

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan penyaluran-penyialuran produk tersebut.

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi kebutuhan konsumen dari waktu ke waktu, untuk itu perusahaan harus membuat analisa tentang hal-hal yang berpengaruh terhadap kebutuhan konsumen. Adapun kebutuhan konsumen mencakup Produk dan jasa yang baik dan hal tersebut sangat berpengaruh pada kesinambungan kesejahteraan perusahaan, oleh karena itu sangat penting untuk memenuhi kebutuhan tersebut untuk persaingan pasar saat ini dan program pengembangan masa yang akan datang, salah satunya adalah persaingan produk yaitu Roti.

Berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS), menunjukkan bahwa pada tahun 2008 konsumsi roti mengalami peningkatan dibanding tahun 2005, yaitu 61% untuk roti tawar dan 53% untuk roti manis roti tawar sekitar 460 juta bungkus, angka ini meningkat sebesar 61% pada tiga tahun berikutnya sehingga menjadi sekitar 742 juta bungkus. Sedangkan konsumsi roti manis pada tahun 2005 diperkirakan sekitar 4,2 juta milyar potong, kemudian meningkat sebesar 53% pada tahun 2008 sehingga menjadi sekitar 6,4 juta milyar potong. Fenomena peningkatan konsumsi roti di Indonesia membuka peluang usaha di bidang bakery terbuka lebar. Di masa yang akan datang perusahaan bakery akan dihadapkan dengan kompetisi yang semakin ketat karena daya tarik industri bakery ini akan mendatangkan banyak pesaing.

Era globalisasi saat ini, persaingan yang kompetitif menjadikan tidak ada suatu bisnis yang bisa bertahan lama tanpa didukung oleh bauran pemasaran yang

efektif dan efisien. Salah satu persaingan yang terjadi adalah jenis produk pada roti. Pada awalnya konsep toko roti banyak diterapkan yang diawali dengan adanya toko-toko *franchise* yang bermunculan dengan nama Internasional, namun sekarang sudah banyak toko roti lokal yang bermunculan yang mulai merambah di Indonesia. Banyaknya toko roti yang ada di Indonesia tentu saja akan turut meramaikan persaingan yang ada, dengan demikian perusahaan dituntut untuk mampu menyelenggarakan pemasaran yang mampu menarik konsumen dari waktu ke waktu.

Peningkatan konsumsi roti dari tahun ke tahun berdampak pada semakin banyaknya usaha roti yang bermunculan di Kota Jember, hal tersebut juga dapat memicu persaingan yang ketat antar perusahaan baik itu perusahaan berskala besar maupun berskala kecil. Contohnya Toko Roti Conato merupakan salah satu dari beberapa toko roti di Kota Jember, dimana Toko Roti Conato merupakan toko roti yang sudah berdiri di Kota Jember sejak tahun 2008. Produk yang ditawarkan oleh toko roti ini memiliki karakteristik, namun karena banyak persaingan yang semakin kompetitif dan komunikasi pemasaran yang belum efektif menjadikan usaha toko roti ini harus lebih aktif untuk bersaing dengan kompetitor usaha sejenis, dengan harapan dapat menambahkan jumlah keputusan pembelian konsumen.

Perusahaan Roti Conato sebelumnya memang telah melakukan kegiatan bauran pemasaran jasa, namun belum pernah melakukan evaluasi terkait dengan bauran pemasaran jasa tersebut, dari masalah tersebut maka perlu dilakukan studi penelitian tentang 4P yang meliputi produk, harga, promosi dan saluran distribusi pada Produk Roti Conato di Kabupaten Jember, agar dapat memberi masukan terhadap perusahaan roti tersebut terkait untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh signifikan dalam keputusan pembelian konsumen dan menciptakan strategi yang tepat untuk berkembang dan siap bersaing dengan kompetitor yang sejenis. Jika ingin mencapai tujuan pemasaran maka ke tujuh unsur tersebut saling mendukung satu dengan yang lain, atau dengan kata lain manajemen harus berusaha agar variabel-variabel tersebut itu dapat terpadu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Penelitian ini dilaksanakan di Toko Roti

Conato yang terletak didalam pusat pembelanjaan Roxy Square diJalan Hayam Wuruk Kabupaten Jember dikarenakan pertama letaknya yang strategis didalam pusat pembelanjaan dekat dengan pembelanjaan kebutuhan sandang pangan dan yang kedua karena izin dari pihak Toko Roti Conato.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara serempak pada keputusan konsumen dalam membeli produk Roti Conato di Kab. Jember?
2. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara parsial pada keputusan konsumen dalam membeli produk Roti Conato di Kab. Jember?
3. Variabel bauran pemasaran manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk Roti Conato di Kab. Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh secara serempak pada bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Roti Conato di Kab. Jember.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh secara parsial pada bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Roti Conato di Kab. Jember.
3. Untuk menganalisis dan menguji variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Roti Conato di Kab. Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Pihak Conato, manfaat dari penelitian ini adalah agar pihak dari yang diteliti dapat mengerti tentang strategi apa saja yang harus dilakukan agar dari produk Conato dapat lebih dikenal dipasaran, serta dapat mejadikan bahan informasi dana masukan bagi pihak Conato agar memenuhi kepuasan konsumen.
2. Bagi pengusaha yang ingin mendirikan usaha pembuatan Roti (bakery) lainnya, manfaat dari penelitian ini agar pengusaha yang ingin mendirikan usaha tersebut dapat menjadikan penelitian ini menjadi sumber informasi agar dapat belajar untuk membuat dan mendirikan toko roti agar dapat diminati oleh masyarakat.
3. Bagi penulis atau peneliti, manfaat dari penelitian ini adalah agar dapat mendapat pengetahuan di bidang pemasaran, serta dapat dijadikan suatu pengalaman dari penelitian yang diteliti pada Conato di Kabupaten Jember.