

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Suwar suwir adalah makanan yang dibuat dengan menggunakan bahan dasar tape. Jember memang bukan kota penghasil tape, tape diproduksi dari kota tetangga yaitu Bondowoso. Produksi tape yang melimpah memberikan inisiatif bagi masyarakat Jember untuk berinovasi membuat makanan dari hasil olahan tape. Suwar suwir konon sudah ada sejak jaman Belanda. Pada jaman dahulu suwar-suwir dibuat dari campuran buah sirsak. Makanan ini sangat digemari oleh orang Belanda yang tinggal di Jember. Buah sirsak dicampur dengan ketela pohon hingga membentuk adonan. Setelah adonan mengeras akan tampak tekstur dari buah sirsak sehingga cara memakannya harus disuwir-suwir atau dilepas satu persatu. Oleh karena itulah makanan ini disebut sebagai suwar suwir. Seiring dengan perkembangan jaman suwar suwir mengalami modifikasi mulai dari tekstur hingga aroma rasa.

Suwar suwir tergolong kedalam makanan cemilan. Suwar suwir memiliki kandungan gizi yang baik. Kandungan gizi yang terdapat pada suwar suwir berupa energi 348,75 kkal, protein 3,25 g, lemak 8,4 g, karbohidrat 65,8 g, serat 0,1 g, kolesterol 0 mg dan natrium 0,1 mg. Kandungan gizi ini diperoleh dari 50 g tape singkong, 25 g gula pasir, 25g santan dan 25 g tepung. Berdasarkan kandungan gizi tersebut suwar suwir tidak mengandung kolesterol dan dapat dikonsumsi oleh siapa saja.

Ketika sedang berkunjung ke daerah Jember, suwar suwir ini sering banyak dicari konsumen untuk oleh-oleh sehingga banyak masyarakat dan organisasi perusahaan membuat produk suwar suwir. Hal ini membuat persaingan semakin ketat dikalangan produsen untuk menciptakan produk suwar suwir dengan berbagai macam varian rasa, bentuk dan tekstur yang dapat membuat konsumen puas.

Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga

berbeda. Masih terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan.

Menurut Kotler (2005), membedakan empat jenis perilaku pembelian konsumen berdasarkan tingkat keterlibatan pembeli dan tingkat perbedaan antar merek. Pertama adalah perilaku pembelian yang rumit, konsumen terlibat dalam pembelian yang rumit bila mereka sangat terlibat dalam pembelian dan sadar akan adanya perbedaan yang besar antar merek. Perilaku ini lazim terjadi bila produknya mahal, jarang dibeli, beresiko, dan sangat mengekspresikan diri. Jika konsumen menemukan perbedaan kecil maka konsumen akan memilih berdasarkan harga dan kenyamanan.

Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut.

Proses pengambilan keputusan konsumen berbeda-beda, bergantung pada jenis keputusan pembelian. Proses pembelian diawali saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kemudian konsumen memproses informasi merek yang bersaing dan membuat penilaian dalam memilih produk. Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang disukai. Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu (Kotler, 2000). Jika konsumen merasa puas, ia akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Konsumen yang merasa puas akan menyatakan hal-hal yang baik tentang produk yang dibelinya kepada orang lain.

Secara umum semua perusahaan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang optimal, maka kegagalan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran akan membawa akibat-akibat yang cukup fatal bagi perusahaan. Usaha-usaha pemasaran untuk menguasai dan memperluas pasar mempunyai arti yang sangat penting, untuk itu perlu ditempuh berbagai cara demi mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan teknologi agar dapat memperluas daerah pasar.

Perusahaan yang ingin unggul harus mengetahui bagaimana menyesuaikan diri dan menanggapi perubahan pasar yang terus menerus terjadi, oleh sebab itu harus membuat perencanaan bauran pemasaran yang berorientasi pada pasar. Ada unsur bauran pemasaran dasar yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan, yaitu: *product, place, price, promotion, people, physical evidence*, dan *process*. Pelaksanaan atau penerapan dari bauran pemasaran diharapkan dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang dihasilkan sehingga mereka merasa terdorong untuk melakukan pembelian.

Bauran pemasaran merupakan alat utama bagi perusahaan untuk dapat menguasai pasar yang diharapkan. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk merumuskan bauran pemasaran yang tepat dalam rangka mencapai omzet penjualan yang ditargetkan.

Primadona merupakan salah satu tempat pusat oleh-oleh yang terkenal di daerah Jember. Primadona menyediakan berbagai macam makanan khas oleh-oleh khas daerah Jember seperti suwar suwir. Keunggulan dari Primadona disini juga dapat terlihat dari pelayanan yang bagus, kebersihan, serta kenyamanan. Dengan begitu, Secara tidak langsung berarti konsumen yang berbelanja di Primadona sebagian besar sudah memperhatikan berbagai aspek dalam pengambilan keputusan pembelian. Ini patut diperhatikan karena sekarang konsumen tidak hanya berpedoman pada harga yang murah saja, melainkan pada produk yang berkualitas, distribusi yang lancar, promosi yang menarik, tetapi juga pada kenyamanan berbelanja, kebersihan, kecepatan sistem pelayanan dan sebagainya. Artinya, sekarang konsumen sudah mulai efisien dalam waktu dan rasional dalam pengambilan keputusan untuk membeli.

Dalam perkembangannya produk Suwar suwir Primadona mengalami fluktuasi jumlah penjualan. Data penjualan produk Suwar suwir Primadona untuk bulan September 2013 dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Data penjualan produk Suwar suwir Primadona bulan Desember 2013**

Produk Suwar Suwir Primadona			
Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
188 bungkus	225 bungkus	206 bungkus	237 bungkus

Sumber : Primadona Jember, 2013

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka perlu untuk meneliti lebih jauh untuk melakukan “**Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Suwar Suwir Primadona ( Studi Kasus di Outlet Primadona Kabupaten Jember)**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat di tarik perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variable bauran pemasaran 7P Produk (product), Harga (price), Saluran Distribusi (place), Promosi (promotion), Orang (people), Proses (process), Lingkungan Fisik (physical evidence) berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian produk suwar suwir di Outlet Primadona.
2. Apakah variable bauran pemasaran 7 P Produk (product), Harga (price), Saluran Distribusi (place), Promosi (promotion), Orang (people), Proses (process), Lingkungan Fisik (physical evidence) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk suwar suwir di Outlet Primadona.
3. Variable bauran pemasaran manakah yang terdiri dari Produk (product), Harga (price), Saluran Distribusi (place), Promosi (promotion), Orang (people), Proses (process), Lingkungan Fisik (physical evidence) yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk suwar suwir di Outlet Primadona.

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh variable bauran pemasaran 7P yang terdiri dari Produk (product), Harga (price), Saluran Distribusi (place), Promosi (promotion), Orang (people), Proses (process), Lingkungan Fisik (physical evidence) berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian produk suwar suwir di Outlet Primadona.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh variable bauran pemasaran 7P yang terdiri dari Produk (product), Harga (price), Saluran Distribusi (place), Promosi (promotion), Orang (people), Proses (process), Lingkungan Fisik (physical evidence) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk suwar suwir di Outlet Primadona.
3. Untuk mengetahui variable bauran pemasaran mana yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian pada produk suwar suwir Primadona.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

1. Bagi lembaga perguruan tinggi Politeknik Negeri Jember dapat digunakan sebagai continuitas dan tambahan wawasan tentang Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk.
2. Bagi Primadona selaku pemasar produk suwar suwir dapat digunakan sebagai bahan informasi dan pengetahuan untuk menyusun dan mengembangkan pemasaran yang efektif dan efisien untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan.
3. Bagi penulis selaku peneliti dapat mendukung pelaksanaan program wacana keilmuan yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian terhadap masyarakat.