

**USULAN PERBAIKAN TERHADAP NGASEP.ID
BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana dalam bidang
ilmu Teknik Industri

Disusun oleh :

Nama : Steven Wijaya

NPM : 6131901056



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2024**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Steven Wijaya
NPM : 6131901056
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN TERHADAP NGASEP.ID
BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 29 Januari 2024
Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri




(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.P.T.A.R)

Pembimbing Pertama



(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Kedua



(Ir. Cherish Rikardo, S.Si., M.T.)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawa ini,

Nama : Steven Wijaya

NPM : 6131901056

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“USULAN PERBAIKAN TERHADAP NGASEP.ID BERDASARKAN FAKTOR
FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 29 Januari 2024

Steven Wijaya

6131901056

ABSTRAK

Per tahun 2023 NGASEP.ID membuka kedai makan pertama di pujasera OBC. Seiring bertumbuhnya bisnis daging asap di kota Bandung, persaingan antar bisnis semakin ketat. NGASEP.ID merupakan salah satu bisnis daging asap yang sampai saat ini belum mampu memenuhi target pendapatan bulanan agar dapat tetap bertahan dan bersaing. Penelitian ini dilakukan untuk membantu pemilik mengidentifikasi dan merumuskan solusi bagi pemilik agar dapat meningkatkan penjualan kedai NGASEP.ID melalui peningkatan minat beli konsumen. Penelitian dimulai dengan melakukan identifikasi variabel penelitian yang dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk NGASEP.ID. Proses ini didasarkan pada studi literatur dan wawancara dengan responden agar penentuan variabel penelitian dapat ditentukan seakurat mungkin. Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari produk, harga, promosi, dan tempat. Setelah pembentukan model penelitian selesai, maka dilakukan pengumpulan data penelitian yang dimulai dari perancangan kuesioner, penyebaran kuesioner terhadap target pasar yang kemudian data hasil kuesioner diolah menggunakan metode regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS. Adapun hasil pengolahan data menggunakan SPSS yang didasarkan pada beberapa sumber buku sebagai pedoman pengerjaannya ditemukan bahwa variabel produk dan harga mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk daging asap. Perumusan usulan perbaikan yang dilakukan merupakan usulan perbaikan yang difokuskan terhadap produk dari kedai NGASEP.ID yang sudah didiskusikan dan disepakati dengan pemilik NGASEP.ID. Hasil penelitian ini menemukan bahwa produk dan harga mempengaruhi minat beli konsumen terhadap rumah makan atau kedai yang menjual produk daging asap.

ABSTRACT

As of 2023 Ngasep.id opened its first dining shop in OBC foodcourt. As the growth of the smoked business in Bandung, competition between businesses is getting tougher. Ngasep.id is one of the smoked meat businesses which until now has not been able to meet the target of monthly income in order to survive and compete. This research was conducted to help the owner identify and formulate solutions for the owner in order to increase sales of Ngasep.id shops through increasing consumer purchasing interest. Research begins by identifying research variables that can increase consumer buying interest in Ngasep.id products. This process is based on literature studies and interviews with respondents so that the determination of research variables can be determined as accurately as possible. The research variable used in this study consists of products, prices, promotions, and places. After the formation of the research model is completed, a research data collection starts from the design of the questionnaire, the distribution of questionnaires to the target market which is then processed by the results of the multiple linear regression method using the SPSS application. The results of data processing using SPSS based on several book sources as a guideline for the process are found that product variables and prices affect consumer purchasing interest on smoked meat products. The formulation of the proposed improvement made is a proposed improvement that is focused on products from Kedai Ngasep.id which has been discussed and agreed upon with the owner of Ngasep.id. The results of this study found that products and prices affect consumer buying interest in restaurants or shops that sell smoked meat products.

KATA PENGANTAR

Puji syukur diucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Atas karunia, dan rahmat serta penyertaannya. Berkat itu penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul Usulan Perbaikan Terhadap Ngasep.Id Berdasarkan Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen. Penelitian ini disusun dan dijadikan sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata 1 (S1) di program studi Teknik Industri, Universitas Katolik Parahyangan.

Proses penyusunan penelitian skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan serta dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis pada kesempatan ini juga ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua penulis dan ketiga kakak penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi untuk menyelesaikan penelitian skripsi.
2. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita,S.T.,M.T. dan Ibu Cherish Rikardo,S.Si,M.T. selaku dosen pembimbing pertama dan dosen pembimbing kedua yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan saran selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Ir. Romy Loice, S.T., M.T. dan Ibu Ir. Yani Herawati, S.T., M.T. selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah menyempatkan waktu untuk memberikan masukan dan saran bagi penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Saudara Dustin selaku pemilik usaha Ngasep.ID yang sudah memberi izin kepada penulis untuk melakukan penelitian pada usahanya.
5. Teman-teman seperjuangan yaitu Calvinus darend dermawan, nicholas joel, dwiky valeryan, jason christofer, albert kurniawan liem, gregoryus raynard yang telah memberikan semangat, dukungan dan hiburan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi
6. Teman-teman Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan angkatan 2019 yang telah menjadi rekan dan sahabat yang baik selama masa kuliah dan proses penyusunan skripsi
7. Seluruh pihak-pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat beberapa kekurangan dan kesalahan dalam menyusun dan menggunakan kata-kata dalam penelitian skripsi ini. Penulis juga sangat terbuka dengan segala bentuk kritik dan saran untuk menumbuhkan kemampuan penulis di masa yang akan datang.

Bandung, 16 Januari 2024



Steven Wijaya

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	I-1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-4
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-10
1.4 Tujuan Penelitian.....	I-10
1.5 Manfaat Penelitian.....	I-10
1.6 Metodologi Penelitian.....	I-11
1.7 Metodologi Penelitian.....	I-14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Minat Beli Konsumen.....	II-1
II.2.1 Indikator minat beli.....	II-1
II.2 Bauran Pemasaran.....	II-1
II.2.1 Produk.....	II-2
II.2.3 Tempat.....	II-3
II.2.4 Harga.....	II-4
II.2.5 Promosi.....	II-5
II.3 <i>E-Commerce</i>	II-7
II.3.1 Jenis <i>E-Commerce</i>	II-7

BAB III PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA.....	III-1
III.1 Model Penelitian.....	III-1
III.2 Penentuan Operasional Variabel.....	III-8
III.3 Perancangan Kuisisioner.....	III-16
III.4 Pengumpulan Data.....	III-20
III.5 Data Profil Responden.....	III-21
III.6 Pengujian Data Penelitian.....	III-23
III.6.1 Uji Validitas.....	III-23
III.6.2 Uji Realibilitas.....	III-24
III.6.3 Uji Normalitas.....	III-25
III.6.4 Uji Heteroskedastisitas.....	III-26
III.6.5 Uji Multikolinearitas.....	III-27
III.6.6 Uji Koefisien Determinasi.....	III-28
III.6.7 Uji F.....	III-29
III.6.8 Uji T.....	III-29
III.6.9 Hasil Regresi Linear Berganda.....	III-30
 BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....	 IV-1
IV.1 Analisis Hasil Data Profil Responden.....	IV-1
IV.2 Analisis Pengolahan Data.....	IV-2
IV.3 Usulan Perbaikan.....	IV-3
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 V-1
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Rekapitulasi Faktor yang Memengaruhi Minat Beli NGASEP.ID	
Tabel III. 1 Definisi Operasionalisasi Variabel Berdasarkan Penelitian Taslim & Pramuditha (2021).....	III-9
Tabel III. 2 Definisi Operasionalisasi Variabel Berdasarkan Penelitian Sugiarto & Subagio (2014).....	III-9
Tabel III. 3 Definisi Operasionalisasi Variabel Berdasarkan Penelitian Calvindo (2015).....	III-10
Tabel III. 4 Definisi Operasionalisasi Variabel NGASEP.ID.....	III-11
Tabel III. 5 Butir Pengukuran Operasionalisasi Variabel Berdasarkan Penelitian Taslim & Pramuditha (2021).....	III-12
Tabel III. 6 Butir Pengukuran Operasionalisasi Variabel Berdasarkan Penelitian Sugiarto & Subagio (2014).....	III-13
Tabel III. 7 Butir Pengukuran Operasionalisasi Variabel Berdasarkan Penelitian Calvindo (2015).....	III-14
Tabel III. 8 butir pengukuran perancangan kuesioner.....	III-16
Tabel III. 9 Adopsi Nilai skala likert.....	III-19
Tabel III. 10 Kuesioner bagian produk, harga, tempat, promosi dan minat beli.....	III-19
Tabel III. 11 Data frekuensi pembelian dalam kurun waktu seminggu..	III-22
Tabel III. 12 Data produk yang paling sering dibeli oleh responden.....	III-22
Tabel III. 13 Data kemampuan pembelian produk responden untuk setiap kunjungan.....	III-23
Tabel III. 14 Data kedai atau rumah makan favorit responden.....	III-23
Tabel III. 15 Hasil rekapitulasi uji validitas.....	III-25
Tabel III. 16 Hasil rekapitulasi uji reliabilitas.....	III-26
Tabel III. 17 Hasil rekapitulasi uji normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	III-27
Tabel III. 18 Rekapitulasi hasil pengujian heteroskedastisitas.....	III-28
Tabel III. 19 Hasil rekapitulasi pengujian multikolinearitas.....	III-29

Tabel III. 20 Tabel Uji Koefisien Determinasi.....	III-30
Tabel III. 21 Hasil Uji F.....	III-30
Tabel III. 22 Tabel Pengujian Uji T.....	III-31

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Konsumsi daging sapi atau kerbau di Indonesia periode 2011-2021.....	I-1
Gambar I. 2 Transaksi E-Commerce di indonesia dari tahun 2018-2022	I-3
Gambar I. 3 Contoh produk NGASEP IDE.....	I-4
Gambar I. 4 Toko Kompetitor Ngasep Pada Tokopedia.....	I-5
Gambar I. 5 Hasil Pendapatan per bulan Tahun 2023.....	I-6
Gambar I. 6 Diagram Alir Metodologi Penelitian.....	I-13
Gambar II. 1 Tingkat Saluran Distribusi.....	II-4
Gambar III. 1 Model Penelitian Taslim dan Pramuditha (2021).....	III-2
Gambar III. 2 Model referensi penelitian Calvindo (2015).....	III-3
Gambar III. 3 Model penelitian Sugiarto dan Subagio (2014).....	III-4
Gambar III. 4 Model Penelitian NGASEP.ID.....	III-6
Gambar III. 5 Data frekuensi pembelian dalam kurun waktu seminggu	III-22
Gambar III. 6 Data produk yang paling sering dibeli oleh responden. . .	III-23
Gambar III. 7 Data kemampuan pembelian produk responden untuk setiap kunjungan.....	III-23
Gambar III. 8 Data kedai atau rumah makan favorit responden.....	III-24
Gambar III. 9 Distribusi data berbentuk lonceng.....	III-27
Gambar III. 10 Scatterplot.....	III-28
Gambar IV. 1 Grafik Perbandingan nilai masing-masing indikator variabel produk.....	IV-4
Gambar IV. 2 Grafik Perbandingan nilai masing-masing indikator variabel harga.....	IV-5
Gambar IV. 3 Pilihan ukuran atau porsi daging asap pada restoran Se'i Sapi Lamalera.....	IV-6
Gambar IV. 4 Pilihan ukuran atau porsi daging asap pada restoran Nyapii	IV-7

Gambar IV. 5 Variasi produk sambal pada restoran Se'i Sapi Lamalera	IV-8
Gambar IV. 6 Variasi produk sambal pada restoran Nyapii	IV-9
Gambar IV. 7 Variasi produk makanan dan minuman pada restoran Se'i Sapi Lamalera	IV-9
Gambar IV. 8 Variasi produk makanan dan minuman pada restoran Nyapii	IV-10
Gambar IV. 9 Foto menu NGASEP.ID	IV-11
Gambar IV. 10 Foto Produk NGASEP.ID	IV-11
Gambar IV. 11 Foto produk dan foto katalog dalam menu Se'i Sapi Lamalera	IV-12
Gambar IV. 12 Foto produk dan foto katalog Nyapii	IV-13

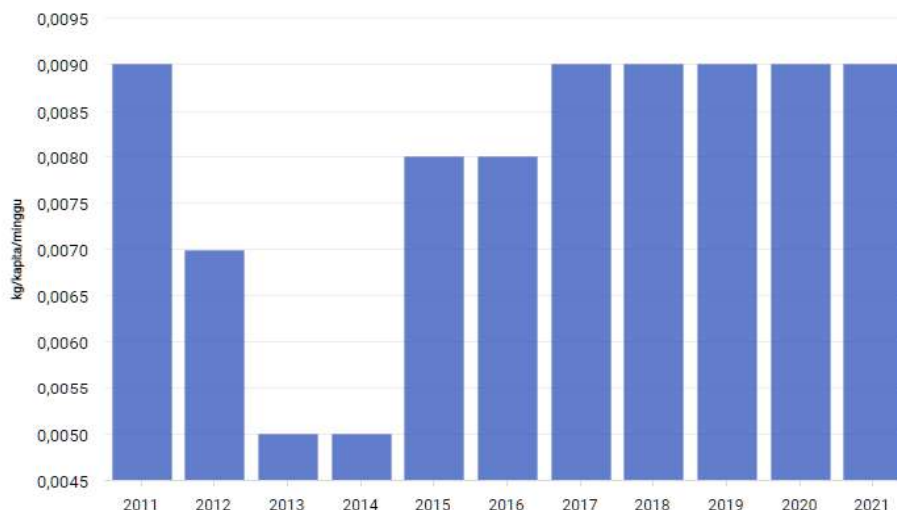
BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai penelitian pendahuluan yang dilakukan terhadap objek penelitian. Penelitian pendahuluan yang dilakukan kemudian dibahas dan dikategorikan menjadi beberapa subbab yang terdiri dari latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metodologi penelitian.

I.1 Latar Belakang Masalah

Daging merupakan salah satu produk hasil ternak yang mengandung gizi tinggi dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap konsumsi protein hewani. Saat ini permintaan daging terus mengalami peningkatan seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dan penguatan daya beli masyarakat (Jahidin, 2016). Daging sapi atau kerbau adalah salah satu sumber protein yang biasa dikonsumsi masyarakat Indonesia. Tiap daerah memiliki resep tersendiri untuk mengolah daging ini menjadi aneka hidangan, mulai dari rendang, sop, sate, hingga gulai. Gambar 1 merupakan grafik dari konsumsi daging sapi atau kerbau di Indonesia periode 2011-2021.



Gambar I.1 Konsumsi daging sapi atau kerbau di Indonesia periode 2011-2021

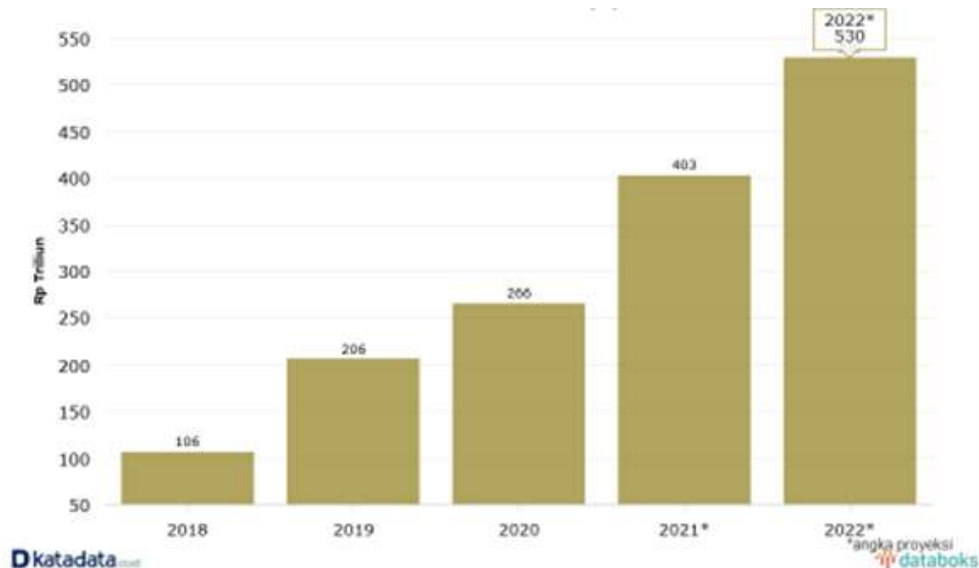
Sumber : (Annur, 2022)

Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), rata-rata konsumsi daging sapi/kerbau di Indonesia sebesar 0,009 kilogram (kg) per kapita per minggu selama periode 2017-2021. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi daging di Indonesia statis dalam lima tahun terakhir, dan masih berada di level sama dengan tahun 2011 seperti terlihat pada grafik. Rata-rata konsumsi daging sapi/kerbau nasional sempat menurun pada 2012 menjadi 0,007 kg per kapita per minggu, kemudian menyusut lagi pada 2013 hingga 2014 menjadi 0,005 kg per kapita per minggu. Adapun tingkat pertumbuhan konsumsi paling tinggi tercatat pada 2015, yakni naik 60% dari tahun sebelumnya.

Dengan melihat peluang pasar mengenai tingkat konsumsi daging sapi tersebut, banyak para pengusaha memproduksi produk pangan beku (*frozen food*) yang terbuat dari daging sapi dengan alasan agar tidak mudah busuk ketika lama tidak laku. Produk pangan beku (*frozen food*) merupakan olahan makanan instan beku yang tahan lama dan mudah dalam penyajiannya. Berdasarkan produksi produk pangan beku (*frozen food*), perusahaan pengolahan pangan berpacu untuk menghasilkan aneka ragam produk pangan olahan *frozen food* yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan pangan dalam rumah tangga konsumen (Santoso, Mustaniroh, & Pranowo, 2018). Salah satu produk *frozen food* adalah daging asap.

Daging asap adalah metode pengolahan daging dengan menggunakan asap dan panas yang dibuat dari pembakaran kayu pada zaman dulu namun sekarang sudah banyak menggunakan mesin *smoke* yang menghasilkan banyak asap panas, namun lambat terbakar. *Smoke* merupakan teknik memasak menggunakan asap dan suhu panas. Cara masak ini berbeda dengan *grill*, teknik *grill* memanfaatkan panas arang yang ada di bawah daging. Pada teknik *smoke*, arang panas ditaruh di kotak panggangan, sehingga hanya akan menggunakan asap bersuhu panas untuk memasak daging. Daging yang diasap memerlukan suhu panggangan sekitar 100 hingga 150 derajat celsius. Daging asap mempunyai tujuan untuk mengawetkan bahan makanan yang kaya akan protein yang dapat cepat rusak dalam waktu yang lama. Daging asap bisa diolah menjadi berbagai makanan sesuai dari keinginan konsumen. Pebisnis produksi olahan daging asap beralih ke pemasaran *online shop* yang membuat konsumen tertarik dalam melakukan belanja *online*. Transaksi jual beli dengan menggunakan media internet atau *online* lebih dikenal dengan istilah *e-commerce*.

E-Commerce adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, pelayanan jasa, dan perdagangan perantara dengan menggunakan jaringan komputer, yaitu internet (Barkatullah & Prasetyo, 2006). Gambar 1.2 merupakan data transaksi *e-commerce* di Indonesia dari tahun 2018-2022.



Gambar 1.2 Transaksi *E-Commerce* di Indonesia dari tahun 2018-2022

Sumber : (Rizaty, 2023)

Dengan melihat gambar 1.2, dapat dikatakan bahwa masyarakat Indonesia sebenarnya memiliki kecenderungan untuk berbelanja lewat media *online*. Dan tentunya hal ini menjadi kesempatan bagi para *brand*, karena melalui media digital tersebut, mereka jadi dapat lebih mudah untuk menemukan para pembeli potensial mereka. Hal inilah yang mendasari para pengusaha produksi daging asap memasarkan produknya secara *online*. Penjual daging asap harus memiliki strategi yang tepat untuk menarik minat beli dari konsumen agar dagangannya bisa habis terjual. Salah satu contoh *brand* usaha yang bergerak dalam memproduksi daging asap yang dipasarkan secara *online* adalah NGASEP.ID.

NGASEP ID memiliki masalah yaitu penurunan omset penjualan daging asap, data tersebut didapatkan setelah menanyakan langsung terhadap pemilik dari hasil wawancara. NGASEP ID mengalami penurunan omset semenjak terakhir mengalami kenaikan di bulan Maret 2022 dimana pada bulan tersebut merupakan bulan menyambut bulan puasa dimana pada bulan tersebut orang masih takut untuk membeli makan di tempat secara langsung karena penyebaran

virus pandemi covid-19 yang terjadi pada tahun tersebut masih tinggi dan pada bulan-bulan selanjutnya sampai bulan Desember mengalami penurunan. Hal ini tentunya berbanding terbalik dari transaksi *E-Commerce* sepanjang 2022 mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Dengan melihat hasil penjualan tersebut pemilik harus segera mencari solusi untuk mengatasi penurunan omset penjualan *online* daging asap tersebut agar omset penjualan memenuhi target. Adapun solusi per tahun 2022 yang telah diterapkan oleh NGASEP.ID adalah dengan membuka cabang *offline* pertama di kota Bandung tepatnya di pujasera OBC di sekitaran area Universitas Katolik Parahyangan. Hal ini dilakukan agar NGASEP.ID dapat terus bersaing dan bertahan. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian di NGASEP.ID sehingga dapat diberikan perbaikan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

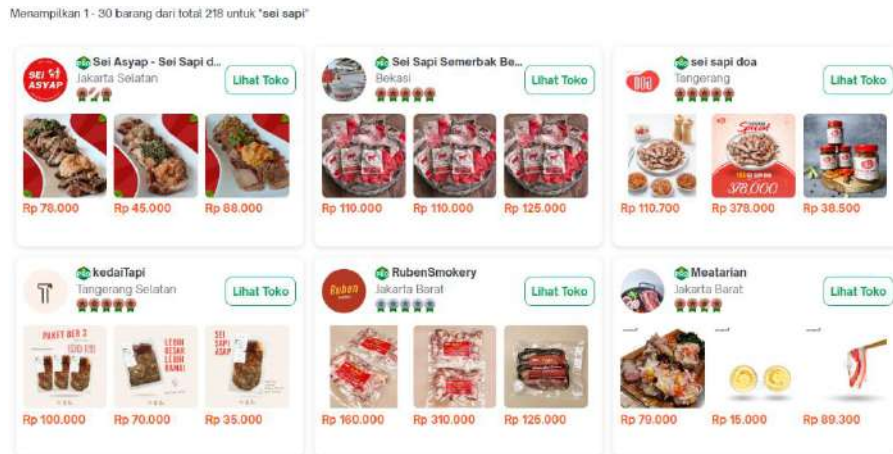
NGASEP.ID awalnya merupakan toko *online* yang bergerak di bidang produksi produk daging asap beku dengan variasi pilihan sambal yang berlokasi di Kota Tangerang Selatan yang sudah berdiri sejak bulan September 2020. Daging asap yang di produksi oleh NGASEP ID terdiri atas daging sapi dengan varian rasa sambal luat, matah, bawang, cabe ijo, dan balado yang dikemas dengan kedap udara (*Vacuum*) kemudian dipasarkan secara *online*. NGASEP.ID merupakan bisnis produsen daging asap yang berdiri yaitu pada tahun 2020 dan mengandalkan penjualan melalui *e-commerce* Tokopedia. Saat ini NGASEP ID memiliki 2 jenis produk daging asap, yaitu daging asap ayam dan daging asap sapi. Adapun contoh produk NGASEP ID dapat dilihat pada gambar I.3.



Gambar I.3 Contoh produk NGASEP IDE

Sumber : Dokumen Perusahaan

Adapun produk kompetitor yang dijadikan sebagai acuan harga dan produk bagi NGASEP ID antara lain sei selatan, sei sapi doa, meatarian, sei moo. Harga dan produk kompetitor daging asap NGASEP ID dapat dilihat pada gambar I.4

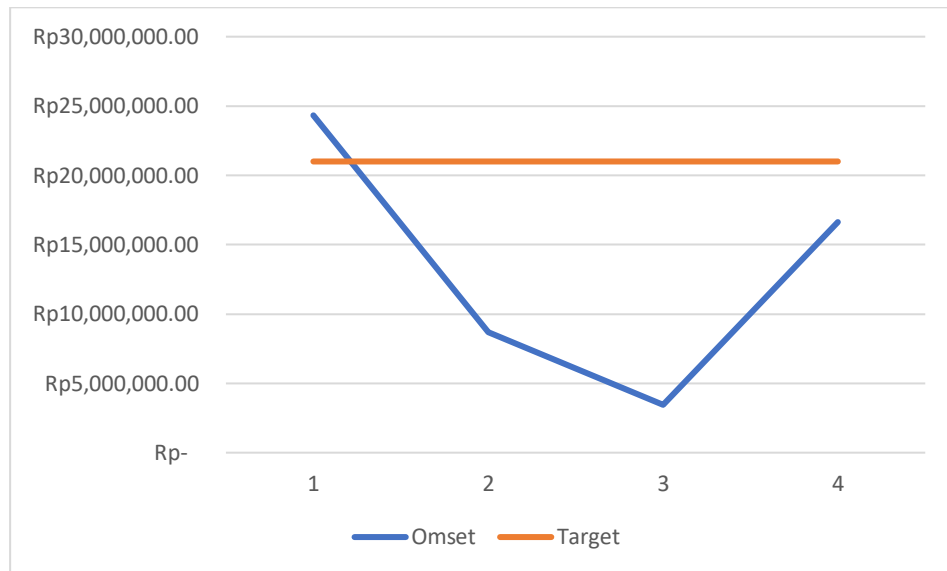


Gambar I.4 Toko Kompetitor Ngasep Pada Tokopedia

Sumber : Dokumen Perusahaan

Per tahun 2023, pemilik NGASEP.ID mengambil keputusan untuk membuka toko *offline* pertama yang mengandung konsep kedai makan. Adapun kedai makan NGASEP.ID pertama dibuka pada pujasera OBC yang terletak pada kawasan Universitas Katolik Parahyangan Kota Bandung. Proses identifikasi masalah pada penelitian ini dimulai dengan melakukan wawancara terhadap pemilik NGASEP ID. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, masalah utama yang sedang dihadapi oleh pemilik merupakan masalah tidak tercapainya target penjualan bulanan yang telah ditetapkan oleh pemilik. Target yang ditetapkan pemilik merupakan target minimum yang harus dicapai agar pemilik bisa mempertahankan, mengembangkan bisnis dan mendapatkan keuntungan dari produk NGASEP ID. Saat ini pemilik sedang mengalami kerugian karena target penjualan belum mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh pemilik. Berdasarkan wawancara dengan pemilik, pemilik juga menyebutkan bahwa angka penjualan 21 juta per bulan untuk produk daging sei merupakan target yang kecil apabila dibandingkan dengan pendapatan produk dari *brand* daging asap lainnya yang rata-rata penjualan per bulannya sudah diangka 30-50 juta (Gambar I.5). Adapun pada Gambar I.5 memperlihatkan minat beli konsumen

terhadap produk NGASEP.ID yang semakin menurun dan tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan.



Gambar I.5 Hasil Pendapatan per bulan Tahun 2023

Sumber : Dokumen Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan pemilik mengenai penurunan minat beli yang terus terjadi, dilakukan studi literatur yang dapat menggambarkan masalah yang sedang dihadapi oleh NGASEP ID. Adapun salah satu penelitian yang mengkaji faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi minat beli konsumen terhadap produk daging asap dan menyimpulkan bahwa faktor harga, kualitas dan promosi memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat beli konsumen (Tryasnandi, Multazam, Turgarini, & Ningsih, 2022). Setelah melakukan studi literatur dan menemukan faktor apa saja yang dapat memengaruhi penurunan minat beli pada pembelian produk NGASEP.ID, maka penelitian dilanjutkan dengan melakukan wawancara lebih intensif dengan pemilik.

Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan dengan pemilik, disimpulkan bahwa pemilik sampai saat ini belum mengetahui strategi atau upaya apa yang dapat membantu pemilik untuk meningkatkan pendapatan NGASEP.ID. Pemilik sebelumnya sudah berupaya memanfaatkan *platform* sosial media instagram untuk mempromosikan produk dan penawaran terbaru dari produk NGASEP ID. Namun sampai saat ini, konten dan pengunggahan foto hanya terbatas dengan keinginan pemilik saja dan belum dilakukan secara rutin.

Berdasarkan dari hasil perbaikan pemilik terhadap keluhan dan dugaan masalah yang menimbulkan penurunan minat beli konsumen terhadap produk NGASEP.ID, pemilik merasa usaha yang dilakukan tidak memberikan dampak yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari penurunan yang terjadi pada omzet bulanan yang terus menurun. Pemilik juga menyebutkan bahwa masalah utama pemilik sampai saat ini belum mengetahui bagaimana agar target bulanan atau omzet bulannya dapat meningkat atau stabil seperti semula.

Berdasarkan dari dugaan dan keluhan pemilik penelitian pendahuluan dilakukan terlebih dahulu dengan melakukan observasi dan wawancara terhadap konsumen yang membeli produk NGASEP.ID dan memiliki profil sesuai dengan target pasar NGASEP.ID. Wawancara kepada konsumen dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk NGASEP.ID. Didapatkan 15 responden dengan memiliki profil yang sesuai dengan target konsumen NGASEP.ID.

Adapun konsumen yang menjadi target pasar NGASEP ID merupakan mahasiswa, ibu rumah tangga, dan karyawan kantor yang memiliki rentang umur 18-45 tahun. Mayoritas responden yang dilakukan wawancara merupakan mahasiswa di Kota Bandung dengan rentang usia 20-24 tahun yang sudah melakukan pembelian produk NGASEP.ID dan sesuai dengan target konsumen dari NGASEP.ID. Berdasarkan wawancara dengan konsumen, didapatkan beberapa informasi seperti produk favorit yang sering dipesan oleh konsumen saat melakukan pembelian produk NGASEP ID.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 8 orang responden, didapatkan bahwa produk favorit dari NGASEP ID merupakan produk sei sapi dengan paduan sambal khas dari NGASEP ID. Adapun produk yang kurang diminati oleh konsumen merupakan produk sei ayam dan risol sei sapi yang dimiliki oleh NGASEP ID. Berdasarkan hasil wawancara juga didapatkan informasi bahwa para konsumen sudah jarang melakukan pembelian produk NGASEP ID. Adapun alasan konsumen mengapa sudah jarang melakukan pembelian produk NGASEP ID karena produk NGASEP.ID belum memiliki variasi sambal yang cukup banyak dan selalu tersedia. Alasan lainnya yang ditemukan adalah akses untuk membeli produk NGASEP.ID saat ini hanya tersedia di Universitas Katolik Parahyangan Kota Bandung yang memiliki akses yang cukup jauh dari tempat responden serta belum bekerja sama dengan platform daring seperti *Go-food* dan *Grab-food* ataupun *Shopeefood*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan konsumen yang sudah pernah membeli produk NGASEP ID. Dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa saat ini konsumen memiliki minat beli yang rendah terhadap produk NGASEP ID hal ini disebabkan karena beberapa faktor seperti aksesibilitas untuk mendapatkan produk yang masih tergolong sulit karena berada pada lokasi yang jauh dari responden dan juga belum tersedianya jalur distribusi produk melalui *online order* seperti *Go-food* ataupun platform daring lainnya yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk NGASEP.ID. faktor produk yang terbatas pada varian daging asap disaat para kompetitor sudah memunculkan berbagai variasi produk seperti produk daging asap garing dan variasi produk iga asap dan inovasi produk lainnya. Hal ini selaras dengan keluhan pemilik, pemilik merasakan penurunan penjualan produk yang konsisten dan mulai merasakan penurunan minat beli terlepas dari upaya perbaikan dan usulan yang sudah dijalankan pemilik terhadap produk daging asap pada NGASEP ID.

Untuk mengetahui bagaimana cara untuk meningkatkan minat beli calon konsumen terhadap NGASEP.ID, dilakukan studi pendahuluan terlebih dahulu. Studi pendahuluan ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan 15 responden yang merupakan target konsumen NGASEP.ID. Adapun wawancara dilakukan pada beberapa titik lokasi seperti tempat/rumah makan sei sapi terdekat dengan kampus UNPAR.

Tabel I.1 Rekapitulasi Faktor yang Memengaruhi Minat Beli NGASEP.ID

Faktor	Frekuensi	Persentase
Harga	14	93%
Lokasi	13	87%
Produk	14	93%
Promosi	12	80%

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan ditemukan bahwa 14 dari 15 responden menyebutkan harga yang murah dan terjangkau menjadi alasan utama dalam memilih produk sei sapi yang hendak dimakan. Adapun sebanyak 14 dari 15 responden juga menyebutkan kualitas produk dan variasi produk juga merupakan hal yang penting. Adapun variabel lainnya yang menjadi pertimbangan responden dalam mengunjungi rumah makan sei sapi adalah variabel promosi. Ada 13 dari 15 konsumen juga menyebutkan bahwa tempat atau lokasi yang dekat menjadi pertimbangan bagi responden untuk membeli/mengunjungi rumah makan

sei. 12 dari 15 konsumen menyebutkan akan tertarik untuk mengunjungi atau membeli produk sei sapi yang memiliki promosi yang menarik seperti potongan harga atau promo beli satu gratis satu.

Setelah melakukan wawancara mengenai faktor apa saja yang menjadi pertimbangan responden dalam membeli produk sei sapi, dilakukan wawancara lanjutan mengenai NGASEP.ID. Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden ditemukan bahwa 14 dari 15 responden sudah pernah mengetahui atau mendengar produk sei sapi dengan merek NGASEP.ID. Adapun sebanyak 4 dari 14 responden tersebut menyebutkan bahwa mereka sudah pernah melakukan pembelian daging asap melalui toko daring NGASEP.ID, sedangkan 10 lainnya belum pernah melakukan pembelian produk NGASEP.ID. Berdasarkan pernyataan 10 responden yang belum pernah membeli produk NGASEP.ID dilakukan wawancara lanjutan mengenai alasan mengapa belum melakukan pembelian produk dari NGASEP.ID. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa sebagian besar dari responden belum tertarik untuk melakukan pembelian produk NGASEP.ID karena mereka lebih memilih produk yang siap santap, dan mempertimbangkan tempat makan daging sei yang memiliki kapasitas makan ditempat.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang telah ada, dilakukan studi literatur untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor apa saja yang sebenarnya dapat memengaruhi minat beli konsumen. Studi literatur dilakukan dengan menggunakan beberapa jurnal penelitian serupa yang dapat menggambarkan masalah yang sedang dihadapi oleh NGASEP.ID.

Menurut penelitian yang dilaksanakan Sintesa, Indriyani, dan Astuti (2022) dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara promosi dan lokasi terhadap minat beli konsumen. Konsumen yang pernah atau akan melakukan pembelian di Mc Donald, KFC, dan Pizza Hut di Jabodetabek menjadi responden dalam penelitian ini. Selain itu terdapat penelitian yang dilakukan oleh Riadi, Widarko, dan Priyono (2023) dan menemukan terdapat faktor harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen. Penelitian tersebut dilakukan kepada konsumen dari Geprek Kak Rose Tlogomas Kota Malang. Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Puspita dan Budiartmon (2020) dengan melibatkan konsumen Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang dapat diketahui bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli.

Berdasarkan identifikasi masalah, studi pendahuluan dan studi literatur yang sudah dilakukan, maka dapat disusun rumusan masalah. Berikut merupakan rumusan masalah pada NGASEP.ID

1. Apa saja faktor yang dapat memengaruhi minat beli konsumen dalam membeli daging asap ?
2. Apa saja usulan perbaikan yang dapat diberikan kepada pihak pemilik NGASEP.ID untuk meningkatkan minat beli konsumen?

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Selama melakukan penelitian, tentunya terdapat batasan-batasan yang diperlukan agar penelitian tidak terlalu luas dan tetap berfokus pada permasalahan yang akan di selesaikan. Berikut ini merupakan batasan masalah penelitian yang dilakukan.

1. Penelitian ini hanya dilakukan sampai tahap usulan dan saran.
2. Asumsi penelitian yang digunakan adalah tidak adanya perubahan produk, harga, promosi daging asap NGASEP ID selama penelitian dilakukan.

1.4 Tujuan Penelitian

Selama penelitian dilakukan, tentunya terdapat poin-poin yang ingin dicapai. Poin-poin ini akan dimasukkan ke dalam tujuan penelitian. Tujuan dilakukannya penelitian adalah sebagai berikut.

1. Menentukan faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen dalam membeli daging asap di kedai NGASEP.ID.
2. Memberikan usulan perbaikan yang dapat dilakukan oleh kedai NGASEP.ID. untuk meningkatkan minat beli konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Pada bagian ini akan dijabarkan mengenai manfaat dilakukannya penelitian ini yang diharapkan dapat berguna bagi pemilik kedai NGASEP.ID. . Berikut ini merupakan manfaat dari dilakukannya penelitian ini.

1. Pemilik kedai NGASEP.ID dapat mengetahui factor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen.
2. Penelitian ini dapat memberikan referensi bagi penelitian-penelitian serupa.

1.6 Metodologi Penelitian

Pada metodologi penelitian akan membahas mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan selama penelitian ini. Berikut ini merupakan metodologi penelitian selama melakukan penelitian terhadap kedai NGASEP ID.

1. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh objek penelitian. Studi pendahuluan dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan pemilik NGASEP ID. Studi pendahuluan juga dilakukan untuk mengumpulkan data historis sebagai data untuk penelitian ini.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Setelah dilakukannya studi pendahuluan, maka selanjutnya adalah menentukan masalah yang harus diselesaikan. Permasalahan dapat ditemukan melalui keluhan dari pemilik, maupun fenomena yang terjadi di objek penelitian. Identifikasi juga bisa dilakukan dengan melakukan survei terlebih dahulu.

3. Batasan dan Asumsi

Batasan ditentukan agar penelitian dapat lebih terfokus dan terarah. Asumsi juga diperlukan agar penelitian ini tidak terlalu luas

4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dilakukan agar dapat mengetahui target-target yang ingin dicapai selama proses penelitian

5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian, ditentukan dengan harapan penelitian ini dapat berguna kedepannya.

6. Studi Literatur

Studi Literatur digunakan untuk mencari teori-teori yang diperlukan selama penelitian dilakukan. Teori ini nantinya berguna selama proses memecahkan permasalahan. Studi literatur bisa berasal dari buku, jurnal, koran, dan sebagainya. Adapun teori-teori yang akan digunakan pada penelitian ini berkaitan dengan teori bauran pemasaran 4 P (*Product, Price, Promotion, dan Place*), teori minat beli, dan teori-teori yang berhubungan dengan metode pengolahan data seperti teori analisa regresi linear berganda ataupun teori penggunaan

7. Perancangan Kuesioner

Setelah melakukan studi literatur untuk mencari referensi dan model penelitian yang sesuai, dilakukan penyusunan operasionalisasi variabel berdasarkan masing-masing indikator pembangun variabel yang digunakan dalam model penelitian NGASEP.ID. Setelah menyelesaikan penyusunan operasional variabel penelitian, dirumuskanlah pertanyaan kuesioner yang nantinya akan disebarakan kepada target pasar atau responden.

8. Pengumpulan Data

Setelah menyusun dan menyebarkan kuesioner, maka selanjutnya adalah mengumpulkan data-data yang diperlukan selama proses penelitian. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara secara langsung, menyebarkan kuesioner dan melakukan studi literatur untuk mencari data sekunder.

9. Pengolahan Data

Pengolahan data dan analisis dilakukan setelah data yang diperlukan sudah selesai dikumpulkan. Proses pengolahan data dapat dilakukan dengan mencari faktor utama yang berpengaruh signifikan terhadap permasalahan yang ada sebelum dibuat kesimpulan. Proses pengolahan data penelitian akan menggunakan regresi linear berganda dengan melakukan beberapa pengujian asumsi seperti asumsi normal dan pengujian uji T dan uji F untuk mengetahui hubungan antar variabel. Adapun Pengolahan data ini menggunakan di Software SPSS untuk mendapatkan hasil pengujiannya.

10. Pengujian Model

Penelitian Pengujian model penelitian akan menggunakan model regresi linear berganda. Pengujian ini dilakukan setelah dibuatnya model penelitian dan data yang diperlukan sudah cukup untuk menguji model penelitian yang dibuat sehingga dapat mengetahui faktor yang memengaruhi minat beli konsumen di Kedai NGASEP.ID.

11. Analisis

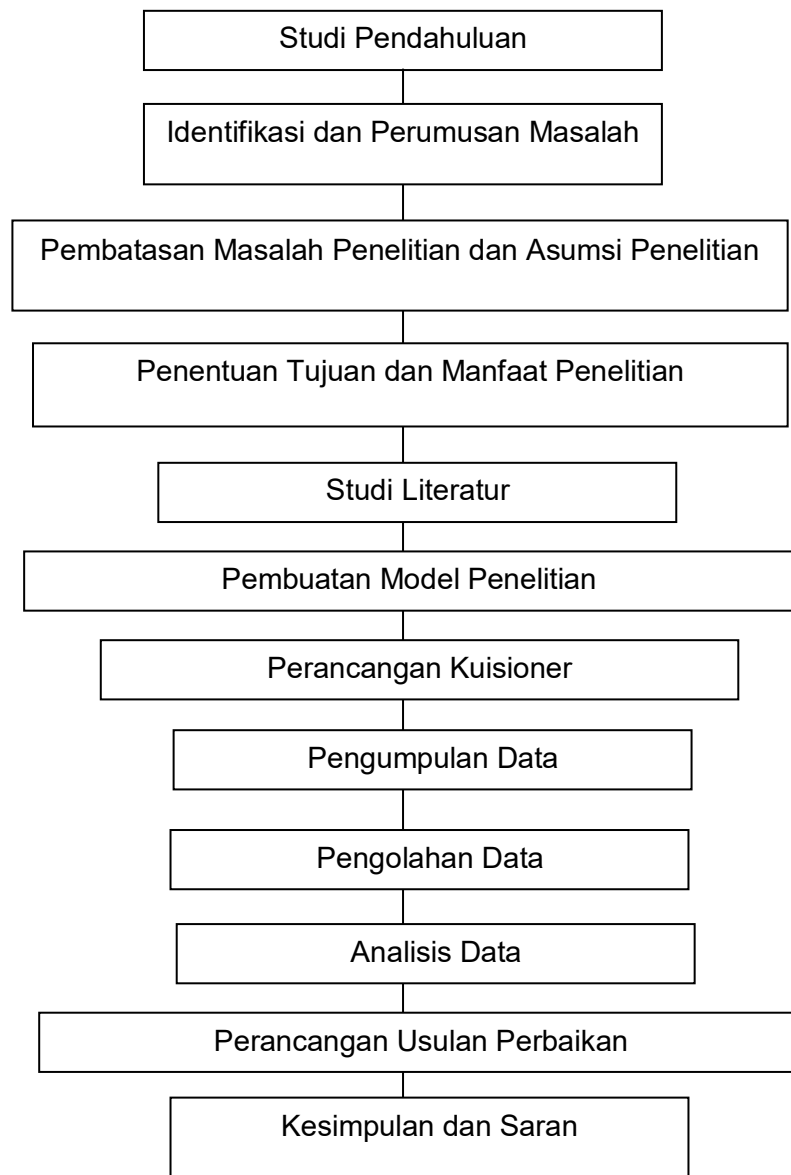
Metode penelitian akan dianalisa setelah mendapatkan hasil dari pengujian model penelitian, adapun analisa penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh variabel bebas terhadap minat beli konsumen pada NGASEP IDE. maka hasil dari pengolahan data dilakukan analisis berdasarkan teori-teori yang sudah didapat.

12. Pemberian Usulan dan Evaluasi Usulan

Setelah mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh melalui pengolahan data dan analisis, selanjutnya diberikan usulan-usulan kepada Kedai NGASEP.ID. Sukarame. Usulan yang diberikan kemudian dievaluasi lalu diputuskan untuk diterima atau tidak.

13. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dibuat agar dapat mengetahui target-target yang ditentukan di awal sudah tercapai atau belum. Saran diperlukan agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi dari penelitian saat ini



Gambar I.6 Diagram Alir Metodologi Penelitian

1.7 Metodologi Penelitian

Sistematika penulisan dibuat sebagai panduan untuk mempermudah dalam penyusunan terkait dengan penelitian ini. Sistematika penulisan juga dapat menjaga agar penulisan tetap terarah. Sistematika penulisan terbagi menjadi lima bagian utama dan akan dijelaskan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi yang dipakai selama penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai teori-teori yang dipakai selama penelitian dilakukan. Bagian ini juga akan menjelaskan metode yang dipakai selama penelitian untuk membantu menyelesaikan masalah dan membantu selama proses pengolahan data.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini akan berisi mengenai pengumpulan data yang dilakukan untuk membantu menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini. Kemudian akan dijelaskan mengenai cara mengolah data yang sudah dikumpulkan untuk kemudian akan dianalisis.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil dari pengolahan data yang sudah dilakukan dan akan digunakan sebagai dasar untuk mengambil kesimpulan mengenai permasalahan dalam penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan diberikan mengenai kesimpulan dari permasalahan yang ada dalam penelitian ini dan juga berisi saran-saran yang bisa dilakukan untuk pihak Kedai NGASEP.ID. dan untuk penelitian yang serupa.