

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya serta mencapai keunggulan dalam bersaing, terutama persaingan yang berasal dari bisnis sejenis. Dalam hal ini bisnis yang didirikan harus mampu menghasilkan dan menyampaikan produk yang unggul dengan harga yang pantas dan sesuai. Untuk mencapai hal tersebut perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar, salah satunya yaitu memahami perilaku konsumen yang selalu berkembang dalam melakukan pembelian.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan bagi semua pelaku bisnis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu meningkatkan penjualan produk. Marketing mix atau bauran pemasaran merupakan alat/media yang sering digunakan pelaku bisnis untuk mencapai tujuan pemasarannya, terdiri dari kombinasi beberapa unsur pemasaran. Unsur-unsur tersebut disebut juga dengan 4P (product, price, promotion dan place).

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen kepada pasar atau konsumen agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan pasar atau konsumen..

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi.

Menurut Kotler (2005:345) harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Promosi merupakan salah satu penentu faktor keberhasilan suatu program pemasaran. Media promosi yang sering digunakan untuk menyampaikan informasi tentang produk adalah media periklanan.

Unsur terakhir yaitu lokasi/tempat merupakan faktor yang menentukan dalam mendatangkan konsumen. Pemilihan lokasi yang strategis merupakan keputusan penting dalam mendirikan suatu usaha. Dengan tempat yang strategis akan memberikan suatu nilai tambah bagi sebuah kegiatan usaha, meskipun pesaing menjual produk yang sama. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi / tempat akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup bisnisnya.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk menetapkan kebutuhan akan barang atau jasa yang dipilih dengan mempertimbangkan beberapa faktor, antara lain produk, harga, promosi, dan tempat.

Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah bisnis di bidang makanan atau kuliner. Padatnya aktivitas di zaman modern ini menyebabkan kebanyakan orang tidak mempunyai banyak waktu luang untuk mempersiapkan sendiri makanan di rumah dan cenderung ingin menikmati makanan yang siap saji. Bisnis ini cukup menjanjikan karena kebutuhan utama yang harus dipenuhi orang yang tidak bisa diingkari adalah makanan. Makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan

dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dalam menikmati makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Ada yang memilih rumah makan besar dengan pelayanan yang mewah, adapula yang cenderung memilih rumah makan yang biasa atau warung kecil.

Akhir-akhir ini memang semakin banyak bisnis kuliner yang menawarkan makanan dengan cita rasa yang khas. Mulai dari yang tradisional sampai yang modern. Dengan harapan untuk menarik minat konsumen untuk membeli. Di Kota Bangkalan sendiri mulai banyak bermunculan pelaku bisnis yang mengembangkan bisnis kuliner dan semua bersaing demi merebut kepercayaan dari konsumen bahwa produk yang ditawarkan adalah yang terbaik. Salah satu jenis kuliner yang terkenal karena memiliki cita rasa yang khas di Bangkalan adalah Warung Nasi Bebek Sinjay.

Bebek merupakan sebutan untuk salah satu nama unggas selain ayam. Bebek biasanya bermain di kubangan yang kotor sehingga terkadang sebagian orang ada yang menilai bebek itu kotor dan menjijikkan. Akan tetapi bebek yang biasa di olah menjadi masakan merupakan bebek hasil peternakan. Biasanya daging bebek yang di gunakan atau di olah menjadi masakan yaitu daging bebek bagian dada dan daging bebek bagian paha. Namun sekarang mayoritas dari masyarakat Indonesia sudah akrab dengan masakan hasil olahan daging bebek. Salah satu warung yang menggunakan bahan baku utama daging bebek adalah Warung Nasi Bebek Sinjay.

Berawal mulai tahun 2001 pemilik Warung Nasi Bebek Sinjay ibu Musliha mulai merintis dan mengelola usaha ini. Sinjay sendiri adalah singkatan dari Sinar Jaya dahulu sebelum menjadi warung yang ramai seperti sekarang, warung nasi bebek sinjay cuma warung nasi kecil yang sepi pembeli. Sang pemilik merintis usaha ini mulai dari nol, dulu saat awal berdiri warung nasi bebek sinjay begitu sepi pembeli

bahkan tak jarang sisa jualannya banyak tersisa. Berbagai inovasi pun tidak pernah luput di lakukan pemilik dengan menciptakan daging bebek yang memiliki tekstur yang empuk dengan kremesan gurih, dan sambal khas parutan pencit yang menjadi favorit para konsumen. Warung Nasi Bebek Sinjay hanya menyediakan menu nasi bebek goreng dengan sambal parutan pencit. Para penikmat nasi bebek sinjay berasal dari pelajar, pegawai, pengusaha, dan wisatawan berbagai daerah yang sengaja berkunjung ke Kota Bangkalan untuk menikmati nasi bebek sinjay. Dikarenakan lokasinya yang strategis terletak di pinggir jalan poros utama untuk memasuki Kota Bangkalan atau arah sebaliknya menuju ke arah Jembatan Suramadu serta jalan utama menuju Kota-kota lain di Madura.

Dari waktu ke waktu Warung Nasi Bebek Sinjay yang dulunya sepi pembeli kini semakin ramai hingga mampu menghabiskan 600-700 potong bebek untuk memenuhi permintaan konsumen. Dalam sehari rumah makan yang buka mulai dari pukul 07.00 sampai 17.00 selalu di penuh oleh pembeli sehingga terkadang untuk menikmati seporsi nasi bebek sinjay harus rela mengantri dan bergantian tempat duduk dengan pembeli lainnya. Saat ini Warung Nasi Bebek Sinjay telah menjadi salah satu destinasi wisata kuliner favorit di Kota Bangkalan. Saat ini pemilik Warung Nasi Bebek Sinjay sudah mampu memperluas pangsa pasarnya dengan membuka cabang di beberapa kota di Jawa Timur dan beberapa cabang lainnya di Ibukota Jakarta. Pembukaan cabang tersebut bertujuan untuk mempromosikan serta menarik minat konsumen baru yang belum pernah menikmati atau datang langsung ke Warung Nasi Bebek Sinjay di Kota Bangkalan.

Tabel 1.1

Data pengunjung Warung Nasi Bebek “Sinjay” tahun 2016

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	14.050 pengunjung
Februari	12.750 pengunjung
Maret	13.000 pengunjung
April	12.150 pengunjung
Mei	14.110 pengunjung
Juni	14.250 pengunjung
Juli	15.200 pengunjung
Agustus	14.000 pengunjung
September	14.250 pengunjung
Oktober	12.400 pengunjung
November	13.240 pengunjung
Desember	14.800 pengunjung

Sumber : Warung Nasi Bebek Sinjay di Bangkalan tahun 2016

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa animo konsumen Warung Nasi Bebek Sinjay mengalami fluktuasi dalam satu tahun terakhir. Puncak animo pengunjung yang datang untuk menikmati nasi bebek sinjay yang memiliki cita rasa yang khas serta sambel pencitnya yang begitu menggoda terjadi pada bulan Juli yaitu mencapai 15.200 pengunjung, karena dibulan tersebut memasuki bulan puasa, hari Raya Idul Fitri serta liburan panjang sehingga banyak konsumen yang sering mengadakan buka bersama, liburan bersama teman atau keluarga, serta mudik hari Raya Idul Fitri sehingga mampu untuk mendongkrak animo pengunjung yang datang ke warung nasi

bebek sinjay. Sementara pada bulan Februari, April dan Oktober animo pengunjung yang datang ke warung nasi bebek sinjay mengalami penurunan dikarenakan pada bulan tersebut kunjungan konsumen yang dari luar kota mengalami penurunan yang signifikan sehingga mempengaruhi volume jumlah pengunjung yang datang ke warung nasi bebek sinjay. Setelah itu memasuki bulan Desember atau menjelang akhir tahun animo konsumen dari dalam maupun dari luar kota yang datang berkunjung ke warung nasi bebek sinjay guna menikmati olahan daging bebek yang bertekstur empuk, kremesannya yang gurih serta sambel pencetnya yang khas warung nasi bebek sinjay yang berada di jalan raya Ketengan ini kembali mengalami kenaikan animo pengunjung secara signifikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen pada “Warung Nasi Bebek Sinjay” di Jalan Raya Ketengan Bangkalan”

1.2. Rumusan masalah

Perumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah secara simultan variabel produk, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di “Warung Nasi Bebek Sinjay” Di Jalan Raya Ketengan Bangkalan?
- b. Apakah secara parsial variabel produk, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di “Warung Nasi Bebek Sinjay” Di Jalan Raya Ketengan Bangkalan?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan variabel produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di “Warung Nasi Bebek Sinjay” Di Jalan Raya Ketengan Bangkalan.
- b. Mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial variabel produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian oleh konsumen di “Warung Nasi Bebek Sinjay” Di Jalan Raya Ketengan Bangkalan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk mendukung penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

- b. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan keputusan pembelian oleh konsumen.