

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Tinjauan Umum

Objek Penelitian : Objek penelitian ini adalah mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembeli di Kedai Dimsum “Tuman” yang terletak di Jl. Raya Lakarsantri 120 Surabaya. Untuk lebih mengenal objek, maka penulis menguraikan sejarah singkat, visi dan misi, struktur anggota dan organisasi perusahaan.

Sejarah singkat Kedai Dimsum “Tuman” di dirikan pada tanggal 14 desember 2014 atas ide dari Sdr. Rudy Hermanto yang sekarang menjadi owner Kedai Dimsum “Tuman”. Berdiri di sebuah bangunan yang terletak di pinggir jalan Raya Lakarsantri nomor 120 dengan luas 4x10 meter persegi. Ide tersebut di dapatkan saat melihat antusias masyarakat terhadap makanan yang di kenal sebagai jajanan etnis cina di daerah surabaya timur maka tercetuslah ide untuk membuka usaha di daerah Surabaya barat. Sedangkan nama “Tuman” sendiri di ambil dari singkatan “TUku-MANeh” (bahasa jawa) yang artinya “Beli-Lagi”. Di mana dengan nama tersebut ada harapan bahwa setelah konsumen merasakan kenikmatan dimsum, akan membeli lagi ke esokan hari nya. Berawal dari seorang diri kini Dimsum tuman memiliki satu Cabang di G-Walk CitraLand dan memiliki total 8 Karyawan.

Adapun didirikan nya kedai dimsum Tuman selain untuk mendapatkan penghasilan. Tentunya terdapat tujuan lain guna memberikan jalur dan acuan untuk pengembangan usaha ke depan seperti Visi dan Misi.

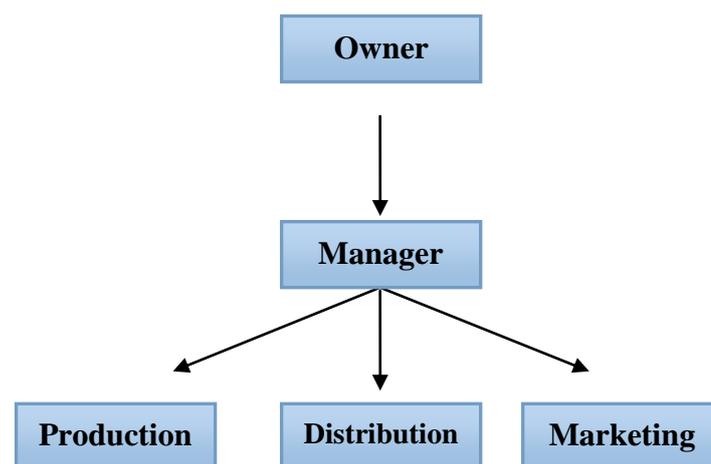
Visi :

Menjadikan Kedai Dimsum Tuman sebagai pusat kuliner di daerah Surabaya barat dengan rasa yang khas dan harga yang terjangkau

Misi :

1. Mengenalkan kepada masyarakat di daerah Surabaya barat tentang Dimsum baik Rasa, Bahan, dan manfaatnya
2. Memberikan pelayanan, serta mengutamakan mutu dan kepuasan pelanggan
3. Menciptakan lebih banyak varian rasa dan bentuk dimsum
4. Meningkatkan kualitas SDM secara berkesinambungan

STRUKTUR ORGANISASI KEDAI DIMSUM TUMAN



Tabel 4.1 Struktur Organisasi

Tugas dan tanggung jawab setiap posisi adalah sebagai berikut:

1. *Owner* : Yaitu seseorang yang mengatur keuangan dan modal untuk membantu operasional agar berjalan lancar dan bisa berkembang lebih baik.
2. *Manager* : Yaitu seseorang yang bertugas mengawasi proses produksi, distribusi, marketing, dan keuangan di dalam kedai dan memberi laporan ke owner tentang keadaan kedai saat operasional terjadi.
3. *Production* : Yaitu seseorang yang bertanggung jawab atas produksi dimsum dan membuat dimsum.
4. *Distribution* : Yaitu seseorang yang bertanggung jawab atas pengiriman produk ke cabang lainnya tepat waktu.
5. *Marketing* : Yaitu seseorang yang bertanggung jawab dan melakukan promosi dan penjualan kepada konsumen yang datang mau pun memesan produk.

Adapun Menu dan Fasilitas yang tersedia di Kedai Dimsum Tuman yang menunjang operasional Kedai tersebut seperti :

1. Menu Makanan (semua dengan harga 10 ribu) :
 - a. Siomay (Ayam cincang, Udang)
 - b. Hakau (Udang)
 - c. Bakpau Ayam (Bakpau isi Ayam)
 - d. Sushi (Kepiting, Ayam, Udang)
 - e. Kei Chak (Paha Ayam, Jamur, Wortel)
 - f. Bakpau (Kuning Telur Asin)
 - g. Ceker (Khaki Ayam)

- h. Bakpau Pandan (Bakpau Aroma Pandan)
- i. Loumeke (Ayam, Ketan)
- j. Tofu (Tahu Jepang, Udang)
- k. Kembang Tahu (Ayam, Udang, Kulit Tahu)
- l. Wotiek (Udang, Ayam, Sayur)
- m. Kocoi (Ayam, Sayur Kucai)
- n. Pangsit Shanghai (Ayam, Sayur Kucai)
- o. Xiao Long Bao (Ayam/*Crab Stick*)
- p. Bakpau Kuning Telur (Kuning Telur dan Susu)
- q. Bakpau Landak (Selai Pandan)
- r. Bakpau Mocca (Selai Mocca)
- s. Money Bag (Udang, Ayam, Sayur)
- t. Dumpling (Udang dan Ayam)
- u. Bakpau Sapi (Daging Sapi)
- v. Pangsit (Ayam & Udang)
- w. Shrimp Bom (Udang & Roti)
- x. Lumpia Sayur (Udang & Sayur)
- y. Mantau (Gandum & Susu)

2. Menu Minuman :

- a. Aneka Jus : Mangga, Apukat, Sirsat, Wortel, Tomat, Strawberry,
Buah Naga, Apel, Jambu.
- b. Es Teh/Teh Panas
- c. Teh Tarik

- d. Mineral Water
- e. Es Sarang Burung

3. Fasilitas :

- a. *Free Wifi*
- b. *Sports Television*
- c. *Music*

B. Hasil Pengumpulan Data dan Informasi

Dalam pengumpulan informasi dan data yang akurat maka disini dilakukan pengumpulan data, ada 3 jenis pengumpulan data, data yang pertama yaitu wawancara, yang kedua adalah *observasi* dan yang ketiga adalah dokumentasi, penjelasannya sebagai berikut:

1. Wawancara.

Dari beberapa hasil wawancara yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa dari beberapa pertanyaan yang diajukan dapat disimpulkan konsumen tidak terlalu sering untuk datang dan membeli serta mengkonsumsi dimsum dikarenakan konsumen menganggap dimsum bukan suatu makanan pokok yang harus selalu dimakan dan hanya jika timbul rasa ingin saja maka konsumen akan mengkonsumsi dimsum.

Rata-rata pembelian konsumen yang berkunjung sangat bermacam-macam mulai dari 3 porsi hingga 15 porsi dikarenakan banyak varian yang ada. Pembelian terbanyak biasanya konsumen yang membawa keluarga untuk makan bersama, dan menikmati suasana.

Ada beberapa konsumen yang sudah mengenal dimsum dan ingin

mencoba dimsum di tempat kedai dimsum “tuman” dikarenakan penasaran apakah rasa dan kualitasnya berbeda dengan tempat yang pernah mereka kunjungi. Tapi juga ada beberapa konsumen yang baru pertama kali mengenal dimsum dikarenakan baru pertama kali datang di kedai dimsum “tuman” dikarenakan konsumen penasaran akan apakah itu dimsum dan ingin mencoba dimsum.

Dari segi harga juga banyak konsumen yang menginginkan harga yang terjangkau seperti jajanan pada umumnya dikarenakan dimsum dirasa bukan makanan pokok yang harus dikonsumsi setiap hari dan hanya dikonsumsi jika rasa ingin timbul pada konsumen. Banyak yang menginginkan kisaran harga mulai dari 5 ribu sampai dengan 10 ribu.

Banyak konsumen yang menyukai macam-macam varian dimsum yang ada dikarenakan konsumen tidak akan bosan dan selalu ingin mencoba macam-macam varian yang ada. Maka banyak juga permintaan untuk menambah varian-varian dimsum baru untuk disajikan dan dijual.

2. Observasi

Dengan melakukan observasi secara langsung di Kedai Dimsum Tuman, bisa di jelaskan sebagai berikut :

Perilaku konsumen yang baru pertama kali datang ke Kedai Dimsum Tuman biasanya selalu bertanya terlebih dahulu tentang produk makanan dimsum itu seperti apa dan juga hanya membeli satu porsi saja untuk mencobanya dan selalu memilih atas rekomendasi dan penjelasan dari kita karena mereka belum tau akan produk apa saja yang tersedia dan dijual, konsumen baru hanya melihat produk makanan dan nama makanan yang sepertinya dimengerti dan membeli hanya produk tersebut seperti siomay, bakpao, dan tofu. Dikarenakan konsumen yang baru selalu ingin tahu dan ingin menanyakan apa itu dimsum. Walaupun konsumen yang datang tidak selalu sama atau datang terus menerus karena mereka menganggap dimsum bukan makanan pokok yang harus dikonsumsi dan hanya ingin membeli jika mereka inginkan saja. Tapi karena varian dimsum yang bermacam-macam bisa menarik lagi konsumen baru menjadi konsumen yang loyal dan selalu datang.

Keputusan pembelian konsumen terhadap produk kita bisa dilihat dari perilaku konsumen yang datang apakah tertarik atau tidak pada produk dimsum kita. Pengaruh dari perilaku konsumen yang selalu ingin tahu dan selalu ingin mencoba hal baru maka konsumen kebanyakan selalu akan membeli produk dimsum walaupun hanya beberapa porsi saja. Pertimbangan

suatu informasi yang didapat, keinginan yang timbul oleh konsumen menjadi salah faktor pemicu keputusan pembelian produk dimsum kita, banyak hal yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen dikarenakan perilaku konsumen yang mencari informasi tentang harga, produk, pelayanan, tempat yang menjadi pertimbangan untuk memutuskan membeli atau tidak membeli dikarenakan dimsum bukan makanan pokok bagi konsumen di daerah sekitar Kedai Dimsum Tuman. Terkadang konsumen yang telah memutuskan sudah membeli dimsum dan merasa kualitas yang baik, rasa yang enak, tempat yang nyaman, dan harga yang memang relatif terjangkau maka mereka akan mencoba membeli lagi varian dimsum yang lain dan juga akan datang kembali kemudian hari untuk membeli lagi dikarenakan mereka merasa puas dengan apa yang didapat di kedai dimsum tuman.

3. Dokumentasi

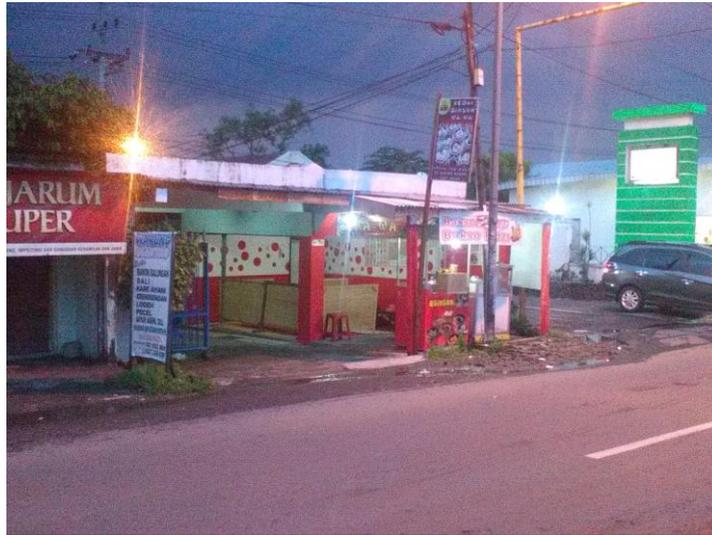


Gambar 4.1 Kedai Dimsum Tuman

Outlet Dimsum Tuman Yang ada di G-Walk Citraland. Display sangat mudah untuk diketahui agar konsumen dapat langsung mengetahui dan datang



Gambar 4.2 Outlet Kedai Dimsum Tuman



Gambar 4.3 Outlet Kedai Dimsum Tuman

Outlet Pusat Dimsum Tuman yang ada di jalan raya lakarsantri 120.

Tempat tepat dipinggir jalan yang sangat mudah dijangkau.



Gambar 4.4 karyawan Kedai Dimsum Tuman

Salah satu karyawan yang sedang memasak dimsum. Sebelum ada seragam khusus penjualan.



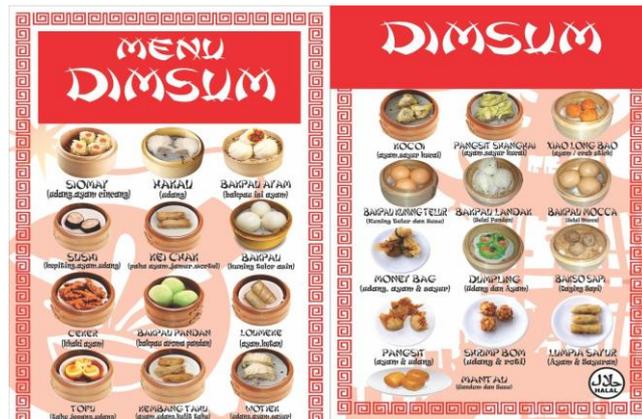
Gambar 4.5 seragam Kedai Dimsum Tuman

Salah satu seragam untuk karyawan Dimsum Tuman agar bisa menarik konsumen lebih banyak.



Gambar 4.7 *display* penjualan dan tempat memasak dimsum

Display penjualan dan memasak di bagian depan Kedai Dimsum Tuman di outlet pusat Jln Raya Lakarsantri 120 Surabaya.



Gambar 4.7 menu dimsum

Menu dimsum “Kedai Dimsum Tuman”



Gambar 4.8 *display* menu Kedai dimsum Tuman

Beberapa Display Menu Dimsum (Wotiek, Hakau, Pangsit Shanghai, dan Ceker)

C. Pembahasan

Kedai Dimsum Tuman Berada di selatan kota yang berada di jalan Raya Lakarsantri 120 surabaya, satu-satunya kedai dimsum yang ada di tempat itu dan menjual varian produk makanan Dimsum (salah satu makan khas china) yang memang belum pernah dijual di daerah itu. Hal baru seperti kedai dimsum ini merupakan kesempatan untuk bisa menarik konsumen baru yang belum mengetahui tentang varian makanan yang baru dan belum di kenal luas di daerah itu. Konsumen yang datang akan penasaran dan ingin mencoba dimsum.

Untuk menarik konsumen lebih banyak kita harus tau perilaku konsumen yang seperti apa yang datang ke kedai dimsum tuman. Perilaku Konsumen harus sangat diperhatikan karena dari perilaku konsumen kita bisa menebak apa yang diinginkan konsumen jika datang ke kedai dimsum tuman. Dari hal itu kita bisa memberikan dan memenuhi kebutuhan. Keinginan, dan memberikan produk yang bisa memuaskan konsumen yang datang dan membuat mereka memutuskan untuk melakukan pembelian produk dimsum di kedai dimsum tuman.

Perilaku konsumen bisa di pengaruhi dari *internal* mereka yang menginginkan sesuatu dan dari *external* yaitu dari kita yang memberikan informasi dan masukan-masukan produk apa yang diinginkan konsumen dan juga promo-promo varian dimsum dan harga yang diberikan juga terjangkau. Pengaruh *external* yang besar juga bisa mempengaruhi perilaku konsumen untuk bisa memutuskan pembelian dikarenakan pengaruh tersebut membuat

keinginan untuk mendapatkan dan mengkonsumsi suatu produk akan menjadi lebih besar. Jika tidak ada pengaruh dari luar terkadang konsumen akan ragu akan memutuskan membeli produk tersebut.

Membuat keputusan konsumen agar dapat membeli dan menjadikan keputusan konsumen menjadi satu pilihan bisa juga dengan cara mempengaruhi konsumen dari luar seperti rayuan, pelayanan dan memberikan varian-varian dimsum yang sangat diinginkan dan dibutuhkan. Selain memberikan hal-hal tersebut sebagai pihak luar yang mencoba mempengaruhi keputusan konsumen maka disarankan agar peka dalam mengetahui perilaku konsumen yang sering berubah-ubah dan tidak tentu agar dapat memberikan keputusan yang tepat dalam melayani konsumen.

Dari hasil pengumpulan data yang saya dapat juga menyimpulkan dari perilaku konsumen yang selalu mencari, mengkonsumsi, dan mengevaluasi suatu produk. Jika Kedai Dimsum Tuman bisa memberikan banyak varian dimsum, produk yang berkualitas, promo-promo yang menarik, dan juga harga yang terjangkau unruk bisa mempengaruhi perilaku konsumen dan memutuskan pembelian maka pengaruh external yang kita berikan bisa sangat signifikan untuk mempengaruhi konsumen agar membeli, mengkonsumsi dan membuat mereka puas karena sudah terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen. Dari hal tersebut konsumen tidak akan kecewa dan akan kembali memutuskan membeli lagi di lain hari atau menjadi konsumen yang loyal dan datang terus ke Kedai Dimsum Tuman.

Dari hasil observasi yang penulis lakukan kebanyakan konsumen baru

pertama kali datang dan membeli di kemudian hari akan datang kembali karena ingin mencoba varian dimsum yang lainnya karena memiliki banyak pilihan yang disediakan dan juga harga yang terjangkau. Tak jarang juga konsumen yang datang adalah konsumen yang pernah mencoba dimsum ditempat lain beberapa konsumen yang datang terkadang berkomentar tentang harga yang terjangkau bagi dirinya dan soal rasa enak, tapi ada juga yang berkomentar harganya terjangkau tapi soal rasa kurang enak.

Proses pengambilan keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Proses tersebut sebenarnya merupakan proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah ekonomi yang dimiliki seseorang akan sangat berpengaruh terhadap pemilihan produk atau jasa karena pembelanjaan pendapatan yang diperoleh disesuaikan dengan kebutuhan. Semakin tinggi pendapatan yang mereka peroleh, semakin tinggi pula tingkat konsumsi yang mereka lakukan. Hal ini berlaku sebaliknya pada orang-orang yang mempunyai tingkat pendapatan yang lebih rendah. Sumber daya konsumen meliputi tiga hal, yaitu sumber ekonomi, sumber daya temporal, dan sumber daya kognitif. Secara praktis, hal itu berarti pemasaran bersaing untuk mendapatkan uang, waktu dan perhatian konsumen. Keputusan konsumen sehubungan dengan produk dan merek sangat dipengaruhi oleh jumlah sumber daya ekonomi yang mereka miliki atau mungkin yang mereka punya dimasa mendatang. Selain itu, hal

yang menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen adalah waktu, yang merupakan variable yang sangat penting untuk memahami perilaku konsumen. Sumber daya lain yang harus tetap diperhitungkan adalah sumber daya kognitif, yang menggambarkan kapasitas mental yang tersedia untuk menjalankan berbagai kegiatan pengolahan informasi.

Konsumen yang sudah pernah membeli dan mencoba di kedai dimsum tuman terkadang selalu kembali lagi dan ingin membeli karena masih banyak varian yang tersedia dengan harga yang murah. Walaupun tidak terus menerus tiap hari datang tetapi 1-2 minggu sekali mereka akan membeli lagi karena bagi mereka dengan harga murah kenapa tidak untuk mencoba lagi dan mengkonsumsinya dikarenakan dimsum bukan merupakan makanan pokok yang harus dikonsumsi tiap hari. Ada juga yang merasa dengan harga murah rasa dimsum kurang cocok dilidah mereka dan tidak kembali lagi untuk membeli dimsum di kedai dimsum tuman.

Tetapi karyawan dimsum tuman selalu aktif memberikan informasi dan sosialisasi kepada konsumen yang baru datang ataupun yang sudah sering datang dengan cara memberikan informasi produk dimsum yang enak dan promo varian dimsum dengan harga murah untuk menarik konsumen baru agar terpengaruh membeli dimsum lebih dari 1 porsi dan juga datang kembali di lain hari dengan membawa teman ataupun sendiri.

Dengan cara selalu memberikan harga yang murah dan informasi yang menarik tentang varian dimsum yang banyak, enak dan murah makan kebanyakan respon para konsumen yang baru datang selalu antusias dengan

membeli lebih dari 1 porsi. Rupanya pengaruh *external* seperti informasi produk, harga promo yang di berikan memberikan dampak yang besar dalam memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di Kedai Dimsum Tuman.

Keputusan pembelian adalah suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Hasil dari analisa dan pengumpulan data di atas mengenai hubungan perilaku konsumen dan keputusan pembelian oleh konsumen, menunjukkan bahwa perilaku konsumen mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan dengan keputusan pembelian di produk di Kedai Dimsum Tuman.

Adanya hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara perilaku konsumen dengan keputusan pembelian konsumen di Kedai Dimsum Tuman menunjukkan bahwa perilaku konsumen di Kedai Dimsum Tuman jika kita bisa peka dan memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen akan memiliki kesan positif yang baik bagi konsumen. Harga produk yang terjangkau, pelayanan yang baik, informasi yang lengkap dan mudah di mengerti, produk yang berkualitas memiliki nilai plus untuk menarik konsumen yang baru mengenal produk dimsum tuman dan juga mempertahankan konsumen lama yang pernah datang ke kedai dimsum tuman. Walaupun harga dari kedai dimsum tuman terjangkau, varian dimsum yang banyak, dan pelayanan yang sederhana terkadang konsumen masih meragukan apakah hal tersebut mempengaruhi kualitas produk baik atau tidak. Maka dari itu proses pemberian informasi suatu produk, harga dan pelayanan sangat diperlukan untuk memberi pengaruh agar keputusan

pembelian menjadi positif

D. Kendala dan Penyelesaian

1. Kendala

Kendala yang didapat oleh Kedai Dimsum Tuman ialah perilaku konsumen yang bermacam-macam membuat Kedai Dimsum Tuman susah untuk bisa selalu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang bermacam-macam seperti varian dimsum yang tidak ada tapi diinginkan konsumen, porsi dimsum yang kecil menurut konsumen, harga yang dirasa mahal, rasa yang kurang enak, dan beberapa keluhan lainnya yang didapat di Kedai Dimsum Tuman.

2. Penyelesaian

Dari kendala diatas penyelesaiannya adalah karyawan Kedai Dimsum Tuman harus bisa menginformasikan, mensosialisasikan, memberikan pelayanan yang terbaik, produk yang selalu dijaga standarisasinya dan selalu berinovasi untuk membuat varian dimsum yang baru untuk menarik dan memberikan kepuasan kepada konsumen yang datang. Dari hal-hal tersebut kita berusaha maksimal untuk memberikan kepuasan yang maksimal juga untuk konsumen-konsumen yang ada di Kedai Dimsum Tuman..

Pengaruh perilaku konsumen yang bermacam-macam ini menuntut Kedai Dimsum Tuman untuk selalu berinovasi, menjadi lebih baik lagi dan juga peka untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen..

Dari hal-hal tersebut bisa menjadi nilai positif untuk Kedai Dimsum Tuman untuk bisa bertahan dan bersaing dengan kompetitor lainnya. Yang terus mencoba memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang bermacam-macam dan bisa membuat konsumen untuk membeli produk mereka.