

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jumlah penduduk di Indonesia dari tahun ke tahun semakin bertambah. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2017 jumlah penduduk Indonesia mencapai 261 juta jiwa dan pada tahun 2018 jumlah penduduk Indonesia saat ini mencapai 265 juta jiwa, dengan bertambahnya jumlah penduduk maka kebutuhan akan sandang, pangan dan papan juga bertambah. Salah satu jenis kebutuhan yang harus terpenuhi setiap hari yaitu kebutuhan pangan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka banyak perusahaan atau pelaku usaha bermunculan menawarkan dan menjual produk-produk mereka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Saat ini banyak bentuk dan berbagai macam makanan maupun minuman yang sedang berkembang. Salah satu jenis kebutuhan pangan yaitu es krim, dimana es krim merupakan makanan yang mudah ditemui dan diminati oleh konsumen. Menurut Standar Nasional Indonesia dengan nomor kode SNI 01-3713-1995, es krim sebagai sejenis makanan semi padat yang dibuat dengan cara pembekuan tepung es krim atau dari campuran susu, lemak hewani maupun nabati, gula, dengan dan tanpa bahan makanan lain dan bahan makanan yang diijinkan. Perkembangan industri es krim di Indonesia semakin meningkat, didukung dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat dan tuntutan gaya hidup. Saat ini konsumen tidak hanya terbatas pada anak-anak saja melainkan sudah meluas ke kalangan remaja hingga dewasa. Banyaknya brand es krim yang sekarang bermunculan maka tingkat persainganpun menjadi tinggi dan dengan adanya peluang maka banyak perusahaan atau pelaku usaha memulai usaha bisnis dan mendapatkan omset yang besar. Dengan adanya peluang bisnis di bidang makanan maupun minuman, bisnis dengan sistem waralaba (*franchise*) merupakan salah satu sistem waralaba yang sangat dikenal. Sistem waralaba (*franchise*) merupakan suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada

pelanggan dengan melaksanakan tugas dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu.

Dengan semakin banyaknya pesaing yang muncul dalam persaingan bisnis maka perusahaan perlu membuat strategi dalam menghadapi para kompetitor dan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam perusahaan. Pemasaran menurut Stanton dalam Swastha dan Irawan (2001:5) adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Tingkat keberhasilan pemasaran bagi perusahaan dapat dilakukan dengan mengetahui bauran pemasaran yang tepat. Menurut Kotler dalam Herlambang (2014:33) bauran pemasaran dapat diartikan sebagai sekumpulan dari variabel-variabel yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran atau dengan kata lain 4P (*Product, Price, Promotion dan Place*) yang merupakan kombinasi dari variabel-variabel pemasaran yang merupakan faktor internal yang berada dalam jangkauan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan.

Salah satu *franchise* es krim di Kabupaten Jember resto es krim gelato yang berkembang pesat yaitu Bvgil Gelato & Friends yang berdiri pada tahun 2015 dan terletak di Jalan Letjen S. Parman VIII No. 16, Sumbersari Kabupaten Jember. Bvgil Gelato & Friends yang berdiri di Kabupaten Jember merupakan cabang *franchise* es krim gelato yang berasal dari Kabupaten Malang. Selain membuka cabang di Kabupaten Jember, Bvgil Gelato & Friends juga membuka cabang di Kabupaten Sidoarjo. Banyak resto es krim yang terus bermunculan dengan berjalannya waktu, namun resto es krim gelato ini memiliki keunggulan dimana es krim yang dihasilkan memiliki karakteristik. Es krim gelato merupakan es krim khas Itali yang memiliki tekstur lebih padat dan lembut dari es krim pada umumnya. Perbedaan es krim gelato dengan es krim pada umumnya terletak pada rasa, dimana es krim gelato lebih kuat rasa susunya sedangkan es krim pada umumnya lebih kuat rasa krimnya. Selain itu pada proses produksinya dengan pengadukan yang berbeda, dimana pada es krim gelato proses pengadukan bahan

es krim dilakukan dengan sedikit lambat agar menghasilkan tekstur yang lebih padat, lembut dan kenyal, sedangkan es krim pada umumnya proses pengadukan bahan dilakukan dengan cepat sehingga menghasilkan es krim yang halus dan tidak terlalu padat.

Selain dari produk es krim yang memiliki karakteristik, resto es krim gelato ini juga memberikan harga yang bervariasi untuk 1 *scoop* es krim gelato ditawarkan dengan harga Rp. 12.000, kemudian 2 *scoop* es krim gelato Rp. 22.000 sedangkan 3 *scoop* es krim gelato Rp. 28.000 dan 4 *scoop* es krim gelato Rp. 35.000. Konsumen dapat membeli es krim gelato yang varian rasanya bisa dicampur sesuai dengan keinginan dan dapat memilih wadah es krim pada kemasan *cup* maupun *cone*. Jika menggunakan wadah *cone* dikenakan tambahan biaya sebesar Rp. 1000 selain itu Bvgil Gelato & Friend juga menawarkan berbagai macam topping diantaranya oreo, *cornflakes*, *m*

arsmallow dan kacang dengan tambahan biaya Rp. 3000. Berdasarkan data penjualan es krim Bvgil Gelato & Friends di Kabupaten Jember pada bulan Agustus 2018 yaitu 1 *scoop* es krim gelato dengan menggunakan *cone* terjual 338 *cone* dengan harga Rp. 13.000 dan total penjualan Rp. 4.394.000, 2 *scoop* dengan menggunakan *cone* terjual 90 *cone* dengan harga Rp. 23.000 dan total penjualan Rp. 2.070.000, 1 *scoop* dengan menggunakan *cup* terjual 495 *cup* dengan harga Rp.12.000 dan total penjualan Rp. 5.940.000, 2 *scoop* dengan menggunakan *cup* terjual 307 *cup* dengan harga Rp. 22.000 dan total penjualan Rp. 6.754.000, 3 *scoop* dengan menggunakan *cup* terjual 39 *cup* dengan harga Rp. 28.000 dan total penjualan Rp. 1.092.000 dan 4 *scoop* dengan menggunakan *cup* terjual 4 *cup* dengan harga Rp. 35.000 dan total penjualan Rp. 140.000. Bvgil Gelato & Friends memasok es krim gelato setiap 2 minggu sekali dari pusat *franchise* es krim gelato yang terletak di Kabupaten Malang dengan jumlah 5 kilogram per varian rasa. Bvgil Gelato & Friends memiliki banyak varian rasa diantaranya chocolate, milk jam, matcha, kemangi, brothers tea, buah naga merah, apple pie, pineapple, lemon, retro choco, passion fruit dan white chocolate. Selain dari produk es krim yang memiliki karakteristik dan harga yang terjangkau, perusahaan juga perlu memperhatikan lokasi yang dipilih agar dapat dijangkau

oleh semua konsumen dan komunikasi pemasaran yang efektif agar dapat menarik minat semua konsumen. Maka, semakin mudah lokasi yang dijangkau dan minat konsumen terhadap es krim gelato semakin tinggi pula tingkat permintaan akan produk es krim gelato yang dihasilkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas tertarik untuk meneliti pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian es krim pada Bvgil Gelato & Friends di Kabupaten Jember, agar dapat memberi masukan terhadap perusahaan es krim gelato tersebut terkait dengan mengetahui variabel mana yang berpengaruh signifikan dalam keputusan pembeliannya dan menciptakan strategi yang tepat untuk berkembang dan siap bersaing dengan kompetitor yang sejenis

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah bauran pemasaran berpengaruh signifikan secara serempak terhadap keputusan pembelian es krim pada Bvgil Gelato & Friends di Kabupaten Jember?
2. Apakah bauran pemasaran berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian es krim pada Bvgil Gelato & Friends di Kabupaten Jember?
3. Variabel manakah yang dominan terhadap keputusan pembelian es krim pada Bvgil Gelato & Friends di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan secara serempak bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian es krim pada Bvgil Gelato & Friends di Kabupaten Jember.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan secara parsial bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian es krim pada Bvgil Gelato & Friends di Kabupaten Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis salah satu variabel bauran pemasaran yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian es krim pada Bvgil Gelato & Friends di Kabupaten Jember.

1.4. Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah

1. Bagi perusahaan
Bagi perusahaan terkait dengan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam perbaikan proses agar dapat mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian es krim pada Bvgil Gelato & Friends di Kabupaten Jember. Serta dapat membantu perusahaan dengan memberikan saran-saran dalam penyelesaian masalah pemasaran.
2. Bagi peneliti
Bagi peneliti dapat menambah wawasan peneliti mengenai pengaruh bauran pemasaran, serta untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jember.
3. Bagi peneliti lain
Bagi peneliti lain sebagai sumbangan wawasan mengenai bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian.