

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis saat ini bisa dikatakan sangat ketat. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya pengusaha yang memproduksi berbagai produknya. Persaingan usaha banyak bermunculan karena adanya usaha baru yang menarik minat konsumen. Para pelaku usaha berlomba-lomba menciptakan bisnis yang inovatif, efektif dan memiliki kualitas produk dan ciri khas tersendiri yang dapat membedakan dengan para pesaingnya. Bisnis yang didirikan harus memiliki kelebihan sehingga dapat memikat hati konsumen dan mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat. Persaingan usaha yang semakin ketat mengharuskan pelaku usaha untuk berinovasi dalam produknya sehingga dapat menarik perhatian konsumen, terutama di bidang pemasaran barang dan jasa. Hal tersebut mengharuskan pelaku usaha untuk menyusun sistem pemasaran yang baik. Alat ukur yang digunakan salah satunya adalah bauran pemasaran.

Menurut Kotler dan Amstrong (2013:92), Bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang bagus yang menggabungkan elemen produk, penentuan harga, promosi, dan distribusi untuk menghasilkan tanggapan pasar sasaran yang diinginkan. Respons dari pasar sasaran tersebut dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, di mana konsumen dapat melakukan penilaian terhadap salah satu atau lebih produk yang menjadi pilihan untuk dibeli, dengan beberapa pertimbangan yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam bauran pemasaran terdapat variabel-variabel yang saling mendukung satu dengan yang lainnya, yang kemudian oleh perusahaan digabungkan untuk memperoleh tanggapan-tanggapan yang diinginkan di dalam pasar sasaran. Respons dari pasar sasaran tersebut dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, dimana konsumen dapat melakukan penilaian terhadap salah satu atau lebih produk yang menjadi pilihan untuk dibeli, dengan beberapa

pertimbangan yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018 yang dikeluarkan kementerian kesehatan menunjukkan, masih banyak masyarakat yang mengonsumsi makanan manis seperti kue kering yang lebih dari satu kali dalam sehari. Masyarakat suka makanan manis karena itu termasuk sumber energi amat baik. Konsumsi makanan manis juga menimbulkan kesenangan dan bahagia. Namun, bagi kesehatan fisik kelebihan gula jelas bisa mengurangi keseimbangan mikroba baik dalam usus, meningkatkan berat badan, merusak gigi, hingga meningkatkan risiko diabetes melitus dan berbagai penyakit. Dalam hasil riset itu, 40,1 persen masyarakat mengonsumsi makanan manis sebanyak satu kali atau lebih per harinya. Dalam riset ini kue kering berada di posisi kedua dengan presentase mencapai 59,2 %.

UD. Elza Putra merupakan suatu usaha agroindustri yang bergerak dibidang pengolahan pangan yang berlokasi di Perum Griya Gebang Permai Blok P 5, Gebang, Patrang, Jember. UD. Elza Putra mengolah berbagai jenis makanan tradisional. Salah satunya adalah makanan yang berbahan dasar kacang, produk tersebut yaitu kue kacang. Produk tersebut dipasarkan melalui outlet-outlet di jember dan bondowoso. Produk olahan dari Ud. Elza Putra sudah dipasarkan ke 20 kota di Jawa timur, Bali, dan Madura. Pemilik perusahaan ini awalnya merasa prihatin dengan makanan khas jember yang tidak ada wadah untuk mengembangkan produk tersebut untuk lebih dikenal di masyarakat luas, pemilik UD. Elza putra mengutarakan latar belakang mendirikan usahanya tersebut untuk mengangkat brand lokal tradisional ke pasar modern. Dan terbukti usaha tersebut telah berjalan selama kurang lebih 19 tahun yang mana perusahaan tersebut didirikan sejak tahun 2005.

Produk kue kacang merupakan sejenis kue kering yang berbahan dasar kacang tanah yang memiliki berbagai jenis bentuk, seperti bentuk bulat, hati dan bulan sabit yang memiliki rasa gurih, manis dan renyah. Kue kacang berkomposisi tepung, kacang gula dan garam. Produk kue kacang UD Elza Putra Food Jember memiliki masa simpan selama 6 bulan. Harga kue kacang di outlet dengan berat 750 gram sebesar Rp. 25.000,00 sedangkan di *shopee* dengan berat

yang sama tetapi memiliki harga yang berbeda yaitu di harga Rp. 27.000,00. Dengan berat 750 gram ini kue kacang dikemas dengan menggunakan toples berukuran sedang yang bisa menampung kue kacang seberat 750 gram tersebut, selain itu, kue kacang juga tersedia dengan kemasan mika dengan berat 270 gram. Harga kue kacang dengan kemasan mika yang tersedia di outlet dengan berat 270 gram sebesar Rp. 12.000,00 , sedangkan di *shopee* dengan berat yang sama memiliki harga sebesar Rp. 17.000,00 . Outlet kue kacang ini sangat strategis karena terletak di pinggir jalan raya sehingga customer mudah menemukan.

Dengan banyaknya pesaing mengakibatkan penurunan pendapatan terhadap kue kacang ini, maka dari permasalahan yang di alami UD. Elza Putra Food mengakibatkan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian meliputi produk, harga, lokasi dan promosi. Terdapat data penjualan UD Elza Putra Food yang menunjukkan perubahan statistik pada Tahun 2019 sebesar 1.337 toples, Tahun 2020 sebesar 1.560 toples, Tahun 2021 sebesar 1.743 toples, Tahun 2022 sebesar 1.320 toples dan Tahun 2023 sebesar 1.299 toples. Perihal seperti ini menyebabkan UD. Elza Putra menerapkan berbagai strategi untuk mempertahankan usahanya. Strategi yang diterapkan pada produk antara lain mempertahankan meningkatkan kualitas rasa agar konsumen semakin loyal terhadap produk kue kacang. Strategi yang diterapkan untuk harga antara lain memberi harga yang bersaing dengan para pesaingnya. Strategi yang diterapkan untuk lokasi diantaranya menambah fasilitas yang ada agar para konsumen merasa nyaman. Strategi untuk promosi, dimana UD. Elza Putra melakukan berbagai upaya diantaranya melakukan iklan melalui media sosial seperti *whatsapps* dan *instagram*.

Atas uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka perlu dilakukan analisis terhadap variabel apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Analisis yang dapat dilakukan salah satunya menggunakan bauran pemasaran. Hasil dari analisis tersebut akan digunakan sebagai saran untuk perbaikan penjualan pada produk kue kacang. Maka dari itu, peneliti ingin

melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kue Kacang UD. Elza Putra Food Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diperoleh perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel *product*, *price*, *place*, dan *promotion* berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian kue kacang pada UD. Elza Putra Food Jember?
2. Apakah variabel *product*, *price*, *place*, dan *promotion* berpengaruh secara parsial terhadap pembelian kue kacang pada UD. Elza Putra Food Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel *product*, *price*, *place*, dan *promotion* secara serempak terhadap keputusan pembelian pembelian kue kacang pada UD. Elza Putra Food Jember.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel *product*, *price*, *place*, dan *promotion* secara parsial terhadap keputusan pembelian kue kacang pada UD. Elza Putra Food Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan yang telah disebutkan, maka penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Diharapkan penulisan skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman yang pastinya berguna di waktu yang akan datang.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang bermanfaat mengenai bauran pemasaran sehingga UD Elza Putra Food Jember dapat mempertahankan perusahaannya dari adanya fenomena pasar/ permasalahan pasar di Kabupaten Jember. Selain itu, manfaat yang dapat diterima oleh perusahaan adalah hasil penelitian dapat dijadikan sebagai dasar informasi bagi UD Elza Putra Food Jember untuk memenuhi kepuasan konsumen.

3. Bagi peneliti lain

Diharapkan hasil penulisan ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta menjadi referensi atau bahan masukan dalam penelitian serupa pada waktu yang akan datang.