

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin pesat seiring dengan kemajuan zaman. Terlihat dari banyaknya bisnis baru yang didirikan oleh pengusaha di Indonesia, baik yang baru memulai maupun yang telah lama berkecimpung di dunia bisnis. Hal ini mengakibatkan persaingan pasar yang kompetitif, terutama di sektor rumah makan dan cafe, yang menawarkan berbagai menu makanan dan minuman yang beragam. Salah satu kebutuhan manusia yang paling utama adalah kebutuhan primer yaitu makanan. Hal ini dapat memunculkan ide-ide bisnis baru bagi para pengusaha untuk menggeluti bisnis terutama di bisnis bidang kuliner, dikarenakan bisnis kuliner ini sangat menjanjikan. Akibatnya, semakin banyak kompetitor-kompetitor menggeluti bisnis, sehingga terjadi persaingan yang ketat antar kompetitor-kompetitor lainnya.

Salah satu yang berdiri di Jember adalah restoran bakso. Restoran bakso yang bisa memenuhi kebutuhan primer yaitu Bakso Kota Cak Man Malang. Bakso Kota Cak Man Malang pertama kali berdiri yaitu di Malang pada tahun 1980. Bakso Kota Cak Man Malang telah mempunyai banyak cabang yang tersebar luas seperti di Kota Surabaya, Mojokerto, Blitar, Tulungagung, Gresik, Malang. Salah satunya Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember yang sudah berdiri sejak tahun 2018 dan berlokasi di Jalan Letjend Suprpto No. 102, Lingkungan Sumberband, Kebonsari, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. Lokasi dari Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember sangat strategis untuk dijangkau oleh para konsumen.

Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember ini sudah memiliki jangkauan konsumen yang cukup luas. Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember buka pada jam 10.00 pagi sampai jam 21.00 malam. Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember paling ramai dikunjungi konsumen pada saat hari-hari *weekend*.

Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember menetapkan pembelian kepada konsumen secara prasmanan yaitu konsumen dapat memilih sendiri item yang di sediakan. Setiap kali melakukan pembelian para konsumen akan dikenakan tarif pajak sebesar 10%. Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember konsumen disediakan dengan berbagai macam menu bakso dan toping yang beragam, seperti: bakso halus dengan harga Rp 4.400, bakso jumbo halus Rp11.000, bakso jumbo kasar Rp11.000, bakso kotak 16.500, bakso telur puyuh Rp16.500, bakso jumbo pedas Rp16.500, bakso jumbo keju Rp16.000, tetelan Rp11.000, siomai mekar Rp. 3.300, tahu goreng Rp. 3.850, tahu putih Rp. 3.850, goreng mekar Rp. 2.750, goreng Panjang Rp. 2.750, goreng bulat Rp. 2.750, goreng rambutan Rp. 3.850, goreng udang Rp. 3.850, tahu walik Rp. 3.850, bakwan Rp. 4.400, goreng keju Rp. 8.800, mie kuning Rp. 1.850, lontong 2.200 dan paru Rp. 6.600. Berikut jumlah produksi Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

No	Menu Bakso dan Toping	Berat	Item
1	Bakso halus	5 kg	300
2	Bakso jumbo halus	2,5 kg	50
3	Bakso jumbo kasar	2,5 kg	50
4	Bakso kotak	2,5 kg	40
5	Bakso telur puyuh	2,5 kg	30
6	Bakso jumbo pedas	2,5 kg	20
7	Bakso jumbo keju	2,5 kg	25
8	Tetelan	2 kg	30
9	Siomai mekar	10 kg	1000
10	Tahu goreng	5 kg	700
11	Tahu putih	½ kg	30
12	Goreng mekar	1 kg	50
13	Goreng panjang	1 kg	50
14	Goreng bulat	2 kg	50
15	Goreng rambutan	2 kg	50
16	Goreng udang	1 kg	50
17	Tahu walek	2,5 kg	200
18	Bakwan	2,5 kg	200
19	Goreng keju	2 kg	30
20	Mie kuning	1000 gram	30
21	Paru	1 kg	14
22	Lontong	-	20

Salah satu hal yang perlu dipahami oleh Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember yaitu bauran pemasaran. Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember masih dapat bertahan di era persaingan restoran yang sejenis. Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember ini harus memahami dan mengetahui kebutuhan dan keinginan dari konsumennya. Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember ini mengadakan promosi hanya pada waktu-waktu tertentu. Promosi Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember ialah untuk memperoleh perhatian daya tarik dari calon konsumen.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2008:62) dalam Sutrisno, dkk (2018:259) Bauran pemasaran merupakan konsep alat pemasaran untuk dapat mengembangkan strategi dengan terkendali yang dipadukan oleh perusahaan untuk dapat menarik konsumen yang sudah menjadi sasaran pasar. Sarana bauran pemasaran dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yang disebut 4p pemasaran : produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*).

Menurut Kotler (2008:4) dalam Nasib, dkk (2019:30) menjelaskan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat property, organisasi, informasi dan ide. Menurut Laksana (2008:67) dalam Nasib, dkk (2019:30) mengartikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli dan dipergunakan untuk dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Menurut Indriyo Gitusudarmo dalam Nasib, dkk (2019:65) harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam suatu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Dalam kenyataan besar kecilnya nilai atau harga itu tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik saja yang diperhitungkan tetapi faktor-faktor psikologis dan faktor-faktor lain yang berpengaruh pula terhadap harga. Jadi pengertian harga adalah sejumlah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa.

Menurut (Philip Kotler dan Gary Armstrong 2008), tempat mencakup kegiatan-kegiatan di perusahaan yang memproses produk atau barang agar selalu tersedia bagi para pelanggan. Menurut Lupiyoadi (2001) dalam Soewanto (2019)

lokasi adalah tempat di mana suatu perusahaan melakukan operasionalnya. Lokasi yang strategis akan memudahkan konsumen.

Menurut A.Hamdani dalam Nasib, dkk (2019:78) Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memuaskan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat bantu untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perlu untuk dilakukan Analisa lebih lanjut terkait keputusan pembelian di Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember, untuk menganalisis dan menguji variabel produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diperoleh permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah variabel produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember?
2. Apakah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember?
3. Apakah variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember?
4. Apakah variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember?
5. Apakah variabel produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka diperoleh tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember.
2. Mengetahui variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember.
3. Mengetahui variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember.
4. Mengetahui variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember.
5. Mengetahui variabel produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian diatas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember dalam mengambil kebijakan untuk menentukan bauran pemasaran yang tepat.
2. Bagi peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk memahami kondisi nyata di lapang mengenai Bakso Kota Cak Man Malang Cabang Jember.
3. Bagi Peneliti selanjutnya
Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referansi dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.