

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keanekaragaman kebutuhan masyarakat terutama dalam hal makanan. Di Indonesia mempunyai banyak sekali keanekaragaman makanan, dan setiap daerah mempunyai karakteristik tersendiri, dilihat dari sosial budaya, tingkah laku atau dari segi kebiasaan. Semua itu dipengaruhi oleh keadaan lingkungan tempat tinggal, iklim atau tingkat penghasilan yang berbeda-beda.

Masyarakat Indonesia semakin kreatif dan inovatif dalam membuat resep baru untuk meningkatkan kebutuhan pangan sehari-hari, disamping itu juga kreatif dalam membuat jajanan dari daerah. Jajanan kali ini menurut kaum muda dan kalangan orang tua banyak digemari, selain itu pula dengan rasa yang khas dari daerah Jawa Barat di kota Bandung yang sudah tidak asing lagi didengar atau dirasa oleh masyarakat yang mayoritas menyukai jajanan dengan rasa pedas yaitu "*Seblak*".

Seblak merupakan makanan Indonesia yang bercita rasa gurih dan pedas, yang terbuat dari kerupuk basah yang dimasak dengan sayuran dan sumber protein seperti telur, ayam, boga bahari atau olahan daging sapi, dimasak dengan bumbu tertentu (Sesmawati, 2017).

Menurut Branarif Seblak adalah makanan khas Bandung, Jawa Barat. Seblak kini menjadi makanan jajanan jalanan yang digemari berbagai kalangan masyarakat terutama di daerah Surabaya dan Sekitarnya.

Disempurnakan dengan pengertian seblak menurut Hidayat *Cheff* yang bekerja di Hotel Shangrila Surabaya, Seblak adalah merupakan makanan Khas yang berasal dari daerah Jawa Barat yang mempunyai citarasa yang pedas dan berbahan dasar dari kerupuk, kemudian diolah menjadi jajanan basah sehingga makanan ini lebih terasa gurih apabila dimakan saat panas. Selain itu seblak juga dirasa jajanan yang mampu mengingatkan kampung halaman bagi mereka yang berasal dari Jawa Barat atau masyarakat yang sudah tau tentang seblak.

Menurut *wikipedia* Asal usul seblak berasal dari daerah Sumpiuh, Jawa Tengah, karena seblak sangat mirip dengan makanan rakyat kecil dari Sumpiuh yaitu *Krupuk Godog* yang sudah populer sejak tahun 1940an, sementara seblak baru populer sekitar tahun 2000an. Seblak juga sudah ada di Daerah Cianjur bagian selatan sejak dari jaman sebelum kemerdekaan, makanan ini adalah makanan alternatif kaum masyarakat ekonomi lemah sebagai pengganti jajanan.

Seblak memiliki bahan dasar dari kerupuk yang di rebus kemudian dicampurkan rempah-rempah khas Indonesia disajikan dalam keadaan panas dan pedas yang memiliki arti tersendiri bagi penikmatnya, dan adapula inovasi yang dilakukan oleh pengusaha jajanan seblak dengan cara melakukan perombakan dalam penambahan varian rasa dan jenis pemasaran, agar orang tertarik dengan produk jajanan tersebut.

Usaha yang dilakukan pastinya memerlukan cara untuk menarik minat pelanggan datang dan mencoba maka dari itu perlu diadakan pemasaran yang konsisten pemasaran tersebut dilakukan dengan kegiatan promosi, yaitu salah

satu cara yang penting untuk melakukan persaingan dengan tidak didasarkan pada harga namun kualitas rasa. Suatu usaha promosi penjualan jika dilakukan dengan baik, akan dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen menggunakan pendapatnya.

Suatu usaha harus benar-benar mencari cara yang penting untuk menciptakan suatu strategi pemasaran yang benar-benar kreatif dan dapat menarik minat konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa yang ditawarkan pada konsumen sehingga *image* yang tercipta pada konsumen juga positif terhadap produk atau jasa yang ditawarkan tersebut. Hal ini disebabkan karena semakin kritisnya dan telitinya konsumen terhadap suatu produk yang akan digunakan karena banyak sekali pilihan produk harus benar-benar dapat memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan atau selera konsumen terhadap produk yang dipilih. Bauran pemasaran merupakan salah satu hal yang dijadikan pertimbangan konsumen untuk memutuskan membeli produk jajan seblak.

Menurut Solihin (2012 : 24) strategi didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan. Strategi yang paling tepat digunakan dalam menghadapi persaingan antar perusahaan dalam hal pemasaran adalah dengan menggunakan strategi promosi penjualan. Untuk kegiatan promosi diharapkan mampu memberikan kepuasan dan kepercayaan pada konsumen, sehingga pelaksanaan dari kegiatan promosi tersebut harus benar-benar fleksibel dan selalu siap dengan strategi dan siasatnya. Selain itu juga pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan harus seefektif dan seefisien mungkin.

Produk merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena dapat membantu merancang strategi pemasaran yang tepat. Keputusan konsumen dalam membeli produk suatu produk karena kepercayaan konsumen atas produk tersebut dapat memberikan manfaat dan kualitas yang baik.

Harga yang tepat adalah yang sesuai dengan kualitas produk. Setelah produk yang diproduksi siap untuk dipasarkan, maka perusahaan menentukan harga produk tsb. Sehingga dapat mempengaruhi tingkat keputusan konsumen dalam membeli.

Lokasi (place) merupakan tempat untuk menyalurkan atau memindahkan produk yang berasal dari produsen ke konsumen. Hal ini perlu menggunakan pertimbangan yang tepat untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka kegiatan penelitian skripsi ini di outlet seblak mamayang di Sedati. peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam mengenai produk, harga, lokasi, promosi ini dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka dalam penelitian ini dapat diambil judul, **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli “Jajanan Seblak” Mamayang Di Sedati (Sidoarjo)”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diambil oleh penulis dalam penelitian kali ini adalah :

1. Apakah produk, harga, lokasi, promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli jajanan seblak Mamayang ?
2. Apakah produk, harga, lokasi, promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli jajanan seblak Mamayang ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis produk, harga, lokasi, promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli seblak Mamayang yang ada di outlet Sedati.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis produk, harga, lokasi, promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli seblak Mamayang yang ada di Outlet Sedati.

1.4 Manfaat Penelitian

Sedangkan beberapa manfaat yang penulis harapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini nantinya antara lain :

1. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis.

2. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini ditujukan untuk memberikan bukti secara empiris mengenai perilaku konsumen.

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk perusahaan dan mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis pada masa yang akan datang.