

ANALISIS BRAND IMAGE DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SALAD BUAH PADA WARUNG DWA JALAN VIHARA, Dr. DJASAMEN SARAGIH KOTA PEMATANG SIANTAR

Cici Anggela Girsang¹, Miranti Sinaga², Echa Uliany Gultom³, Liswanti⁴, Ardia⁵
cicianggela2000@gmail.com¹, mirantisinaga2003@gmail.com²,
echauliany23@gmail.com³, liswanti04@gmail.com⁴, ardiaprimestitc@gmail.com⁵
Universitas Simalungun

Abstrak

Trend mengonsumsi makanan sehat seperti salad yang bahan utamanya adalah buah-buahan segar kini semakin banyak digemari para penikmat kuliner sehat atau biasa disebut vegetarian. Saat ini salad buah menjadi salah satu makanan favorit semua kalangan di Kota Pematang Siantar, dari yang muda hingga yang tua. Disebabkan karena semakin banyaknya aktivitas manusia, tidak dapat dipungkiri bahwa manusia memerlukan asupan tambahan dan juga tidak sedikit pula konsumen yang mengutamakan makanan sehat tanpa pengawet dengan tujuan menjaga daya tahan tubuhnya salah satunya adalah salad buah. Salad buah merupakan salah satu makanan bernutrisi, mengandung serat tinggi serta mengandung vitamin yang berguna bagi tubuh. Akan tetapi semakin banyaknya produsen yang mulai terjun ke bisnis makanan tersebut, situasi ini merupakan peluang bagi pengusaha untuk menghasilkan produk sejenis namun dengan merek maupun keunggulan yang berbeda. Brand image atau citra merek adalah salah satu unsur penting yang membuat konsumen memutuskan untuk melakukan pemilihan. Semakin banyak citra merek maka konsumen akan semakin tertarik melakukan pembelian, karena konsumen beranggapan suatu produk dengan citra merek yang sudah terpercaya lebih memberikan rasa nyaman. Ketika konsumen akan membeli produk yang akan digunakan atau dikonsumsi. Salah satu produsen salad buah dengan kualitas terbaik adalah salad buah DWA yang terletak di kota Pematangsiantar.

Kata Kunci: Citra merek, UMKM.

PENDAHULUAN

Brand Loyalty merupakan faktor yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena jika seseorang suka loyal terhadap suatu merek, maka ia akan cenderung melakukan pembelian terhadap apapun produk yang diluncurkan atau diproduksi oleh merek tersebut. Menurut Suwarman (2011), mengungkapkan loyalitas merek adalah sikap positif seorang pelanggan terhadap suatu merek, pelanggan memiliki keinginan kuat untuk membeli ulang merek yang sama pada saat sekarang maupun di masa mendatang. Sebuah merek harus mampu membangun rasa kepercayaan bagi para konsumennya, guna menjadikan internet sebagai sarana perdagangan yang layak. Dengan pertumbuhan pembelian dalam kategori jasa di internet yang stabil menjadi pendorong sebuah perusahaan untuk berkomitmen pada internet branding. Oleh karena itu, Brand Trust diidentifikasi sebagai komponen yang kritis dan menjadi hal yang terpenting bagi pengguna internet, terutama bagi konsumen daerah perkotaan yang mulai terbiasa memanfaatkan media internet sebagai sarana untuk membeli barang kebutuhan pribadi.

Persaingan dunia usaha sekarang ini semakin besar, terutama usaha dalam sektor industri kuliner. Hal ini ditandai dengan banyak didirikannya usaha di daerah-daerah baik usaha kecil maupun usaha menengah.

Usaha salad buah tampaknya memiliki pangsa pasar yang khusus dibandingkan dengan usaha makanan lainnya. Salad buah banyak disukai oleh mereka yang menerapkan pola hidup sehat dan juga oleh mereka yang sedang menjalani program

diet. Selain memberikan manfaat kesehatan, salad buah juga mudah untuk disiapkan. Keuntungan yang kamu dapatkan sebanding dengan kesegaran salad buah yang kamu jual.

Usaha Salad Buah DWA cukup diminati oleh semua kalangan, sehingga cukup ramai penjualan yang didapat. Usaha Salad Buah DWA di Jalan Vihara, DR Djasamen Saragih, Gang KSM, Karya Kompleks RSUD Simalungun, Kec.Siantar Selatan. Sudah berdiri sejak 2018 sampai sekarang dan sudah mendapatkan omset jutaan rupiah.

METODOLOGI

Desain Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif, Menurut Sugiyono (2017) adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aditya(30thn) merupakan pendiri sekaligus pemilik dari warung salad buah DWA sejak tahun 2018, usaha tersebut awalnya hanya menjual salad buah, dengan penghasilan yang tidak begitu besar. awalnya konsumen warung salad buah DWA hanya Masyarakat yang ada di warung salad buah saja dan para pegawai RSUD Pematang Siantar.

Sebelumnya aditya bekerja sebagai penjaga konter handphone di Pematang Siantar namun tahun 2018, Aditya resign dari pekerjaan sebelumnya dan memulai usaha bisnis kuliner salad buah dengan omset awal Rp. 3.000.000,-

Tabel 1. TABEL HARGA

NO	Jenis makanan	Ukuran	Harga
1	• Salad buah	200ml	Rp. 13.000
		300ml	Rp. 18.000
		500ml	Rp. 30.000
	• Smoothies	200ml	Rp. 13.000
		300ml	Rp. 18.000
		500ml	Rp. 30.000

Sumber : warung salad buah 2024

Tabel 2. Biaya bahan baku

NO	JENIS	volume	HARGA/UNIT
1	Bahan baku utama		
	a. Bermacam buah	Perkantong	Rp. 100.000
	b. Mayonise	1 bungkus	Rp. 32.000
	c. Keju	1 bungkus	Rp. 30.000
	Total Per Hari		Rp. 162.000
	Total Per Bulan		Rp. 5.022.000
2	Bahan Penolong		
	a. Susu Kental Manis	1 pcs	Rp. 16.900
	b. Lemon	3 biji/hari	Rp. 20.000
	c. Cup Tempat Salad	50 cup	Rp. 22.500
	Total Per Hari		Rp. 59.400
	Total Per Bulan		Rp. 1.842.400
	Total Seluruh Bahan Baku		Rp. 6.863.400

Sumber : Warung Salad DWA

Usaha tersebut berjalan lancar dengan adanya pemesanan secara Online Omset yang di peroleh warung salad buah DWA meningkat secara pesat bahkan bahkan penghasilan perbulan warung salad buah DWA tembus kurang lebih Rp. 5.000.000 Dengan di bukanya pemasaran online melalui Aplikasi Gofood salad buah DWA merasakan dampak yang positif terhadap warung, yaitu pemesanan lebih efektif begitu juga dengan pengiriman makanan kepada konsumen. Warung dari salad buah DWA semakin dikenal Masyarakat. misalnya harga salad buah jika membeli langsung di tempat hanya di kenai harga Rp.15.000, Tetapi jika membeli melalui aplikasi dikenakan tambahan harga Rp.3000.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian dalam warung salad buah DWA diperoleh omset yang meningkat karena adanya brand image yang mempengaruhi para konsumen lebih yakin dan berminat untuk membeli produ mereka, selain itu citra merek yang baik dalam produk dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan penjual yang baik mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- B, Alfian. (2012). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova pada PT. Hadji Kalla cabang Polman. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Makasar.
- Keller. (2003). How To Manage Brand Equity. Jakarta: gramedia pustaka
- Kotler (2005:226) brand image adalah kumpulan keyakinan atau kepercayaan atas merek tertentu
- Setiadi (2003: 180) citra merek (brand image)
- Peter dan Olson (dalam Lutiary Eka Ratri, 2007: 47) citra merek
- Patar Simamora JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi) 2 (1), 24-36, 2018.