

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak keragaman kuliner dengan berbagai cita rasa. Hampir semua daerah di Indonesia memiliki makanan khasnya masing-masing. Mulai dari makanan tradisional hingga makanan modern dengan varian baru hasil eksperimen dan modifikasi. Beberapa daerah salah satunya ialah Kota Bondowoso memiliki makanan khas tradisional berupa tape, sehingga Kota Bondowoso dikenal sebagai kota tape (Octaviani dkk., 2014).

Tape adalah salah satu makanan tradisional Indonesia yang dihasilkan dari proses peragian (fermentasi) bahan pangan berkarbohidrat seperti singkong atau ubi kayu dan beras ketan yang melibatkan ragi di dalam proses pembuatannya (Octaviani dkk., 2014). Jenis ubi kayu yang umumnya banyak digunakan dalam pembuatan tape yaitu jenis ubi kayu kuning. Hal ini dikarenakan kandungan air dari jenis ubi kayu lebih sesuai jika diproses menjadi tape sehingga tekstur dan rasanya menjadi lebih enak. Di Bondowoso terdapat berbagai macam produk jenis olahan tape salah satunya ialah Tape Agape 07.

Berdasarkan Octaviani dkk., (2014), bahwa Tape Agape 07 merupakan salah satu merek tape yang terkenal dari *home industry* Kota Bondowoso tepatnya di Desa Pujer. Keunggulan dari produk Tape Agape 07 terletak pada rasanya yang enak dengan berbagai jenis diantaranya Tape Bakar, Tape Besek, Tape Kotak, dan Tape Dos sehingga banyak masyarakat tertarik pada produk ini. Adapun menurut Peter dan Jerry (2014), menyatakan bahwa tujuan dari dijualnya varian jenis produk adalah untuk membuat konsumen dalam memahami pengetahuan produk yang nantinya konsumen dapat memiliki pengetahuan produk pada empat tingkatan yakni kelas produk, bentuk produk, merek, dan model atau tampilan produk.

Menurut Octaviani dkk., (2014), bahwa banyak masyarakat khususnya wisatawan saat berkunjung ke Bondowoso memiliki prinsip untuk mendapatkan oleh-oleh makanan khas Bondowoso, sehingga masyarakat dan wirausaha

khususnya *home industri* dari Kota Bondowoso saat ini menciptakan berbagai macam makanan baru yang khas untuk menarik perhatian konsumen dan mengakibatkan saat ini semakin banyak macam produk yang ditawarkan. Hal tersebut mengakibatkan persaingan dalam industri makanan yang salah satunya ialah persaingan makanan jenis tape (Octaviani dkk., 2014). Persaingan makanan jenis tape nyatanya semakin ketat sehingga mempengaruhi tingkat penjualan produk Tape Agape 07. Terbukti pada perkembangan varian dari Tape Agape 07 di Desa Pujer Bondowoso ini mengalami ketidakstabilan hasil penjualan. Data penjualan produk Tape Agape 07 di Desa Pujer Bondowoso pada periode Bulan Februari sampai dengan Bulan Juni tahun 2016 dapat dilihat pada Tabel 1.1 dibawah ini.

Tabel 1.1 Data Penjualan produk Tape Agape 07 dalam Satuan Dos di Desa Pujer Bondowoso periode Bulan Februari s/d Juni 2016

| Penjualan Produk Tape Agape 07 di Desa Pujer Bondowoso | | | | | |
|---|-----------------|--------------|--------------|------------|-------------|
| Tipe Produk | Februari | Maret | April | Mei | Juni |
| Tape Bakar | 92 | 426 | 408 | 439 | 519 |
| Tape Besek | 121 | 213 | 441 | 492 | 307 |
| Tape Kotak | 1.963 | 1.036 | 1.573 | 1.760 | 2.458 |
| Tape Dos | 1.013 | 721 | 955 | 950 | 1.036 |

Sumber: *Home industry* Tape Agape 07 di Desa Pujer Bondowoso

Pada data tingkatan hasil penjualan produk Tape Agape 07 dari berbagai varian menunjukkan terjadi ketidakstabilan penjualan. Hal tersebut memungkinkan bahwa memang saat ini terjadi persaingan usaha yang semakin ketat dan membuat para pengusaha bersaing untuk merebut pangsa pasar, sehingga pemasaran produk Tape Agape 07 nantinya perlu ditingkatkan lagi dengan tambahan berbagai inovasi dan keunikan dalam kegiatan pemasaran.

Pemasaran adalah faktor yang sangat penting dalam pemuasan kebutuhan pelanggan. Menurut Mursid (2013), falsafah konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli atau konsumen. Maka dari hal tersebut beberapa faktor yang berasal dari diri konsumen atau

pelanggan juga perlu diperhatikan sehingga pemasaran dapat dilaksanakan dengan baik.

Faktor analisa produk dan keputusan membeli oleh konsumen dapat berasal dari dalam dan luar diri konsumen, diantaranya aspek eksternal (sosial budaya dan upaya pemasaran) dan aspek internal individu (Nitisusastro, 2013). Maka dari itu perlu dilakukan analisis perilaku konsumen terhadap produk Tape Agape 07 Bondowoso untuk mengetahui alasan pembeliannya. Selain itu perusahaan juga dapat meningkatkan kualitas dan mutu produknya misal dengan mengubah desain kemasan, meningkatkan kualitas warna, aroma, promosi dan mempertimbangkan harga produk sehingga mampu bersaing dengan industri makanan lainnya. Harapan kedepannya pula perusahaan dapat membuat konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri karena produk yang dibeli sesuai dengan keinginannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan terhadap pembelian Tape Agape 07 di Desa Pujer Kota Bondowoso, sebagaimana yang dimaksud dalam studi penelitian dengan judul **“Faktor Perilaku Konsumen dalam Pembelian Tape Agape 07 di Desa Pujer Bondowoso”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu, sebagai berikut :

1. Apakah sosial budaya, upaya pemasaran dan faktor internal individu secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tape Agape 07 di Pujer Bondowoso ?
2. Apakah sosial budaya, upaya pemasaran dan faktor internal individu secara parsial terhadap keputusan pembelian Tape Agape 07 di Pujer Bondowoso ?
3. Salah satu faktor diantara faktor sosial budaya, faktor upaya pemasaran dan faktor internal individu yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tape Agape 07 di Pujer Bondowoso?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dijelaskan untuk tujuan penulisan ini adalah, sebagai berikut :

1. Mengetahui sosial budaya, upaya pemasaran dan faktor internal individu secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tape Agape 07 di Pujer Bondowoso.
2. Mengetahui pengaruh sosial budaya, upaya pemasaran dan faktor internal individu secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tape Agape 07 di Pujer Bondowoso.
3. Mengetahui variabel diantara faktor diantara faktor sosial budaya, faktor upaya pemasaran, dan faktor internal individu yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tape Agape 07 di Pujer Bondowoso.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bidang pemasaran dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga perusahaan akan mudah untuk melakukan pengembangan produk.

3. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai perilaku konsumen terhadap pembelian suatu produk.