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan dan realita yang diterima konsumen.

Berdasarkan kondisi omzet yang cenderung berfluktuasi, posisi harga yang belum kompetitif dibandingkan pesaing serta tingginya keluhan konsumen terkait ketidaksesuaian antara porsi dan harga, menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi konsumen dengan kenyataan yang diterima. Fenomena ini mengindikasikan bahwa meskipun secara teoritis kualitas produk dan harga merupakan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian namun dalam praktiknya masih terdapat permasalahan yang perlu dikaji secara lebih mendalam khususnya pada objek penelitian yang masih terbatas diteliti.

Adapun kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada beberapa aspek. Pertama, penelitian ini mengombinasikan analisis data omzet aktual dengan ulasan konsumen yang bersumber dari Google Maps sebagai dasar dalam mengidentifikasi permasalahan yang masih jarang digunakan dalam penelitian sejenis. Kedua, penelitian ini mengambil lokasi di Ciapus yang belum pernah dijadikan objek penelitian sebelumnya. Ketiga, penelitian ini secara langsung menguji pengaruh kualitas produk meliputi rasa, tekstur, kebersihan, porsi, konsistensi dan kemasan serta harga terhadap keputusan pembelian pada satu cabang spesifik Es Cream Momoyo yang mengalami penurunan omzet dan didominasi oleh keluhan konsumen. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris sekaligus menjadi dasar dalam penyusunan rekomendasi strategis bagi pihak manajemen.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Terdapat gap antara harga dan persepsi nilai karena harga Es Cream Momoyo relatif sama atau lebih tinggi dibanding Bingxue dan Es Krim Indonesia.
2. Banyak keluhan terkait porsi yang kecil dan harga tidak sebanding sehingga berpotensi menurunkan kepuasan dan loyalitas konsumen.
3. Kualitas produk belum konsisten antar outlet, terlihat dari perbedaan kondisi produk di beberapa lokasi.
4. Persaingan harga cukup ketat dengan kompetitor menawarkan harga lebih murah untuk produk sejenis.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan terstruktur maka ditetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Objek penelitian dibatasi pada usaha Es Cream Momoyo yang bergerak dibidang penyediaan es cream di wilayah Ciapus.
3. Penelitian ini hanya mengkaji persepsi konsumen terhadap kualitas produk, harga dan keputusan pembelian serta tidak membahas variabel lain seperti promosi, lokasi dan distribusi.
4. Subjek penelitian adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Es Cream Momoyo.
5. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden serta data sekunder yang bersumber dari dokumen internal Es Cream Momoyo.
6. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2026 tanpa melakukan perbandingan antar periode waktu yang berbeda.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Es Cream Momoyo?
2. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Es Cream Momoyo?
3. Apakah secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Es Cream Momoyo?

1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang relevan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Es Cream Momoyo sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran.

1.5.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Es Cream Momoyo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Es Cream Momoyo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Es Cream Momoyo.

1.6. Sistematika Penulisan

Guna dapat memahami lebih lanjut mengenai penelitian ini maka penulisan proposal ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memuat landasan teori yang mencakup pengertian dan konsep variabel penelitian yang diambil dari berbagai buku, jurnal, dan literatur ilmiah yang relevan. Bab ini juga memuat penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat desain dan jenis penelitian, objek dan lokasi penelitian, jadwal penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, operasionalisasi variabel, metode pengumpulan data serta metode pengolahan dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan secara lengkap dari hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang simpulan dan saran saran yang berkaitan dengan penelitian yang sudah di lakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat daftar referensi berupa buku, jurnal ilmiah dan sumber lainnya yang digunakan secara sah dalam penyusunan penelitian ini.

