

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri catering di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya permintaan akan layanan makanan untuk berbagai acara, baik formal maupun informal. Catering merupakan salah satu penyedia layanan catering yang berupaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menawarkan variasi menu yang beragam. Variasi menu yang ditawarkan tidak hanya mencakup jenis makanan, tetapi juga mempertimbangkan aspek rasa, presentasi, dan nilai gizi. Dalam konteks ini, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana variasi menu dapat berkontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian. Aziz dan Sayuthie (2023).

Menurut Lestary (2024) Perkembangan pesat industri kuliner membuat banyak pelaku usaha tertarik untuk terjun ke bidang ini. Tidak hanya restoran atau cafe yang semakin marak, tetapi juga berbagai institusi mulai berlomba-lomba menghadirkan layanan makanan yang memenuhi standar tinggi. Makanan yang disajikan tidak cukup hanya enak, tetapi juga harus dibuat dengan persiapan yang matang, dimasak dengan teknik yang tepat, disajikan secara cepat dan ramah, serta memiliki menu yang seimbang dan bervariasi. Semua itu perlu selaras dengan kualitas pelayanan, standar

kebersihan, dan sanitasi yang terjaga. Dalam proses ini, perencanaan atau rancangan menu memegang peran kunci. Menu bukan sekadar daftar hidangan, tetapi juga menjadi sarana informasi dan komunikasi yang menghubungkan seluruh proses mulai dari produksi hingga distribusi makanan.

Setiap perusahaan mendirikan usaha dengan tujuan yang berorientasi mendapatkan laba maksimal mungkin untuk kelangsungan dan perkembangan suatu perusahaan, tetapi perusahaan perlu memiliki strategi pemasaran 7P yang antara lain adalah (*product, price, place, promotion, people, proses, physical evidence*) yang baik dan tepat untuk menunjang keputusan pembelian dalam mencapai target pasar. Sehingga seorang pemasaran dituntut harus memahami kondisi pasar untuk mengetahui target pasar saat ini. Dengan beragamnya permintaan konsumen akan membuat seorang pemasar mampu mengidentifikasi kebutuhan berdasarkan segmen pasar dan berusaha meningkatkan penjualan.

Pada masa sekarang ini bisnis catering merupakan jenis usaha yang marak dari varian sederhana dengan berbagai tampilan menarik sampai dengan yang unik dari berbagai macam harga yang berbeda sesuai dengan varian menu. Oleh sebab itu, pengusaha bisnis dapat menciptakan ide-ide baru serta inovasi dalam perkembangan varian menu untuk menarik minat konsumen. Hal ini dilakukan sebagai upaya dalam mengelola bisnis untuk meraih keunggulan yang kompetitif dalam bersaing sehingga perusahaan yang menerapkan

konsep pemasaran mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga konsumen akan melakukan pembelian produk secara terus-menerus dan hal ini menjadikan konsumen simpati serta loyal terhadap produk tersebut.

Mempertimbangkan kepentingan pelanggan berdasarkan kebutuhan dan keinginan serta kepuasan terhadap pelayanan merupakan faktor kunci keberhasilan perusahaan dalam situasi persaingan yang semakin sulit. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu menawarkan sesuatu dalam menu yang beragam dan mampu meninggalkan kesan yang baik kepada pelanggan dengan memberikan kepuasan sesuai dengan varian menu yang beragam dan jasa yang ditawarkan. Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang berkomitmen meningkatkan penjualannya. Bagi perusahaan, kunci terpenting untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai tambah kepada pelanggan, sehingga penjualan dapat ditingkatkan dengan menawarkan variasi menu yang beragam dan harga yang terjangkau sekaligus memberikan pelayanan yang berkualitas. Tabel kompetitor Jatiroso Catering dapat dilihat pada halaman selanjutnya di halaman 4.

Tabel 1.1. Kompetitor Jatiroso Catering

Nama Catering	Alamat
Aisyah Catering	Jl. Kebonsari III No. 28, Kebonsari, Kec. Jambangan, Kota SBY, Jawa Timur
Sonokembang Catering	Jl. Embong Malang Jl. Sono Kembang No. 3, Embong Kaliasin, Kec. Genteng, Kota SBY, Jawa Timur
Jatiroso Catering	Taman Alamanda II/2 Dian Regency Juanda, Sidoarjo

Sumber : Weddingku.com (2023)

Jatiroso Catering merupakan sebuah perusahaan dagang yang bergerak di bidang industri jasa, yang di dirikan pada tahun 2011. Konsep yang di terapkan oleh perusahaan dalam memasarkan produk yang dimilikinya adalah catering yang menawarkan berbagai macam varian menu *buffet*, varian menu tradisional, varian menu mancanegara tidak hanya itu Jatiroso Catering juga menawarkan aneka *sweet corner*, puding serta berbagai macam varian menu minuman. Selain itu, catering juga menawarkan konsep nuansa dekorasi sesuai dengan keinginan konsumen. Konsumen Jatiroso Catering dari berbagai macam daerah tidak hanya di Sidoarjo saja tetapi Jatiroso Catering juga melayani di Surabaya dan Gresik. Di Sidoarjo saat ini masih belum ada dilakukan penelitian pada Jatiroso Catering maka dari itu peneliti menggunakan objek Jatiroso Catering sebagai penelitian di Sidoarjo. Jatiroso Catering merupakan salah satu catering yang sedang bersaing secara ketat dalam dunia bisnis di bidang jasa saat ini. Di tengah kondisi perekonomian yang masih belum menentu saat ini pengusaha dituntut untuk beradaptasi dengan

segala tantangan agar tetap bisa bertahan. Sebelum pandemi, konsumen Jatiroso Catering lebih banyak untuk acara wedding. Tetapi pasca-pandemi ini konsumen jadi lebih bervariasi, mulai untuk ulang tahun, arisan, dan acara-acara pemerintahan. Kebijakan efisiensi yang di terapkan oleh pemerintah ini sangat berdampak kepada perusahaan,

Jatiroso Catering kini mengalami masalah jumlah pesanan yang tetap, tetapi volume pemesanan yang dikurangi terkait adanya kebijakan efisiensi tersebut. Jatiroso Catering bersedia beradaptasi dengan kondisi yang seperti ini, strategi pemasaran yang harus tetap bergerak dan penentuan varian menu untuk membuat segmen konsumen jadi lebih luas. Seperti contohnya untuk anak muda dan pekerja muda biasanya lebih tertarik dengan varian menu tradisional, tetapi jika acara wedding varian menu yang dipesan adalah menu mancanegara, seperti menu western, menu asia, menu japanase, dan menu korea. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.2. Daftar varian menu makanan dan minuman Jatiroso Catering

Menu Makanan	Menu Minuman	Menu Salad
Aneka olahan nasi	<i>Beautiful Green Ice</i>	Garden Salad
Aneka olahan ayam	<i>Blue Sea Ice</i>	Huzarensla
Aneka olahan ikan	Es Almond	Salad
Aneka olahan sayur	Cocktail	Italian Salad
Bakso	Es Buah	<i>Potatoes Salad</i>
Tahu Campur	Tradisional	<i>with Smoked</i>
Lontong kikil	Es Campur	<i>Beef</i>
Soto madura	Es Cendol	Salad Bangkok

Siomay	Es Cincau	Salad Buah
Sate ayam	Es Dawet	Salad 4 Rasa
Pangsit mie	Es Degan <i>Caramel</i>	Thailand Salad
Lasagna	Es Teler	
Macaroni Schotel	Es Tropical Java	
Spaghetti	Es Tropical Dragon	
Zuppa Sup	Es Tropical Leci	
Dimsum	Es Purple Tropical	
Kambing Guling	<i>Japanese Jelly Ice</i>	
Kebab	<i>Lime Green Ice</i>	
Martabak	<i>Punch Orange</i>	
Nasi Briyani	<i>Squash Melon</i>	
Nasi Kebuli	<i>Summer Ice</i>	
Iga Bakar	<i>Sweet Orange</i>	
Salmon Grill		
Tempura		
Sukiyaki		

Sumber: Website daftar menu Jatiroso Catering (2025)

Kotler dan Keller (2016:15), variasi produk (product mix) adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjualan tertentu kepada konsumen. Bauran produk atau variasi produk suatu perusahaan dapat diklasifikasikan menurut lebar, panjang, kedalaman dan konsistensi. Variasi menu yang ada di Jatiroso Catering memiliki variasi berbagai menu makanan dan minuman yang beragam dalam rangka untuk menarik berbagai kalangan konsumen yang ada. Harga menurut Kotler dan Armstrong (2016) adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang

menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya. Harga bersifat fleksibel, artinya dapat berubah dengan cepat. Harga makanan beserta minuman yang ada di Jatiroso Catering masih dalam jangkauan yang masih bisa dibilang wajar dan juga sepadan terhadap kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan oleh Jatiroso Catering.

Berdasarkan kajian faktor-faktor yang menjadi penyebab keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2016:188) ada 6 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian 6 faktor itu adalah: (1) Pilihan produk, yaitu konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk, yaitu konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk. (2) Pilihan merek, yaitu konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. (3) Pilihan penyalur, yaitu konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. (4) Waktu pembelian, yaitu keputusan dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda. (5) Jumlah pembelian, yaitu konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada satu saat. (6) Metode pembayaran, yaitu konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang dilakukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa.

Pertimbangan yang dilakukan oleh peneliti memilih variabel varian menu berdasarkan kajian empiris peneliti menemukan

perbedaan hasil yang menguji pengaruh varian menu terhadap keputusan pembelian. Perbedaan tersebut di tunjukkan oleh penelitian Tanjung (2023) menyatakan bahwa variabel varian menu tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Sumantri (2023) dan Hasyim (2024) menyatakan bahwa variabel varian menu signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya pertimbangan peneliti memilih variabel harga, berdasarkan kajian empiris peneliti menemukan perbedaan hasil yang menguji pengaruh variabel promosi terhadap keputusan pembelian. Perbedaan tersebut di tunjukan oleh penelitian Adrianto (2021) menyatakan bahwa variabel harga tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Gunarsih (2021) dan Sari (2021) menyatakan bahwa variabel harga signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan kajian empiris peneliti menemukan perbedaan hasil yang menguji variabel pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan tersebut ditunjukkan oleh peneliti Sarafudin Baihaky (2022) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Manoy (2021) dan Djafar (2023) menyatakan bahwa variabel kepuasan pelayanan signifikan terhadap keputusan pembelian. Beberapa hasil kajian empiris di atas, menunjukkan pengaruh varian menu, harga, dan kualitas pelayanan masih top kontroversi karena itu peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh varian menu, harga, dan

kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “PENGARUH VARIAN MENU, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JATIROSO CATERING DI SIDOARJO”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah varian menu, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Jatiroso Catering di Sidoarjo?
2. Apakah varian menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Jatiroso Catering di Sidoarjo?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Jatiroso Catering di Sidoarjo?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Jatiroso Catering di Sidoarjo?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis varian menu, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian pada Jatiroso Catering di Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh varian menu terhadap keputusan pembelian pada Jatiroso Catering di Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Jatiroso Catering di Sidoarjo.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Jatiroso Catering di Sidoarjo.

1.4. Manfaat

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Jatiroso Catering dalam merancang varian menu yang lebih menarik dan sesuai dengan preferensi pasar, menentukan harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan, serta meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih memuaskan pelanggan.
2. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat mengambil topik sejenis. Peneliti selanjutnya dapat memperkaya kajian melalui pendekatan, metode, atau variabel yang berbeda, sehingga diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif terkait topik yang dikaji.